



L'édition en Normandie

Étude 2012-2014

menée par

l'Agence régionale du livre et de la lecture
et le Centre Régional des Lettres



Agence régionale
du livre et de la lecture
HAUTE-NORMANDIE

crl...
CENTRE RÉGIONAL DES LETTRES

Sommaire

Éditorial	2
Introduction	3
I. CARTE D'IDENTITÉ ET STRUCTURATION	6
Implantation géographique	6
Portrait de l'éditeur normand	7
Structuration des maisons d'édition	8
Emploi et formation	11
II. PRODUCTION ET FABRICATION	16
Production éditoriale	16
Fabrication.....	26
III. COMMERCIALISATION ET COMMUNICATION	30
Commercialisation	30
La communication et la promotion	35
Les aides publiques	37
IV. SANTÉ ÉCONOMIQUE DES MAISONS D'ÉDITION.....	39
Identité.....	39
Activité éditoriale.....	43
Catalogue.....	45
Moyens humains	46
Résultats économiques	48
Conclusion.....	53
Annexes	55
Remerciements	62

Éditorial

La Normandie est une terre de littérature et d'édition. C'est son histoire, mais c'est aussi sa réalité d'aujourd'hui, avec une exceptionnelle densité de maisons d'édition réparties sur les cinq départements, contribuant à la richesse et à la diversité de l'offre éditoriale française. Afin d'accompagner la fusion des régions normandes et alimenter en données actualisées à l'échelle de la Normandie l'élaboration des nouvelles politiques pour la filière du livre, les deux agences du livre, l'Agence régionale du livre et de la lecture (ARL) à Rouen et le Centre Régional des Lettres (CRL) à Caen, ont lancé en 2015 une grande enquête sur la réalité de l'édition en Normandie. Un questionnaire a été élaboré par les deux chargées de mission « Économie du livre », Valérie Schmitt pour le CRL et Sophie Fauché pour l'ARL, en y associant les éditeurs des deux régions afin d'être au plus près de leurs préoccupations. Près d'une centaine d'éditeurs normands ont répondu au questionnaire au dernier trimestre 2015 et au premier trimestre 2016, les équipes chargées de l'étude ne ménageant par leur temps et leurs efforts pour accompagner la collecte des données, rencontrant une bonne partie des éditeurs, afin de garantir la cohérence de l'étude. Dans un deuxième temps, les données rassemblées et structurées ont été confiées à Pascal Arnaud, consultant, formateur, spécialiste de l'édition en région, ancien éditeur lui-même, qui a apporté un regard extérieur, notamment sur la partie économique de l'étude, et proposé un ensemble de préconisations.

Nous avons le plaisir de vous présenter aujourd'hui le fruit de nos travaux, qui font apparaître la très grande richesse de l'édition en Normandie, sa créativité, sa diversité, mais qui pointent également quelques fragilités qui devront être prises en compte dans le cadre des politiques publiques pour le livre et la lecture dans notre région. Bonne lecture

Laurent Delabouglise
Directeur du CRL

Dominique Panchèvre
Directeur de l'ARL

Introduction

Malgré un marché du livre toujours plus concurrentiel, l'édition continue de faire rêver et d'attirer des vocations, comme en témoigne l'essor de la petite édition partout en France. L'INSEE répertorie 3 000 entreprises publiant des livres tout support, mais il est paradoxalement difficile d'évaluer le nombre exact de structures éditoriales en France tant les statuts juridiques sont divers (association, statut d'artisan, etc.). Souvent affaire de passion, et nécessitant une mise de départ peu élevée, la petite édition est riche de promesses littéraires et de renouveau éditorial. Elle joue également un rôle important dans la découverte et l'accompagnement des auteurs, en dépit d'un poids économique relativement faible, eu égard au chiffre d'affaires des éditeurs en France : 2 652 M€ HT¹. S'appuyant de plus en plus sur Internet et les réseaux sociaux, ces petites maisons doivent cependant trouver une place pour leurs livres dans les 704 030 titres disponibles² et les 68 187 nouveautés annuelles, faire face au cycle de vie du livre toujours plus court en librairie (environ 3 mois) et à l'évolution des pratiques de lecture. Ainsi, si 53 % des Français ont acheté au moins un livre en 2014 et 69 % des Français de 15 ans et plus en ont lu au moins un³, le nombre des grands lecteurs (+ de 20 livres lus par an) ne cesse de diminuer : ils ne sont que 18 % à avoir lu 20 livres et plus.

Présentation de l'enquête sur l'édition en Normandie

Les objectifs

À la suite de l'étude sur la librairie indépendante réalisée en 2012 dans les deux régions Normandie, l'Agence régionale du livre et de la lecture de Haute-Normandie (ARL) et le Centre Régional des Lettres de Basse-Normandie (CRL) ont souhaité s'associer pour poursuivre leur diagnostic de l'économie du livre dans la Normandie nouvellement réunifiée, en menant cette étude sur les structures éditoriales en région. Il s'agit de mieux comprendre les enjeux de ce secteur fragile et de constituer un outil d'aide à la décision publique pour adapter au mieux l'accompagnement, tant par des aides directes qu'indirectes, régionales que nationales.

La démarche

Un questionnaire⁴ commun comprenant 154 questions a été élaboré.

L'étude a été conduite en quatre temps :

- un temps de collecte des informations : en entretien sur site avec les éditeurs des départements de l'Eure et de la Seine-Maritime sur la base du questionnaire. Ces entretiens réalisés entre juillet et septembre 2015 (par Sophie Fauché, chargée de mission économie du livre et vie littéraire à l'ARL) ont duré entre deux et trois heures ; les éditeurs du Calvados, de l'Orne et de la Manche ont répondu au questionnaire en ligne, complété par des entretiens sur site et téléphoniques d'environ deux heures (par Valérie Schmitt, chargée de mission économie du livre et formation au CRL) ;
- un temps de traitement des données (par Stéphane Ronarc'h, chargé des études au CRL) et de rédaction ;
- l'étude des trois derniers bilans, liasses fiscales ou tout document comptable (2012-2013-2014) et l'analyse économique menées par Pascal Arnaud, conseiller et formateur en gestion, spécialisé dans l'édition ;
- la rédaction de l'étude et de la synthèse par les deux chargées de mission de l'ARL et du CRL.

Panel de l'étude : 91 maisons d'édition en Normandie

En 2011, l'ARL et le CRL ont entrepris la mise à jour de leurs bases de données. À partir de réflexions menées par des groupes de travail au sein de la Fédération interrégionale du livre et de la lecture (FILL), des critères ont été définis par l'interprofession dans nos régions pour référencer les professionnels.

1 SNE, enquête de branche, échantillon 2014

2 Chiffre 2014, en hausse de +3,5 % par rapport à 2013. Le secteur du livre : chiffres-clés 2014-2015 / Service du livre et de la lecture / Direction générale des médias et des industries culturelles

3 Le secteur du livre : chiffres-clés 2014-2015 / Service du livre et de la lecture / Direction générale des médias et des industries culturelles

4 Cf. questionnaire en annexe.

La classification des maisons d'édition proposée par la FILL se décompose ainsi :

Famille 1 : les maisons d'édition (à l'exclusion des revues)

La maison d'édition doit répondre à 8 critères :

1. elle a son siège social implanté dans la région ;
2. elle a pour activité principale l'édition, ou un département dédié à l'édition ;
3. elle publie à compte d'éditeur ;
4. elle a au moins 2 ans d'existence ;
5. elle publie au moins 5 ouvrages par an ;
6. elle est référencée sur Electre et Dilicom ;
7. elle a un numéro d'ISBN ;
8. elle pratique le dépôt légal.

Famille 2 : les éditeurs de livres d'artistes et/ou de bibliophilie contemporaine

La maison d'édition doit répondre à 4 critères :

1. elle a son siège social implanté dans la région ;
2. elle a pour activité principale l'édition de livres d'artistes et/ou de bibliophilie contemporaine ;
3. elle a au moins deux ans d'existence ;
4. elle possède au moins 5 titres au catalogue.

Famille 3 : les structures éditoriales

La maison d'édition doit répondre à 6 critères :

1. elle a son siège social implanté dans la région ;
2. elle publie à compte d'éditeur ;
3. elle a au moins deux ans d'existence ;
4. elle a un numéro d'ISBN ;
5. elle pratique le dépôt légal ;
6. elle publie au moins un ouvrage par an.

Classification des éditeurs normands

La classification des éditeurs normands est plus souple que celle établie par la FILL, car il est apparu important de répertorier les maisons d'édition dès la publication d'un premier ouvrage. Il s'agit d'un premier contact nécessaire pour accomplir le travail d'accompagnement, mission des structures du livre.

Cependant sont exclus les éditeurs à compte d'auteur et les éditeurs en autoédition s'ils n'ont édité qu'eux-mêmes.

Les critères retenus auxquels doit répondre la maison d'édition sont donc les suivants :

1. elle a son siège social ou son activité éditoriale en Normandie ;
2. elle a pour activité principale l'édition de livres ou un département dédié à l'édition ;
3. elle publie à compte d'éditeur ;
4. elle publie au moins un ouvrage par an, dont le dernier a moins d'un an ;
5. elle justifie d'une activité commerciale continue (diffusion, distribution) ;
6. elle a un numéro d'ISBN (sauf pour les éditeurs de livres d'artistes) ;
7. elle pratique le dépôt légal ;
8. elle est référencée sur le Fichier exhaustif du livre (FEL).

Corpus de l'étude

155 éditeurs sollicités	91 réponses	Dont...	59 % de retour
46 éditeurs (départements 27, 76)	36 réponses	18 bilans	78 % de retour
109 éditeurs (départements 14, 50, 61)	63 réponses dont 55 retenues	16 bilans	58 % de retour

Mises à jour régulièrement, ces listes, croisées avec celles de la base de données Dilicom ainsi que l'achat d'un fichier de contacts à l'INSEE (CRL) ont permis de constituer un panel de maisons d'édition entrant dans le champ de l'étude.

Sur cette base, l'ARL a répertorié 62 structures éditoriales. Il se trouve que 10 d'entre elles étaient en sommeil depuis au moins 2 ans, 6 ont été retirées du corpus (sociétés savantes, structures dont le volume de l'activité livres et/ou le chiffre d'affaires livres étaient trop peu représentatifs, services de la Région). Sur les 46 maisons d'édition retenues, 36 ont accepté de répondre au questionnaire (3 ont refusé, 6 n'ont pas répondu et 1 était en cessation d'activité). Cela représente 78 % de répondants.

Le CRL a répertorié 109 structures éditoriales : 63 éditeurs ont répondu au questionnaire, 8 structures ont été retirées du corpus (sociétés savantes, structures dont le volume de l'activité livres et/ou le chiffre d'affaires livres étaient trop peu représentatifs, services de la Région) et une a refusé de participer à l'étude. Cela représente 58 % de répondants.

Aucun éditeur de la *famille 2* (éditeurs de livres d'artistes et/ou de bibliophilie contemporaine) n'existe sur le territoire de la (Haute-)Normandie, il en existe 3 en (Basse-)Normandie.

Fin 2015 et début 2016, 3 maisons d'édition ont vu le jour en Seine-Maritime et 3 en (Basse-)Normandie (une dans chaque département), mais n'ont pas été intégrées dans le corpus de l'étude.

On compte 2 éditeurs scientifiques : les Presses universitaires de Caen et les Presses universitaires de Rouen et du Havre que nous avons retiré de l'étude économique car il s'agit de services de l'Université.

Il existe 2 maisons d'édition « *pure player* », dans l'Eure et la Seine-Maritime. Une a refusé de participer à l'étude et l'autre est trop récente pour entrer dans le champ économique.

Finalement, 91 maisons d'édition implantées en Normandie ayant répondu au questionnaire ont été retenues pour l'étude.

Par ailleurs, pour l'analyse financière, nous avons privilégié les éditeurs pouvant fournir les bilans 2012, 2013, 2014, ce qui représente un panel de 34 maisons d'édition.

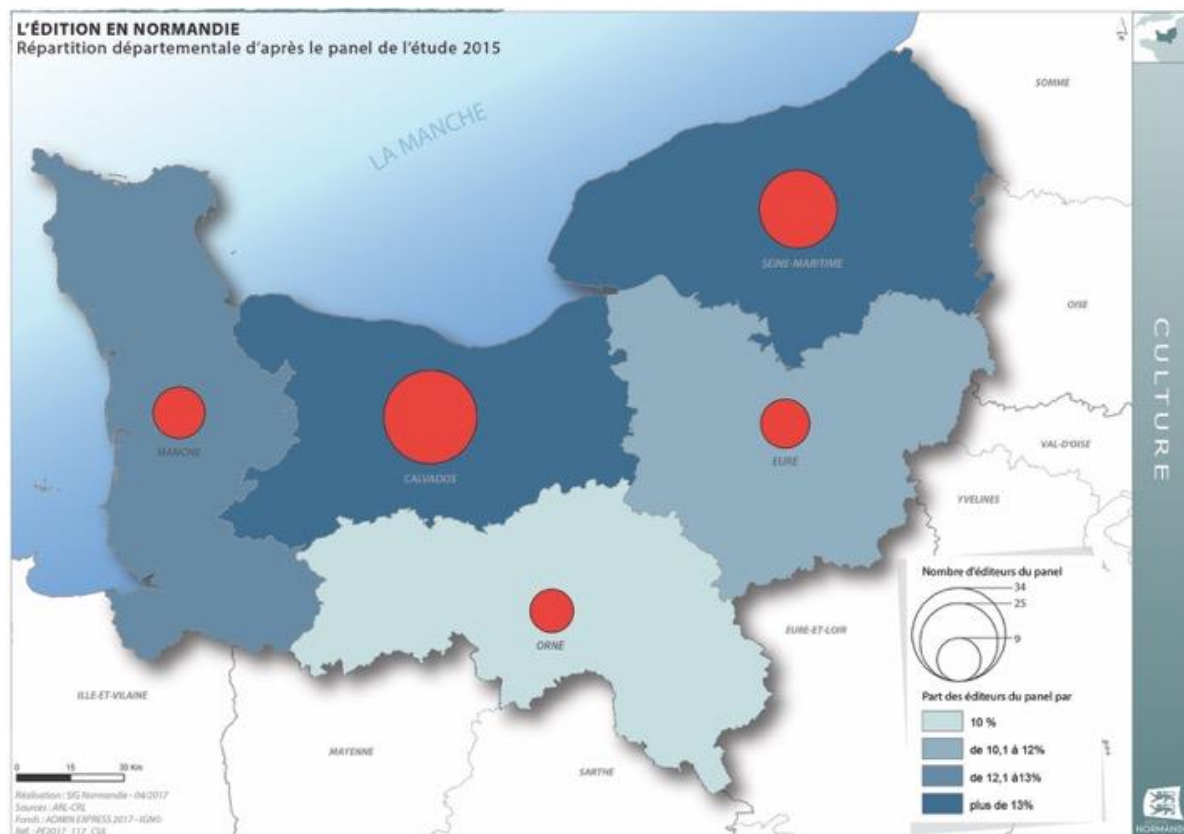
I. CARTE D'IDENTITÉ ET STRUCTURATION

D'après l'observatoire du dépôt légal, en 2014 il y a eu 8 325 déposants et 80 255 livres enregistrés en France (dont pour le tiers des primo-déposants). En Normandie, sur cette même année il y a eu 258 déposants, dont 99 nouveaux déposants (38 %) et 989 dépôts.

La Normandie représente donc 1,23 % des dépôts en France, en comparaison, la Picardie, sur la même période représente 0,5 % des livres publiés.

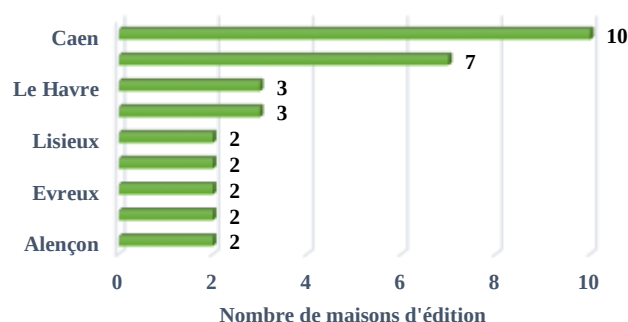
Implantation géographique

60 % des maisons d'édition sont implantées dans le Calvados, la Manche et l'Orne et 40 % dans l'Eure et la Seine-Maritime.



La Manche et l'Eure ont un nombre d'éditeurs assez proche (respectivement 12 et 11). L'Orne est le département le plus faiblement doté en maisons d'édition, mais il existe aussi un tissu d'éditeurs bien intégré en zone rurale sur l'ensemble du territoire normand.

Villes ayant plus d'une maison d'édition



Des maisons d'édition majoritairement en zone urbaine

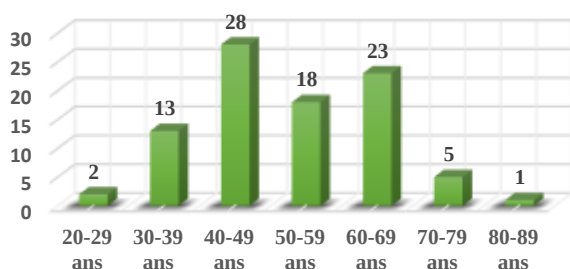
On note une répartition assez inégale des éditeurs sur le territoire, avec, sans surprise, une implantation plus dense dans les départements les plus peuplés, et logiquement dans les zones de forte urbanisation : Caen et Rouen, respectivement avec 10 et 7 éditeurs, loin devant Le Havre et Bayeux avec 3 éditeurs.

Portrait de l'éditeur normand

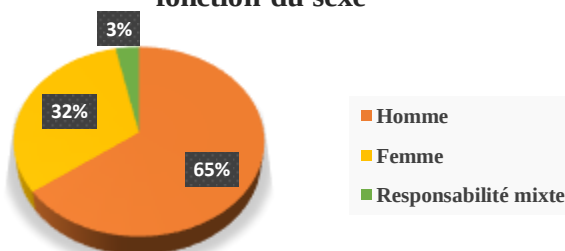
L'éditeur normand est un homme de 51 ans

Il ressort que 59 maisons d'édition ont pour responsable un homme, 29 une femme et 3 sont gérées par un couple mixte ou des associés. La répartition des sexes selon le statut SARL ou associatif est à peu près similaire, la gestion d'une maison d'édition est un métier essentiellement masculin.

Répartition des éditeurs normands par tranche d'âge



Répartition de la responsabilité des maisons d'édition en Normandie en fonction du sexe



L'âge moyen des éditeurs sur l'ensemble de la Normandie est de 51 ans tandis que la médiane est de 50 ans. Les écarts sont élevés entre le responsable le plus jeune, 20 ans et le plus âgé, 83 ans.

D'une façon plus générale, cet âge moyen relativement élevé des éditeurs de la région est porteur à la fois d'une opportunité et d'un risque :

- l'opportunité est celle, pour les porteurs de projets, de pouvoir éventuellement racheter certaines de ces maisons d'édition (au moins celles qui sont structurées sous une forme commerciale) ;
- le risque, compte tenu de la taille modeste de la plupart des structures du panel, est que la viabilité d'une maison soit tellement liée à son dirigeant que sa vente puisse apparaître comme problématique.

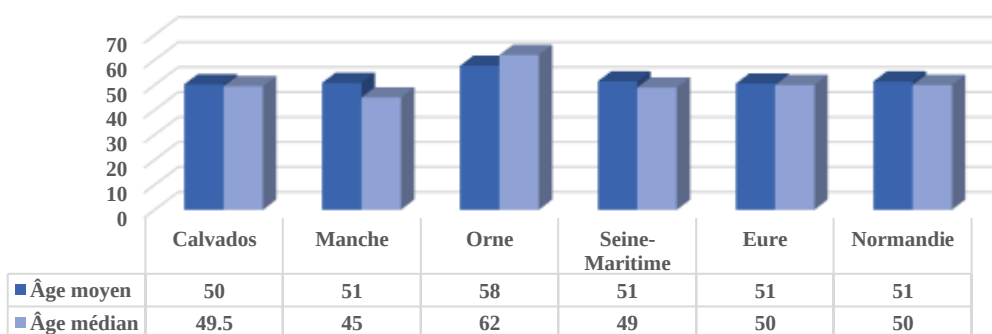
Pourquoi sont-ils devenus éditeurs ?

La passion de la littérature revient évidemment fortement dans les motivations des éditeurs. Souvent de formation littéraire, plusieurs d'entre eux ont déjà eu un parcours dans les métiers du livre en tant qu'auteurs ou éditeurs dans d'autres maisons d'édition ou en librairies. Puis ils se sont lancés, souvent pour exprimer encore plus fortement leur créativité, littéraire ou graphique. « Pour faire des livres qu'on rêvait d'avoir dans sa bibliothèque », précise un éditeur, « publier des livres nécessaires mais non rentables » ajoute l'un, « car il manquait des livres que j'avais envie de lire » renchérit un autre. Par goût du partage également, « pour faire découvrir de jeunes auteurs » souligne un éditeur et « parce qu'il y avait une demande non satisfaite » déclare un ancien libraire.

Des difficultés de transmission

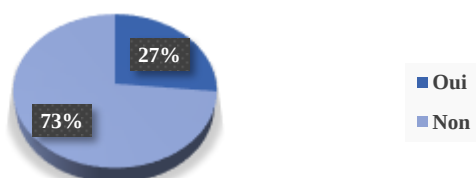
Actuellement, la moyenne d'âge des éditeurs ayant un projet de transmission est de 62 ans.

Âge moyen et âge médian des éditeurs dans les différents départements normands



La question de la transmission est évidemment liée à la question de l'âge du responsable. Dans la mesure où **51 % des éditeurs ont plus de 50 ans**, cette question de la transmission va se poser de façon prégnante dans les 10 prochaines années. Cette situation est comparable à la Picardie où 50 % des éditeurs ont plus de 55 ans.

Envisagez-vous la transmission de votre maison d'édition ?



Seulement 27 % des éditeurs envisagent la transmission de leur maison d'édition et 61 % des éditeurs interrogés estiment qu'ils auront des difficultés à transmettre.

Cette difficulté s'explique aisément lorsque l'on sait la faible rentabilité financière des structures, « métier trop peu rémunérateur mais très valorisant » souligne un éditeur ; « ça a peu de valeur » ajoute un autre.

Vient ensuite la spécificité de la ligne éditoriale d'une maison d'édition qui repose souvent sur la personnalité du fondateur et sa passion, « cette maison a été créée à partir de mes envies », déclare un éditeur, un autre renchérit « cette maison c'est moi », rendant ainsi sa maison d'édition difficilement transmissible.

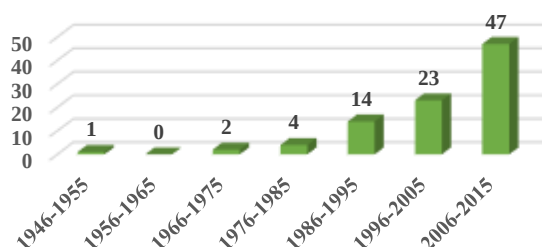
Seulement 37 % des éditeurs interrogés estiment avoir besoin d'être accompagnés dans leur transmission, car ils pensent que la maison d'édition n'est pas transmissible pour les raisons évoquées plus haut.

De plus, même quand ils expriment le besoin d'être soutenus dans cette démarche, ils ne savent vraiment pas quelle forme cet accompagnement pourrait prendre : conseils juridiques, échanges avec des confrères... Le taux de réponse est de 42 %, soit 38 éditeurs qui ont répondu à cette question.

Structuration des maisons d'édition

De jeunes maisons d'édition

Décennie de création des maisons d'édition



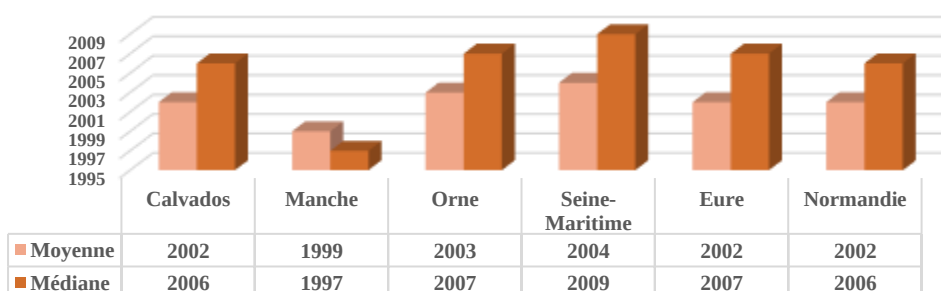
Même si l'on vient d'évoquer la transmission, il faut noter que plus de la moitié, soit **51 % des maisons d'édition sont nées entre 2006 et 2015** et 18 % ont été créées ces trois dernières années. En comparaison en Picardie, selon l'étude de 2015, 51,8 % des maisons d'édition ont moins de dix ans.

Toutefois, 77 % des maisons d'édition sont nées après 1996. Ce sont donc des maisons d'édition relativement pérennes. Sur la période 2012-2015, il y a eu 12 créations de maisons d'édition en

(Basse-)Normandie et 11 en (Haute-)Normandie ainsi que 7 cessations d'activités en (Basse-)Normandie (dont 2 pour cause de décès) et 8 en (Haute-)Normandie (dont 2 pour cause de décès).

Les maisons d'édition normandes ayant plus de 20 ans d'activité représentent 23 % des maisons d'édition. Ce taux est relativement comparable à celui de Languedoc-Roussillon, 22 %. Toutefois il est de 30 % en Midi-Pyrénées et 32 % en Aquitaine.

Années moyenne et médiane de création des maisons d'édition dans les différents départements normands



Elles ont souvent un profil similaire : maisons d'édition importantes, SARL ou associations, la plupart avec des salariés. Certaines ont fait l'objet d'une transmission il y a quelques années, c'est le cas pour 2 d'entre elles en (Basse-)Normandie et 1 en (Haute-)Normandie.

Des éditeurs indépendants

Seule une maison d'édition appartient à un imprimeur indépendant, 99 % des maisons d'édition n'appartiennent pas à un groupe. Ce sont donc, pour l'essentiel, des maisons d'édition indépendantes. Comme nous l'avons souligné en préambule, 2 maisons d'édition relèvent des services de l'Université, ce sont les Presses universitaires de Caen (PUC) et les Presses universitaires de Rouen et du Havre (PURH). Si elles ne sont pas statutairement indépendantes, elles ont une place importante dans le paysage éditorial normand.

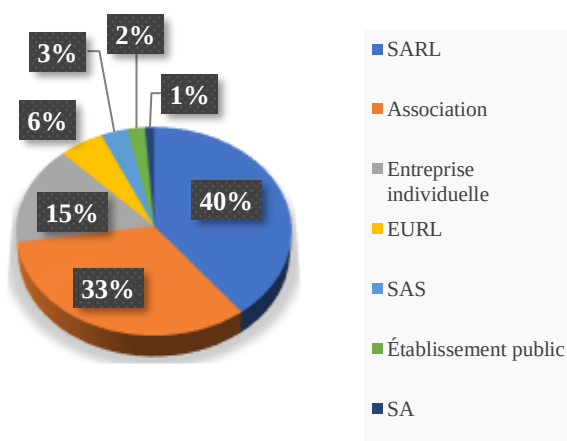
Les éditeurs normands sont farouchement indépendants puisque 68 % d'entre eux déclarent ne pas adhérer à un réseau. Il n'existe pas non plus d'association d'éditeurs en Normandie, seuls 3 éditeurs adhèrent au Syndicat national de l'édition (SNE). L'ARL et le CRL sont mentionnés par 21 d'entre eux sur la question des réseaux, soit près de 24 %, alors que dans les faits, des éditeurs adhérents n'ont pas forcément pensé à mentionner la structure du livre (SRL).

