



La mécanique du livre



Bienvenue dans cette première saison de *La Mécanique du livre*, le podcast dédié aux coulisses des maisons d'édition. Dans cette émission, l'idée est de donner la vision la plus claire possible du fonctionnement d'une maison d'édition et plus généralement de toute la chaîne du livre. Ce podcast est produit et réalisé par les éditions du commun, maison d'édition rennaise qui nous sert d'exemple concret, de fil rouge, tout au long des épisodes.

Table des matières

Préface	11
Épisode 1: Les éditions du commun, tour d'horizon(s)	17
Benjamin Roux, responsable éditorial et administratif aux éditions du commun	17
Le travail de relecture-réécriture avant édition: le regard de Xavier Dollo alias Thomas Geha, auteur	25
L'expérience de Jérôme Guillet, auteur du <i>Petit manuel de travail dans l'espace public</i> aux éditions du commun, 2019	30
La relecture d'épreuve, vue par Émilie Bernard	38
Épisode 2: Le statut de l'œuvre et de l'auteur·ice au sein des maisons d'édition	47
Le regard du juriste: les enjeux du modèle ouvert, par Benjamin Jean	51
Michel Valenzi, des Éditions de l'éclat: vers des livres en accès libre? Le principe du <i>lyber</i>	59
Jérôme Guillet, un auteur (finalement) séduit par le libre	67

**Épisode 3: Gestion administrative et financière,
lien avec le territoire** 75

La gestion administrative d'une maison d'édition, vue par Benjamin Roux, responsable administratif et financier des éditions du commun	75
L'accompagnement comptable, par Laurent Buson	86
Focus: le travail multifacette de la graphiste Lucie QZN	94
Ainsi font, font, font les éditions Flblbl, d'après Hélène Richard: pratiques d'animation et d'atelier	105
Les Mercredis de l'imaginaire rennais (MIR), de la librairie-maison d'édition Critic, racontés par Xavier Dollo	114

Épisode 4: La conception de l'objet-livre 121

La communication par l'image, avec Clément Buée, graphiste indépendant et éditeur	125
Julia Jolivet, imprimeuse à Rennes pour la Scop Media Graphic	135

Fabrice Luraine, designer et développeur web :
le travail autour de l'identité graphique 144

Épisode 5: la publication et la promotion d'un livre 153

La diffusion et la distribution 153

David Doillon, diffuseur salarié et fondateur
de Hobo 156

Antoine Bertrand, attaché de presse
pour les éditions du commun 165

Épisode 6: la vente du livre 177

Corentin Lecouffe-Alaphilippe,
libraire BD à Rennes 180

D'autres formats de librairies alternatives :
le café librairie Passage d'Olivier Bodilis
en Centre Bretagne 190

Une campagne de crowdfunding chez ActuSF,
par Samantha Chauderon 198

**Épisode 7: La lecture, le lecteur,
la lectrice, le lectorat** 209

Claire Aubert, autrice du livre *Des gestes
de lecteurs* aux éditions du commun 211

Stimuler les pratiques de lecture à travers
l'évènementiel et l'action culturelle autour
du livre, avec Justine Brunet 223

Mathieu Masson, bibliothécaire 230

**Épisode 8: Les enjeux de la traduction: légaux,
économiques, *autoriaux*** 239

Juliette Rousseau, traductrice de *Joie militante*
aux éditions du commun (2021) 243

Michel Vézina, éditeur et libraire itinérant
entre le Québec et la France 253

Développer la coédition internationale,
par Corentin Daval, alors en service civique,
aujourd'hui éditeur aux éditions de l'Inframonde
à Rennes 262

Postface 267

Remerciements 273

Préface

Les Éditions du commun est une maison d'édition coopérative rennaise. Créée sous forme associative en 2015, elle est transformée en Société coopérative de production (SCOP) en janvier 2022 et compte à ce jour 3 salariés associés, Benjamin Roux, Juliette Rousseau et Sylvain Bertrand.

Aux Éditions du commun, nous nous envisageons avant tout comme un collectif: notre ligne éditoriale, nos choix, notre fonctionnement sont le fruit d'une élaboration collective continue. Nous pensons que le commun ne se décrète pas mais qu'il doit être constamment alimenté, renouvelé et, à ce titre, s'inscrire dans la défense du commun est autant un projet éditorial qu'une démarche. Nos pratiques et questionnements font écho à ceux qui traversent les ouvrages que nous publions, nous pensons que le fond doit questionner la forme, et inversement. Cette démarche, c'est aussi la façon dont nous appréhendons le réseau dans lequel nous nous inscrivons, composé des personnes et structures avec lesquelles nous travaillons. À toutes les échelles où nous agissons, nous cherchons à nous extraire au maximum des logiques concurrentielles et de marché qui régissent le secteur du livre et à tirer les fils de ce qui vient nourrir notre milieu et y renforcer les possibles solidarités. Ce que nous avons concrétisé notamment avec nos podcasts « La mécanique du livre – saison 1 », et « Les mécaniques du livre – saison 2 », dans lesquels nous cherchons à rendre accessibles les fonctionnements éditoriaux tout en les mettant au débat.

Nous voulons que notre travail joue son rôle dans la transformation sociale en cours.

Nous sommes parties prenante d'un plus vaste mouvement, qui cherche à mettre un terme au système de dominations imbriquées qui caractérise notre société.

Nous attendons de pied ferme la fin du capitalisme, et d'ici là, nous tâchons d'éditer les textes qui précipiteront sa chute, tout en soutenant les initiatives et structures éditoriales qui partagent ce projet.

Ce livre est la retranscription du podcast «La mécanique du livre – saison 1» que nous avons produit et diffusé entre septembre 2019 et mai 2020.

Cette retranscription a été actualisée, tenant compte des nombreux changements intervenus ces deux dernières années.

Le podcast se présente initialement comme une discussion entre Corentin Daval, alors en service civique, et Benjamin Roux, le fondateur de la maison d'édition et qui était le seul salarié au moment de la diffusion du podcast. Depuis Juliette Rousseau et Sylvain Bertrand, anciennes coprésident·es et relecteur·ices sont devenues salarié·es de la structure et ont participé à la transformation en SCOP.