Seules 7 % des maisons d'édition ont leur siège social hors région Normandie

La question du siège social est un préambule au référencement des professionnels du livre sur un territoire et il peut sembler curieux de les avoir interrogés à ce sujet. Toutefois, l'implantation d'une maison d'édition est souvent liée au parcours de l'éditeur lui-même. Nous nous sommes donc également attachés à regarder le lieu de l'activité. Un siège social à Paris pour un éditeur implanté en région peut s'interpréter par l'histoire même de la maison d'édition ou bien par le fait de vouloir garder une adresse parisienne, signe de « prestige » et garantie d'une certaine « crédibilité » dans le monde de l'édition. C'est le cas pour 5 d'entre elles. La 6^e a fait l'objet d'un rachat mais a conservé son siège social en Bretagne car cela a un coût de le faire modifier. Ces 6 maisons d'édition ont un établissement secondaire ou leur activité éditoriale en Normandie (3 en Seine-Maritime, 2 dans l'Eure et 1 dans le Calvados). À l'exception de celles-ci, la taille et l'activité des maisons d'édition en Normandie ne nécessitent pas d'avoir un établissement secondaire.

À l'inverse, 2 maisons d'édition sont implantées en Normandie mais leur activité est exclusivement parisienne. Nous les avons donc retirées du corpus de l'étude.

Statut juridique des maisons d'édition en Normandie



40 % des maisons d'édition sont des SARL

Une petite majorité des éditeurs normands est structurée en SARL, 40 %, contre 33 % en association, et 15 % en entreprise individuelle.

Le statut commercial dénote une véritable volonté de professionnalisation et de développement économique. Si la création d'une maison d'édition naît souvent de l'impulsion de porteurs de projets passionnés, peu de structures se développent suffisamment pour se transformer en entités économiques viables et créatrices d'emplois à moyen terme.

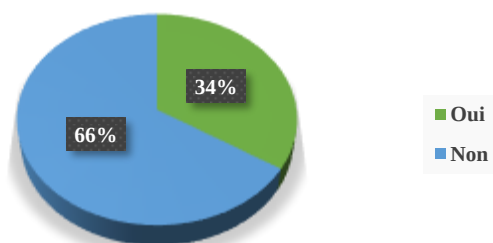
À l'inverse, le statut associatif démontre la volonté de faire passer le projet éditorial avant toute ambition commerciale ou volonté de développement. Cela peut s'expliquer aussi par l'absence d'investissement financier lourd au départ, et par le fait qu'un nombre important d'éditeurs ont une autre activité rémunératrice en parallèle.

Cette répartition est assez comparable à la Picardie où 41 % des maisons d'édition ont un statut commercial, 26 % un statut associatif, et où 22 % sont en entreprise individuelle et autoentreprise. Mais cela peut différer beaucoup d'une région à l'autre : en Lorraine, 22 % sont en SARL et 54 % en association ; en Aquitaine, 60 % sont en société commerciale, 30 % en association et 10 % en entreprise individuelle.

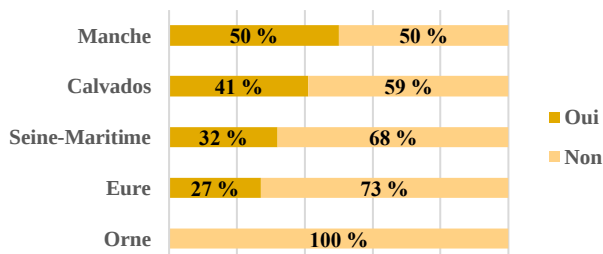
66 % des maisons d'édition du panel n'ont pas de bureau

Seulement 34 % d'entre elles ont des bureaux, avec une particularité, dans l'Orne, où aucun éditeur n'a de bureau. La particularité de l'Orne peut s'expliquer par la forte représentation des associations dans ce département (44,5 %, ce qui est le taux le plus fort de la région) et aussi sans doute par la moyenne d'âge, plus élevée (58 ans).

La maison d'édition a-t-elle des bureaux ?



Pourcentage des maisons d'édition ayant des bureaux



De manière plus générale, les éditeurs essaient d'alléger leurs charges fixes au maximum en travaillant à domicile, mais cela conduit à une impasse en termes de développement : pas d'accueil de personnel ni de stagiaires, pas de lieux identifiés pour les rendez-vous professionnels, difficultés de stockage, etc.

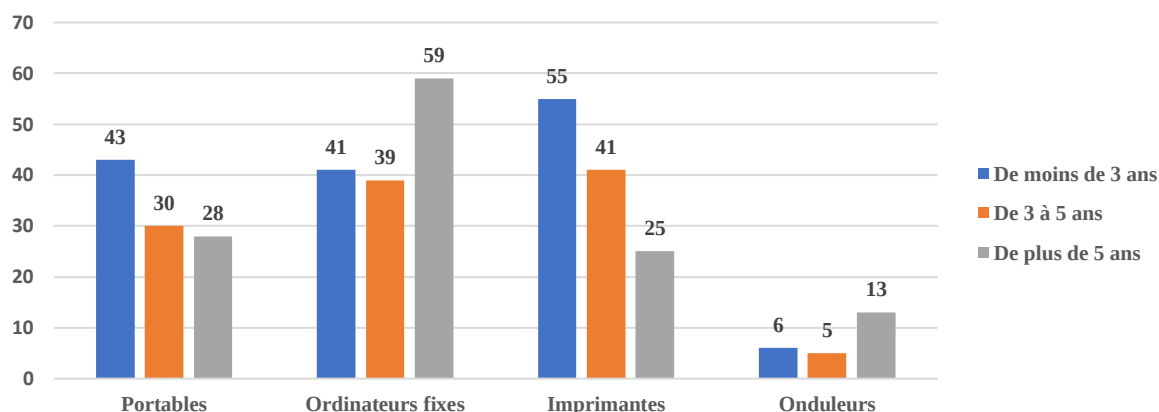
Des espaces de *coworking* se développent dans les grandes villes et peuvent apporter des solutions intéressantes et moins coûteuses que la location de bureaux mais sont encore trop récents pour avoir été expérimentés par les éditeurs.

Sur les 31 maisons d'édition qui ont des bureaux, 24 ont un lieu de stockage au sein de ces locaux. Parmi ces 24 éditeurs qui ont un bureau incluant un lieu de stockage, 11 ont également un lieu de stockage extérieur.

Un bon équipement en matériel informatique

Les éditeurs normands sont plutôt bien équipés en matériel informatique même si ceux qui n'ont pas de bureau utilisent parfois leur matériel personnel pour l'activité éditoriale. **Globalement le matériel a plutôt moins de trois ans.**

Âge du parc informatique chez les éditeurs normands

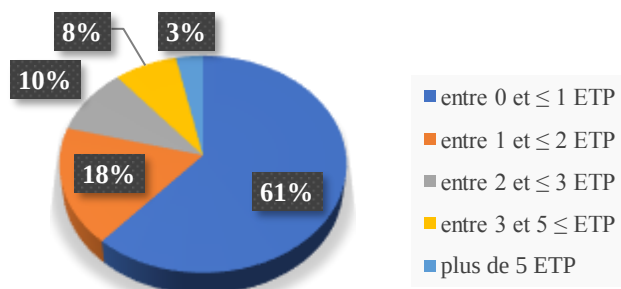


Ils déclarent 43 ordinateurs portables et 55 imprimantes de moins de trois ans. En revanche, 59 ordinateurs fixes ont plus de cinq ans et 41 moins de trois ans. Or l'outil informatique est incontournable dans l'exercice de ce métier, ce qui implique nécessairement un renouvellement régulier du matériel ainsi que des logiciels afin de continuer à être performant. Il existe des aides pour cela.

Emploi et formation

Près de 68 % des maisons d'édition emploient entre 1 et 2 personnes

Répartition du nombre de salariés en équivalent temps plein dans les maisons d'édition normandes



Les 91 maisons d'édition totalisent 126,8 ETP (équivalent temps plein)⁵. Ainsi, 51 maisons d'édition n'ont pas de salariés. Plus de la moitié d'entre elles (56 %) sont constituées d'une seule personne, le responsable, qui n'est pas salarié. Cela représente 59 % en Alsace⁶. **La moyenne se situe à 1,02 ETP en Normandie.**

En Aquitaine, 48 % des maisons d'édition n'ont pas de salariés, 44 % en Nord-Pas-de-Calais. En Picardie, 74 % des éditeurs annoncent entre 0 et 1 ETP et la Picardie totalise 23,84 ETP salariés, pour une moyenne de 0,66 ETP.

En Languedoc-Roussillon, sur un échantillon de 49 maisons d'édition, l'effectif recensé en 2009 s'élève à 117 salariés. La moyenne se situe à 1,03 ETP tandis que la médiane se situe à 0. Elle s'approche de celle de Lorraine à 1,05 et de 1,13 en Nord-Pas-de-Calais.

Quarante-deux maisons d'édition emploient entre 1 et 2 personnes, incluant les responsables non-salariés. Dix-neuf d'entre elles emploient entre 3 et 20 personnes (31 %). Une seule structure emploie plus de 20 personnes.

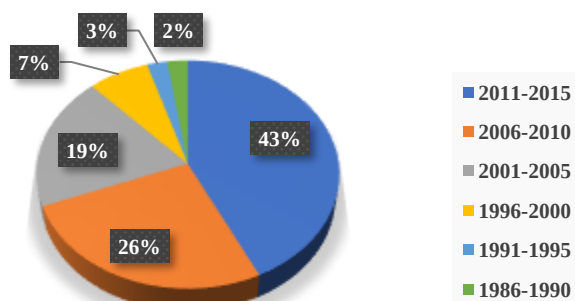
90 % des maisons d'édition n'ont pas procédé à de nouvelles embauches récemment. Seules 9 maisons d'édition ont embauché durant cette période : 1 structure a procédé à 3 embauches dans le cadre de la reprise du catalogue de la maison d'édition en 2014 et donc à sa structuration ; 3 ont embauché chacune 2 personnes (dans un des cas, les embauches viennent combler en partie des démissions volontaires et des licenciements économiques intervenus après une mauvaise année). Cinq maisons d'édition ont embauché chacune 1 personne.

Cinq maisons d'édition ont connu des départs de personnels en CDI.

Au total, sur la période 2012-2013-2014, on enregistre **16 départs pour 14 embauches.**

37 CDI ont été créés depuis 10 ans

Période d'embauche pour les salariés en CDI dans les maisons d'édition normandes



Sur les 42 maisons d'édition qui ont des salariés, on compte (pour ceux qui ont détaillé le statut de leurs salariés) : 42 CDI et 10 CDD. Il y a également 1 apprenti, des fonctionnaires (en ce qui concerne les PUC et les PURH), 1 vacataire, 1 service civique et 1 CAE.

Durant la période 2011-2015, 18 CDI ont été créés, 11 entre la période 2006-2010, 8 entre la période 2001-2005.

Concernant les CDD, sur les 10 qui ont été mentionnés par les éditeurs, 8 ont été créés durant la période 2011-2015, 1 entre 2006 et 2010 et 1 en 1980.

⁵ La notion d'équivalent temps plein correspond à une activité exercée sur la base d'un temps plein soit à hauteur de la durée légale. Ainsi, 2 salariés, ayant une durée de travail hebdomadaire de 17h30 chacun, correspondent à 1 ETP.

⁶ Cf. l'enquête de la Confédération de l'illustration et du livre *Les éditeurs en Alsace*.

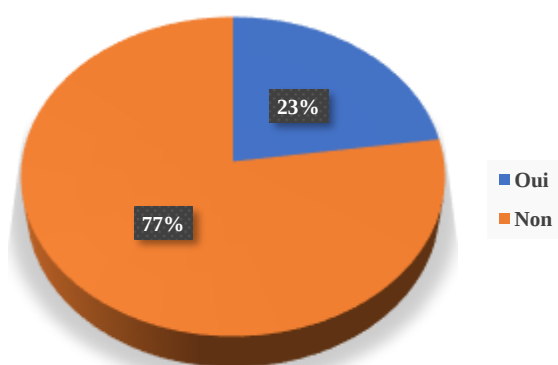
Seules 12 % des maisons d'édition normandes ont un responsable salarié (8) et 34 % d'entre elles ont un responsable qui exerce une activité, salariée ou non, en dehors de la structure d'édition.

Le département de l'Eure affiche le pourcentage le plus élevé de maisons d'édition ayant un responsable salarié (27 %), le pourcentage le plus faible est annoncé dans le Calvados (6 %).

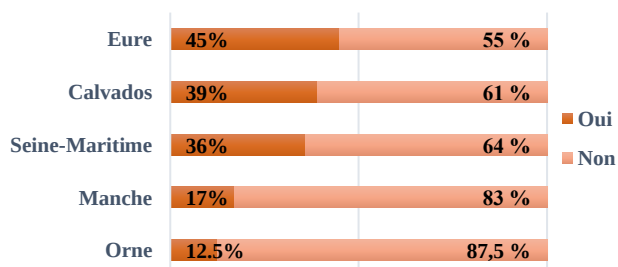
En Aquitaine et en Picardie, le pourcentage élevé de gérants non-salariés s'explique par une faible activité et donc un faible niveau de rentabilité de certaines structures.

Seuls 14 éditeurs, sur 54 ayant répondu à cette question, ont pour ressource exclusive l'édition. On ne peut établir de lien avec la structure juridique puisque 58 structures ont un statut d'entreprise et seules 5 ont un gérant qui se rémunère exclusivement sur l'activité édition ou le chiffre d'affaires. Les situations se révèlent assez diverses.

Est-ce la seule source de revenus ?



Pourcentage des maisons d'édition dont le responsable a une autre activité salariée en dehors



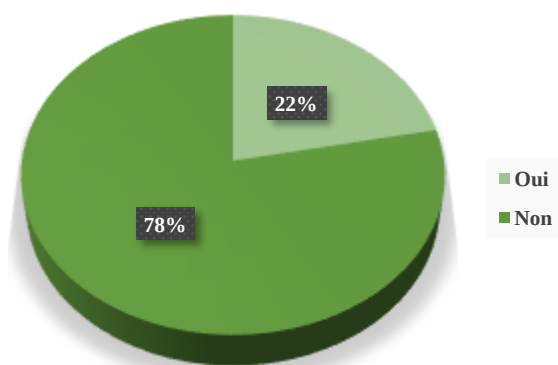
Dans certains cas, les activités parallèles permettent de pallier cette situation, comme dans le Calvados où 39 % des responsables de maisons d'édition affirment avoir une activité salariée en dehors, les autres semblent avoir une activité rémunérée (non salariée) ou être retraités.

Peu de recours à des stagiaires, bénévoles, prestataires extérieurs, etc.

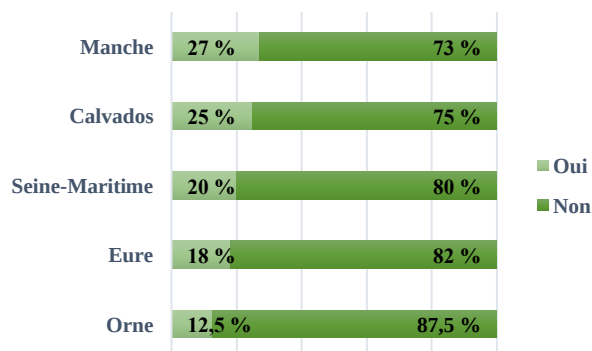
Comme dans toutes les microstructures, une maison d'édition doit avoir un personnel polyvalent ou avoir recours à des services extérieurs. Cependant, le taux d'éditeurs faisant appel à des **stagiaires** est faible (22 %). Il faut peut-être mettre ce faible taux en regard du grand nombre de structures n'ayant pas de bureaux dédiés et de salariés. Cette absence de lieu dédié au travail entraîne parfois le sentiment de n'être pas un « vrai éditeur », ce qui génère un doute sur ce qu'ils pourraient apprendre à un stagiaire.

En Picardie, 1/3 des structures font appel à des stagiaires. En Aquitaine, 43 % des éditeurs étudiés ont employé 1 ou 2 stagiaires en 2012.

Faites-vous appel à des stagiaires ?

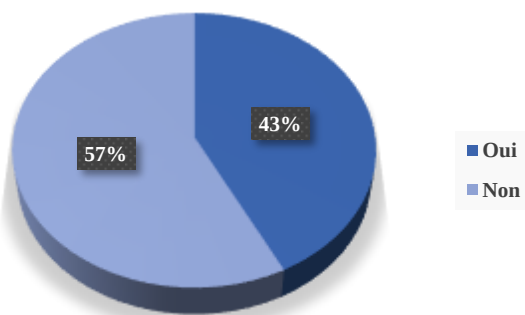


Pourcentage des maisons d'édition qui font appel à des stagiaires

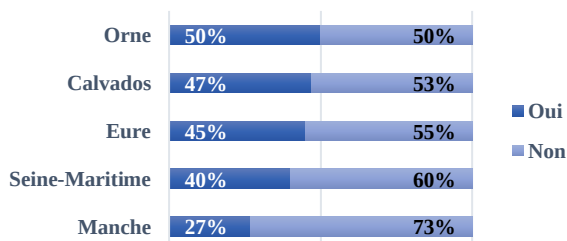


Le recours à des **bénévoles** (43 %) est principalement lié à la tenue des stands sur les salons et festivals ainsi qu'aux relectures et corrections de manuscrits. Les éditeurs de la Seine-Maritime et de la Manche font moins appel à des bénévoles que ceux des 3 autres départements, mais cela reste un taux inférieur aux autres régions. En Picardie, 50 % des maisons d'édition interrogées ont recours partiellement ou uniquement à de l'emploi bénévole, contre 60 % en Bourgogne et 70 % en Alsace. En Aquitaine, 20 maisons d'édition déclarent accueillir près de 70 bénévoles (chiffre global en 2012), ce qui représente peu ou prou l'effectif salarié en CDI.

Faites-vous appel à des bénévoles ?



Pourcentage des maisons d'édition qui font appel à des bénévoles



Seules 6 maisons d'édition ont un comptable salarié. Cela est cohérent avec la petite taille des structures qui n'ont pas le volume d'activité suffisant pour employer un comptable de façon permanente. Ils font majoritairement appel à un comptable ou expert-comptable extérieur.

En revanche, même si seulement 20 % des éditeurs sous-traitent entièrement la chaîne de fabrication, ils en externalisent une partie. Notamment **l'impression et le façonnage sont sous-traités à 71 %**.

Pour ce qui est de l'impression, elle a encore lieu à 35 % en région, principalement avec l'imprimerie Corlet à Condé-sur-Noireau (14), à 41 % en France et à 19 % à l'étranger. Les impressions à l'étranger se font beaucoup dans les pays de l'Est pour les livres illustrés (beaux livres, livres pour la jeunesse), en Pologne ou en Tchéquie. Il s'agit pour l'éditeur de réaliser une économie substantielle (20 à 30 %). 5 % des éditeurs impriment en interne.

Les prestations de brochure et reliure sont réalisées en région à 34 %, en France à 43 %, à l'étranger pour 18 % des éditeurs et 5 % d'entre eux réalisent le travail de brochure, reliure en interne.

En revanche, pour 70 % des éditeurs du panel, la maquette est réalisée en interne, pour 22 % de ceux qui externalisent, elle est réalisée en France, et pour 6 % en région (seulement 2 % à l'étranger).

Seulement 17 % des maisons d'édition sous-traitent maquette, composition et mise en pages. La maquette est sous-traitée, au moins occasionnellement, pour 38 % et la couverture pour 32 %. En Picardie, 33 % d'entre eux sous-traitent la maquette (couverture et intérieur).

Étant donné que peu de structures ont des salariés, cela signifie que l'éditeur remplit également la fonction de graphiste-maquettiste. Ce choix est probablement lié à la volonté de maîtriser au maximum la production et d'en limiter les coûts. Toutefois dans certains cas, l'éditeur gagnerait en qualité et en identité en externalisant la conception de la maquette. À l'heure du numérique, l'identité graphique d'une maison d'édition est primordiale et un soin particulier doit être apporté à l'objet livre pour faire apparaître sa singularité et donner envie de le toucher, de le lire et donc de l'acheter.

À 74 %, les éditeurs relisent et corrigent eux-mêmes les manuscrits. Pourtant la prestation d'une relecture est peu onéreuse et évite la présence de coquilles et fautes de langue encore trop présentes dans certains ouvrages. La relecture est externalisée régulièrement pour seulement 17 % des éditeurs et occasionnellement pour 9 % d'entre eux.

43 éditeurs font appel à un traducteur, soit 47 % du panel. Plus étonnant, 32 % des éditeurs traitent la traduction en interne. Pour 19 % ils font appel à des traducteurs en région, 37 % dans le reste de la France et 12 % à l'étranger.

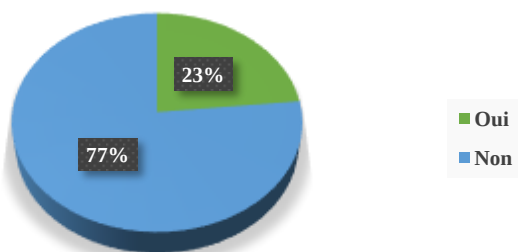
Finalement, les éditeurs normands font assez peu appel à des compétences extérieures, ils sont pour la plupart seuls, ce qui signifie que l'éditeur est polyvalent et multitâche. Cela apparaît comme un tour de force et doit être mis en regard du nombre de publications par an. L'autre question qui se pose face à la multiplicité des fonctions qu'ils doivent remplir est celle de la formation, initiale ou continue.

Majoritairement, 55 % des éditeurs ont un niveau bac +3 ou plus (soit 48 éditeurs sur les 87 qui ont répondu à cette question). C'est peu au regard des éditeurs alsaciens dont 94 % des effectifs sont titulaires d'une formation initiale minimum de bac +3.

Parmi les 91 éditeurs qui ont répondu au questionnaire, il apparaît que 20 d'entre eux ont une formation ou une expérience professionnelle dans les métiers du livre, soit 22 %.

Des éditeurs peu formés

Vos collaborateurs ont-ils suivi une formation au cours des 3 dernières années ?



Pour ce qui est de la formation continue, les éditeurs manifestent le besoin d'être formés mais, **30 % seulement des éditeurs normands ont suivi une formation au cours des trois dernières années**, même pourcentage qu'en Alsace. En Picardie, cela représente 37 %.

De nombreux éditeurs ont une autre activité en parallèle de l'activité d'édition et n'ont pas le temps de se former. Ils évoquent également ne pas être informés sur le droit à la formation continue dont ils jouissent. D'ailleurs, seuls 22 éditeurs ont répondu concernant l'organisme paritaire collecteur agréé (OPCA) auquel ils cotisent. Dans l'ordre décroissant : Afdas (12) (culture, communication, médias, loisirs),

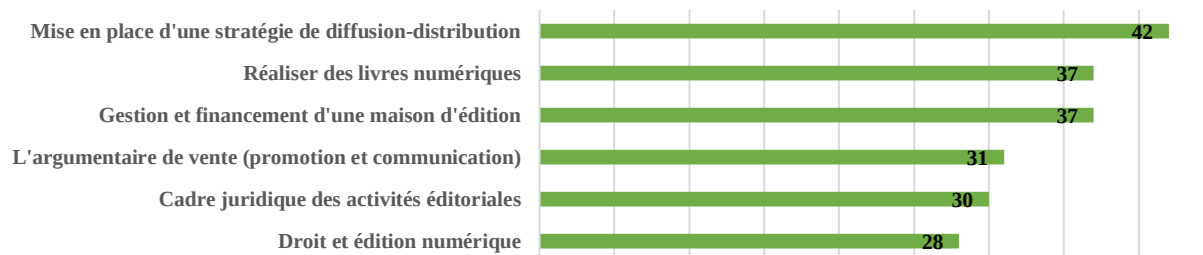
AGEFICE (2), AGEFOS PME (2) (OPCA interprofessionnel dont le rôle est de collecter les fonds de formation des entreprises n'ayant pas d'obligation de verser à un OPCA de branche ou dont les branches professionnelles les ont désignés), OPCA CGM (industries graphiques) (1), Uniformation (économie sociale, habitat social et protection sociale) (1), Chambre des métiers (1), FIFPL (1), CGA (1), Université (1).

Pour bénéficier de la prise en charge des formations, les entreprises doivent cotiser à un OPCA, chargé de collecter, mutualiser et redistribuer les obligations financières versées par les entreprises au titre de la formation professionnelle. L'argent récolté sert au financement du compte personnel de formation depuis le 1^{er} janvier 2015 (CPF), anciennement droit individuel à la formation (DIF), des périodes de professionnalisation, et du plan de formation de l'entreprise. L'OPCA assure le financement et la gestion administrative des actions de formation mises en œuvre par les entreprises.

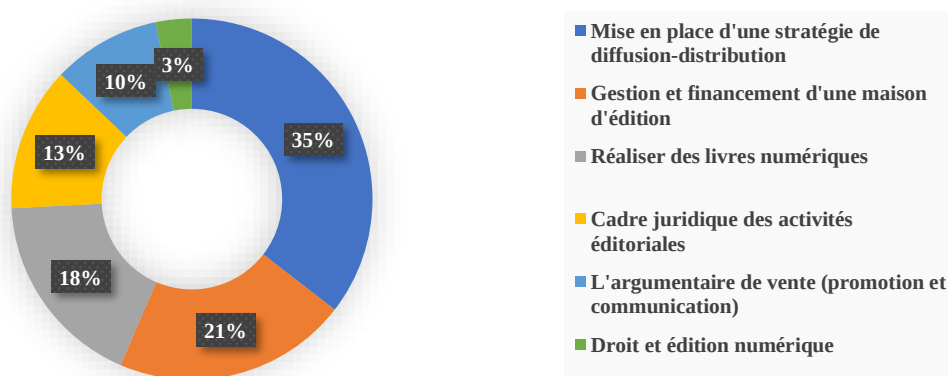
Comme très peu d'entre eux cotisent, le CRL a mis en place, depuis 2010, des formations décentralisées en région, en partenariat avec l'Asfored, sur des thèmes comme l'autodiffusion ; les bases de la gestion d'une maison d'édition ; les réseaux sociaux ; le marketing et la communication ; la cession de droits. Au total, il y a eu 60 participants pour 35 maisons d'édition ou structures éditoriales concernées.

En Aquitaine, depuis 2007, le service de la formation professionnelle de la Région Aquitaine alloue une subvention à l'OPCA de la branche édition pour la mise en place d'un programme de formation à destination des éditeurs du territoire, programme coordonné par la structure du livre Écla. Pour les salariés et les non-salariés de la branche édition, 100 % des coûts pédagogiques sont pris en charge. Cela reste une exception au niveau national et montre de fait l'implication historique de l'institution sur cet enjeu. Parmi les éditeurs qui ont répondu, 36 ont pu bénéficier de ce dispositif entre 2007 et 2013, soit 68 %.

Besoins en formation les plus souvent cités par les maisons d'édition normandes



Besoin de formation le plus couramment cité à la première place par les maisons d'édition normandes



À la question sur les besoins en formation, 32 % des éditeurs n'ont pas répondu. En Picardie, 42 % des éditeurs répondants n'expriment pas de besoins en formation. Cela peut s'expliquer par la petite taille de la maison d'édition et le peu de personnel. Le responsable gère tout et ne prend pas le temps de se former.

Les réponses obtenues montrent que le besoin numéro 1 est la mise en place d'une stratégie de diffusion-distribution, nerf de la guerre et écueil le plus souvent rencontré par les éditeurs en région, puis vient la gestion et le financement d'une maison d'édition. Contrairement à la création ou à la reprise d'une librairie, entreprise commerciale nécessitant un local et des achats de marchandises, la création d'une maison d'édition est beaucoup plus simple et beaucoup moins coûteuse. Le projet naît souvent d'une envie de publier le livre que l'on veut lire et que l'on ne trouve pas dans le commerce. De nombreuses informations sont consultables sur Internet et il est aisé de publier un livre. Il est beaucoup plus difficile en revanche de pérenniser l'activité et de la rendre viable. De nombreux éditeurs en prennent conscience après la parution du premier ouvrage.

De nombreux besoins en formation émergent : besoins techniques, promotion et communication, administration, droit, etc. Seuls 12 % des éditeurs aimeraient avoir un accompagnement individualisé.

Les aspects du métier qui ont le plus changé selon les éditeurs

Plusieurs éditeurs reconnaissent qu'ils se sont professionnalisés depuis leurs débuts.

L'arrivée du numérique a été aussi un bouleversement pour beaucoup d'entre eux : cela a permis de faire baisser les tirages, et donc d'encourager la microédition, mais la concurrence entre petits éditeurs est de plus en plus importante en librairie, souligne une éditrice.

Les possibilités en termes de communication et de vente sont aussi démultipliées : « j'ai des auteurs et des clients dans le monde entier » s'enthousiasme un éditeur.

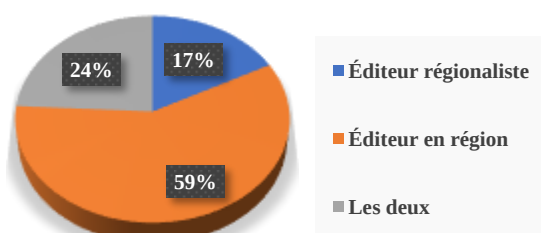
Mais la commercialisation du livre est plus difficile qu'avant pour beaucoup d'entre eux : raréfaction des librairies indépendantes, frilosité des libraires à prendre les nouveautés de petits éditeurs, « on passe plus de temps à gérer qu'à créer » se plaint un éditeur. « La durée de vie d'un ouvrage en librairie est de plus en plus courte », s'inquiète un autre. Un éditeur insiste aussi sur la désaffection croissante du public pour la lecture. Toutefois un éditeur se rassure en constatant que, quelles que soient les innovations techniques et numériques, « il faut toujours partir du travail de l'auteur pour faire un livre ».

II. PRODUCTION ET FABRICATION

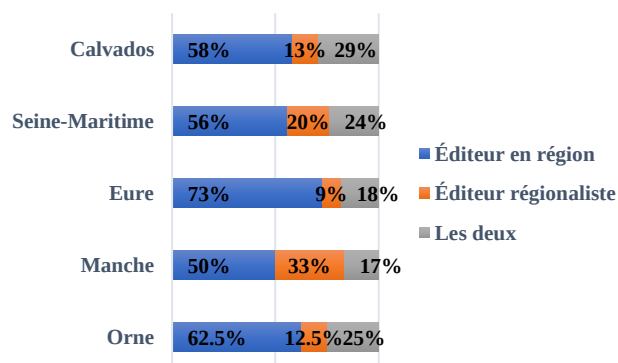
Production éditoriale

Les éditeurs se revendiquent clairement éditeurs « en région » à 59 % avant d'être des éditeurs « régionalistes » (seulement 17 %).

Comment vous définissez-vous ?

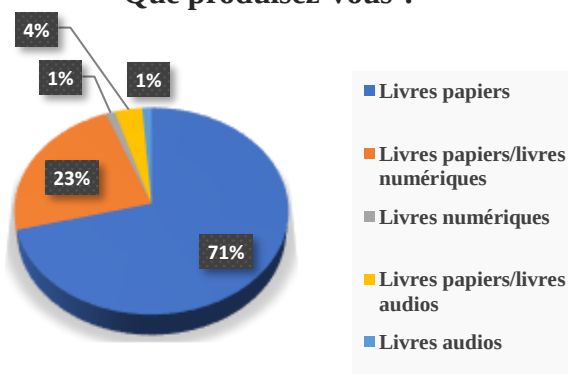


Comment vous définissez-vous ?



Rappelons le distinguo entre ces deux notions : un éditeur régionaliste valorise le patrimoine local, sa diffusion et son extension seront d'emblée limitées par sa production éditoriale tandis que l'éditeur en région, dont la production ne se ressentira pas de son implantation territoriale, a vocation à rayonner au-delà des frontières régionales.

Que produisez-vous ?



À l'heure du numérique, **71 % des éditeurs normands produisent essentiellement du livre papier**, 23 % éditent les deux formats, un seul éditeur publie exclusivement en numérique, et un seul produit uniquement des livres audio.

À titre comparatif, 26 % des éditeurs picards ont développé des titres numériques et, à court ou moyen terme, 41 % des éditeurs de cette région offriront des titres numériques dans leur catalogue (et ils seront 48 % en Lorraine).

Sur les 21 maisons d'édition qui produisent du livre numérique, 18 ont répondu à la question concernant le livre numérique enrichi. Sur ces 18 maisons d'édition, 8 produisent du livre numérique enrichi.

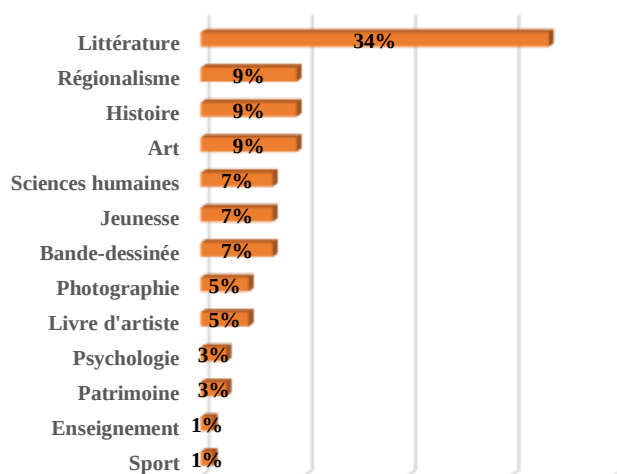
Le support numérique ne semble pas une priorité pour la majorité des éditeurs. Les raisons sont connues : un investissement humain et financier lourd car il faut développer des compétences en interne pour des retombées incertaines, un attachement au livre-objet, et un environnement juridique et commercial méconnu ou jugé encore flou aux yeux de certains.

Rappelons qu'en 2014 le livre numérique représentait 161,4 M€ soit 6,4 % du CA global des ventes de livres⁷. Pour ceux qui produisent des livres numériques, les formats les plus utilisés sont l'ePub et le PDF dans une large majorité, les autres formats cités sont XML, mobi, eFlow, Kindle.

⁷ Le secteur du livre : chiffres-clés 2014-2015 / Service du livre et de la lecture / Observatoire de l'économie du livre

La littérature, ligne éditoriale dominante

Ligne éditoriale principale pour les éditeurs normands

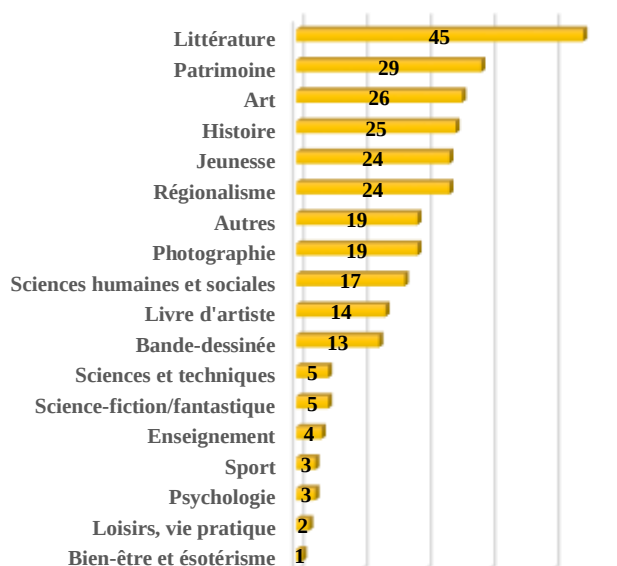


La littérature (roman et poésie) apparaît dominante à 34 %. En comparaison, elle représente 40 % en Aquitaine, 32 % en Midi-Pyrénées, 31 % en Lorraine, 26 % en Languedoc-Roussillon. La littérature représente 26 % au niveau national.

Le régionalisme, l'histoire et l'art, totalisent à eux trois 18 % de la production. Puis viennent les sciences humaines, la jeunesse et la bande dessinée qui représentent toutes les trois 7 %.

La littérature est « la production noble » par excellence mais les marges des petits éditeurs en littérature sont très faibles car leurs ouvrages sont noyés dans la masse de l'offre nationale. Il est plus intéressant, pour un petit éditeur, de se positionner sur une niche éditoriale inoccupée par les grands éditeurs nationaux.

Lignes éditoriales les plus souvent mentionnées par les maisons d'édition normandes

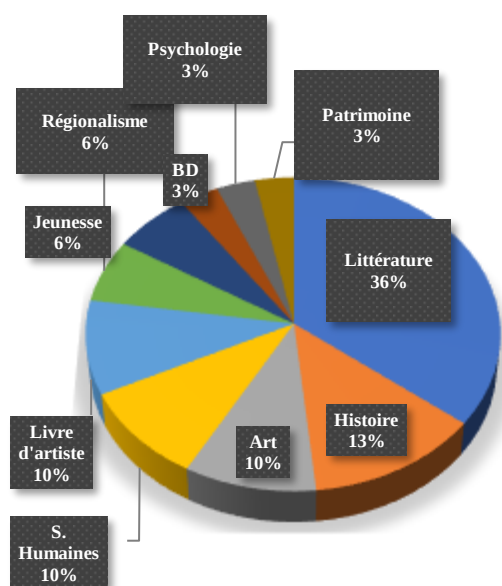


Toutefois les éditeurs ont souvent plusieurs entrées dans leur catalogue : littérature et patrimoine, art et patrimoine, régionalisme et art, art et histoire.

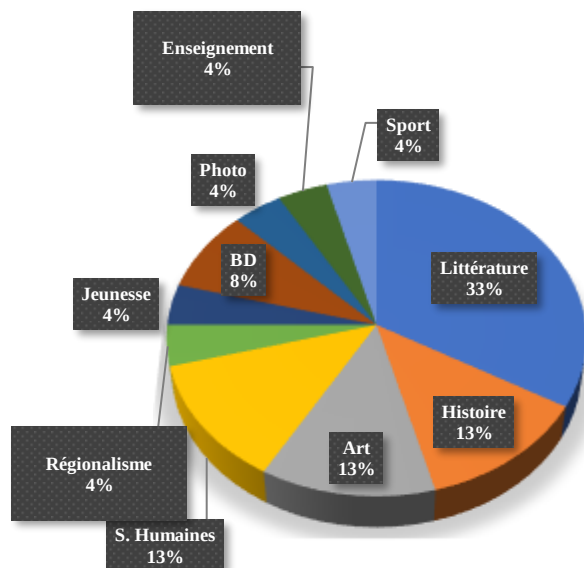
La Normandie est une région riche en patrimoine et en histoire, donc ces thématiques sont logiquement bien représentées dans la production éditoriale en région, avec des variantes géographiques : 29 % des éditeurs de l'Orne et 25 % des éditeurs de la Manche affichent le régionalisme comme étant leur principale ligne éditoriale, alors qu'ils ne sont plus que 6 % dans le Calvados, 4 % en Seine-Maritime et aucun dans l'Eure.

La littérature est prédominante dans l'Eure (64 %), dans le Calvados (36 %) et en Seine-Maritime (33 %). C'est dans la Manche (17 %) et dans l'Eure (9 %) qu'on trouve le plus d'éditeurs jeunesse.

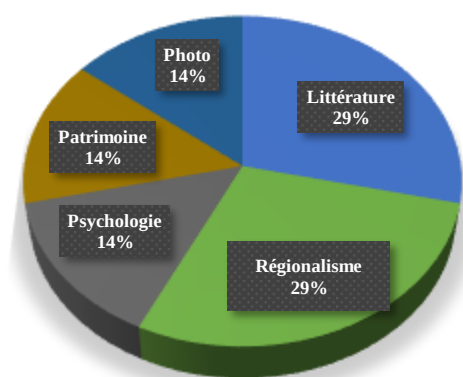
Principale ligne éditoriale chez les éditeurs du Calvados



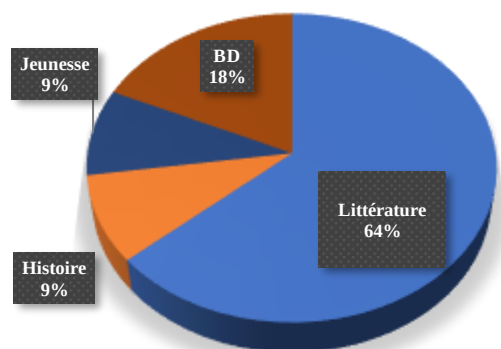
Principale ligne éditoriale chez les éditeurs de Seine-Maritime



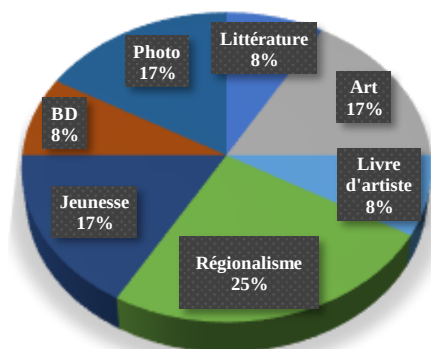
Principale ligne éditoriale chez les éditeurs de l'Orne



Principale ligne éditoriale chez les éditeurs de l'Eure



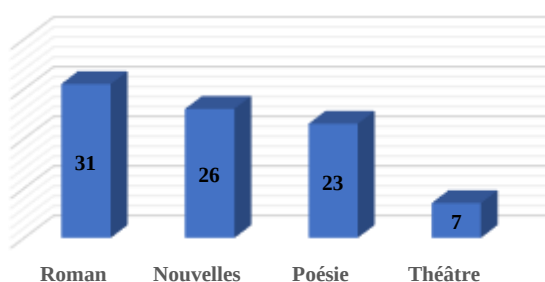
Principale ligne éditoriale chez les éditeurs de la Manche



Le type de production selon les créneaux éditoriaux

Sur les 45 maisons d'édition qui publient de la littérature, 31 publient du roman, 26 des nouvelles, 23 de la poésie et 7 publient du théâtre (des maisons d'édition publient plusieurs types de littérature).

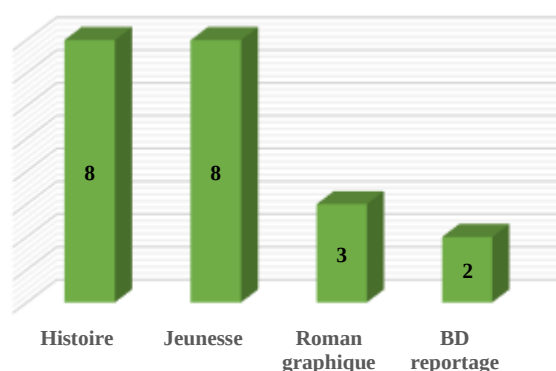
Quel type de littérature publiez-vous ?



À noter que parmi les 7 maisons d'édition qui publient du théâtre, 4 sont basées dans le Calvados et 3 en Seine-Maritime.

Sur les 13 maisons d'édition qui publient de la BD, 8 publient des BD historiques, 8 publient pour la jeunesse, 3 publient des romans graphiques et 2 de la BD reportage (des maisons d'édition publient plusieurs types de BD).

Quel type de BD publiez-vous ?

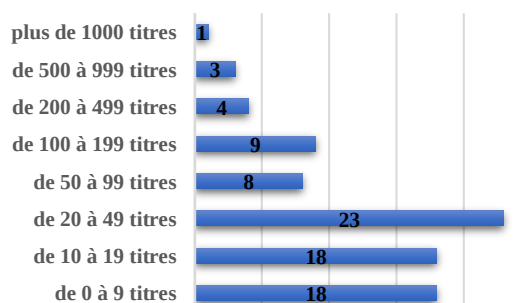


Enfin, sur les 14 maisons d'édition qui publient des livres d'artistes, 11 publient de la poésie et 6 de la littérature (il est à noter que des maisons d'édition publient plusieurs types de livres d'artistes).

En moyenne, 83 titres ont été publiés à compte d'éditeur

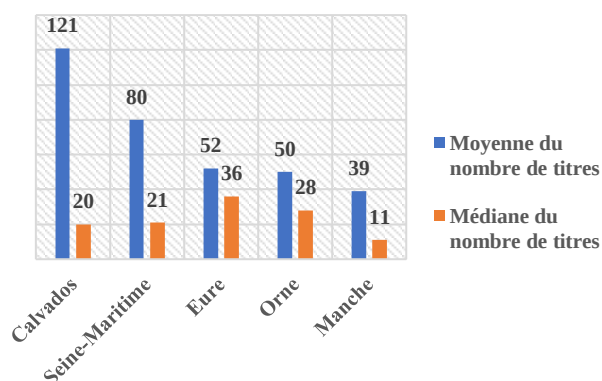
Le nombre de titres à compte d'éditeur publiés depuis la création de la maison se situe en moyenne à 83 titres. La médiane se situe à 21 titres.

Nombre de titres publiés par les maisons d'édition normandes depuis leur création



Une seule maison d'édition, dans le Calvados, a publié plus de 1 000 titres depuis sa création. Dans la catégorie de 500 à 999 titres publiés, il y a les presses universitaires, ainsi qu'un important éditeur régionaliste, qui annonce plus de 600 titres depuis sa création.

Nombre de titres moyen et médian des maisons d'édition depuis leur création



La moyenne élevée de titres dans les maisons d'édition du Calvados s'explique par la présence d'une importante maison d'édition qui affiche 1 100 titres à son catalogue, ainsi que par la présence des PUC (700 titres). Si on retire ces 2 maisons d'édition, **la moyenne se situe à 65 titres dans les maisons d'édition du Calvados** (au lieu de 121), tandis que la médiane se situe toujours à 20.

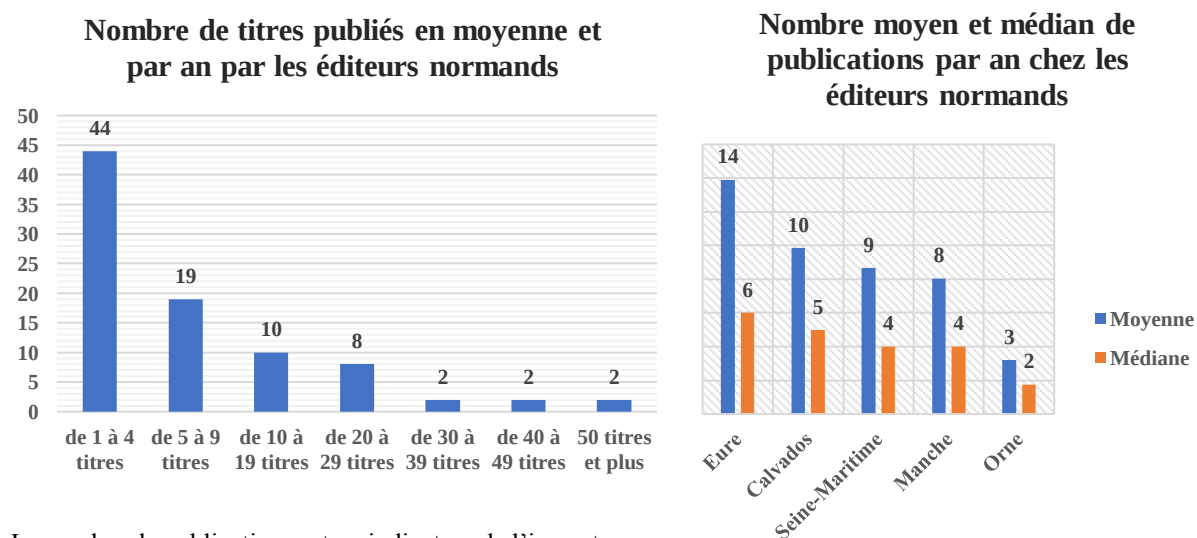
De même, si on retire les PURH, **la moyenne est de 52 titres** (au lieu de 80) **pour la Seine-Maritime**, tandis que la médiane pour ce département se situe à 20 au lieu de 21 titres.

À noter que si on retire ces 3 maisons d'édition, **la moyenne régionale se situe à 55 titres publiés** (au lieu de 83 titres) tandis que la médiane régionale se situe à 20 titres publiés.

En moyenne, 9 titres sont publiés par an

La moyenne se situe à 9 titres publiés par an, et la médiane à 4 titres publiés par an.

La maison d'édition qui publie le plus de titres en moyenne par an annonce 65 titres, la deuxième 50 titres et la troisième 40 titres. Au total, ce sont 731 nouveautés par an qui sont éditées par les éditeurs du panel et en extrapolant sur l'ensemble des éditeurs on arrive, à **786 nouveautés par an**.



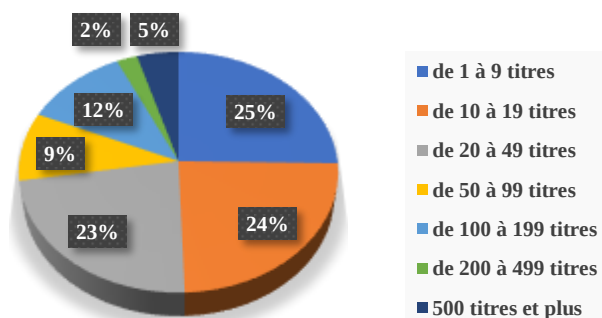
Le nombre de publications est un indicateur de l'importance des maisons d'édition et de leur dynamisme. **Plus de la moitié des éditeurs normands publient en moyenne moins de 5 titres par an.** Près des 3/4 publient moins de 10 titres par an (73 %).

À titre comparatif, 88 % des éditeurs picards, 46 % des éditeurs aquitains et 50 % des éditeurs de Midi-Pyrénées publient moins de 5 titres par an.

C'est une production assez faible car en-dessous d'un certain nombre de nouveautés par an, qu'on situe généralement autour de 10, la visibilité d'un éditeur en librairie est quasi nulle, et sa viabilité économique très aléatoire. De plus, les éditeurs ne peuvent accéder aux réseaux de diffuseurs-distributeurs nationaux qui ne prennent pas en charge de si petits catalogues. Il n'y a pas vraiment de montée en puissance du nombre de titres chez les éditeurs puisque la production reste constante. Toutefois ce nombre limité de parutions peut être aussi une volonté de la part des éditeurs : par prudence (pas de financement) ou par choix d'accompagner davantage chaque ouvrage après sa parution (mise en place dans les réseaux, tournée d'auteurs, etc.).

6 050 titres disponibles au catalogue

Nombre de titres disponibles en catalogue chez les éditeurs normands



Si on cumule l'ensemble de titres au catalogue des 87 maisons d'édition sur les 91 ayant répondu à cette question, on arrive à 6 050 titres (à noter que si l'on retire les titres des PUC et des PURH, on est à 4 680 titres en catalogue).

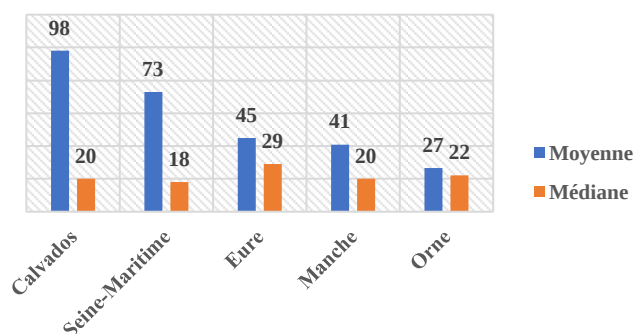
La moyenne, en intégrant les PUC et PURH, est de 70 titres (55 sans ces 2 éditeurs).

La médiane, en enlevant les PUC et PURH, est de 20 titres.

Pour 72 %, les maisons d'éditions normandes ont moins de 50 titres au catalogue et 20 % d'entre elles ont plus de 100 titres au catalogue. En comparaison, en Alsace, 65 % des éditeurs consultés ont au moins 50 titres au catalogue, et en Aquitaine 40 % des éditeurs de leur panel avaient plus de 100 titres disponibles au catalogue.

Quatre éditeurs ont plus de 500 titres au catalogue : les presses universitaires et 2 éditeurs spécialisés dans le régionalisme. Deux éditeurs ont entre 200 et 499 titres au catalogue.

Nombres moyen et médian de titres au catalogue chez les éditeurs normands

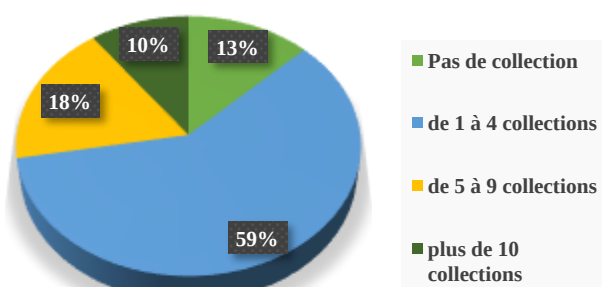


Si on retire les PUC, le nombre moyen de titres au catalogue pour les éditeurs du Calvados passe de 98 à 79. La médiane reste la même, c'est-à-dire à 20 titres au catalogue.

Si on retire les PURH, le nombre de titres au catalogue pour les éditeurs de Seine-Maritime passe de 73 à 46. La médiane passe quant à elle de 18 à 17 titres.

59 % des maisons d'édition ont entre 1 et 4 collections

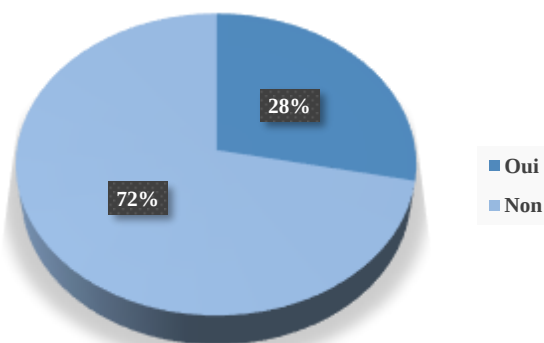
Répartition en fonction du nombre de collections chez les éditeurs normands



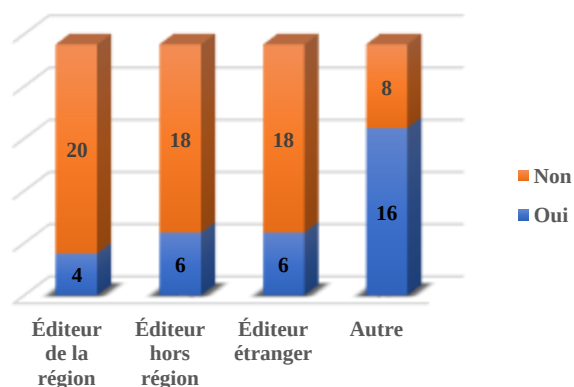
Seules 10 % des maisons d'édition affichent plus de 10 collections, ce sont les presses universitaires (3 régionalistes, 2 de littérature, 1 de sciences humaines et 1 de BD).

Seulement 28 % des éditeurs travaillent en coédition

Travaillez-vous en coédition ?



Avec quel éditeur travaillez-vous en coédition ?



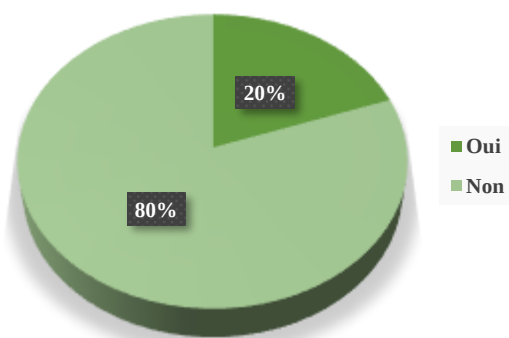
Pourtant, les avantages sont nombreux : se partager les frais, s'appuyer sur le réseau de diffusion le plus développé, notamment si l'un des éditeurs a une diffusion nationale. Ce mode d'édition est sans doute peu connu mais demeure intéressant pour de petites maisons d'édition.