Depuis, nous avons également produit la saison 2 de ce podcast pour mettre au débat des sujets qui nous paraissent importants dans l'actualité du monde du livre. Nous avons également adhéré à l'association pour l'écologie du livre et continué à tisser des liens avec différent·es acteu·rices alliés, notamment à travers le collectif éditer en féministes, cofondé par Juliette.

Nous ne vendons toujours pas nos livres sur Amazon, comme l'ensemble des maisons d'édition du catalogue Hobo, notre diffuseur. Nous sommes signataires d'une tribune, publié en octobre 2020, qui explique notre positionnement à ce sujet.

Nous continuons de travailler avec plusieurs structures dans le quartier où nous sommes installés et de nourrir et questionner nos pratiques collectives et de lectures au sens large.

En 2021, nous avons également travaillé avec une avocate à la refonte de l'ensemble de nos contrats d'édition afin de proposer un contrat sans fioritures, lisibles et plus protecteur pour les auteu·rices. Nous ne faisons plus signer de contrat Creative Commons, mais un avenant permet toujours, avec l'accord de l'auteu·rice, de rendre accessible librement et gratuitement le livre sur notre site internet en format .html.

L'activité principale des éditions du commun n'a pas changé et suit un fonctionnement éditorial classique : nous sommes diffusés et distribués en France, Belgique, Suisse, et au Québec dans près de 400 librairies et nous publions aujourd'hui une dizaine de livres par an qui ont pour objectif d'éclairer de différentes manières les enjeux sociaux et politiques du monde dans lequel nous vivons. Cela prend différentes formes : essais de vulgarisation pour donner à lire des travaux universitaires au-delà de ses murs, littérature du réel, une collection appelée « culture des précédents » avec laquelle nous voulons nourrir nos pratiques et réflexions avec des récits plus ou moins anciens d'expériences collectives, et enfin la série « petit manuel de » qui donne la parole à des personnes directement concernées par une pratique ou un métier et qui viennent partager leurs expériences ainsi qu'un regard critique sur le milieu dans lequel ils où elles œuvrent. Une dernière collection a également vu le jour en 2022, autour de la poésie.

La mécanique du livre est née de la sensation qu'en tant que maison d'édition, nous cheminons au sein d'un milieu mythifié dans lequel les coulisses sont peu accessibles. Nous avons donc essayé tout au long de ce podcast d'ouvrir ce rideau et de les dévoiler. L'idée étant de disséquer le milieu professionnel du livre et d'en montrer toutes les facettes. D'abord du point de vue de l'éditeur, parce que c'est le nôtre, mais aussi en amenant le point de vue de toutes les actrices avec lesquelles on peut échanger

pendant le processus de production d'un ouvrage. Leurs témoignages éclairent chaque épisode: des diffuseurs, notre distributeur, des libraires, des auteuices, etc.

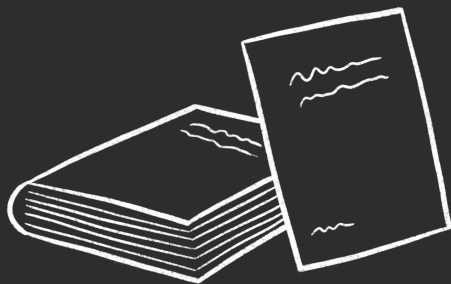
Nos podcasts sont toujours disponibles sur les plateformes d'écoute, en particulier sur R22 Tout Monde¹, plateforme radiophonique collaborative lancée en 2014 par l'Espace Khiasma et qui participe à la diffusion et à la transmission de nombreux contenus audios.

Enfin, nous tenons à remercier sincèrement notre ami Corentin Daval, pour la réalisation, la production et la retranscription du podcast. Nous remercions également chaleureusement Chloé Hauser pour les illustrations du podcast, Marine Ruault pour la maquette, Marianne Duforeau pour la réécriture, Jeanne Pelloquin pour la relecture, les personnes interviewées et l'ensemble des personnes avec lesquelles nous travaillons quotidiennement.

Sylvain Bertrand

1. <https://www.r22.fr/antennes/editions-du-commun>

Épisode 1: Les éditions du commun, tour d'horizon(s)



Benjamin Roux, responsable éditorial et administratif aux éditions du commun

Je suis présent depuis la fondation des éditions en 2015, et je suis actuellement l'un des trois co-responsables de la structure. Nous sommes en SCOP² depuis le 1^{er} janvier 2022. Nous étions avant cette date une association loi 1901, avec deux coprésident·es et quelques bénévoles qui nous accompagnaient sur différentes tâches éditoriales : comité de lecture, accompagnement d'auteu·ices, relecture d'épreuves, etc. Nous sommes désormais trois salarié·es associé·es qui travaillons ensemble à la ligne éditoriale, et à coordonner un certain nombre de professionnelle·s indépendant·es : graphistes, illustratrice, traducteu·ices, relecteu·ices, etc.

Avec *La mécanique du livre*, l'objectif est de dévoiler les coulisses du monde du livre, peu accessibles. L'idée est de

2. Société Coopérative et Participative.

disséquer ce milieu professionnel et d'en montrer toutes les facettes. Du point de vue de notre maison d'édition, puisque c'est notre point de départ, mais aussi en amenant celui de toutes les personnes et structures avec lesquelles on peut échanger pendant le processus de production d'un ouvrage. Leurs témoignages éclairent chaque épisode : distribution, diffusion, librairies, auteurices, bibliothécaires, etc.

Le prix du livre

On part du prix du livre comme base de notre réflexion car dans le milieu du livre qui est le nôtre, politique, engagé, cette question a un sens particulier.

Le prix du livre a un début : 1981. C'est le ministre de l'époque, Jack Lang, qui institue une loi sur le prix unique du livre, fait rare pour un secteur économique³. Peu importe qui le vend – les éditions en direct, une librairie, ou de grosses structures du numérique comme Amazon, le prix du livre reste aujourd'hui le même. C'est d'ailleurs pour cette raison – et c'est une obligation – que le prix est imprimé en quatrième de couverture. Tous les pays n'ont pas fait l'expérience de cette loi ; et ces dernières années,

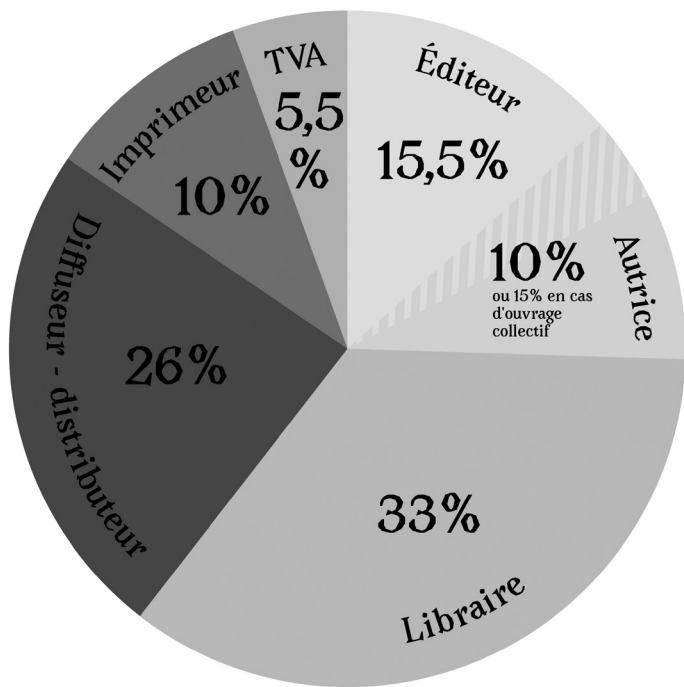
3. Loi du 10 août 1981 sur le prix unique du livre, dite « loi Lang ».

on y a observé très concrètement, pour cette raison, la disparition d'un certain nombre de structures de la chaîne du livre, comme les petites librairies. J'ai souvent en tête que dans les années 1980, les craintes portaient avant tout sur cette fameuse « photocopie qui tue le livre » et sur quelques grands centres commerciaux qui s'installaient en périphérie des villes et commençaient eux aussi à vendre des livres. Or, aujourd'hui, la plupart des achats se font par internet et via des grosses plates-formes, ce qui n'était ni envisageable ni même envisagé à l'époque.

L'autre particularité du prix du livre, c'est qu'une fois qu'il est défini, on doit établir la part qui ira à chaque intervenant^e de la chaîne qui contribue à sa commercialisation⁴. On peut d'ores et déjà mentionner le fait que 5,5% du prix sont réservés à la TVA, donc à l'État – une taxe dont le taux diffère, une nouvelle fois, vis-à-vis d'autres secteurs. Puis, en prenant à rebours la chaîne du livre, entre 33 et 36% du prix de vente vont aux libraires, entre 23 et 26% vont à la société de diffusion–distribution. Chez nous, ces dernières sont différenciées, il s'agit de Hobo pour la diffusion et Makassar pour la distribution. D'ailleurs, point important, lorsque le pourcentage pour la librairie augmente, c'est la marge de notre distributeur qui diminue

4. Le diagramme circulaire permet de se faire une idée, non seulement de qui intervient dans la chaîne du livre, mais aussi de sa temporalité, du processus de création en jeu et donc plus généralement du travail d'édition dans son ensemble.

et non celle des petites maisons d'édition. Ce qui n'est habituellement pas le cas dans les autres sociétés de distribution. Aux éditions du commun, l'auteur ou l'autrice touche 10%, ou 15% à partager si elleux sont plusieurs. Il y a ensuite l'imprimerie qui – chez nous toujours – représente une part d'environ 10%. Restent donc – pour celles et ceux qui ont fait le calcul – 15,5% pour la maison d'édition, partagés avec l'illustratrice, la graphiste, l'attaché de presse et les relecteuïces. Je tiens à préciser une chose: je ne connais aucun de nos partenaires qui «s'en mettrait plein les poches», qui prendrait une plus grosse part du gâteau que d'autres. Ces pourcentages, hélas, sont serrés au sein d'un secteur qui est complexe; ils permettent en premier lieu à chacun et chacune de vivre – ou survivre.



Au-delà du circuit du livre en général, on peut aussi diviser le travail de l'éditeur ou éditrice en différentes phases :

On peut commencer par l'auteuice qui vient à nous avec un manuscrit. Nous avons un comité de lecture de trois personnes, qui lisent chaque manuscrit et prennent le temps de répondre favorablement ou défavorablement à chacure, en argumentant nos choix. Avec – certes – de plus en plus de délai, mais nous faisons en sorte de répondre à toute proposition qui nous est adressée de manière personnalisée.

Lorsqu'un manuscrit intègre notre processus éditorial, une phase d'accompagnement à la réécriture commence – c'est souvent la plus longue – qui passe par un certain nombre d'allers-retours entre l'auteur ou l'autrice et les relecteuices référentes. Aucun manuscrit n'est édité tel qu'il nous arrive. On va plus ou moins creuser le texte, selon les besoins, et faire le travail qui est le nôtre, c'est-à-dire amener le livre à nos potentielles lecteurs et lectrices, celles et ceux qui souscrivent au moins en partie à notre ligne éditoriale.

Une fois arrivés au point final du manuscrit, qui se manifeste par une satisfaction partagée avec l'auteur ou l'autrice, on passe à l'étape de la maquette. C'est un travail qui est jusqu'à présent fait en interne, avec une maquettiste. Pour résumer rapidement, on pourrait dire que le travail de maquettage, c'est la mise en forme du texte pour le rendre

« lisible ». Il s'agit de rendre accessible le propos en interrogeant la typologie, la mise en forme, les marges et proportions, etc.

Quand la publication est maquettée, il y a pour nous une dernière étape de relecture, appelée « relecture d'épreuve », durant laquelle une personne extérieure, avec un regard neuf sur le texte, vérifie et corrige les éventuelles dernières coquilles. On envoie ensuite les fichiers à l'imprimeur qui se charge de bien les imprimer selon des modalités établies ensemble : choix du papier, grammage, nombre d'exemplaires, couleurs, etc. puis de nous les renvoyer. Une partie de ce stock est envoyée dans nos locaux, et une autre chez notre distributeur Makassar, dans ses entrepôts à Paris et près de Tours. S'ensuivent expéditions et livraisons dans tous les points de vente qui auront commandé le livre. Le travail des libraires est alors de faire en sorte que des lecteurs et lectrices l'aient en main, et repartent avec.