Seulement 6 éditeurs travaillent avec des éditeurs hors-région et 6 avec des éditeurs étrangers.

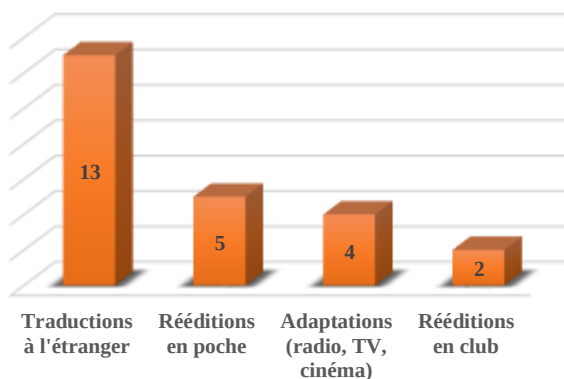
Les autres partenaires cités sont souvent des musées ou des institutions culturelles, des sociétés savantes, galeries d'art, des archives, des associations culturelles.

Seuls 20 % des éditeurs vendent des droits

Vendez-vous des droits sur les livres que vous éditez ?



Types de cessions concernant les droits chez les éditeurs normands



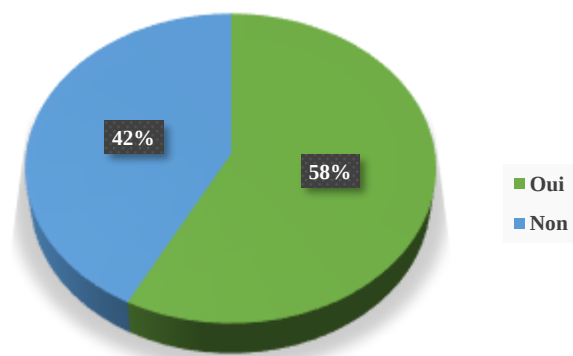
C'est assez peu si on compare avec l'Aquitaine où ils sont 30 % ; le Languedoc-Roussillon, 48 % ; et 54 % en Rhône-Alpes.

Le CRL a déjà accompagné 3 éditeurs à la foire de Francfort. Cela représente un travail important pour les éditeurs : en amont, un lourd travail de prospective sur les éditeurs étrangers et de traduction des catalogues et des argumentaires de vente, puis un effort de suivi des rendez-vous après le salon pour concrétiser par un contrat. Il est vrai aussi que tous les catalogues n'ont pas vocation à être présents sur le marché international. Néanmoins la littérature, la jeunesse et les sciences humaines peuvent intéresser des éditeurs étrangers pour de l'achat de droits ou de la coédition. Il serait pertinent d'encourager les éditeurs à exporter leur production et de les accompagner dans cette stratégie qui peut se révéler payante à long terme.

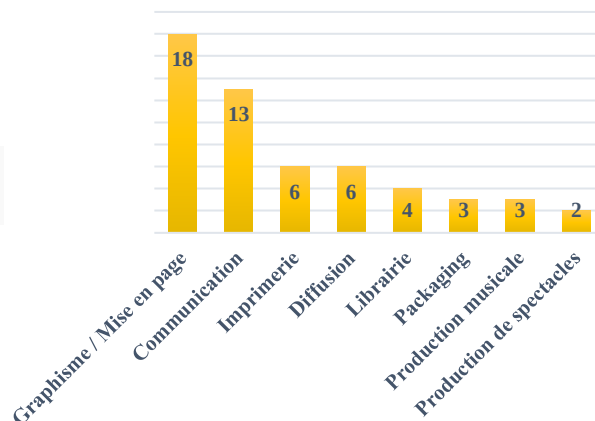
Pour la majorité des éditeurs la cession concerne des traductions à l'étranger, loin devant la réédition en poche ou les adaptations.

Dans une large majorité, 58 % des maisons d'édition normandes ont une autre activité que l'édition

La maison d'édition a-t-elle d'autres activités ?



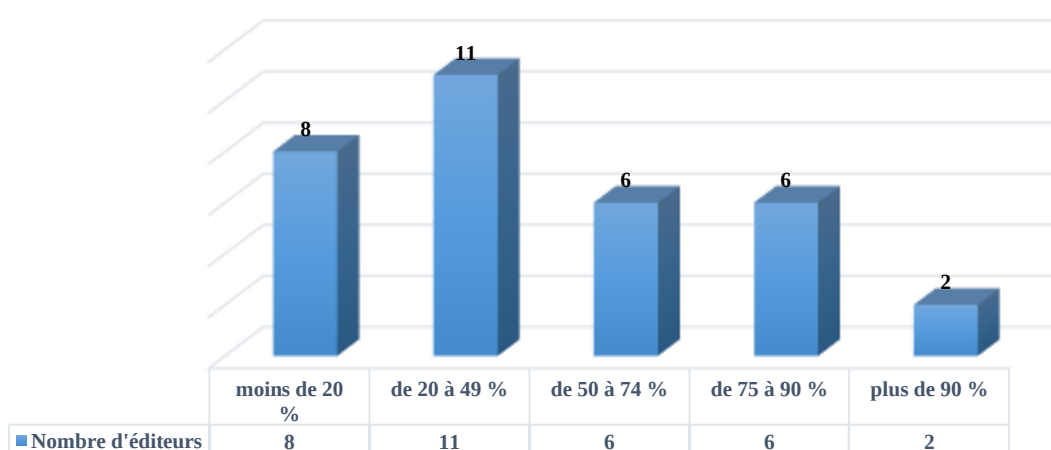
Principales activités complémentaires chez les éditeurs normands



Cela s'explique car l'activité d'édition est peu rémunératrice. C'est un chiffre comparable à la Picardie où elles sont 59 % à avoir une autre activité et 64 % en Lorraine. Les autres activités sont souvent complémentaires avec l'édition : graphisme, communication, imprimerie, diffusion.

À noter que 31 maisons d'édition, sur les 49 ayant une activité complémentaire, ont répondu avoir une activité autre que celles mentionnées plus haut. Ainsi on retrouve, le plus souvent, des activités en lien avec le monde du livre : ateliers d'écriture, illustration, édition de presse, enseignement et traduction, conférences. D'autres sont plus éloignées (conseil en entreprise et conseil en formation, jeux de société, commissaire d'expositions, peinture, jardinage).

Pourcentage des autres activités dans le chiffre d'affaires des maisons d'édition normandes



Les autres activités représentent en moyenne 42 % du CA pour les éditeurs ayant répondu avoir une autre activité.

À noter, 2 maisons d'édition ont un chiffre d'affaires autre que celui lié à l'activité de l'édition supérieur à 90 %, néanmoins leur activité éditoriale étant de qualité, elles n'ont pas été retirées du panel.

Le dépôt légal

Il est obligatoire pour tout éditeur de déposer chaque document qu'il édite à la Bibliothèque nationale de France (BnF) ou auprès de l'organisme habilité à recevoir le dépôt en fonction de la nature du document. Le dépôt légal éditeur à la BnF est organisé pour permettre la collecte et la conservation des livres. Ce dépôt permet de constituer une collection de référence. Le dépôt légal en région s'applique aux imprimeurs : il est basé à Caen et à Rouen.

La totalité des éditeurs effectuent un dépôt légal à la BnF, sauf un. Le dépôt légal en région représente 10 à 11 000 livres par an.

Deux éditeurs seulement pratiquent le dépôt légal en région. Sans rapport parfois avec la Normandie, beaucoup d'éditeurs nationaux impriment chez les gros imprimeurs de l'Orne et beaucoup de petits éditeurs en région impriment en dehors de la région ou à l'étranger.

Majoritairement, 89 % des éditeurs publient à compte d'éditeur

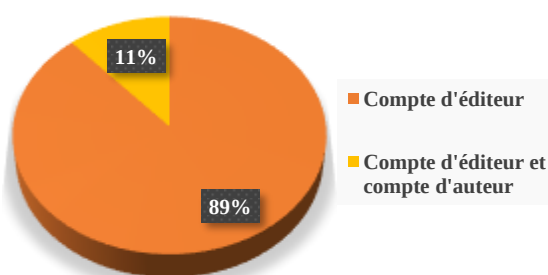
Le **contrat d'édition à compte d'éditeur** est défini par l'art. L.132-1 du *Code de la propriété intellectuelle* (CPI). La maison d'édition accepte un manuscrit après lecture par un comité de lecture. Elle réalise à ses frais la mise en pages, l'impression, la diffusion et la promotion du livre. Elle assume donc le risque éditorial. L'auteur n'engage aucun frais. En contrepartie, il cède tout ou partie de ses droits à l'éditeur, pour une période déterminée. L'éditeur s'engage à reverser à l'auteur une rémunération (pourcentage sur le prix public hors taxe du livre, dès le premier exemplaire vendu). On parle de reddition de comptes.

Aucune contrepartie financière ne doit être demandée à l'auteur en échange de la cession des droits d'exploitation de son œuvre.

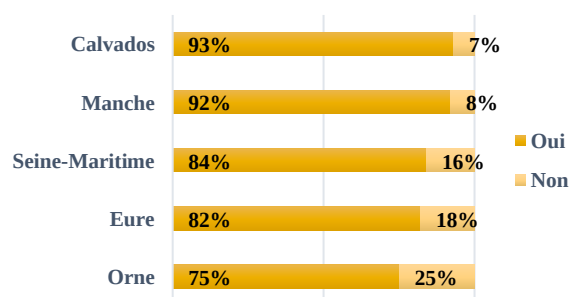
La maison d'édition qui propose à l'auteur un **contrat à compte d'auteur** réalise une prestation de services (mise en pages, impression) contre facturation. L'auteur devient un client, un « consommateur de services éditoriaux ». L'éditeur à compte d'auteur n'assume pas le risque éditorial. En contrepartie, l'auteur ne lui cède pas ses droits. Il reste le propriétaire du tirage et reçoit la majeure partie du produit des ventes.

Concernant **l'autoédition**, c'est l'auteur qui prend en charge la publication de son livre, soit parce qu'il n'a pas trouvé de maison d'édition qui accepte de l'éditer, soit parce qu'il ne tient pas à céder ses droits, ou encore parce qu'il veut réaliser un tout petit tirage, incompatible avec les solutions d'impression des éditeurs classiques. Il doit alors trouver un graphiste pour la mise en pages, un imprimeur, réaliser la diffusion et la promotion de son livre.

Publiez-vous à compte d'éditeur ou à compte d'auteur ?



Pourcentage des éditeurs qui signent systématiquement un contrat avec l'auteur



89 % des éditeurs publient à compte d'éditeur. Dix éditeurs publient à compte d'éditeur et à compte d'auteur : cela leur permet de financer d'autres projets plus risqués.

87 % des éditeurs signent systématiquement un contrat avec l'auteur, ce qui est un signe de professionnalisation.

Des droits d'auteur dans la moyenne

Le pourcentage moyen de droits d'auteur est de 8,28 %. La moyenne du pourcentage minimum se situe à 6,41 % et la moyenne du pourcentage maximum à 11,71 %.

En Aquitaine également la moyenne est basse autour de 7 % et en Picardie le taux moyen est de 8,3 %. Néanmoins chez les éditeurs picards, la médiane se situe à 10 %, ce qui est un taux élevé puisque selon la Scam (société civile des auteurs multimédia), seuls 23 % des auteurs en France percevraient 10 % ou plus de droits d'auteur.

Selon des études récentes⁸, les taux médians des droits d'auteur sur les ventes de livres s'établissent à 8 % pour la BD et le secteur essai et actualités, 7 % en littérature, 6 % pour le secteur art et pratique, sciences humaines et sociales, et 5 % seulement pour le secteur jeunesse, taux souvent partagé entre l'illustrateur et l'auteur, ce qui le ramène à 3 % en moyenne.

Cela dénote une certaine fragilité économique des éditeurs.

Bien qu'il n'y ait pas de lien direct entre la présence d'un logiciel de gestion commerciale et la qualité des redditions de comptes aux auteurs, la présence d'un tel logiciel est néanmoins un signe positif. En effet, le *Code de la propriété intellectuelle* et les accords liés au nouveau contrat d'auteur de 2014 replacent la gestion des droits au centre de l'activité éditoriale. Le contexte nouveau se caractérise par 2 points essentiels :

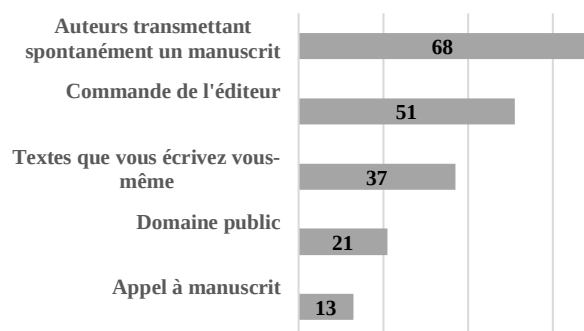
- chaque année, l'éditeur doit rendre compte à l'auteur, de façon détaillée et documentée, de l'exploitation qu'il a faite des droits patrimoniaux cédés par l'auteur⁹ ;
- si l'éditeur ne satisfait pas à ses obligations vis-à-vis de l'auteur, ce dernier a maintenant la possibilité d'obtenir la résiliation de plein droit de son contrat. Cette disposition rend la gestion des droits essentielle pour l'exploitation d'une structure éditoriale.

Le questionnaire demandait aux structures éditoriales si elles utilisaient un logiciel de gestion des stocks et des ventes, or 65 % d'entre eux n'en ont pas (cf. p.45).

38 % des maisons d'édition rémunèrent leurs auteurs d'une autre manière qu'en droits d'auteur, sous forme d'à-valoir ou d'avance sur droits, de dons d'exemplaires, de forfait au nombre de signes ou à la planche pour les illustrateurs. Un éditeur mentionne également une commission sur les ventes directes réalisées par l'auteur.

À noter que les maisons d'édition sont souvent de petites structures qui ne peuvent financièrement verser une avance à l'auteur.

D'où proviennent les projets éditoriaux que vous publiez ?



Dans une large majorité, 78 % des cas, les projets éditoriaux proviennent de manuscrits soumis spontanément aux éditeurs. 58 % des éditeurs déclarent également faire des commandes à des auteurs et 43 % d'entre eux annoncent publier des textes écrits par eux-mêmes. L'autoédition est une réalité de la production éditoriale en région, soit elle est totale, soit l'éditeur cosigne certains titres avec des auteurs et accepte d'ouvrir son catalogue à d'autres auteurs que lui-même. Il est évident que cette seconde pratique est à encourager même si certains ouvrages autoédités sont de très bonne qualité.

95 % des éditeurs déclarent conseiller leurs auteurs, ce rôle de conseil fait partie intégrante de la fonction d'éditeur, qui aide l'auteur à retravailler son texte, qu'il soit littéraire ou non.

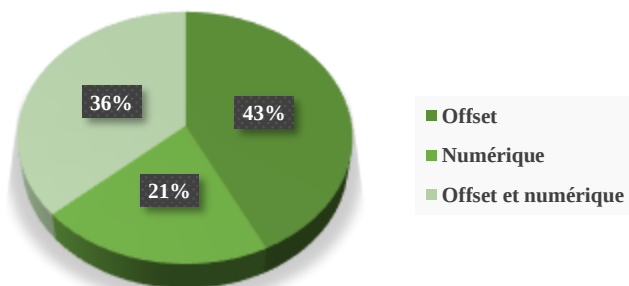
⁸ Dossier pro *Livre/échange*, mai 2016.

⁹ Sur ce point, il n'y a aucun changement par rapport à la situation d'avant la réforme de 2014.

Fabrication

L'impression en offset reste majoritaire

Comment vos livres papier sont-ils imprimés ?



43 % des éditeurs impriment en offset et 21 % en numérique. 36 % des éditeurs combinent les deux modes d'impression.

Les autres modes d'impression cités sont la typographie avec caractères mobiles en plomb, la gravure, la sérigraphie, la rotative.

On constate qu'avec l'impression numérique, l'éditeur maîtrise mieux ce poste de fabrication. En effet, elle permet une plus grande réactivité et donc minimise les tirages initiaux. Le tirage médian en numérique est de 300 exemplaires. Le taux de rentabilité de l'offset a également baissé et le tirage médian en offset pour les éditeurs normands est de

1 000 exemplaires. Il y a 10 ans, en offset, le tirage minimum avoisinait plutôt les 2 000 exemplaires. Le poste de fabrication est le poste le plus décisif à gérer pour un éditeur, cette baisse des tirages évite une prise de risques très importante pour l'éditeur, elle permet un étalement des dépenses d'impression et évite des frais de stockage.

Toutefois, 13 éditeurs déclarent des tirages en numérique entre 500 et 2 000 exemplaires. En offset, 15 éditeurs annoncent des tirages de plus de 2 000 exemplaires, ce sont des éditeurs jeunesse, BD ou de beaux livres pour la plupart.

Deux éditeurs déclarent avoir imprimé sur rotative ce qui signifie des tirages très élevés (35 000 exemplaires). D'autres pour des objets graphiques utilisent la sérigraphie ou la typographie.

Les tirages sont assez similaires pour les éditeurs de Picardie (1 500 exemplaires en moyenne) et d'Aquitaine pour qui la majorité des éditeurs ayant répondu à la question du tirage impriment leurs nouveautés entre 1 000 et 2 000 exemplaires.

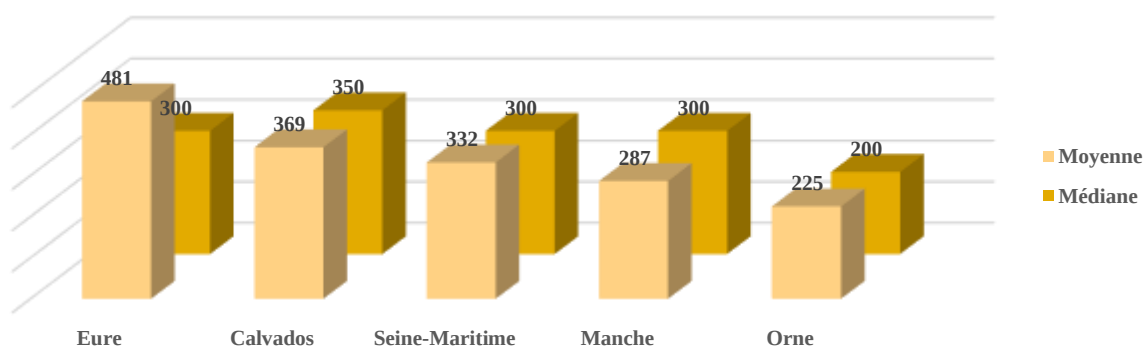
Le tirage moyen se situe à 1 295 en offset, la médiane se situe à 1 000 exemplaires

Nombre de tirages en offset moyen et médian chez les éditeurs normands



Ils sont 15 éditeurs à tirer à 2 000 exemplaires et plus en offset, dont un éditeur jeunesse qui annonce des tirages à plus de 7 500 exemplaires.

Nombre de tirages en numérique moyen et médian chez les éditeurs normands



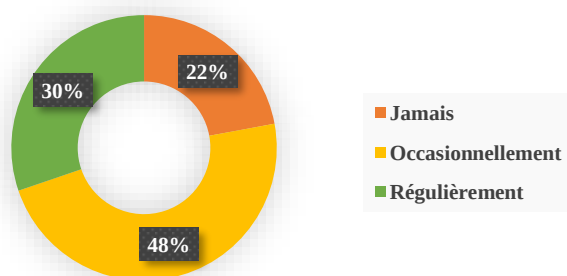
La moyenne se situe à 360 tirages en numérique et la médiane à 300 tirages.

Ils sont 13 éditeurs à tirer à plus de 500 exemplaires en numérique, dont un à 1 000 et un autre à 2 000.

Sur ces 51 éditeurs qui ont donné la répartition de leurs différents modes d'impression, **14 impriment seulement en offset, 6 impriment seulement en numérique.** En effet, en fonction des projets, les éditeurs n'hésitent pas à imprimer en offset ou en numérique. De même, qu'en fonction des livres, ils imprimeront en France ou à l'étranger.

Le choix de l'offset se fait majoritairement pour l'impression de beaux livres ou de livres illustrés et pour des tirages égaux ou supérieurs à 1 000 exemplaires. Le choix de l'impression numérique se fait plutôt pour des livres de texte (romans) et des tirages inférieurs à 1 000 exemplaires.

Faites-vous des réimpressions ou des retirages ?



Presque un quart, soit 22 % des éditeurs, ne font jamais de retirages, mais **près de la moitié, 48 %, font des retirages de manière occasionnelle.** Toute la difficulté est d'estimer le bon tirage avant la parution d'un livre. Trop faible, il oblige l'éditeur à faire un retraitage et mange éventuellement la marge qu'il aurait pu se faire sur ce titre, trop fort il réduit le coût à l'exemplaire mais il coûte cher chez l'imprimeur et constitue un risque financier en cas de mévente.

Cependant, l'impression numérique permet désormais de réimprimer en fonction des ventes.

Concernant la numérisation des catalogues, 52 % des maisons d'édition l'envisagent

Les éditeurs sont partagés à quasi 50/50 concernant la numérisation de leurs catalogues.

Quand ils envisagent de le faire, ils mentionnent le succès de la version initiale, des livres dont les ventes sont faibles, des titres épuisés, globalement des livres de texte plutôt que des ouvrages illustrés.

Toutefois de nombreux éditeurs envisagent la parution d'un livre en papier et en numérique, notamment les catalogues de littérature et d'essais.

Pour 71 % d'entre eux, ils ignorent les aides à la numérisation du CNL¹⁰ ou le Fonds pour le développement de l'économie du livre (FDEL, dispositif d'aide aux éditeurs et aux libraires de la (Haute-)Normandie entre 2013 et 2015) qui leur permettaient cela. Sur les 24 éditeurs qui ont répondu oui, 9 ont nommé le CNL, le FDEL ou la Région.

¹⁰ Aide à l'édition numérique du CNL.

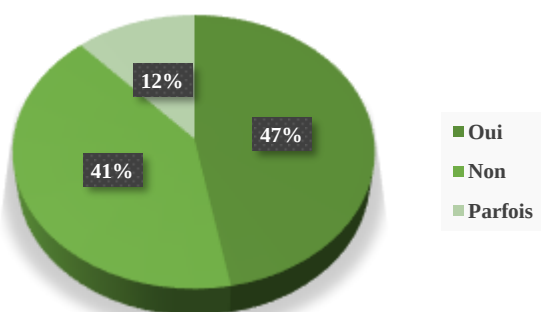
Cependant, il s'agit également d'un positionnement de la maison d'édition et d'un choix économique que peu font au regard des chiffres de vente de livres numériques. En 2014¹¹, la vente de livres numériques ne représente que 6,4 % du CA des ventes de livres.

Les pratiques des éditeurs aquitains sont également peu tournées vers le numérique. Même s'ils sont bien équipés en tablette numérique (23 %), ils ne proposent ni n'envisagent nécessairement une numérisation de leur catalogue, ni même de développement à court terme.

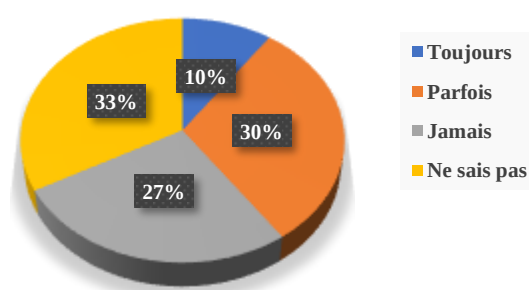
Il existe 2 éditeurs « *pure player* » en Seine-Maritime et dans l'Eure. L'un publie des textes du domaine public et l'autre des romans. Ce dernier a créé parallèlement à la maison d'édition numérique une autre structure éditoriale pour publier certains titres en papier.

L'écoresponsabilité n'est pas une priorité pour les éditeurs normands

Planifiez-vous votre production de manière à réduire l'impact environnemental ?



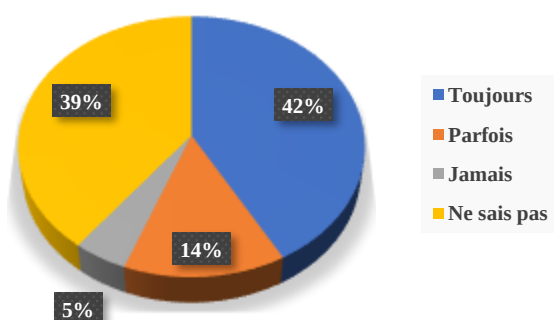
Utilisez-vous du papier recyclé ?



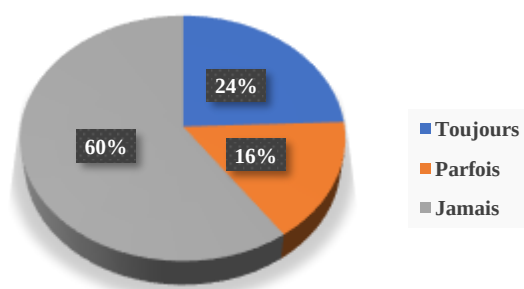
Ils sont 47 % à planifier leur production de manière à réduire l'impact environnemental et 12 % à le faire occasionnellement.

Sur les 35 maisons d'édition qui ont répondu non à cette question, 13 ont donné une raison : soit ce n'est pas leur priorité et ils ont d'autres « soucis », soit ils laissent ce soin aux imprimeurs.

Utilisez-vous du papier certifié ?



Vérifiez-vous les démarches des imprimeurs : label et/ou certification ?



40 % des éditeurs déclarent utiliser toujours ou parfois du papier recyclé, mais 33 % ne peuvent dire si leur papier est recyclé.

42 % des éditeurs déclarent toujours utiliser du papier certifié, mais 39 % ne peuvent se déclarer à ce sujet car ils l'ignorent.

¹¹ Chiffres clés du secteur du livre 2014-2015.

90 % des éditeurs ne demandent jamais aux papetiers leur bilan carbone et certifications environnementales. Idem pour les imprimeurs, seuls 4 % des éditeurs le leur demandent systématiquement (8 % parfois). De même, 60 % d'entre eux ne vérifient jamais les labels ou certifications des imprimeurs (24 % le font toujours, 16 % parfois).

En cas de pilon des ouvrages, 64 % des éditeurs ne vérifient jamais s'ils sont pilonnés par une société spécialisée dans le recyclage (23 % le font toujours, 13 % parfois).

De même, 96 % des maisons d'édition ne demandent jamais le bilan carbone des transporteurs (seule 1 le demande toujours et 2 le demandent parfois).

Enfin, seuls 24 % des éditeurs utilisent toujours une PLV (Publicité sur le Lieu de Vente) réutilisable en métal ou en bois (42 % jamais, 34 % parfois).

44 % des éditeurs groupent les réimpressions, mais 43 % ne le font jamais.

On voit bien que la réponse est très partagée d'autant que la plupart des éditeurs qui répondent positivement, déclarent grouper les impressions non pour économiser du transport mais pour imprimer en amalgame et donc réduire les coûts. Ceux qui ne groupent pas leurs réimpressions invoquent l'absence de planification et / ou le côté urgent à retirer un titre sans délai. Les autres n'ont pas l'occasion de faire de réimpressions.