À ce moment, notre travail n'est encore pas tout à fait fini, parce que les éditions doivent encore faire de la promotion, accompagner le livre et son auteuice, etc. Il y a des étapes que l'on n'a pas toutes énumérées dans un sens chronologique, mais qui sont présentes tout du long – en parallèle, en amont, en prolongation. Par exemple, avec notre diffuseur Hobo, six mois avant la sortie du livre, on doit avoir choisi un titre, travaillé sur la couverture avec notre graphiste et notre illustratrice, écrit un argumentaire, pensé le

prix, le format, etc. Ainsi, trois mois avant sa sortie, Hobo peut aller faire une tournée et le présenter à l'ensemble des libraires que leur équipe rencontre. On a aussi un travail avec notre attaché de presse pour mettre en lumière, le plus en amont possible, des extraits et un argumentaire auprès des médias.

Comme évoqué précédemment, une part très chronophage de ce travail est consacrée à la relecture-réécriture, ce fameux travail d'échange avec l'auteur. C'est une part importante qui ne se mesure pas seulement en temps. Je dirais que c'est la valeur ajoutée qu'un éditeur peut apporter, notamment dans le contexte d'aujourd'hui. Le numérique a permis de grandes choses et notamment à des auteurs et des autrices en devenir, ou déjà « sur le marché », de s'autopublier, s'autodiffuser et distribuer leur livre : on voit bien qu'il y a plein de maillons de cette chaîne que l'on vient de décrire qui peuvent se faire depuis chez soi, et par soi-même. Pour autant, l'éditeur n'est pas un intermédiaire de plus qui permet de sous-traiter tout ça. Il y a un travail réel qui fait qu'un manuscrit, aussi bien écrit soit-il, a besoin d'un regard extérieur pour monter en qualité et être critiquable. Il s'agit de rendre son contenu accessible sans être embêté par des petites erreurs de syntaxe, une mauvaise construction de plan, etc.

Le travail de relecture-réécriture avant édition: le regard de Xavier Dollo alias Thomas Geha, auteur

Je suis écrivain, connu sous deux noms: Xavier Dollo qui est mon vrai nom, et Thomas Geha qui est le pseudonyme avec lequel j'ai publié le plus de livres. J'écris aussi bien dans la science-fiction que dans la *fantasy*, ou le fantastique, la nouvelle, le roman, le poème. Je publie depuis pas mal de temps maintenant, puisque j'ai publié ma première nouvelle en 1994. Oui, au xx^e siècle [rires]. Mon premier roman, lui, est publié en 2005 aux éditions Rivière Blanche, un roman qui est un post-apocalyptique breton et rennais, qui s'appelle *A comme alone*.

J'ai commencé dans les années 1990 à publier dans les fanzines. Evidemment, j'écrivais chez moi sur un des tout premiers PC et j'envoyais mes

nouvelles aux adresses qu'on me conseillait, ou sur des forums *minitel*, pour dire comme je suis vieux. À cette époque-là, on envoyait les textes, on nous les refusait ou on nous les acceptait et puis ils étaient publiés tels quels, voilà, et pas de questions. On était content d'avoir publié un texte, d'en avoir un dans notre bibliographie. C'est vraiment quand j'ai commencé à me dire que j'essaierais bien de publier quelques nouvelles en professionnel que les choses ont commencé à changer. Le professionnalisme, ou en tout cas le pré-professionnalisme, apporte une autre façon de travailler les textes. Quand on commence à publier de façon un peu plus sérieuse et qu'on a envie, par exemple, de publier un roman, l'éditeuice peut tout à fait répondre: «Oui d'accord, super, j'ai lu votre roman, il est génial et tout... En revanche, il va falloir tout réécrire.» Ce sont des choses qui arrivent. Ce n'est pas que le livre ne lui a pas plu, c'est qu'il ou elle a sa propre vision, celle de sa maison d'édition, de sa façon de fonctionner, de travailler, et du produit final qu'il ou elle a envie de proposer. L'éditeuice demande à l'auteuice de retravailler son texte en fonction de ce qu'il est souhaitable de pouvoir proposer ensuite à son lectorat. Même si c'est toujours l'auteuice qui décide s'il accepte le travail éditorial ou non, en règle générale, plus l'éditeur porte un certain professionnalisme, plus il

va nous demander de travailler le texte. C'est une évidence. Chez Critic⁵ avec qui je travaille beaucoup sur mes romans, je suis tombé sur un éditeur qui s'appelle Simon Pinel. Lui est tortillard, vicieux [rires] et n'hésite pas à châtier son auteuice pour lui faire ressortir « la substantifique moelle » de son texte et de son idée. Avec Simon, on va beaucoup travailler les textes, beaucoup. C'est quelque chose que j'apprécie chez lui parce que, souvent, plus tu travailles, plus tu apprends, et on n'a jamais fini d'apprendre. Je trouve que les textes n'en sont que meilleurs et, pour cette raison, je suis un partisan du travail éditorial. Sauf à être un génie, il y a toujours moyen d'améliorer son texte, son œuvre, et finalement, d'avoir des retours plus gratifiants des lecteurs. Cette évolution qualitative concerne également le travail éditorial classique, c'est-à-dire la correction orthographique et grammaticale que certaines maisons pourtant professionnelles ne font pas toujours. Parmi les évolutions du circuit du livre, il y a le fait que des éditions sont de plus en plus laxistes là-dessus.

Je suis donc tout à fait d'accord pour dire que cette dimension pédagogique de coécriture fait partie du travail éditorial. Je trouve même que c'est le rôle

5. Éditions Critic, basées à Rennes

de l'éditeuice de faire cet accompagnement. Une éditeuice n'est pas un simple « agent publiant », c'est quelqu'un qui guide l'auteuice dans le processus créatif à travers l'objectif de livraison finale de son œuvre, qu'elle soit fictionnelle ou non. C'est quelque chose qui me semble extrêmement important et je dirais même, crucial.