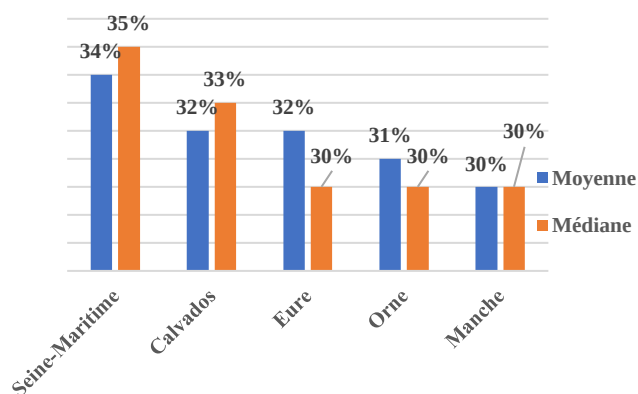
Les éditeurs paraissent peu concernés par les questions liées à une production écoresponsable du livre. Ils font confiance aux certifications des papetiers et des imprimeurs mais ne les vérifient jamais. Et s'ils font attention c'est que cela leur permet de réduire les coûts, non de protéger l'environnement.

III. COMMERCIALISATION ET COMMUNICATION

Commercialisation

La remise accordée

Montant moyen de la remise accordée



La rémunération des différents points de vente vient de la remise accordée par chaque diffuseur (ou éditeur) sur le prix public hors taxes des ouvrages. Elle se décompose en remise de base, quantitative et qualitative. Les barèmes des remises chez un même éditeur varient en fonction des collections ou des secteurs éditoriaux.

Ce sont les éditeurs, leur service commercial quand ils en ont un, ou leur diffuseur, qui établissent la remise dont le montant décide de la marge du commerçant, puisque le prix public est fixé par l'éditeur (prix fixe ou prix unique). La décomposition de la remise est exprimée dans les conditions générales de vente (article L.441-6 du Code du commerce). Elles doivent être communiquées à tout client qui en fait la

demande et constituent le socle de la négociation commerciale. La remise de base doit être spécifiée ainsi que les taux appliqués aux remises qualitatives et quantitatives.

63 maisons d'édition ont répondu à cette question. **La moyenne se situe à 33 % de remise et la médiane se situe à 32 % de remise.** On est très en dessous des 36 % prônés par le SLF.

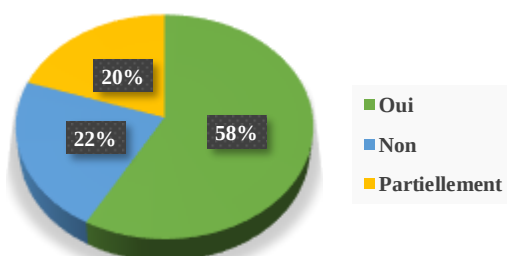
Les remises accordées par les éditeurs aquitains oscillent entre 30 et 40 % et varient en fonction des points de vente et des quantités. En Picardie, la médiane se situe à 33 %.

La diffusion-distribution

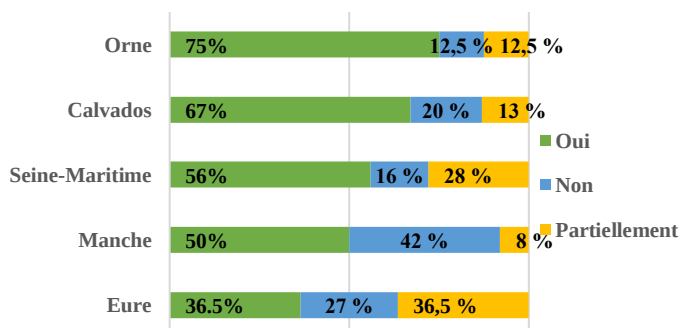
Selon le Syndicat national de l'édition (SNE), **la diffusion** désigne l'ensemble des opérations commerciales et marketing mises en œuvre par les éditeurs dans les réseaux de vente. Elle est intégrée dans la maison d'édition, on parle alors d'autodiffusion, ou confiée à une structure qui se consacre à cette activité, on parle de diffusion déléguée. La rémunération du diffuseur se fait le plus souvent en % du prix de vente public HT du livre.

La distribution quant à elle assume les tâches liées à la circulation physique du livre (stockage, transport) et à la gestion des flux financiers qui en sont la contrepartie : traitement des commandes et des retours, facturation et recouvrement. Activité de plus en plus industrialisée, la rémunération du distributeur est le plus souvent liée aux flux dont la part dans le prix de vente public du livre peut varier de 8 à 15 %.

Assurez-vous-même la diffusion ?



Assurez-vous vous-même la diffusion?



Les coûts standards de diffusion et distribution s'élèvent à 55/56 % du prix de vente du livre. La remise concédée au distributeur inclut la rémunération du diffuseur et la remise commerciale du libraire.

Plus de 56 % des éditeurs assurent eux-mêmes la diffusion et la distribution.

Sans surprise, **58 % des éditeurs sont en autodiffusion. Pour 61 % d'entre eux c'est un choix et 55 % se déclarent satisfaits de ce mode de diffusion qu'il soit délégué ou non.** Il est essentiel pour un éditeur d'entretenir des relations directes avec les libraires. La connaissance des points de vente, l'argumentation promotionnelle et les réactions du public sont très formatrices et plusieurs éditeurs l'ont bien compris. « Nous connaissons notre cible » dit un éditeur, « nous avons la maîtrise et la connaissance du circuit » ajoute un autre, « c'est pour contrôler et avoir moins d'intermédiaires et plus de marge » précise un troisième éditeur. Il s'agit également de raisons économiques, en effet, l'éditeur économise les coûts de la diffusion-distribution. En général, les éditeurs autodiffusés octroient aux librairies une remise entre 35 et 40 %. Le passage en diffusion déléguée se traduit par un manque à gagner à l'exemplaire pour l'éditeur qui doit le compenser par une augmentation des ventes. En termes de production, cela implique d'augmenter les tirages de manière significative et de produire un nombre de nouveautés suffisant par an, autour de 5 minimum en littérature par exemple.

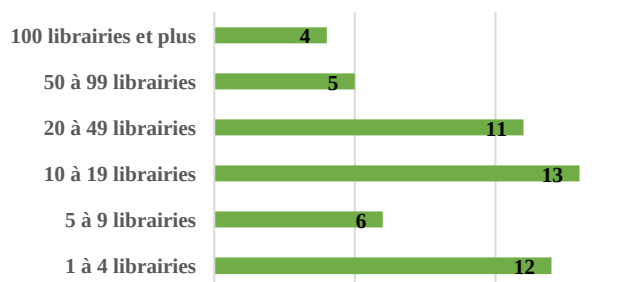
L'accès à la diffusion déléguée doit se faire au moment où l'éditeur a au moins 5 titres par an, voire 10 en littérature générale, une certaine notoriété au niveau des points de vente, et la capacité à mettre en place un programme éditorial avec une production régulière sur 4 à 5 ans. Ainsi pour 39 % des éditeurs, l'autodiffusion est un choix subit, pour des raisons économiques et de catalogue trop petit pour intéresser les diffuseurs.

Seulement 22 % des éditeurs normands ont une diffusion déléguée. Les diffuseurs cités le plus souvent sont les Belles Lettres, CED Cedis, Cap diffusion et OREP en région.

En comparaison, 70 % des éditeurs du panel de l'étude 2016 en Alsace ont un diffuseur, 65 % en Bourgogne, 58 % en Aquitaine, 30 % en Lorraine et seulement 15 % en Picardie.

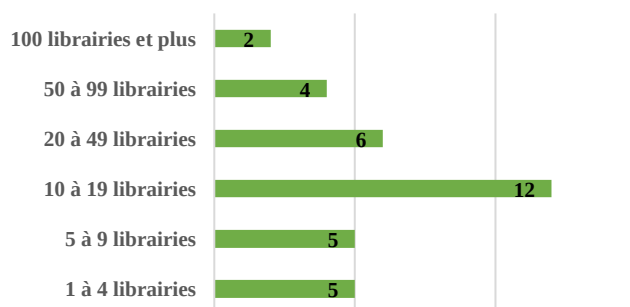
Mais l'autodiffusion n'est tenable que si l'éditeur ne cherche pas à se développer car, qui dit autodiffusion, dit visites des librairies. Dans ce cas, l'éditeur se substitue au diffuseur et doit aller présenter son catalogue aux libraires. On s'aperçoit que dans de nombreux cas, des éditeurs ont créé leur activité par intérêt pour un texte ou pour la parution d'un livre qu'ils voulaient lire. Ce n'est qu'une fois le livre imprimé qu'ils s'inquiètent de le vendre. Ils ont du mal à organiser et à structurer le volet commercial de l'activité, très souvent laissé pour compte. De plus, nombreux sont ceux qui rapportent des difficultés de plus en plus importantes à communiquer et à travailler avec les librairies. Il y a une incompréhension des éditeurs vis-à-vis de l'accueil que leur réservent les libraires en région et du peu d'intérêt pour le travail d'un acteur local comme eux.

Combien de librairies démarchez-vous régulièrement en région ?



51 maisons d'édition ont répondu visiter des librairies en région, 34 seulement ont répondu à cette question pour les librairies hors région. **La moyenne se situe à 26 librairies démarchées en région et la médiane se situe à 10 librairies.** Cinq éditeurs déclarent démarcher plus de 50 librairies en région, 4 éditeurs en démarchent plus de 100.

Combien de librairies démarchez-vous régulièrement hors-région ?



En moyenne, les éditeurs démarchent **27 librairies hors région et la médiane se situe à 10 librairies.** Quatre éditeurs déclarent en démarcher plus de 50 et 2 éditeurs plus de 100. Les éditeurs ayant répondu à ces 2 questions n'ont pas nécessairement fait le distinguo entre les différents points de vente du livre (librairies indépendantes (environ 90), maisons de presse, grandes surfaces spécialisées).

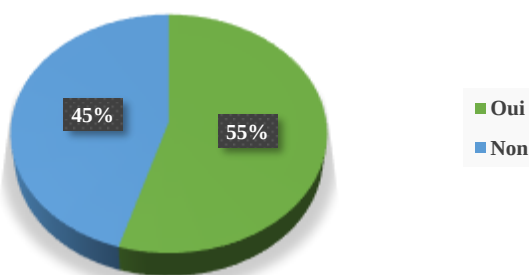
La moyenne du panel éditeurs déclare démarcher 26 librairies en région et 27 hors région.

25 % des éditeurs ont entre 10 et 19 points de vente réguliers et 21 % entre 20 et 49 points de vente réguliers en région. Ils ne sont que 35 %

à travailler avec 10 à 19 points de vente réguliers et **17 % à travailler avec 20 à 49 points de vente hors région.**

Le nombre de points de vente avec lequel travaille l'éditeur est directement lié à la gestion de la diffusion, déléguée ou non, de la maison d'édition. C'est d'autant plus flagrant pour les points de vente hors région, les éditeurs normands ont clairement des difficultés à s'exporter hors des frontières régionales. Or on a vu plus haut que la littérature représentait 34 % des catalogues des éditeurs alors que le régionalisme seulement 18 %. En Picardie, 43 % des répondants à l'étude ont moins de 20 points de vente réguliers en région ou hors région.

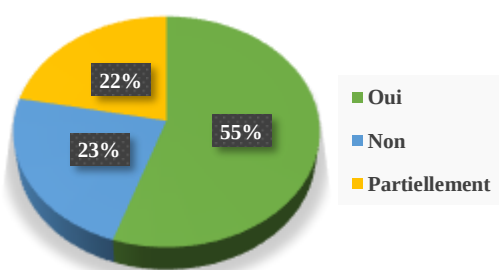
Êtes-vous satisfaits du mode de diffusion que vous utilisez ?



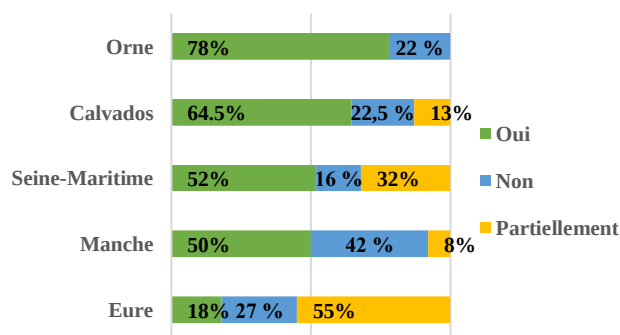
55 % des éditeurs sont satisfaits de leur mode de diffusion, mais ils ont conscience des limites de chaque système. Pour les autodiffusés, la diffusion est chronophage (visite en librairie, gestion des retours, factures et problèmes de paiement), peu structurée car souvent irrégulière du fait du manque de disponibilité des éditeurs, du peu de volume des nouveautés annuelles et du caractère parfois aléatoire des dates de parution. L'autodiffusion manque de poids et d'importance aux yeux des libraires comme le remarquent souvent les éditeurs. Le manque de visibilité nationale est également un problème pour aller à la rencontre de nouveaux publics.

Pour les éditeurs ayant une diffusion déléguée, elle semble parfois peu efficace et chère, tout comme les éditeurs alsaciens majoritairement diffusés (70 %). Un tiers seulement se déclare satisfait de son diffuseur. Les motifs d'insatisfaction sont : des coûts trop importants, des coûts de stockage en augmentation, la difficulté à se faire payer, les librairies insuffisamment visitées, l'absence de suivi, une mauvaise réputation du diffuseur auprès des libraires, etc¹².

Assurez-vous vous-même la distribution ?



Assurez-vous vous-même la distribution ?



55 % des éditeurs assurent eux-mêmes la distribution et pour 71 % d'entre eux c'est un choix, souvent pour les mêmes raisons que pour la diffusion, en lien avec la taille de la maison d'édition et avec le volume de la production qui est trop faible pour une distribution déléguée. Toutefois il s'agit également de maîtriser les coûts, le stock et d'être plus réactif au niveau des commandes et de la livraison, en raison de la proximité des points de vente desservis.

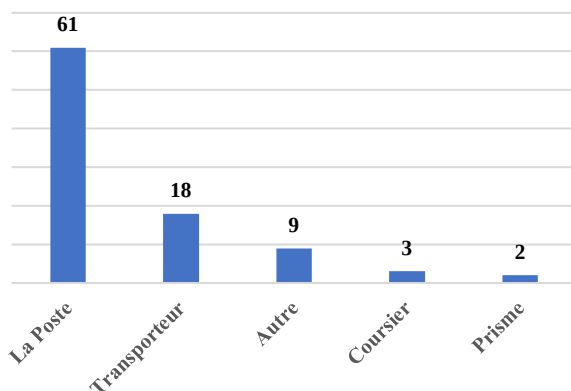
Les distributeurs cités sont : Cap diffusion, Sodis, Pollen, Belles Lettres, De Borée, et OREP en région. À titre comparatif, 74 % des éditeurs picards, 59 % des éditeurs lorrains, 52 % des éditeurs du Languedoc, 44 % des éditeurs de Midi-Pyrénées assurent eux-mêmes la distribution.

Seulement 23 % des éditeurs normands ont une distribution déléguée, en comparaison ils sont 63 % en Alsace.

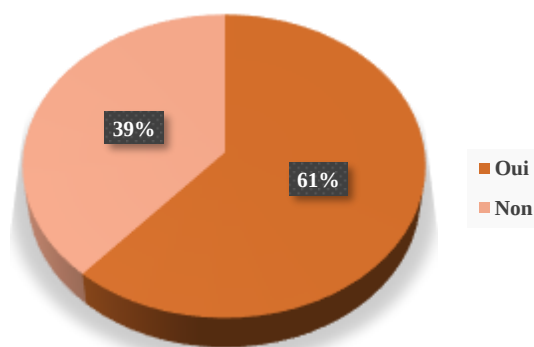
70 éditeurs sur 91 ont répondu à cette question, soit 77 %. À noter que certains éditeurs utilisent plusieurs modes de transport.

¹² Cf. L'étude *Les Éditeurs en Alsace*.

Quel mode de transport utilisez-vous ?



Êtes-vous satisfait du mode de distribution que vous utilisez ?



La majorité utilise La Poste puis, très loin derrière, les services d'un transporteur. Seulement 2 éditeurs passent par la plateforme Prisme, ils utilisent La Poste et l'un d'eux également un coursier.

61 % des éditeurs sont satisfaits de leur mode de distribution, pour les 39 % de mécontents, les raisons invoquées sont majoritairement les frais postaux trop élevés, un éditeur souligne même qu'il fait en sorte que ses livres ne dépassent pas 3 cm ! Un éditeur propose aussi de se regrouper afin de trouver un accord avec La Poste sur l'envoi des livres.

41 % des éditeurs (soit 37) délèguent la diffusion-distribution. Son coût s'étale entre 50 et 60 %. Ces coûts sont les mêmes pour les éditeurs d'Aquitaine et de Picardie. D'autres types de conditions sont évoquées, les provisions pour retour, les cautions, les frais de stockage mais sont trop incomplètes pour être représentatives, donc exploitables.

À ces 37 éditeurs s'ajoutent 2 éditeurs autodiffusés qui ne délèguent que leur distribution, soit **43 % des éditeurs qui délèguent la distribution.**

43 éditeurs évoquent un taux de retour ¹³entre 0 et 30 %. **Les éditeurs déclarent une moyenne de 9,35 % de taux de retour.** C'est très peu (en Aquitaine le taux de retour moyen est de 23 %, ce qui correspond à peu près aux moyennes nationales).

En 2014, le taux de retour moyen en librairie a atteint 28 % au premier trimestre dans le contexte de dégradation du marché du livre. Un taux de retour trop faible révèle une mise en place dans les points de vente insuffisante signifiant que le potentiel de vente du titre n'a pas été complètement exploité. On peut donc expliquer ce faible taux de retour par le grand nombre d'éditeurs autodiffusés en Normandie.

Les diffuseurs-distributeurs numériques les plus fréquemment cités par les 18 éditeurs ayant répondu à cette question sont Amazon et Immatériel.

Certains évoquent leur site internet mais cela n'est pas probant et d'autres sont en cours de recherche.

La vente de livres

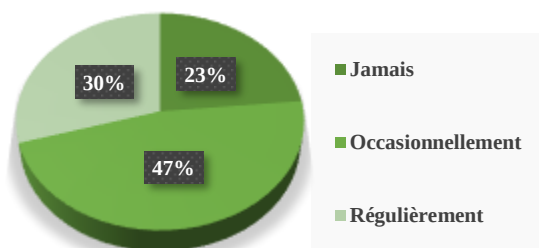
Le travail de vente de livres auprès des libraires peut prendre plusieurs formes, le dépôt, la vente à compte ferme, la vente avec faculté de retour.

Le dépôt consiste pour l'éditeur à déposer des livres avec un « bon de dépôt », les livres ne sont facturés au libraire que lorsqu'ils sont vendus.

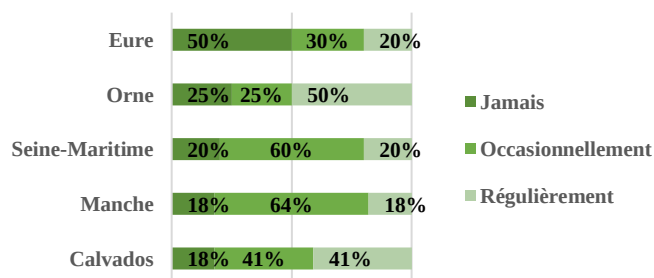
À 30 %, les éditeurs normands déclarent pratiquer le dépôt régulièrement et à 47 % occasionnellement. Seuls 23 % d'entre eux n'utilisent jamais cette pratique. En Picardie, 70 % des éditeurs autodiffusés fonctionnent avec des dépôts. En Aquitaine, un peu moins de 50 % d'entre eux déclarent le pratiquer régulièrement.

¹³ Le « retour » est un ouvrage invendu renvoyé à l'éditeur. Les ouvrages retournés génèrent un avoir porté au crédit du compte de la librairie.

Pratiquez-vous le dépôt en librairie pour les livres papier ?

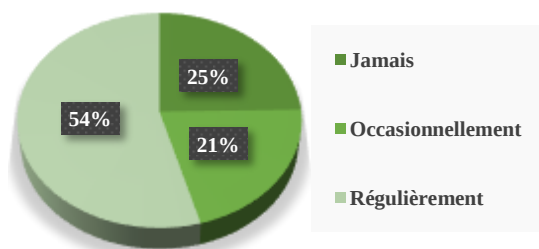


Pratiquez-vous le dépôt en librairie pour les livres papier ?

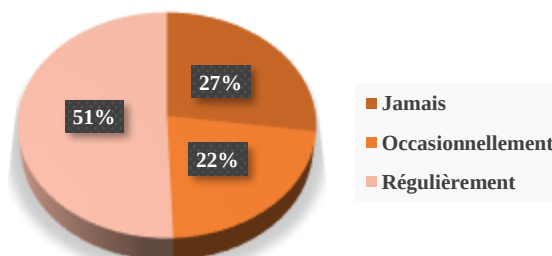


La gestion du dépôt est un peu lourde et nécessite de la méthode et de la rigueur. Les éditeurs ont cependant rarement le choix. Les libraires optent pour cette pratique afin de ne pas alourdir leur stock et donc leur besoin en fonds de roulement, leur trésorerie étant déjà largement mise à mal.

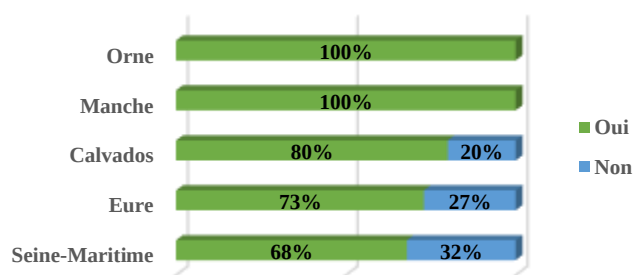
Pratiquez-vous la vente à compte ferme ?



Pratiquez-vous la vente avec faculté de retour ?



Avez-vous un fichier ou une base de données clients ?

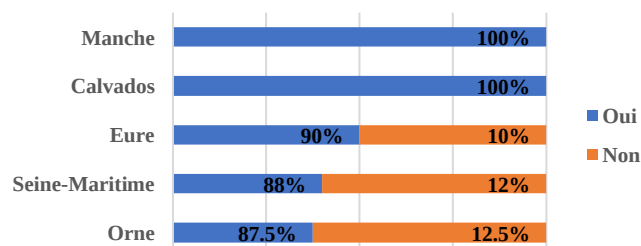


75 % des éditeurs pratiquent la vente en compte ferme régulièrement ou occasionnellement, 25 % jamais.

Certains éditeurs (27 %) déclarent ne jamais accepter les retours, **mais 51 % d'entre eux déclarent pratiquer la faculté de retour**. Cela signifie que le libraire peut retourner les livres à l'éditeur, sous certaines conditions, et sera crédité d'un avoir.

La diffusion, déléguée ou non, ne dispense pas l'éditeur de se constituer un fichier client. **80 % d'entre eux déclarent avoir un fichier ou une base de données clients**. Ces fichiers sont parfois conséquents puisque le nombre de points de vente concernés oscille entre 1 et 200. La moyenne se situe toutefois à 27 librairies démarchées régulièrement mais la médiane n'est que de 10, ce qui est faible. Il ne faut cependant pas oublier que 41 % d'entre eux ont un diffuseur.

Avez-vous un site Internet ?



En Picardie, 15 % des éditeurs ont un diffuseur mais 43 % des répondants ont moins de 20 points de vente réguliers.

6 % des maisons d'édition normandes n'ont pas de site internet. **66 % ayant un site internet déclarent qu'il s'agit d'un site marchand.** Aujourd'hui, les éditeurs ne peuvent se passer de ce canal de promotion mais également de vente. En Aquitaine, la plupart des éditeurs n'ont pas choisi d'avoir leur propre site de vente en ligne, n'osant pas franchir le pas de la vente en direct vécu comme une forme de « trahison » envers la librairie.

Les éditeurs ayant répondu aux différentes questions du référencement sont sur les deux bases de données principales que sont Electre (85 %) et Dilicom (80 %), qui gère le Fichier exhaustif du livre (FEL). Le référencement, dans au moins une de ces deux bases de données interprofessionnelles, fait partie des critères pour intégrer une maison d'édition dans nos annuaires.

Cette visibilité donne la possibilité aux librairies qui en font la démarche de trouver les informations et de commander les ouvrages par les voies classiques de la profession.

86 % des éditeurs ne sont pas abonnés à la revue professionnelle *Livres Hebdo*. Avec un abonnement annuel à environ 400 €, cette dépense est trop élevée pour les éditeurs de la région.

Un manque d'outils pour un suivi de gestion quotidienne

65 % des maisons d'édition n'ont pas de logiciel de gestion des stocks et des ventes. Dans ce cas, ils utilisent « Excel ». Or il apparaît clairement que plus le niveau d'activité augmente, plus ce type de logiciel est utilisé. Sans être une source de professionnalisation, la présence de ce type d'outil en est un indice.

Les principaux logiciels de gestion des stocks cités sont Editliv, Ciel, Filemaker et EBP.

À titre comparatif, en Alsace, 81 % des éditeurs consultés ont un outil de gestion des stocks et 93 % ont un outil de suivi des ventes.

Seuls 9 éditeurs ont un logiciel qui calcule les droits d'auteur. Pour 7 d'entre eux, il s'agit du logiciel Editliv.

39 % des éditeurs disposent d'un logiciel de comptabilité. Les logiciels les plus cités sont Ciel compta, EBP et Sage. Deux éditeurs font remarquer que leur logiciel est sous-utilisé car ils font appel à un cabinet comptable. Cela ne dispense cependant pas les éditeurs de tenir une comptabilité journalière.

74 % des éditeurs tiennent un suivi d'exploitation par titre. Ce chiffre tombe à 27 % pour un suivi par collection.

59 % des éditeurs n'ont pas de budget prévisionnel annuel.

En dehors d'un chiffre de suivi d'exploitation par titre plutôt satisfaisant, les réponses aux questions sur le suivi et la gestion de la maison d'édition reflètent assez bien une gestion au jour le jour. Nombre de projets éditoriaux naissent sous l'impulsion d'éditeurs passionnés qui ne programment pas nécessairement les parutions et ne peuvent donc en calculer les coûts.

Les outils de suivi des ventes et de gestion des stocks gagneraient à être améliorés et leur usage professionnalisé afin de permettre aux maisons d'édition de planifier et calculer leur activité afin de durer, à défaut de trop se développer, ce que la plupart ne souhaite pas pour les raisons que l'on a dites.

La communication et la promotion

63 % des éditeurs normands ont un catalogue papier contre 55 % en Picardie et en Lorraine. Mais 85 % des éditeurs alsaciens et 70 % des éditeurs en Aquitaine réalisent des supports papier de communication.

52 % des éditeurs normands utilisent une newsletter, ils sont moins de 50 % en Aquitaine et seulement 33 % en Alsace.

92 % des éditeurs ont un site internet et 84 % utilisent les réseaux sociaux. Ils sont 77 % en Aquitaine et 59 % en Picardie à être présents sur les réseaux sociaux. 98 % des éditeurs en Aquitaine, 96 % en Lorraine, 93 % en Alsace et 89 % en Picardie ont un site web.

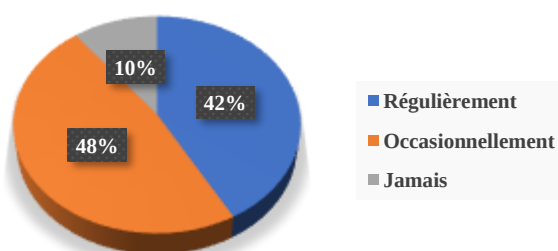
37 % des éditeurs normands ont un blog, ils ne sont que 19 % en Aquitaine. Seulement 29 % des éditeurs normands ont recours à la publicité. Le coût des espaces publicitaires et la difficulté à en mesurer l'impact en termes de vente, expliquent cette frilosité.

Les éditeurs ont pris conscience de l'utilité de ces nouveaux outils, qui leur permettent de présenter leur maison d'édition autrement, de façon moins commerciale, d'être en interaction avec leurs lecteurs et de toucher un nouveau public. Les réseaux sociaux font désormais partie intégrante de la stratégie de communication et de diffusion d'un éditeur.

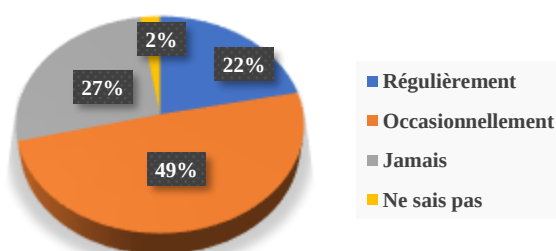
Cette communication semble indispensable quand 59 % d'entre eux s'autodiffusent et s'autodistribuent. Les éditeurs normands la développent plutôt bien comparé aux éditeurs des autres régions.

84 % des éditeurs envoient un service de presse de leurs nouveautés aux journalistes, ils sont 87 % en Aquitaine et 74 % en Picardie.

Avez-vous des retombées dans la presse régionale ?

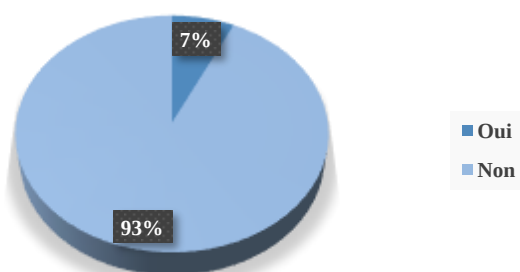


Avez-vous des retombées dans la presse nationale ?



42 % des éditeurs ont des retombées régulières dans la presse régionale et 48 % de manière occasionnelle. Ce pourcentage tombe à **22 % concernant des retombées régulières au niveau de la presse nationale**, mais remonte à 49 % s'il s'agit de retombées occasionnelles. Il s'agit principalement d'articles dans le journal local qui concernent les nouvelles parutions. Ce pourcentage est équivalent aux éditeurs aquitains qui ont aussi de rares retours dans la presse nationale, mais 60 % d'entre eux ont tout de même des retombées régulières dans la presse locale.

Sous-traitez-vous votre communication ?

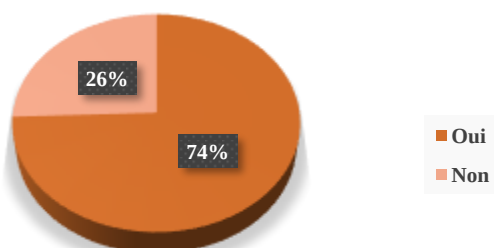


Concernant les autres médias, **47 % des éditeurs ont des retombées régulières en radio, et 12 % à la télévision**. Situation à peu près équivalente en Aquitaine où moins de 50 % d'entre eux ont des retombées à la radio ou à la télévision.

45 % ont des retombées régulières sur Internet.

Seules 6 maisons d'édition sous-traitent leur communication, **soit 7 % des éditeurs**, le coût annuel est élevé, allant de 1 500 € à 10 000 € pour les éditeurs ayant répondu à cette question.

Participez-vous à des salons en région ?



On a vu que les éditeurs normands n'avaient pas hésité à développer des sites internet marchands pour pallier le défaut de diffusion déléguée et les difficultés à travailler avec les libraires, y compris régionalement. Autre moyen de diffusion, la participation à des salons en ou hors région, les éditeurs de Normandie l'ont bien compris et s'y inscrivent largement.

74 % des éditeurs normands participent à des salons en région, un taux équivalent à l'Aquitaine où 77 % des éditeurs participent à des salons et, au-dessus de la Picardie où 66 % des éditeurs déclarent le faire.

Le salon du livre de Caen¹⁴ est le plus fréquemment cité en région parmi 60 autres cités.

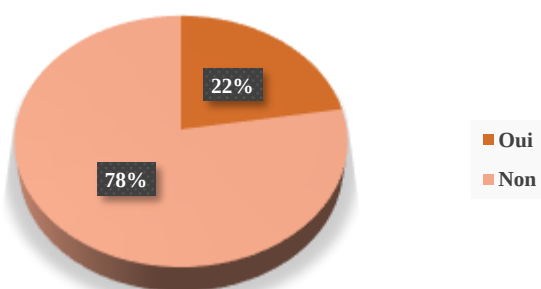
67 % des éditeurs normands participent à des salons hors région (ils sont 63 % en Picardie et 60 % en Aquitaine).

Le salon du livre de Paris qui accueille tous les ans 20 éditeurs normands, sur un stand Région de 160 m², est fréquemment cité. Cette action régionale a permis à de nombreux éditeurs d'accéder à ce prestigieux salon.

Il y a ensuite plusieurs salons spécialisés par thématique éditoriale que fréquentent régulièrement les éditeurs : Montreuil pour la jeunesse, St Malo avec *Étonnants voyageurs*, le Marché de la poésie à Paris, le salon du livre d'Histoire de Blois, le festival d'art de Fontainebleau, la BD à Angoulême, le salon du livre du Mans. La Région (Basse-)Normandie avait mis en place un dispositif d'accompagnement pour les éditeurs pour leur permettre

d'aller sur des salons hors région et à l'étranger, dans le cadre du FAEL, dispositif qu'on retrouvait également en (Haute-)Normandie dans le FDEL.

Participez-vous à des salons internationaux ?



22 % des éditeurs normands se déplacent dans des salons internationaux (ils sont 35 % en Aquitaine et 15 % seulement en Picardie). Cela peut sembler peu mais il faut rappeler que tous les catalogues ne se prêtent pas à un développement international ou à la vente de droits à l'étranger.

Les salons les plus fréquentés sont Francfort (5 éditeurs), Bruxelles (3), Bologne (2), le Luxembourg (2). Un éditeur va régulièrement à

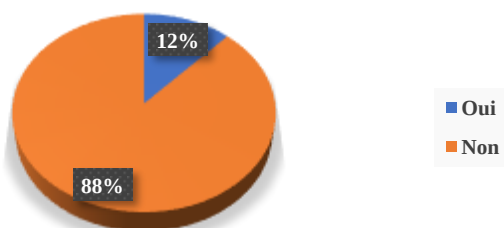
Beyrouth et un seul va à la foire de Londres.

Deux années consécutives, le CRL a accompagné des éditeurs à la foire du livre de Francfort. Les 2 structures du livre ont constitué une délégation d'éditeurs pour l'édition 2017, la France et la francophonie étant mises à l'honneur.

La moyenne du CA induit par la participation à ces salons est de 26 % (tandis que la médiane se situe à 12 %), ce qui représente une part importante de l'activité. Les écarts sont très importants puisqu'ils vont de

1 % pour 4 éditeurs à 90 % pour une maison d'édition.

Avez-vous bénéficié d'une aide à l'aménagement, à l'extension, à la reprise ou à l'informatisation au cours des 3 dernières années ?



Les aides publiques

88 % des éditeurs n'ont pas reçu d'aide à l'aménagement, à l'extension, à la reprise ou à l'informatisation en 2012, 2013, 2014. Deux éditeurs de Seine-Maritime ont bénéficié d'une aide à l'informatisation et un à l'aménagement de son lieu de stockage via le FDEL, 2 éditeurs de la (Basse-)Normandie ont été soutenus par la DRAC pour de l'informatisation.

Néanmoins, sur cette période, les éditeurs ont eu accès à d'autres aides, notamment des aides à la

publication et à la présence sur des salons nationaux et internationaux grâce au FAEL et des aides en fonctionnement et en investissement grâce au FDEL.

Beaucoup d'éditeurs reviennent sur l'importance des aides publiques pour la bonne continuité de leurs activités, en demandant notamment des aides au fonctionnement parmi lesquelles une hausse des aides annuelles à la publication, des aides à la reprise de maison d'édition, un accès facilité et moins onéreux à de la formation, un accompagnement à aller vers l'International.

¹⁴ À noter qu'en 2014, il y avait encore la Basse-Normandie et la Haute-Normandie, ce qui fait que l'on doit distinguer les salons extérieurs à la région Normandie.

Le Fonds d'aide à l'économie du livre (FAEL), créé en 2006 en (Basse-)Normandie et doté d'une enveloppe de 140 000 €, était dédié à l'aide à la publication de projets éditoriaux (nouveau et rééditions). Il a ajouté deux nouveaux champs d'intervention en 2013, sur une enveloppe reconcentrée à 120 000 € : l'aide à la diffusion professionnelle sur les salons spécialisés hors région et internationaux et l'aide à la publication de revues littéraires de création.

Les chiffres du FAEL 2012-2014

Année	Total FAEL livres en €	Livres présentés/livres aidés	Total FAEL salons en €	Nombre d'éditeurs aidés	Total FAEL revues en €	Nombre de revues soutenues
2014	111 746 €	71/40	3 185 €	5	7 836 €	2
2013	107 141 €	70/48	5 449 €	3	4 000 €	1
2012	114 428 €	77/49	<i>Ligne inexistante en 2012</i>		<i>Ligne inexistante en 2012</i>	

En 2009, la Région (Haute-)Normandie avait mis en place un fonds d'aide à l'édition avec une enveloppe de 30 000 €. En 2013, la DRAC et la Région (Haute-)Normandie ont créé le Fonds pour le développement de l'économie du livre (FDEL) destiné à accompagner les projets des éditeurs et des libraires de la région. De 100 000 € en 2013, l'enveloppe a atteint 150 000 € pour être finalement abondée à 250 000 € avec l'apport du Centre national du livre (50 000 €) en 2015.

Les chiffres du FDEL 2012-2014

Année	Total FDEL édition en €	Nombre de projets présentés/aidés	Taux d'intervention moyen	Nombre de maisons d'édition aidées	Types d'aides
2014 (FDEL = 150 000 €)	85 320 €	33/30	44 %	23	Publication : 19 Investissement en matériels : 4 Évolution du catalogue : 1 Salons : 2 Promotion, site Internet : 2 Innovation multimédia : 2
2013 (FDEL = 100 000 €)	62 300 €	29/29	28 %	20	Publication : 17 Évolution du catalogue : 2 Salons : 3 Formation professionnelle : 2 Promotion, site internet : 2 Modernisation et travaux : 2 Innovation multimédia : 1
2012 (FDEL = 30 000 €)	21 580 €	7/7		6	Aide à la publication : 7

IV. SANTÉ ÉCONOMIQUE DES MAISONS D'ÉDITION

Analyse de liasses fiscales réalisée par Pascal Arnaud, consultant, sur un panel de 34 maisons d'édition créées avant 2012

Attention : il faut noter qu'aucune extrapolation des résultats de cette étude ne peut être faite sur l'intégralité du secteur dans la région Normandie parce que nous ne pouvons pas nous assurer que l'ensemble des réponses obtenues constitue un échantillon représentatif du secteur. En effet, le périmètre du panel utilisé ici correspond aux maisons d'édition ayant déjà 3 exercices comptables terminés (donc les maisons d'édition créées après 2012 n'entrent pas dans ce groupe), et aux maisons d'édition privées (les structures éditoriales liées aux universités ne sont donc pas prises en compte). Enfin, dans le groupe ainsi défini, toutes les maisons d'édition n'ont pas forcément répondu à l'enquête.

Identité

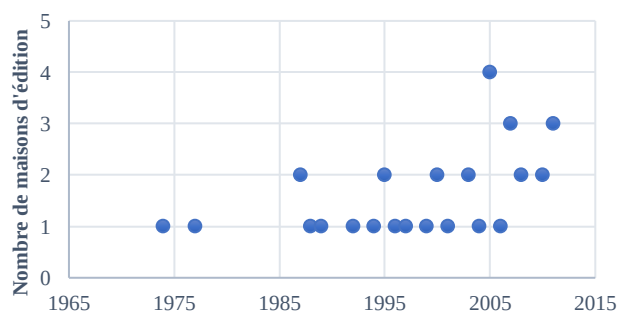
Dans cette première partie, nous allons esquisser un portrait de l'édition de la région autour de 3 caractéristiques :

- l'année de création des maisons d'édition répondantes ;
- leurs formes juridiques ;
- leurs activités déclarées.

Année de création

La plus ancienne maison d'édition encore en activité parmi les 34 réponses exploitables¹⁵ reçues a été créée en 1974. Les années de création des maisons d'édition actives en Normandie sont représentées ici :

Année de création des structures éditoriales

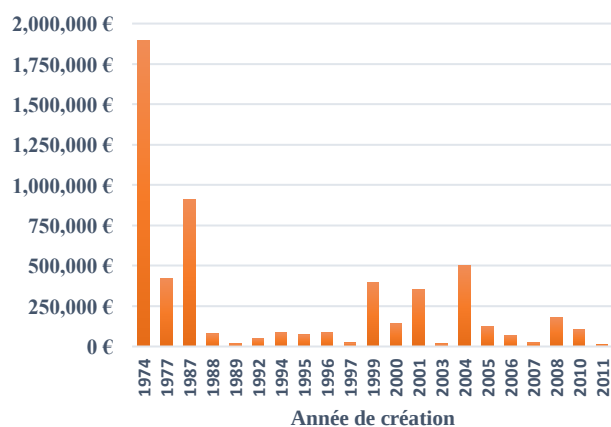


Graphique 1.1. Répartition des maisons d'édition par année de création

Cet ensemble de structures éditoriales est relativement ancien puisque la moitié des créations a eu lieu à partir de 1998 (valeur médiane).

Pour compléter cette approche de l'ancienneté des maisons d'édition, regardons le chiffre d'affaires moyen en fonction de l'année de création des structures éditoriales.

Chiffres d'affaires moyens en 2014



Graphique 1.2. Chiffres d'affaires moyens réalisés en 2014 par année de création

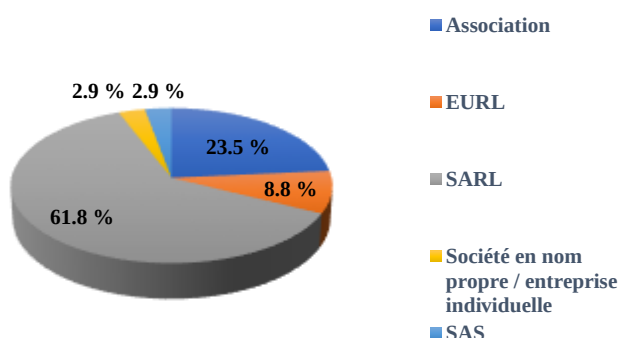
Cet ensemble de structures éditoriales est relativement ancien puisque la moitié des créations a eu lieu à partir de 1998 (valeur médiane). On retrouve ici l'importance économique prise par les maisons les plus anciennes (l'une créée en 1974 et l'autre en 1987).

¹⁵ Pour chaque graphique, le nombre de réponses exploitées sera indiqué. Dans le même temps, les données brutes seront fournies en annexe.

Forme juridique

Le questionnaire d'enquête demandait aux structures éditoriales d'indiquer leur forme juridique. Sur cette question, nous avons reçu 34 réponses exploitables. Les résultats sont les suivants :

Formes juridiques



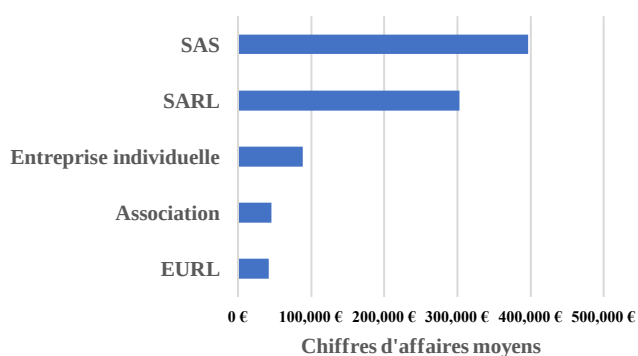
Graphique 2.1. Formes juridiques choisies

La majeure partie des maisons d'édition, 76,5 % a choisi une forme commerciale. Parmi celles-ci, la SARL reste la forme majoritaire, soit dans sa forme classique (80,8 % des cas), soit dans sa forme unipersonnelle (11 % des cas). La forme associative a été choisie par les autres maisons d'édition.

On peut compléter cette approche par le croisement entre ces formes juridiques et les chiffres d'affaires réalisés en 2014¹⁶.

Les 34 réponses exploitables donnent la répartition suivante.

Chiffres d'affaires moyens en 2014 par formes juridiques



Graphique 2.2. Chiffres d'affaires moyens par formes juridiques

Les maisons d'édition réalisant le chiffre d'affaires moyen le plus élevé sont structurées en SAS et SARL. Cependant, cette donnée moyenne élevée doit être tempérée par le fait que les 2 plus importantes maisons d'édition de la région ont choisi une de ces formes juridiques : CA de 1 892 515 € et de 1 771 039 € en 2014. À l'autre extrémité du prisme, une SARL présente un chiffre d'affaires inférieur à 10 000 € en 2014. Enfin, la forme associative reste celle utilisée par la plupart des plus petites maisons d'édition (8 réponses).

Activité

Dans cette partie, nous allons examiner l'activité des maisons d'édition selon 3 axes :

- l'activité officielle telle que définie par le code NAF ;
- l'exercice d'une pluriactivité ;
- l'importance du chiffre d'affaires réalisé.

¹⁶ Le chiffre d'affaires pris en compte ici correspond à la somme des postes suivants des comptes de résultats de l'année 2014 :

- ventes de marchandises ;
- production vendue de biens et de services.

Ce choix a été fait parce que certains comptes de résultats sont établis selon les normes comptables habituelles et notent en *Production de biens vendue* le chiffre d'affaires réalisé par la vente de livres, et certains autres comptes de résultats sont établis en notant ce même chiffre d'affaires en *ventes de marchandises*.

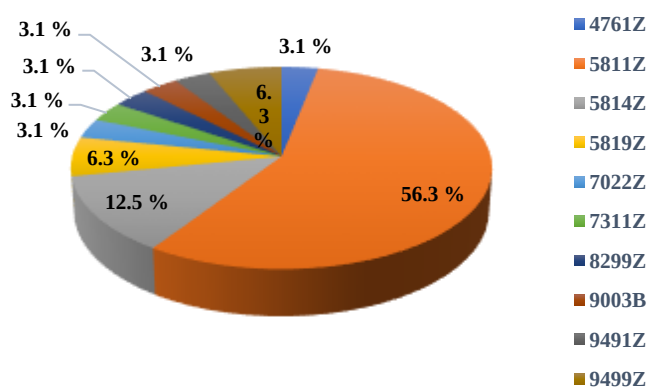
Activité officielle

L'activité officielle est celle donnée par le code NAF¹⁷. Ce code permet de caractériser l'activité de toute entreprise ou organisation. Cependant, il ne constitue pas une entrée efficace pour pouvoir avoir une approche statistique complète du secteur de l'édition. En effet, on constate que cohabitent plusieurs codes pour les maisons d'édition de la région :

- ceux liés à l'activité éditoriale proprement dite, comme le code 5811Z pour l'édition de livres ;
- ceux liés à la forme juridique de la maison d'édition, comme le code 9499Z pour les associations (il faut d'ailleurs noter que certaines associations ont le code 5811Z) ;
- des codes encore différents liés à l'analyse que l'INSEE a faite des statuts des entités concernées.

La situation actuelle concernant les 32 réponses exploitables est la suivante :

Répartition par code d'activité



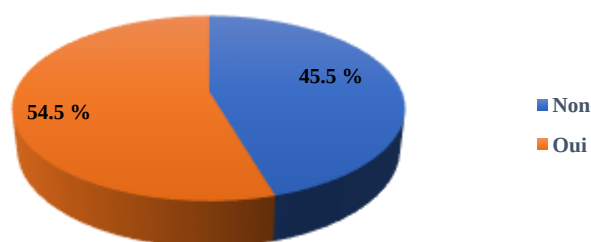
Graphique 3.1. Répartition par codes d'activité

On trouve dans cette répartition, 75 % des structures classées dans le champ de l'édition (groupes 581 pour l'édition de livres et de périodiques). On trouve aussi 6,3 % d'associations (9499Z), soit 2 entités, bien que le nombre d'associations soit supérieur. Il est donc manifestement impossible d'interroger l'INSEE pour obtenir des données économiques exhaustives en n'utilisant que ce code activité comme clé de tri.

Pluriactivité

Au-delà de l'activité principale, les structures éditoriales ont, pour la majorité d'entre elles, une activité mixte. La répartition entre activité unique et pluriactivité des 34 réponses exploitables est la suivante :

Exercice d'une pluriactivité

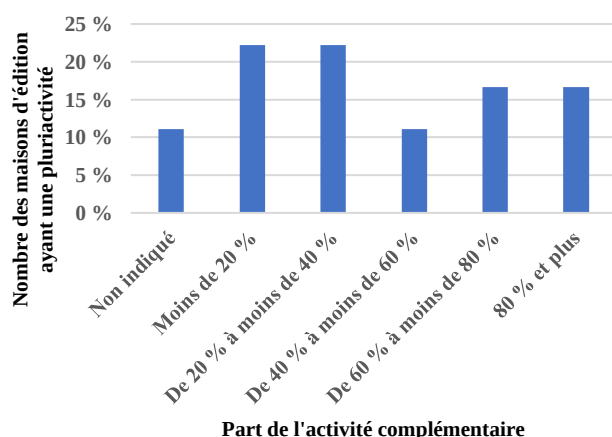


Graphique 3.2. Exercice d'une pluriactivité

Les 18 réponses exploitables des structures pratiquant une pluriactivité consacrent à l'activité complémentaire une part variable de leur travail.

¹⁷ Il s'agit des codes d'activité de la nomenclature de l'INSEE référencée : NAF rév. 2, 2008, édition 2015.

Importance des activités complémentaires



Graphique 3.3. Part des activités complémentaires en cas de pluriactivité

Cette répartition apporte 2 enseignements :

- un tiers des structures concernées consacre plus de 60 % de leur activité à autre chose que l'édition ;
- dans près de 45 % des cas, l'activité complémentaire reste minoritaire (moins de 40 %).

Dans les structures consacrant une part très importante de leur activité à autre chose que l'édition de livres, on trouve par exemple l'animation d'un salon de thé littéraire ou des éditions qui viennent en appui à l'activité de conseil en communication graphique d'une société.

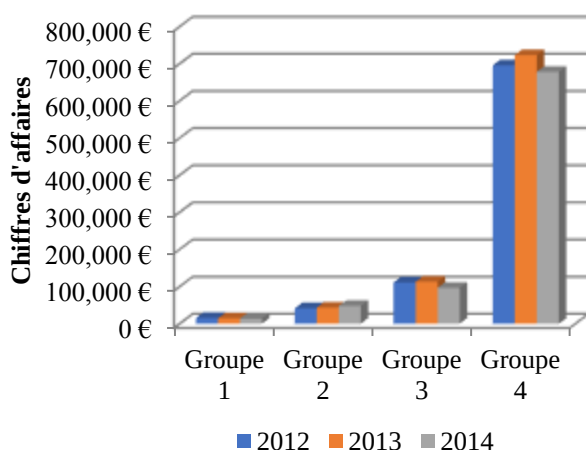
Chiffres d'affaires réalisés

Pour permettre une lecture plus claire des différents aspects étudiés dans ce rapport, nous avons réparti les maisons d'édition du panel en 4 groupes homogènes de chiffres d'affaires¹⁸ :

- groupe 1 : chiffre d'affaires inférieur ou égal à 26 000 € ;
- groupe 2 : chiffre d'affaires supérieur à 26 000 € et inférieur ou égal à 70 000 € ;
- groupe 3 : chiffre d'affaires supérieur à 70 000 € et inférieur ou égal à 200 000 € ;
- groupe 4 : chiffre d'affaires supérieur à 200 000 €.

Ces seuils seront les mêmes pour les trois années de l'étude. Cette approche permet d'une part de voir l'importance relative de chaque groupe et d'autre part de voir la dynamique de ces groupes sur les trois années étudiées.

Chiffres d'affaires moyens par groupes



Graphique 3.4. Chiffres d'affaires moyens par groupes

Le fait majeur que ce graphique met en évidence est le décalage de chiffre d'affaires moyen entre le groupe 3 et le groupe 4. C'est une illustration de la forte concentration du secteur au niveau de la région normande¹⁹.

Par contre, ce graphique ne montre pas le phénomène majeur dans l'activité éditoriale normande qu'a constitué le 70^e anniversaire du Débarquement. Les 2 éditeurs spécialisés ont vu leurs chiffres d'affaires augmenter en 2014 de 16 % et 59 %. Plus généralement, l'évolution du chiffre d'affaires global des entreprises d'édition de la région²⁰ a été la suivante :

- 2012 : chiffre d'affaires total du panel de 6,3 M€ ;
- 2013 : chiffre d'affaires total du panel de 5,9 M€, soit une baisse de 6 % ;
- 2014 : chiffre d'affaires total du panel de 7,3 M€, soit une hausse de 24 %.

Cette évolution spectaculaire et atypique par rapport aux données nationales peut avoir procuré les moyens à l'édition en Normandie de se consolider, cependant il est probable que cette amélioration soit passagère tant l'économie du livre est volatile.

¹⁸ Ces groupes ont été déterminés par la méthode des quartiles. Vous pourrez trouver en annexe, après les données relatives au graphique 3.4, les maisons d'édition constituant chaque groupe (voir p.73).

¹⁹ Concentration qui n'a rien de spécifique, elle se retrouve dans toutes les régions ainsi qu'au niveau national.

²⁰ Uniquement les entreprises constituant le panel d'étude.

Activité éditoriale

Nous allons étudier dans cette partie l'activité éditoriale des structures ayant répondu à l'enquête selon 2 axes d'approche :

- les solutions de diffusion et de distribution mises en œuvre ;
- l'évolution des catalogues.

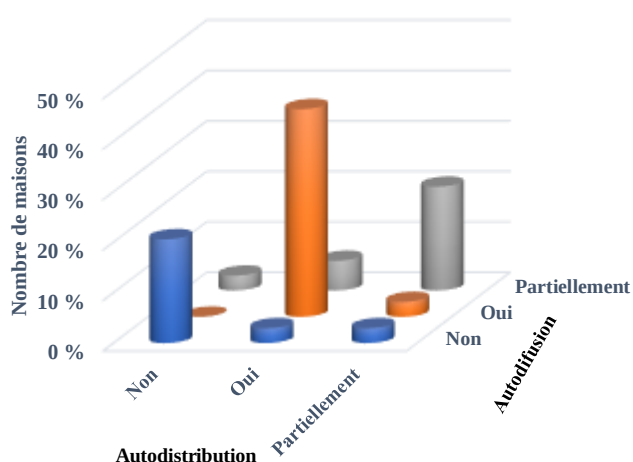
Diffusion et distribution

Un des choix importants dans le modèle économique d'une structure éditoriale est celui de sa diffusion et de sa distribution. Nous allons voir les solutions utilisées par les structures entrant dans cette enquête.

Types de délégation

Le premier point important concernant la diffusion et la distribution est le type de délégation choisi par les structures éditoriales de la région. Les renseignements obtenus permettent de classer les structures éditoriales en fonction de leurs choix concernant la diffusion et la distribution de leurs ouvrages. En croisant l'ensemble des 34 réponses, nous trouvons cette répartition :

Types de délégation utilisés



Graphique 4.1. Types de diffusion et de distribution choisis

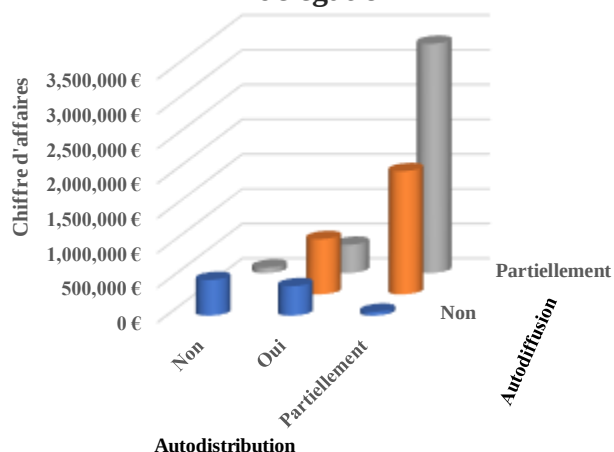
Cette présentation des données apporte 2 enseignements importants concernant les pratiques des structures éditoriales de la région :

- tout d'abord, il y a une corrélation certaine entre la délégation de la diffusion et celle de la distribution. Dans 82 % des cas (28 structures), le même type de délégation est pratiqué. Autrement dit, si une structure délègue sa diffusion, elle délègue aussi sa distribution ;

- ensuite, le plus grand groupe de structures éditoriales fonctionne en utilisant l'autodiffusion et l'autodistribution (14 structures, soit 41 % des réponses).