L'accompagnement à la réécriture: le point de vue des éditions du commun

Raisonnablement, on doit lire un manuscrit au moins une dizaine de fois, si ce n'est plus, avant d'arriver à sa phase finale. Il y a dans ce processus deux niveaux, que j'ai tendance à appeler « macro » et « micro ». Le niveau macro consiste à faire en sorte que le texte dans son ensemble ait une tenue. Je tiens à préciser qu'on ne parle pas de la même chose si l'on a un texte de littérature ou un essai. Pour la littérature on portera notre attention sur la construction narrative et on tiendra compte des procédés propres à la partie fictionnelle du récit. Pour les essais, on s'appuie sur la construction de la pensée et de l'argumentation, et sur la rigueur avec laquelle s'élaborent la critique et le propos. Avec ce travail macro, on cherche à élaborer un format final. Je pense notamment au cas des sciences sociales d'où nous arrivent des textes qui ont été pensés dans un cadre

précis : l'université, une revue scientifique, un travail de recherche, une thèse, etc. Or, on ne rédige pas un travail de recherche pour une thèse de la même manière qu'on l'écrirait pour un livre. Nous avons à mener dans ce cas un travail de puzzle, de réagencement(s), de rythme(s) à donner allant du titre à l'organisation des parties, mais également à travers le fait « d'écrémer » une partie du développement par exemple.

Dans la partie micro, on vient vérifier que ce qui est écrit est correct d'un point de vue grammatical, syntaxique, et qu'il garde une harmonie d'ensemble au niveau du style choisi.

L'expérience de Jérôme Guillet,
auteur du *Petit manuel de travail*
***dans l'espace public* aux éditions**
du commun, 2019

Je travaille depuis pas mal d'années à soutenir des professionnelles et des collectifs militants dans leur volonté d'entrer en contact avec des publics qu'ils n'arrivent pas à toucher d'habitude. Je suis spécialisé dans le fait d'entrer en relation avec un public qu'on appelle parfois « non-acquis », « fuyant », voire « non-captif ». Dans ce livre, il s'agissait plutôt d'un travail autour des passant·es dans les villes. Depuis quelques années, je travaille davantage avec des centres sociaux, des missions locales.

Avant d'écrire ce *Petit manuel...*, je dois avouer que je n'étais pas très serein [rires] parce que j'étais un peu écrasé par le poids du symbole. Dans le fait d'écrire un livre, il y a quelque chose d'un peu sacré

et donc d'un peu interdit. Je découvrais ce poids-là, c'est-à-dire qu'il fallait que quelqu'un me dise: «Mais si, vas-y, fais-le». Il y a une sorte de digestion qui, pour moi en tout cas, a traversé différentes phases, entre freins et stimulations, car cette mythologie du livre n'est pas qu'un problème, elle est aussi un moteur. Ce que je viens de décrire est une ligne d'arrière-plan, c'est quelque chose qui traverse une bonne partie du démarrage. Pour la suite du travail, j'avais beaucoup d'écrits épars et je me disais que j'avais un avantage, une forme de confort là-dedans: «Je ne fais pas un travail prospectif, je ne fais pas un travail de fiction, je vais devoir choisir comment organiser le récit de choses qui se sont vraiment déroulées.» Sur ce travail de sélection et d'écriture, de mise en place d'un objet final, il y a eu une phase préalable dans ma relation avec les éditions du commun où Benjamin me disait: «C'est cool, tu vas y arriver!» mais où j'avais en réalité besoin d'une relation critique plus contenante. Pendant toute cette période, j'essayais de bricoler avec des textes que j'avais déjà écrits, pour gagner du temps, ce qui s'est s'avéré être une erreur. Benjamin était plutôt lointain dans la relation parce que mes avancées étaient limitées. Il ne pouvait pas faire grand-chose de plus. Il fallait que je trouve une nouvelle écriture, un nouveau souffle. Heureusement, il y a eu ensuite un calendrier de posé avec des dates où je rendais

des parties. Avec le rétroplanning qui s'appuyait sur la sortie officielle du bouquin, je me suis senti un peu comme sur une piste d'athlétisme! Je ne courrais plus n'importe où, j'avais une ligne d'arrivée, une distance à parcourir, et j'avais un couloir, d'une certaine manière. C'est devenu beaucoup plus simple pour moi à ce moment-là.

Entre temps – et Benjamin le savait – je m'étais constitué un petit comité de lecteurs, deux personnes proches pour me donner des retours. Avec elles, j'ai eu les premières salves d'un feu nourri de critiques, c'étaient des gens qui m'ont dit: «Ah mais ça, mais c'est trop pourri, faut que tu arrêtes d'écrire comme ça». Ils m'ont préparé à ce qui m'attendait à la fin du processus d'écriture de la part de ma relectrice attirée des éditions: mes premiers retours «saignants». En fait, on en a vraiment besoin parce que sinon on se sent flottant, on a beau avoir un rétroplanning, quelques textes etc., tant qu'on n'a pas des gens qui disent: «Ça c'est bien, ça c'est de la merde...» c'est difficile d'avancer. Enfin, moi j'avais besoin de ces premiers retours. Ça a composé un équilibre, entre Benjamin qui ciblait ses retours sur des choses assez latérales et sur le rythme général, et qui m'encourageait en attendant à mener une relecture plus serrée, et mon comité de lecture, sans complaisance, mais dont les interventions m'ont finalement

permis de faire des choix. Ces choix sont fondamentaux parce que, à un moment donné, il faut à la fois partir sur une forme d'écriture et sur une structure narrative, un style qui trouve son public.

Ensuite, il y a eu la phase avec Marianne⁶, où on a changé de dimension. Une fois que j'ai rendu un premier document, une structure complète, sa mission était de se coltiner le texte, reprendre paragraphe par paragraphe, ligne par ligne. C'est quelqu'un qui est là pour ne rien rater, en effectuant un travail fond/forme, c'est-à-dire, en quelque sorte, en étant une lectrice « dure ». Elle a pris la suite du travail porté par mon comité de lecture, mais d'une manière à la fois plus systématique et plus distante. C'était presque une relecture à l'aveugle, au sens où on n'a pas été directement en contact pour échanger sur les retours qu'elle proposait.

À partir de ce moment, toute la tension s'est portée vers une réalité « matérielle » : la date de sortie. Le travail avec Marianne s'est engagé dans cette perspective, avec une posture qui me faisait penser à ces profs minutieux qui ne donnent pas de très

6. Marianne Duforeau est correctrice-relectrice indépendante et travaille régulièrement avec les éditions du commun. Elle a d'ailleurs participé à la relecture-correction de *La Mécanique du livre*.

bonnes notes et qui ont même un côté *trash*. Ça a été extrêmement dur, d'autant plus qu'on ne se connaissait pas. Malgré tout, le bon côté du travail de Marianne c'est qu'elle est toujours dans la contre-proposition. C'est quelqu'un qui a la politesse et le professionnalisme de dire: «Je trouverais cela plus clair dit comme ça, je verrais plutôt ça...» à la fois au niveau de ses formulations et sur le fond de ses remarques. Je sentais bien qu'à certains moments, elle était en désaccord profond sur le plan éthique et humain, voire en tant que professionnelle ou militante. Dans cette relation, Benjamin faisait tampon. Je lui ai dit que j'avais parfois le sentiment d'un mépris, et je ne sais pas dans quelle mesure elle n'est pas non plus allée le voir pour lui dire: «Mais qu'est-ce que tu m'as donné à relire, c'est quoi ce truc, on ne va jamais y arriver!» [rires]

Dans le processus de réécriture, il y a un travail à la fois sur la forme et sur le fond. Ce travail a eu un impact considérable sur ma réflexion, d'autant plus qu'il fallait tenir le timing! Après cette relecture avec Marianne, on a eu un face-à-face avec Benjamin qui est devenu mon interlocuteur privilégié pour toute la finalisation. Tout a été repris pour décider ou assumer des modifications qui étaient parfois majeures, un report d'un mois, des délais à tenir, etc. J'ai également dû énormément réduire le texte.

J'ai écrit 400 pages... pour n'en garder que 180. Sans ce travail d'équipe, j'étais mort, j'aurais eu l'impression d'avoir besoin de trois ou quatre ans de plus. Je me décourageais, et j'aurais sans doute arrêté avant d'être allé au bout.

L'écriture de ce livre s'est inscrite dans un travail collectif. Je pense que c'est nécessaire quand on cherche à obtenir des résultats ambitieux et qu'on est dans l'édification d'un projet. En fait, à un certain niveau de performance, on ne peut pas être seul. Il fallait que je me permette d'y croire, qu'on m'aide à croire que je pouvais le faire. C'était un chantier incroyable: j'ai dû lâcher mes premiers textes, j'ai dû renoncer à des formes que je croyais intéressantes et qui ne l'étaient finalement pas du tout. J'ai dû lutter contre deux écritures: celles qu'on m'a apprises à l'école et à la fac avec des transitions fatigantes du genre: «Donc nous venons de voir et maintenant nous allons voir que», et celles que j'utilisais dans des fanzines, avec des «Eh ouais mon pote!» si je grossis un peu le trait [rires].

Le travail en commun dans la phase de réécriture: un enjeu humain

Le témoignage de Jérôme met en avant la dimension très humaine qui innerve ce travail de relecture. C'est évident, on vient mettre nos mains pleines de cambouis dans le texte de quelqu'un qui s'est consacré entièrement à cette écriture. On ne gère pas cet aspect avec des tableurs et des outils, contrairement à pas mal d'autres tâches qu'on peut avoir en tant qu'éditeuice. À cet endroit-là des relations humaines et des affects, on n'a aucune méthode précise à suivre de A à Z. D'un côté, on a une personne qui a peut-être mis plusieurs années à écrire l'ouvrage qu'elle nous confie et de l'autre, on a une exigence aux éditions du commun qui touche au politique, à ce qu'on défend au fond. Il est essentiel pour nous que les critiques des futurs lecteurs et lectrices de cet ouvrage viennent interroger le cœur du sujet, le propos porté par l'auteuice, et non des faiblesses d'écriture ou de mises en forme qui viendraient empêcher ou incommoder la lecture (coquilles, erreurs de syntaxe, erreurs d'argumentaire ou de justification). C'est ce travail particulier qui nous fait aller fortement dans le texte. Cela étant, tout est sujet à discussion. On a mis en place des allers-retours et des manières de travailler dans les fichiers numériques qui font qu'on peut assumer des retours, et sans argumenter parfois, en les laissant toujours lisibles pour l'auteur ou l'autrice. Souvent, on pose des questions, on rentre en débat, on fait des propositions.

On a la particularité, étant une petite maison d'édition, et une jeune, d'avoir des premières écritures. C'est pour nous un enjeu spécifique. Nous trouvons que cette plongée en profondeur dans le texte, ce travail dans lequel on cherche à limiter les incompréhensions et à rester sur la même longueur d'onde est pédagogique pour l'auteuice. Cette dimension est bien présente dans le processus, mais il faut admettre qu'elle est valable de part et d'autre. L'auteur ou l'autrice a évidemment des choses à nous apprendre sur ce qu'il ou elle raconte et sur la manière qui est sienne.

En tant qu'éditeuice, notre rôle est d'être une coordina-teuice « gymnaste », c'est-à-dire d'avoir de la souplesse et de trouver les bonnes personnes pour les bons textes. Nous sommes entourés par un certain nombre de personnes qui n'ont pas les mêmes expériences ou pratiques et c'est une chance. Pour les sciences sociales, on n'a pas les mêmes types d'écriture et de relecture que pour la littérature. Le but de notre travail est donc de monter une petite équipe au plus près de l'ouvrage et de la personne qui l'a écrit, avec des regards complémentaires. Pour chaque livre, il y a toujours l'ère de nous trois en coordination/relecture et une ou deux relecteuice(s).