Il est aussi intéressant de voir cette même répartition, non pas en nombre de structures, mais en chiffre d'affaires généré.

Chiffre d'affaires 2014 par types de délégation

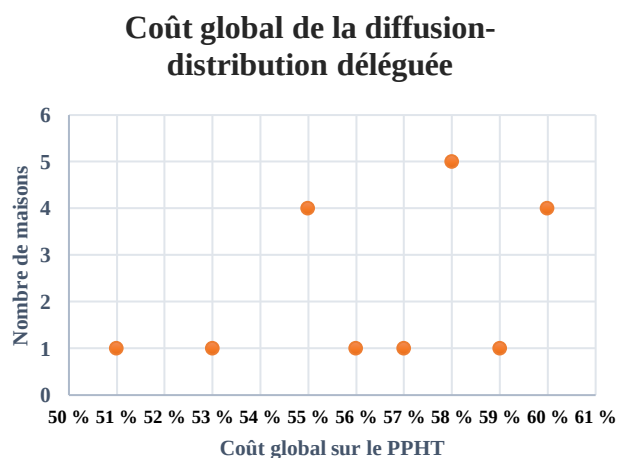


Graphique 4.2. Chiffres d'affaires 2014 par types de délégation

Ici, le portrait est assez différent : l'essentiel du chiffre d'affaires en 2014 a été généré par des structures éditoriales assurant totalement ou partiellement leur diffusion. Cette vision est très influencée par la présence dans cette catégorie des structures les plus importantes de la région. L'exercice de l'édition en région pousse souvent, comme on le constate aussi ailleurs qu'en Normandie, les structures éditoriales à créer des modes de diffusion de leurs productions atypiques.

Coût de la diffusion-distribution déléguée

Les informations fournies par les 18 maisons d'édition déléguant tout ou partie de leur diffusion ou de leur distribution permettent d'estimer le coût pratiqué par les sociétés assurant ces prestations. Nous avons raisonné en coût global, coût qui inclut aussi la part des libraires²¹.

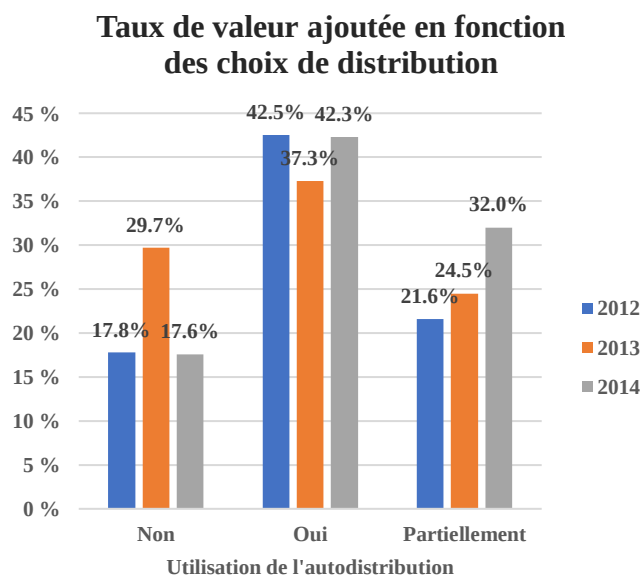


Graphique 4.3. Coût global de la diffusion-distribution déléguée

Ce graphique montre que les conditions sont assez différentes d'une maison à l'autre. L'essentiel de ce coût est situé cependant entre 55 % et 60 % du prix public hors taxes. La moyenne pondérée des coûts pratiqués est conforme aux données moyennes nationales²² en se situant à 57 %.

Modes de distribution et valeur ajoutée produite

Au-delà du chiffre d'affaires réalisé, le premier élément important du résultat d'une structure éditoriale est sa valeur ajoutée produite²³. Il est intéressant de regarder s'il y a des différences notables concernant cette valeur ajoutée en fonction du type de distribution choisi. Pour ce faire, nous avons utilisé le taux de valeur ajoutée²⁴.



Graphique 4.4. Taux de valeur ajoutée en fonction des choix de distribution

La première lecture de ce graphique, évidente, est que le taux de valeur ajoutée augmente lorsque le recours à la distribution déléguée augmente. Mais cette lecture doit être tempérée par quelques éléments techniques liés à l'enregistrement des coûts de la diffusion et de la distribution. Le plan comptable professionnel de l'édition préconise d'enregistrer le chiffre d'affaires net des remises accordées aux libraires et d'enregistrer les commissions dans les autres charges externes. Il est néanmoins probable que nombre de structures éditoriales normandes ayant recours à un distributeur ne suivent pas cette préconisation²⁵ (nous avons constaté cette anomalie récurrente à de nombreuses reprises dans d'autres régions). Les niveaux de taux présentés ci-dessus doivent donc être pris avec prudence.

²¹ Dans 3 cas, seul le coût des diffuseurs et distributeurs était indiqué. Nous avons considéré que les libraires concernés bénéficiaient d'une remise moyenne de 35 %.

²² Dans le rapport Gaymard de 2009 sur la situation du livre en France, le coût global moyen est de 56 % (36 % pour le point de vente, 12 % pour la distribution et 8 % pour la diffusion).

²³ La valeur ajoutée permet de calculer la richesse brute créée par une entreprise, avant rémunération de ses salariés, de ses apporteurs de capitaux et des administrations.

²⁴ Il s'agit du rapport entre la valeur ajoutée produite et le chiffre d'affaires généré.

²⁵ Le taux de valeur ajoutée se calcule comme suit : (Valeur ajoutée)/(Chiffre d'affaires). Les normes comptables professionnelles fixent :

- que le chiffre d'affaires est comptabilisé net de remises accordées aux libraires ;
- que les commissions des diffuseurs et distributeurs font partie des charges externes.

Si les commissions des diffuseurs et distributeurs sont directement déduites du chiffre d'affaires en comptabilité, alors le diviseur de ce calcul est plus faible tandis que le dividende est identique, le résultat est donc plus fort.

Catalogue

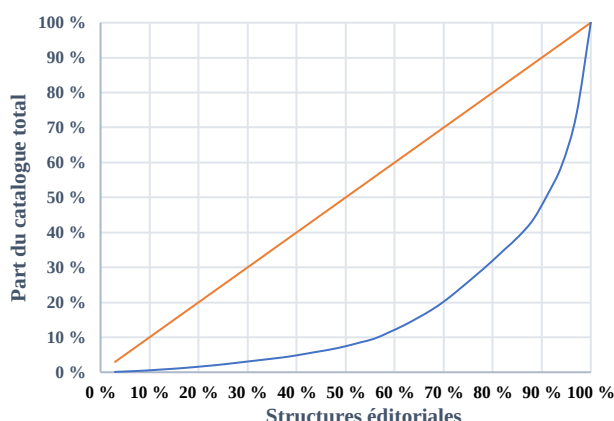
Dans cette partie, l'approche choisie est de considérer comme un titre chaque référence. Autrement dit, si un ouvrage donné est disponible à la fois sous un format imprimé et sous un format numérique, nous considérerons qu'il s'agit de 2 titres différents. Ce choix repose sur le fait que les livres numériques et imprimés n'utilisent ni les mêmes circuits de distribution, ni ne sont destinés aux mêmes marchés (au moins en partie).

Taille du catalogue

Le catalogue des 34 structures ayant répondu à l'enquête représente 4 181 titres. Compte tenu du fait que ce panel ne comprend pas toutes les structures éditoriales normandes²⁶, aucune comparaison ne peut être faite avec des données nationales.

Cependant, la structure de cette offre reflète la concentration générale existant dans le secteur. On peut présenter la concentration de ce catalogue général comme ceci :

Concentration du catalogue de l'ensemble des structures éditoriales



Graphique 5.1. Concentration du catalogue de l'ensemble des structures éditoriales

La lecture de ce graphique montre que les 70 % des structures éditoriales présentant les plus petits catalogues ne représentent que 20 % du nombre total de titres (point bleu sur la courbe).

Structure du catalogue

Dans cette partie, l'objectif est d'étudier la façon dont les structures éditoriales exploitent les droits qu'elles détiennent sur les œuvres. Nous avons choisi de regarder 2 axes d'exploitation des droits :

- la forme choisie de l'exploitation primaire (imprimée ou numérique) ;
- l'existence d'une exploitation seconde (vente de droits).

Concernant l'exploitation primaire, aucune maison d'édition du panel n'édite uniquement en numérique. La répartition des 34 réponses exploitables sur ce point présente une forte majorité de maisons d'édition qui exploitent leurs droits uniquement sous forme imprimée (26 maisons). Cependant, presque le quart des maisons les exploitent aussi sous forme numérique (8 maisons).

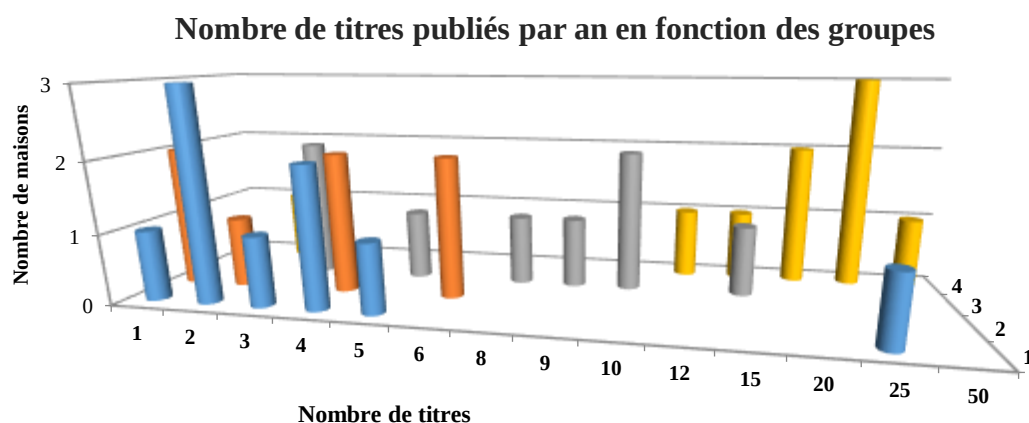
Une visite des sites des 7 maisons d'édition proposant des ouvrages sous forme numérique montre que cette proposition est très minoritaire. Les ouvrages proposés sous cette forme ne concernent qu'une petite partie du catalogue²⁷.

Publication de l'année

Pour compléter cette approche des catalogues, nous allons regarder les publications de l'année de référence (2014) en fonction du groupe de chaque maison d'édition.

²⁶ Voir le paragraphe encadré dans l'introduction, p.51.

²⁷ Dans certains cas, il n'a pas été possible de discerner les titres proposés sous forme numérique sur les sites des maisons d'édition en question. Dans d'autres cas, cette offre numérique ne semble concerner que des titres gratuits.



Graphique 5.2. Nombre de titres produits par maison d'édition (en 2014 et en fonction des groupes)

En toute logique, les maisons d'édition du premier groupe produisent nettement moins de titres par an que celles du quatrième groupe. Il y a cependant 2 exceptions à cette règle générale :

- dans le premier groupe, une maison d'édition annonce un programme éditorial de 25 titres : il s'agit d'un éditeur qui travaille sur de très faibles tirages si l'on en croit son site²⁸ ;
- dans le quatrième groupe, une maison d'édition ne prévoit la publication que de 2 titres : il s'agit d'une société dont l'activité éditoriale n'est que secondaire²⁹.

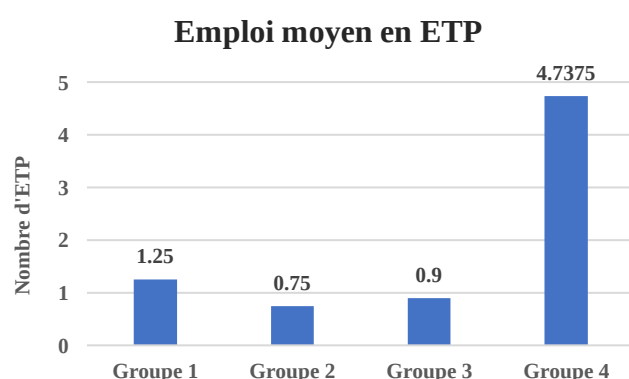
Moyens humains

Personnel salarié

Les structures éditoriales, comme toute entreprise, demandent le travail de plusieurs personnes. Bien que la modalité de travail la plus classique soit celle du salariat, il existe de nombreuses façons de travailler en commun dans le monde de l'édition. En partant des renseignements disponibles, nous pouvons néanmoins mesurer l'emploi direct généré par l'activité éditoriale en Normandie en examinant 2 séries de données :

- le nombre d'équivalents temps plein déclaré par les structures éditoriales ;
- la masse salariale indiquée dans les comptes fournis.

Concernant le nombre d'équivalents temps plein employés par les structures éditoriales, nous avons 20 réponses exploitables³⁰. Ces réponses se répartissent comme suit :



Graphique 6.1. Emplois moyens en fonction des groupes de chiffre d'affaires (en ETP)

Sur ce graphique, plusieurs constatations peuvent être faites. La première est que seules les structures éditoriales du groupe 4 ont une taille suffisante pour employer, en moyenne, presque 5 ETP. La seconde est que les réponses sont probablement hétérogènes. En effet, il est économiquement impossible pour les structures du groupe 1 de rémunérer un ETP³¹. Une étude plus fine des structures de ce groupe montre que, probablement, les personnes réellement actives mentionnées dans le nombre d'ETP travaillent

bénévolement, disposant par ailleurs de ressources vitales (retraite, emploi autre, etc.).

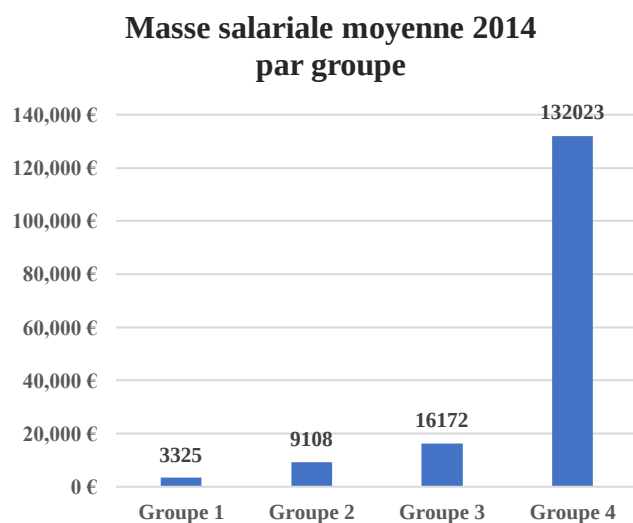
²⁸ On peut lire sur ce site : « X éditeur publie des ouvrages [classiques] ainsi que des livres-objets imprimés sur du papier artisanal fabriqué par l'éditeur. Les ouvrages sont imprimés sur du papier vergé ivoire ou blanc cassé, couverts sous papier d'art et façonnés à la main ».

²⁹ Cette structure annonce que l'activité éditoriale ne représente que 16 % de son activité totale. Par ailleurs, son chiffre d'affaires lié à l'activité éditoriale pour 2014 est de 28 226 €, niveau qui placerait cette structure dans le deuxième groupe.

³⁰ Sur les 34 réponses reçues, 13 indiquent n'employer aucune personne (le nombre d'ETP est porté à 0). Bien que cette donnée soit fautive parce que ces structures produisent néanmoins des ouvrages, donc utilisent un temps de travail certain, elle est représentative que ce temps de travail n'est pas rétribué. Nous axons le développement de cette partie sur le temps de travail réellement rétribué.

³¹ Rappelons que les structures de ce groupe ont un chiffre d'affaires inférieur à 26 000 €.

Pour préciser cette première approche, nous avons donc recherché, dans les documents financiers, le montant de la masse salariale³² des structures du panel. La masse salariale moyenne comptabilisée en 2014 par groupe se présente comme suit :



Graphique 6.2. Masse salariale moyenne 2014 par groupe

Le portrait devient maintenant plus clair. Seules les structures du groupe 4 peuvent assurer le financement du revenu de plusieurs collaborateurs. Si l'on croise les données des 2 graphiques précédents, le salaire brut moyen pour une personne employée dans une structure du groupe 4 est de l'ordre de 27 900 € pour l'année 2014 (soit 1,5 fois le SMIC de la même période). Les structures du groupe 3 peuvent financer presque un temps plein, mais seulement à un niveau légèrement supérieur au SMIC. Pour les groupes 1 et 2, aucun revenu suffisant ne peut être retiré de l'activité pour financer un temps plein.

³² Ne s'agissant que des rémunérations versées sous forme de salaires, les autres types de rétribution ne sont pas pris en compte.

Résultats économiques

Nous avons déjà pu avoir quelques données d'ordre économique dans les pages précédentes. Dans cette partie³³, nous examinerons en particulier 2 points :

- les principaux éléments de la formation des résultats ;
- les grands équilibres financiers.

Pour une meilleure lisibilité des résultats, les groupes pris en compte sont ceux issus du classement 2014 dont la liste est présentée dans la partie *Tableaux détaillés des résultats*, sous les données du graphique 3.4.³⁴

La formation des résultats

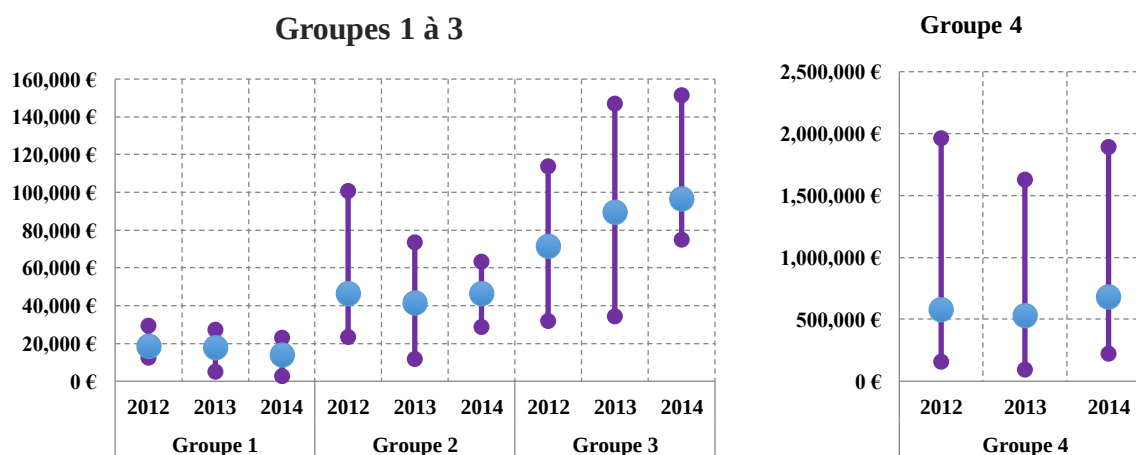
Le premier élément de la formation du résultat est bien sûr le chiffre d'affaires. Celui-ci a déjà été présenté plus haut, cependant, nous allons compléter cette étude par une autre approche.

Ensuite, nous allons examiner 2 autres aspects importants :

- la valeur ajoutée ;
- le résultat d'exploitation.

Le chiffre d'affaires

Au-delà des données moyennes, nous allons voir l'étendue des montants pour chaque groupe (pour plus de lisibilité, ces résultats sont présentés en 2 graphiques³⁵) :



Graphique 7.1. Chiffres d'affaires réalisés par groupes

Sur cette présentation, 2 ensembles de structures éditoriales se dégagent :

Les groupes 1 et 2

Les structures éditoriales appartenant à ces groupes ont un chiffre d'affaires très faible ; celui-ci est en général en baisse sur les trois années examinées.

Les groupes 3 et 4

Les structures éditoriales appartenant à ces groupes sont les plus importantes. Elles ont globalement bénéficié de l'embellie de 2014 évoquée plus haut. Cependant, il y a une grande disparité entre les niveaux des chiffres d'affaires des structures de ces groupes ; en particulier, dans le groupe 4, la présence de 2 *leaders* place les données maximales très haut (le chiffre d'affaires de la troisième structure ne représente que 44 % de celui de la deuxième). Par ailleurs, il y a un changement d'échelle réel entre le groupe 3 et le groupe 4.

³³ Cette partie ne repose que sur les informations comptables complètes fournies par les structures éditoriales (au moins le bilan et le compte de résultat). Le panel concerné regroupe 30 structures, soit 88 % de l'ensemble des réponses.

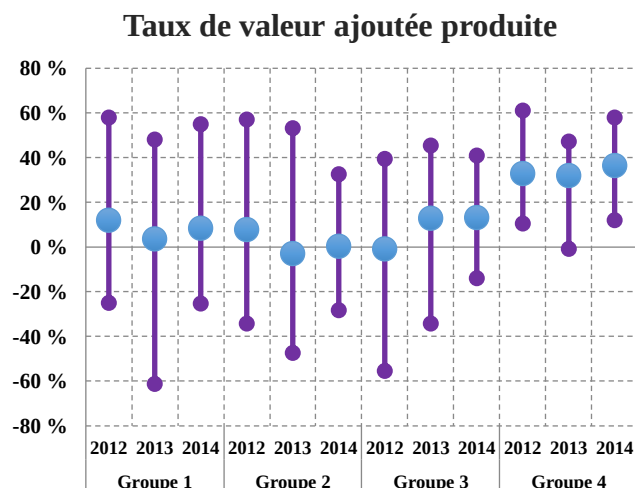
³⁴ Voir p. 56.

³⁵ Pour chaque donnée, les graphiques utilisés présentent les montants maximums, minimums et moyens.

La valeur ajoutée produite

La valeur ajoutée produite par une structure correspond à sa création de richesse économique. Autrement dit, il s'agit de la différence entre son chiffre d'affaires et ses consommations externes³⁶. C'est ce montant qui est utilisé pour financer les charges de personnel, rétribuer les prêteurs et régler les impôts et taxes courants. Il s'agit donc d'une donnée essentielle.

Pour son étude, nous privilégions une approche en taux³⁷ plutôt qu'une approche en montant. Nous avons vu déjà que les structures des 2 premiers groupes (et certaines du troisième groupe) n'ont pas une taille suffisante pour financer du personnel. Nous allons voir maintenant si, pour ces petites structures et les autres, la valeur ajoutée produite peut permettre un développement.



Graphique 7.2. Taux de valeur ajoutée produite par groupes

Concernant ce taux de valeur ajoutée produite, nous trouvons ici aussi 2 ensembles assez différents : les 3 premiers groupes d'un côté et le quatrième de l'autre.

Les groupes 1, 2 et 3

Dans ces 3 groupes, nous trouvons aussi bien des taux positifs que négatifs. De même, les taux moyens sur les 3 années sont très bas : 8 % pour le premier groupe, 5,2 % pour le deuxième groupe et 8,5 % pour le troisième groupe. Ces taux, surtout rapportés à de faibles chiffres d'affaires, sont insuffisants pour financer du personnel salarié.

Par ailleurs, un nombre important de structures présente des taux négatifs (12 structures sur les 18 concernées présentent un taux négatif sur au moins une année, 4 structures du même ensemble présentent des taux négatifs pour les trois années). Les conséquences d'un taux de valeur ajoutée négatif sont graves :

- Par construction, ce taux négatif signifie qu'il y a eu plus de consommations extérieures que de chiffre d'affaires. L'analyse au cas par cas permettrait de savoir si c'est le niveau de chiffre d'affaires qui est insuffisant (seuil de rentabilité de la structure non atteint), ou bien si c'est la fixation des prix de vente des ouvrages par rapport à leurs prix de revient qui n'est pas correcte.
- Quelle que soit la cause, cette situation consomme de la trésorerie et les structures concernées doivent avoir à faire face à des trésoreries très tendues. On retrouve fréquemment, dans ce genre de structures, des comptes courants d'associés qui augmentent au fil du temps, ce qui signifie que la trésorerie consommée est apportée par les associés (et qu'elle sera probablement perdue à terme s'il n'y a pas d'amélioration significative de la situation).

Le groupe 4

Celui-ci présente un visage tout autre :

- Aucune structure ne présente de taux de valeur ajoutée négatif (sauf une en 2013 qui présentait, suite à une chute brutale de son chiffre d'affaires, un taux légèrement négatif de 0,8 %).
- Le taux moyen du groupe se situe à 33,9 % pour l'ensemble des trois années. C'est un taux tout à fait satisfaisant dans ce type d'activité³⁸ au regard des données nationales.

Il semble donc que ce groupe 4 rassemble des structures éditoriales ayant dépassé le seuil critique de viabilité. On pourrait formuler grossièrement ce seuil par 2 conditions : avoir un chiffre d'affaires supérieur à 200 000 € et avoir un taux de valeur ajoutée d'au moins 30 %.

³⁶ Il s'agit de tous les achats de biens et de services qu'elle effectue (y compris les travaux de sous-traitance réglés sur facture). Dans le calcul utilisé ici, contrairement au calcul préconisé par la doctrine comptable, nous intégrons le poste *Autres charges* du compte de résultat, poste dans lequel figurent les droits d'auteur.

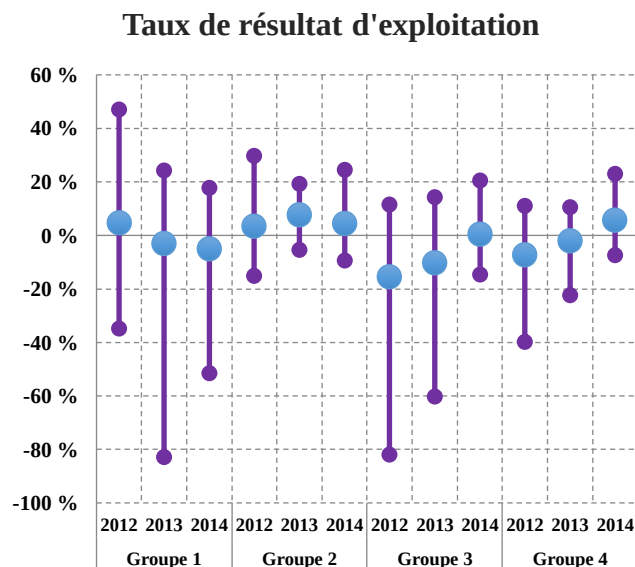
³⁷ Pour chaque structure du panel, le montant de la valeur ajoutée sera rapporté à celui du chiffre d'affaires.

³⁸ Selon l'étude sur les maisons d'édition publiée par KPMG en janvier 2015, intitulée *Maisons d'édition : les chiffres 2013*, la valeur ajoutée dans le secteur oscille entre 29 % et 30 % pour la période qui nous intéresse (hors éditions juridiques).

Le résultat d'exploitation

Le résultat d'exploitation correspond au chiffre d'affaires net, après déduction des différentes charges d'exploitation qui incombent à une entreprise (charges salariales, cotisations sociales, achats de matières premières, consommations énergétiques, etc.). C'est un agrégat plus large que la valeur ajoutée. Il permet de tenir compte du coût total de la structure.

Nous avons privilégié ici aussi une approche en taux dont les résultats sont présentés ici³⁹.



Graphique 7.3. Taux de résultat d'exploitation par groupes

Sur cet aspect, on trouve une différence importante entre les structures éditoriales de la région et les statistiques nationales éditées par KPMG. En effet, le taux de résultat d'exploitation moyen, pour l'ensemble des 4 groupes, est de -1,3 % (il s'agit donc d'une perte d'exploitation) alors que le secteur dégage un bénéfice d'exploitation moyen de 5,5 % en 2013 (hors éditions juridiques).

Pour les structures les plus importantes (groupes 3 et 4), l'embellie de 2014 a eu des effets significatifs. Cependant, les résultats d'exploitation moyens des structures concernées, hors 2014, sont négatifs. De même, ceux de 2014 ne sont que très légèrement positifs pour le groupe 3 et au niveau de la moyenne nationale pour le groupe 4.

Cela complète le portrait-robot de la structure éditoriale viable : outre les 2 critères vus dans la partie consacrée à la valeur ajoutée, elle doit avoir un résultat d'exploitation d'au moins 5 % de son chiffre d'affaires.

Les grands équilibres financiers

Cette partie examinera 2 points particuliers de l'équilibre financier des structures éditoriales de la région :

- l'importance du besoin en fonds de roulement au regard de l'activité ;
- la structure du financement des maisons d'édition.

Le besoin en fonds de roulement

Le besoin en fonds de roulement, plus couramment appelé BFR, est un indicateur très important pour les entreprises. Il représente les besoins de financement à court terme d'une entreprise résultant des décalages des flux de trésorerie correspondant aux décaissements et aux encaissements liés à l'activité.

Ce besoin en fonds de roulement est constitué essentiellement des stocks⁴⁰ et créances d'exploitation⁴¹ diminués des dettes d'exploitation⁴².

Pour pouvoir comparer les résultats entre les diverses structures du panel, nous avons rapporté pour chacune le besoin en fonds de roulement au chiffre d'affaires. Le résultat de ce calcul a été traduit en jours pour exprimer l'importance du financement nécessaire. Par exemple, si une structure présente un besoin en fonds de roulement de 29 400 € et un chiffre d'affaires de 78 500 €, alors son *délai de BFR* sera de : $29\,400/78\,500 \times 360 \approx 135$ jours. Ce résultat indique que la structure concernée doit trouver un financement de 135 jours de ventes pour fonctionner. Les résultats sont les suivants :

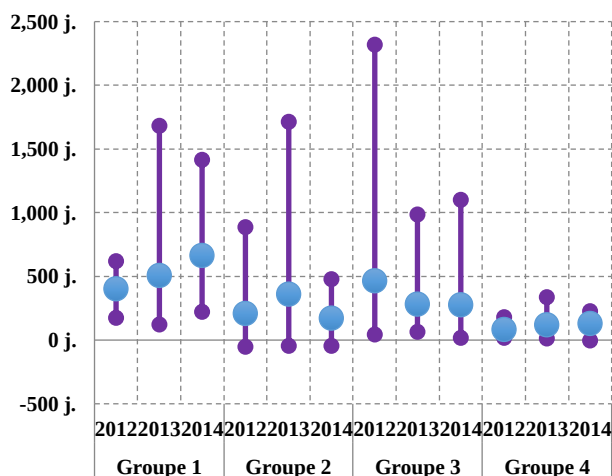
³⁹ Nous avons éliminé des résultats 3 données qui, pour des raisons différentes, étaient à la fois exceptionnelles et non représentatives.

⁴⁰ Dans notre étude nous avons pris en compte la valeur brute des stocks (donc avant provision). C'est en effet cette valeur brute qui a un lien avec la trésorerie.

⁴¹ Ces créances correspondent aux ventes non encore encaissées essentiellement et aux autres créances liées à l'exploitation.

⁴² Ces dettes correspondent essentiellement aux frais de fabrication non encore payés, aux salaires et charges sociales dus ainsi qu'aux droits d'auteur à payer.

BFR en nombre de jours de chiffre d'affaires



Graphique 8.1. Besoins en fonds de roulement en jours de chiffre d'affaires par groupes

Sous cet angle, les structures éditoriales de l'étude présentent aussi 2 ensembles aux caractéristiques différentes : les groupes 1, 2 et 3 d'une part et le groupe 4 d'autre part.

Les groupes 1, 2 et 3

Dans ces groupes, le besoin en fonds de roulement est très fréquemment supérieur au chiffre d'affaires (ce qui donne un résultat de plus de 360 jours). Cette situation a plusieurs causes :

- La structure peut avoir une démarche très patrimoniale et produire de plus des livres onéreux à fabriquer. C'est le cas d'un éditeur, structure du groupe 3. Le poids du stock de cette structure dans ses comptes est considérable puisqu'il représente en moyenne près de 1 500 jours de chiffre d'affaires (soit plus de quatre ans d'activité). Dans ce cas particulier, il est probable que ce soit une volonté de la direction de cette association. Cependant, un effort sur ce point allègerait le financement de la structure.
- La structure peut être en phase de resserrement de sa gestion et de maîtrise de son programme éditorial. Cela semble être le cas d'une maison, structure du groupe 3 : l'examen des comptes de cette société montre en effet un effort conséquent sur le stock durant les trois années disponibles ; de fait, la mesure effectuée ici donne une durée passant de 521 jours pour 2012 à 276 jours pour 2014.
- La structure peut être dans une phase de ralentissement de l'activité. C'est le cas d'un éditeur, structure du groupe 1. Le chiffre d'affaires de cette société a été divisé par trois entre 2012 et 2014. Dans ce contexte, il est évident que le stock n'a pas pu diminuer, d'où une dégradation forte de sa situation financière.

L'impression dégagée par les structures des 3 premiers groupes (en particulier des 2 premiers) est un manque de prise en compte de l'aspect entrepreneurial du métier d'éditeur.

Le groupe 4

Dans ce groupe, les résultats sont beaucoup plus équilibrés. Le délai moyen calculé est de 114 jours pour l'ensemble du groupe. Cela signifie probablement que la valeur du stock est un des points clés surveillés par les responsables de ces structures. Cette donnée moyenne concerne un groupe qui est beaucoup plus homogène que les 3 autres. Cependant, quelques situations particulières existent :

- Certaines structures présentent une dégradation de leur situation par le gonflement de leurs stocks. C'est le cas d'un éditeur dont le stock a plus que doublé sur la période. Cette évolution peut être soit voulue (programme éditorial ambitieux), soit subie (mauvais choix de tirages ou insuccès des titres produits).
- Certaines structures présentent une grande maîtrise du délai calculé ici. C'est le cas d'une maison d'édition dont le délai de besoin en fonds de roulement reste autour de 190 jours sur les trois années, même si son chiffre d'affaires a augmenté de 64 % sur la même période.

Il est assez évident ici aussi que ce groupe comprend les structures les plus viables du panel de l'étude.

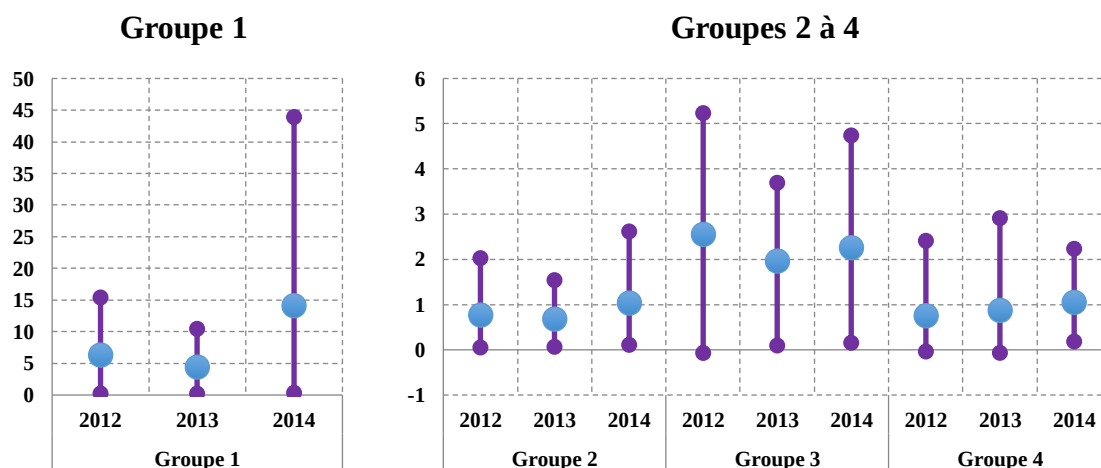
La structure des financements

Le meilleur outil pour approcher la structure des financements des maisons d'édition du panel est la mesure de leur indépendance financière. Cette mesure se fait en rapportant le total des fonds propres⁴³ au total des dettes⁴⁴. Plus le chiffre obtenu est important, plus la structure est indépendante du point de vue financier. La limite basse communément admise est de 1 (ce qui correspond à des fonds propres de même niveau que les dettes). En deçà de ce chiffre, la structure est fragilisée.

Pour représenter les résultats de cette étude, le graphique a été scindé en deux tant les différences entre le groupe 1 et les autres sont importantes :

⁴³ Nous intégrons aux fonds propres au sens comptable les amortissements et provisions qui leur sont assimilables au sens financier.

⁴⁴ Pour cette étude, c'est l'ensemble des dettes qui est pris en compte, quelles que soient leurs échéances.



Graphique 8.2. Indépendance financière par groupes

Concernant l'indépendance financière, 3 ensembles différents peuvent être constitués.

Le groupe 1

Cet ensemble regroupe les structures les plus modestes du panel. Il est donc logique que leur indépendance financière soit très forte. Il ne s'agit pas là d'un choix de gestion, mais d'une contrainte du marché. En effet, peu de prêteurs extérieurs (fournisseurs ou banquiers) veulent prendre le risque d'accorder un crédit à des structures aussi petites.

Le groupe 3

Celui-ci présente un profil assez particulier. L'indépendance financière moyenne est assez élevée en se situant à 2,3. S'agissant de structures relativement importantes, c'est une donnée intéressante. Cependant, cette donnée moyenne cache des situations très diverses :

- Certaines structures présentent des situations extrêmement dégradées. Tel est le cas d'une maison d'édition dont le ratio est proche de 0 pour les trois années. Dans le cas de cette structure, la lecture des comptes indique que les associés ont apporté des sommes conséquentes en compte courant (sommes classées dans les dettes alors qu'il s'agit de quasi-fonds propres au sens financier). Dans ce cas précis, une augmentation de capital par intégration d'une partie des comptes courants redresserait l'image financière de la structure.
- Certaines structures présentent une situation très équilibrée. C'est le cas d'un éditeur dont le ratio se situe entre 1,0 et 1,1 sur les trois années. Dans cet exemple précis, le capital mis à disposition par les associés a été correctement dimensionné pour le niveau d'activité actuel.
- Certaines structures présentent des situations très favorables. C'est le cas de 2 associations avec des ratios moyens de 3,6 et 4,6. Ces structures sont en capacité de trouver auprès de prêteurs les fonds nécessaires à un développement éventuel, si tant est que ce soit leurs projets.

Les groupes 2 et 4

Ces 2 groupes de structures présentent des caractéristiques communes :

- l'indépendance financière moyenne est juste avec des ratios de 0,8 pour le groupe 2 et de 0,9 pour le groupe 4 ;
- les ratios des différentes structures de ces groupes sont beaucoup plus resserrés autour des valeurs moyennes que pour les autres groupes ;
- l'année 2014 a légèrement amélioré la situation moyenne des structures de ces groupes.

Conclusion

Constats et perspectives

Ainsi la photographie du paysage éditorial en Normandie se précise : des éditeurs se considérant en région, avant d'être régionalistes, indépendants et produisant toute la palette des thématiques éditoriales que l'on retrouve chez les éditeurs nationaux, autodiffusés-distribués pour une grande partie d'entre eux, publiant en moyenne 9 titres par an mais travaillant souvent seul et ayant pour une large majorité une autre activité pour vivre.

On a pu noter que 51 % des éditeurs ont plus de 50 ans, paradoxalement plus de la moitié des maisons d'édition sont nées entre 2006 et 2015. Il est absolument nécessaire d'accompagner les jeunes structures dans leur professionnalisation, leur développement économique et leur diffusion hors des frontières régionales. D'un autre côté, l'âge moyen des éditeurs ouvre une porte pour d'éventuels repreneurs, tout aussi passionnés mais au fait de la gestion d'une maison d'édition.

Les éditeurs sont partagés sur l'avenir de leur métier : certains le voient sombre, à cause des difficultés de diffusion, de rentabilité, et à cause de l'avènement du numérique qui bouleverse l'économie du livre.

D'autres sont confiants et pensent que le livre a toujours un avenir, « les petites structures ont une image de marque forte » souligne un éditeur, et ont les capacités de fidéliser un lectorat. « Les lecteurs ne demandent qu'à être séduits » rajoute un éditeur. De même, certains éditeurs pensent que le numérique va côtoyer le livre papier sans l'amener à sa perte. D'ailleurs certains d'entre eux n'hésitent pas à dire que le numérique n'est pas un problème pour l'édition mais ce qui les inquiète c'est plutôt le manque de renouvellement du lectorat. D'autres s'inquiètent de la surproduction éditoriale qui noie leurs propres titres dans la masse : « ce métier doit produire moins et faire plus de découvertes et de création ».

Préconisations

Un soutien à la professionnalisation est indispensable *via* des formations, de type juridique et commercial, ou des accompagnements individuels de type audits. La mutualisation de certains coûts est une piste à creuser : lieux de *coworking* pour éviter la location de bureaux et permettre l'accueil de clients...

Accompagner les éditeurs vers la production de livres numériques et/ou la numérisation d'une partie de leurs catalogues (une bonne moitié d'entre eux sont prêts à l'envisager) en est une autre.

Formations de nature juridique et réglementaire

Dans cette partie, il est évident que des formations à la gestion comptable et fiscale des structures éditoriales sont recommandables. Quelques maisons, y compris parmi les plus importantes, ne semblent pas appliquer correctement les normes comptables professionnelles⁴⁵.

Deuxième axe de formation important : la gestion de la relation avec les auteurs. Sans que l'étude faite ici puisse donner une idée claire de la réalité de cette gestion dans chacune des maisons, il est fort probable qu'une actualisation des connaissances soit nécessaire. La réforme du contrat d'auteur de 2013 rend l'absence de reddition de comptes beaucoup plus dangereuse pour une structure éditoriale. Cet aspect de l'activité devrait donc être soutenu par de la formation.

Enfin, dans cette partie, le droit commercial spécifique au marché des livres ne doit pas être négligé. La visite de la plupart des sites des maisons d'édition du panel montre que les dispositions de la loi Lang ne sont pas toujours respectées (frais de port, prix promotionnels, vente par lot, etc.). Une remise à niveau des connaissances de certaines maisons est nécessaire.

Il y a encore beaucoup de marge de progression au niveau de la diffusion/distribution de la production en région, tant au niveau national qu'international.

Soutien à la diffusion

Ce qui marque particulièrement l'observateur est que les structures éditoriales régionales, sauf exception, sont de taille modeste, voire très petites. Dans l'offre proposée, certains projets semblent aboutis d'un point de vue uniquement éditorial (politique éditoriale claire et originale, stabilisation des maquettes, etc.). Il ne manque probablement à ces structures qu'un soutien à leur activité commerciale pour consolider les emplois qu'elles ont créés ou qu'elles sont susceptibles de créer. Ce soutien passe probablement plus par des accompagnements personnalisés et des actions mutualisées que par des formations.

⁴⁵ Dans ce groupe, 3 maisons d'édition présentent des comptes du type commercial (stocks de marchandises, ventes de marchandises) plutôt que des comptes de type industriels (stocks de produits finis, production de biens vendue). Ces 3 maisons d'édition ont pourtant recours à des cabinets d'expertise comptable pour établir leurs comptes annuels.

Soutien au développement des structures

Certaines structures peuvent être efficacement soutenues par des financements publics dans le but de consolider leurs positions et, en conséquence, pérenniser les emplois existants et, éventuellement, en créer de nouveaux. Cependant, pour une meilleure lisibilité de ces aides, il faudrait les axer davantage sur le développement de la maison d'édition concernée que sur telle ou telle publication. D'autres régions ont aussi mis en place des dispositifs originaux et pouvant répondre aux objectifs décrits ici. Citons par exemple le dispositif de soutien aux entreprises d'édition de livres imprimés ou numériques, mis en place par Ciclic et le Conseil régional Centre-Val de Loire, ou bien l'aide à l'édition (volet aide au programme éditorial et au développement économique de la maison), mis en place par le Conseil régional Limousin et la DRAC du Limousin.

Cet accompagnement vise à inciter les éditeurs à franchir le pas vers un entrepreneuriat réel.

Annexes

Tableaux détaillés des résultats

Cette partie regroupe tous les résultats chiffrés utilisés. Ces résultats sont présentés dans l'ordre des graphiques inclus dans le texte de l'analyse et référencés de la même façon. Autant que faire se peut, les résultats sont fournis en données brutes, ces données ont été traduites en pourcentages pour certains graphiques.

Graphique 1.1. Répartition des maisons d'édition par année de création

Année de création	Nombre de structures
1974	1
1977	1
1987	2
1988	1
1989	1
1992	1
1994	1
1995	2
1996	1
1997	1
1999	1
2000	2
2001	1
2003	2
2004	1
2005	4
2006	1
2007	3
2008	2
2010	2
2011	3
Total	34

Graphique 1.2. Chiffres d'affaires moyens en 2014 par année de création

Année de création	Chiffres d'affaires moyens
1974	1 892 515 €
1977	423 078 €
1987	909 695 €
1988	78 499 €
1989	18 874 €
1992	51 265 €
1994	85 434 €
1995	71 871 €
1996	85 834 €
1997	22 812 €
1999	396 720 €
2000	142 744 €
2001	349 979 €
2003	17 517 €
2004	501 194 €
2005	17 507 €
2006	74 830 €
2007	119 612 €
2008	104 418 €
2010	16 499 €
2011	134 867 €
Moyenne globale	264 911 €

Graphique 2.1. Formes juridiques choisies

Formes juridiques	Nombre de structures
Association	8
EURL	3
SARL	21
SAS	1
Entreprise individuelle	1
Total	34

Graphique 2.2. Chiffres d'affaires moyens 2014

Formes juridiques	Chiffres d'affaires moyens
Association	45 243 €
EURL	42 032 €
SARL	302 970 €
SAS	396 720 €
Entreprise individuelle	88 664 €
Moyenne globale	215 758 €

Graphique 3.1. Répartition par codes d'activité

Codes NAF	Désignation INSEE	Nombre de structures
4761Z	Commerce de détail de livres en magasin spécialisé	1
5811Z	Édition de livres	18
5814Z	Édition de revues et périodiques	4
5819Z	Autres activités d'édition	2
7022Z	Conseil pour les affaires et autres conseils de gestion	1
7311Z	Activités des agences de publicité	1
8299Z	Autres activités de soutien aux entreprises	1
9003B	Autre création artistique	1
9491Z	Activités des organisations religieuses	1
9499Z	Autres organisations fonctionnant par adhésion volontaire	2
Total		32

Graphique 3.2. Exercice d'une pluriactivité

Pluriactivité	Structures éditoriales
Non	16
Oui	18
Total général	34

Graphique 3.3. Part de l'activité complémentaire

Part de l'activité complémentaire	Structures éditoriales
Non indiqué	2
Moins de 20 %	4
De 20 % à moins de 40 %	4
De 40 % à moins de 60 %	2
De 60 % à moins de 80 %	3
80 % et plus	3
Total général	18

Graphique 3.4. Chiffres d'affaires moyens par groupes

Chiffres d'affaires moyens par groupes	2012	2013	2014
Groupe 1	15 535 €	14 625 €	13 697 €
Groupe 2	41 740 €	43 409 €	48 070 €
Groupe 3	111 051 €	113 169 €	96 605 €
Groupe 4	695 532 €	723 239 €	678 131 €

Graphique 4.1. Types de délégation utilisés

		Autodistribution ?		
		<i>Non</i>	<i>Oui</i>	<i>Partiellement</i>
Autodiffu sion ?	<i>Non</i>	7	0	1
	<i>Oui</i>	1	14	2
	<i>Partiellement</i>	1	1	6

Graphique 4.2. Chiffres d'affaires en 2014 par types de délégation

		Autodistribution ?		
		<i>Non</i>	<i>Oui</i>	<i>Partiellement</i>
Autodiffusi on ?	<i>Non</i>	512 624 €	0 €	78 499 €
	<i>Oui</i>	423 078 €	794 433 €	407 356 €
	<i>Partiellement</i>	55 078 €	1 771 039 €	3 297 878 €

Graphique 4.3. Coût de la diffusion-distribution déléguée

Niveau global de commissions	Structures éditoriales
51 %	1
53 %	1
55 %	4
56 %	1
57 %	1
58 %	5
59 %	1
60 %	4
Total général	18

Graphique 4.4. Taux de valeur ajoutée en fonction des choix de distribution

	Taux de valeur ajoutée		
Autodistribution ?	2012	2013	2014
Non	17,8 %	29,7 %	17,6 %
Oui	42,5 %	37,3 %	42,3 %
Partiellement	21,6 %	24,5 %	32,0 %

Graphique 5.1. Concentration du catalogue de l'ensemble des structures éditoriales

Rang de la maison d'édition	Nombre total de titres
1	4
2	7
3	8
4	11
5	11
6	13
7	15
8	16
9	19
10	20
11	20
12	20
13	22
14	28
15	30
16	30
17	37
18	45
19	46
20	75
21	80
22	93
23	100
24	120
25	140
26	145
27	150
28	160
29	160
30	200
31	300
32	356
33	600
34	1100

Graphique 5.2. Exploitation primaire des droits

Types de catalogues	Nombre de maisons d'édition
Catalogue de livres imprimés uniquement	26
Catalogue de livres imprimés et numériques	8

Graphique 6.1. Nombre moyen d'ETP par groupe de chiffre d'affaires

Groupe	Nombres moyens d'ETP
Groupe 1	1,25
Groupe 2	0,75
Groupe 3	0,90
Groupe 4	4,74

Graphique 6.2. Masse salariale moyenne 2014 par groupe de chiffre d'affaires

Groupe	Nombres moyens d'ETP
Groupe 1	3 325 €
Groupe 2	9 108 €
Groupe 3	16 172 €
Groupe 4	132 023 €

Graphique 7.1. Chiffres d'affaires par groupe

		Maximum	Moyenne	Minimum
Groupe 1	2012	29 566 €	18 497 €	12 427 €
	2013	27 429 €	17 694 €	5 042 €
	2014	23 191 €	13 909 €	2 693 €
Groupe 2	2012	100 863 €	46 437 €	23 413 €
	2013	73 477 €	41 374 €	11 720 €
	2014	63 281 €	46 519 €	28 800 €
Groupe 3	2012	113 768 €	71 366 €	32 018 €
	2013	147 095 €	89 313 €	34 526 €
	2014	151 458 €	96 605 €	74 830 €
Groupe 4	2012	1 962 728 €	580 069 €	159 751 €
	2013	1 627 846 €	531 916 €	93 837 €
	2014	1 892 515 €	678 131 €	222 206 €

Graphique 7.2. Taux de valeur ajoutée produite par groupe

		Maximum	Moyenne	Minimum
Groupe 1	2012	57,9 %	12,0 %	-25,0 %
	2013	48,2 %	3,7 %	-61,2 %
	2014	55,1 %	8,4 %	-25,3 %
Groupe 2	2012	57,2 %	8,0 %	-34,3 %
	2013	53,2 %	-3,0 %	-47,2 %
	2014	32,8 %	0,3 %	-28,2 %
Groupe 3	2012	39,6 %	-0,8 %	-55,5 %
	2013	45,6 %	12,9 %	-34,3 %
	2014	41,1 %	13,3 %	-14,1 %
Groupe 4	2012	61,1 %	32,9 %	10,5 %
	2013	47,3 %	32,1 %	-0,8 %
	2014	57,9 %	36,5 %	12,0 %

Graphique 7.3. Taux de résultat d'exploitation par groupe

		Maximum	Moyenne	Minimum
Groupe 1	2012	47,1 %	4,9 %	-34,7 %
	2013	24,4 %	-3,0 %	-82,9 %
	2014	17,7 %	-4,9 %	-51,6 %
Groupe 2	2012	29,8 %	3,7 %	-15,2 %
	2013	19,4 %	7,7 %	-5,5 %
	2014	24,5 %	4,5 %	-9,4 %
Groupe 3	2012	11,5 %	-15,3 %	-82,1 %
	2013	14,2 %	-10,3 %	-60,3 %
	2014	20,5 %	0,6 %	-14,5 %
Groupe 4	2012	10,9 %	-7,3 %	-39,7 %
	2013	10,6 %	-1,9 %	-22,3 %
	2014	23,0 %	5,8 %	-7,3 %

Graphique 8.1. Besoins en fonds de roulement en jours de chiffre d'affaires par groupes

		Maximum	Moyenne	Minimum
Groupe 1	2012	620 j.	404 j.	174 j.
	2013	1 682 j.	511 j.	122 j.
	2014	1 416 j.	668 j.	220 j.
Groupe 2	2012	886 j.	213 j.	-52 j.
	2013	1 711 j.	363 j.	-44 j.
	2014	480 j.	176 j.	-46 j.
Groupe 3	2012	2 319 j.	470 j.	46 j.
	2013	986 j.	287 j.	63 j.
	2014	1 102 j.	280 j.	20 j.
Groupe 4	2012	182 j.	86 j.	18 j.
	2013	336 j.	123 j.	11 j.
	2014	226 j.	134 j.	-1 j.

Graphique 8.2. Indépendance financière par groupes

		Maximum	Moyenne	Minimum
Groupe 1	2012	15,4	6,4	0,3
	2013	10,5	4,4	0,2
	2014	43,9	14,2	0,3
Groupe 2	2012	2,0	0,8	0,1
	2013	1,5	0,7	0,1
	2014	2,6	1,0	0,1
Groupe 3	2012	5,2	2,6	-0,1
	2013	3,7	2,0	0,1
	2014	4,7	2,3	0,2
Groupe 4	2012	2,4	0,8	0,0
	2013	2,9	0,9	-0,1
	2014	2,2	1,1	0,2

Conception

Cette étude a été mise en œuvre par le CRL (Basse-)Normandie et l'ARL (Haute-)Normandie.

Ce document a été réalisé par le CRL et l'ARL :

François Foutel et André Servant, Présidents

Laurent Delabouglise et Dominique Panchèvre, Directeurs

Rédaction : Sophie Fauché et Valérie Schmitt

Remerciements

L'ARL et le CRL remercient les éditeurs de Normandie pour leur disponibilité. Ils ont donné de leur temps pour répondre au questionnaire afin de nous permettre d'élaborer cette étude ; Pascal Arnaud, consultant pour l'analyse de la partie économique ; les collaborateurs de l'ARL et du CRL, qui chacun à leur niveau ont apporté une contribution à la mise en œuvre de l'étude :

Claire Durand

Séverine Garnier

Joëlle Meudic

Stéphane Ronarc'h



L'ARL et le CRL sont membres de la FILL (Fédération interrégionale du livre et de la lecture).



ARL

Pôle régional des Savoirs
115, boulevard de l'Europe
76100 Rouen

02 32 10 04 90

contact@arl-haute-normandie.fr



CENTRE RÉGIONAL DES LETTRES

CRL

Unicité - 14, rue Alfred Kastler
CS 75438

14054 Caen Cedex 4

02 31 15 36 36

info@crlbn.fr

Sophie Fauché

Économie du livre et vie littéraire

02 32 10 46 37 / 06 48 79 52 15

sfauche@arl-haute-normandie.fr

Valérie Schmitt

Économie du livre et formation

02 31 15 36 42

v.schmitt@crlbn.fr

L'ARL et le CRL reçoivent le soutien