La relecture d'épreuve, vue par Émilie Bernard

Aux éditions du commun, je suis bénévole, coprésidente, et relectrice des maquettes⁷. Concernant ma vie professionnelle, je suis documentaliste dans un laboratoire de recherche, avec une formation autour des métiers du livre. Je ne fais pas un lien direct entre mon métier et l'activité de relecture, mais dans la documentation il y a tout de même un aspect important de recherche d'informations et de vérification des sources qui sont des aptitudes ou des réflexes qui peuvent servir.

Pour la correction, on va chercher à rendre un texte homogène pour répondre à des critères qu'on se fixe. On travaille surtout avec des outils: le Bescherelle,

7. Émilie Bernard a été coprésidente des éditions du commun, bénévole et relectrice d'épreuve de 2017 à 2021. À partir de 2022, la relecture d'épreuve est assurée par deux indépendantes extérieures rémunérées.

des guides de typographie, des choses absolument imbuables, mais très très drôles, qui posent des règles et qui expliquent surtout qu'il y a beaucoup d'exceptions. S'il est entendu qu'on cherche une cohérence au sein de la maison d'édition, il ne faut pas non plus qu'elle soit figée et stricte parce que cela dépend de chaque texte. Dans tous les cas, les choix sont portés par des personnes et ça transparait forcément dans ces formes.

Pour ce qui est du travail de relecture des maquettes, j'interviens une fois que le texte est finalisé, qu'il est passé dans le logiciel Grammalecte (ou Antidote)⁸ et qu'il n'est pas encore bon à tirer, parce que je fais essentiellement une relecture de forme concernant les numéros de chapitre, la structure de l'ouvrage, et tout ce qui pourrait ressembler à une erreur dans le fichier. Au niveau du texte, c'est une relecture de forme sur la typographie, l'orthographe, avec une vérification des notes de bas de page. Le temps de relecture dépend de la taille du bouquin et un peu de son contenu parce qu'autant sur les premières maquettes que j'ai relues, j'avais une lecture macro qui ne se focalisait que sur la forme : « Ah bah là ça ne

8. Logiciels de correction orthographique. Après les relectures, juste avant le maquetage, le texte est passé dans l'un de ces logiciels afin de repérer les coquilles, erreurs de syntaxes, etc.

va pas, il manque quelque chose...», autant j'arrive maintenant à coupler ce regard au fond. Selon ces variables, je peux donc lire plus ou moins rapidement, mais disons que pour un livre d'une centaine de pages, il me faut une bonne demi-journée.

L'idée c'est que, comment dire je ne suis pas bonne en orthographe [rires]. En fait, je crois que c'est ça qui m'intéresse, c'est de regarder à quel endroit ça va faire «tilt»: où est-ce que je mets en doute telle ou telle forme d'écriture, qu'est-ce qui ne va pas, qu'est-ce qui me gêne dans la lecture? Je m'arrête aux endroits où le texte m'accroche, où il y a quelque chose qui fait que ça ne coule pas. Par exemple, s'il y a trop d'italiques, de points de suspension, ça rend la lecture difficile et on essaye de trouver des solutions par rapport à ça. Comme je suis documentaliste et que j'aime bien les références, en voici une: j'avais lu un article d'une correctrice, Sophie Brissot, qui disait que les correcteuices étaient des lecteuices angoissés qui remettaient tout en doute [rires]. Dans les corrections, on ne retrouve pas nécessairement de «mauvaises habitudes» systématiques, mais on peut voir des tendances qui sont propres à chaque discipline ou thématique. Dans les sciences sociales, on intervient plus fréquemment sur des erreurs de typographie. Je retrouve également souvent une accentuation des capitales. J'y suis très attentive, et

à force d'y travailler avec le reste de l'équipe, on progresse!

Quand je m'aventure davantage sur le contenu, je peux signaler des mots que je trouve difficiles à comprendre, ou qui ne sont pas les mieux adaptés pour exprimer l'idée. On reste sur cette recherche de fluidité générale du texte. En revanche, à ce stade de la maquette, ça peut être compliqué de faire des modifications. Quand elles sont vraiment à la marge, que l'équipe est complètement d'accord avec moi, on peut le faire, mais pour celles qui nécessiteraient un retour vers l'auteuice, le temps est souvent trop resserré. Quoi qu'il en soit, je peux toujours exprimer mon avis et initier un espace de discussion.

En général, au moment où je rends ma copie, on regarde mes notes sur le côté du texte et on s'assure de la bonne compréhension de ces retours, car n'étant pas du tout professionnelle, je ne corrige pas avec les codes de correction d'usage. Je n'ai pas d'échange direct avec les auteuices. Ce n'est pas nécessaire dans la mesure où, à ce stade, on est sur la forme finale: le texte a été relu, travaillé, et il est passé dans tout le circuit éditorial. Il a déjà bénéficié de plusieurs regards et de nombreux allers-retours.

Les outils numériques et supports logiciels utilisés dans le travail de relecture

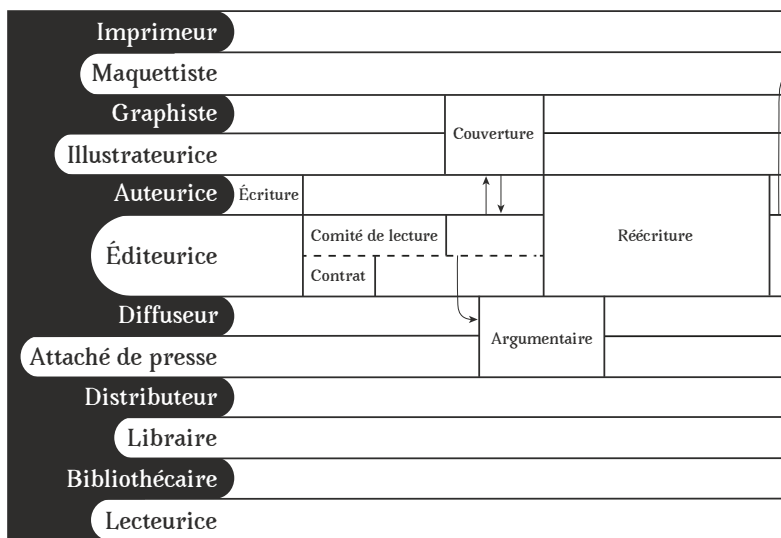
On va révéler ici un secret de polichinelle: on a un gros logiciel technique de traitement de texte... Voilà. Attention à ceux qui nous écoutent de ne pas reproduire ça chez eux, nous faisons ça avec des mains de professionnels [rires]. On peut, avec une licence, s'essayer à la suite Office et notamment à Word. Autrement, il y a de très bons logiciels libres comme LibreOffice que nous utilisons et qui fait très bien le boulot. Pour travailler à plusieurs, on va exploiter les fonctionnalités de ces logiciels, telles que la révision. Elle nous permet de travailler directement dans le texte tout en laissant apparaître ce qu'on a modifié. On utilise également les fameux commentaires qui sont parfois pour nous des grands forums de discussions en marge des textes, où l'on rentre en débat entre relecteuices et auteuices. Il faut par ailleurs veiller, c'est une astuce, à bien numéroter les fichiers pour ne pas créer de confusion entre les versions et s'assurer de prendre tous les retours en compte pour la version finale. Il s'agit surtout de faciliter le fait qu'on est plusieurs à travailler sur un texte.

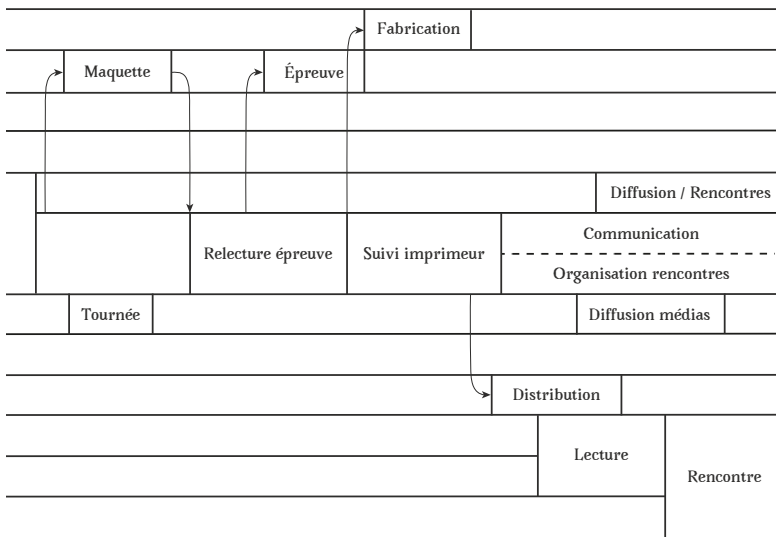
Dans la phase finale, on utilise un outil qui nous aide beaucoup: le logiciel Antidote. On n'a aucune part dans l'entreprise, mais on est très satisfaites. C'est un logiciel qui automatise énormément ce nettoyage autour des coquilles,

des erreurs syntaxiques, qui permet d'enlever les doubles espaces, de mettre des espaces insécables aux endroits adéquats, et qui facilite donc grandement le travail de maquette à venir.

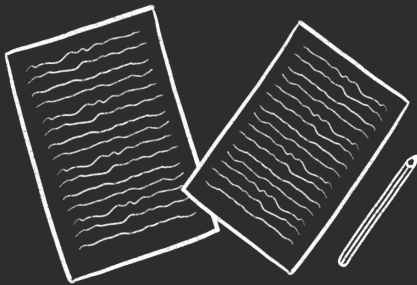
Si chaque livre dispose d'une ou plusieurs relecteurs attitrés, l'équipe éditoriale effectue un travail de relecture sur presque tous les livres publiés dans l'année, c'est-à-dire une petite dizaine de livres. Il s'agit donc d'un travail sur le temps long qui marque le quotidien d'une maison d'édition. En fonction des périodes et des saisons qui marquent les livres dans lesquels on est plongés, on pense l'espace public, on se rêve dans un squat de *La Communale* ou on s'égaie avec des mots inventés pour penser nos réunions⁹. Mais la réalité est plus complexe car lorsqu'on entame la relecture d'un manuscrit, on est en train de terminer celle d'un autre, et on passe à la maquette d'un troisième. Les couches se chevauchent. Comme on sort quasiment un livre par mois, on est au même moment dans plusieurs étapes de plusieurs livres.

9. Référence aux sorties de *Petit manuel de travail dans l'espace public* de Jérôme Guillet, *La Communale* de Marc Faysse et *Petit dico à l'épreuve des réunions* de Charlotte Dementhon et Claire Ichou aux éditions du commun en 2019.





Épisode 2:
Le statut
de l'œuvre et de
l'auteur•ice au
sein des maisons
d'édition



Même si on est dans une relation d'entente entre une ligne éditoriale et le travail d'un auteur ou d'une autrice, il faut passer par un contrat qui renvoie à la légalité du cadre. Élaborer un contrat permet de savoir comment et dans quels espaces nous allons travailler ensemble. Le contrat d'auteur définit ce qui est cédé, la contrepartie, la durée, le territoire et l'éventuelle production dérivée. Au départ, on s'est appuyés sur un contrat pensé par l'association libriste Framasoft qui l'a coconstruit avec le juriste Benjamin Jean. C'est un contrat de cession de droits non exclusif qui est au préalable adossé à une licence Creative Commons (CC), habituellement plutôt utilisée par les créateurs et créatrices : normalement, c'est la personne qui produit une œuvre qui applique une licence de droit commun ou dérivée comme celle-ci. Nous sommes dans une démarche suggestive et pédagogique avec les auteurs et autrices. Notre contrat fait six pages dont la dernière page est une annexe qui indique l'application de la licence Creative Commons pour telle œuvre, par tel auteur ou telle autrice. Cette licence vient donc s'accoler au droit d'auteur et à la protection de la propriété intellectuelle qui est la première couche de protection attribuée à tou-tes sans démarche particulière : l'acte de création suffit pour être défendu par la notion de droit d'auteur. L'application de la licence peut ensuite prendre plusieurs formes. Elle certifie qu'une œuvre est totalement libre de diffusion, sans avoir besoin de citer sa paternité. Par-dessus, un ensemble de modules peuvent se rajouter afin de restreindre cette libre diffusion.

Aux éditions du commun, on a la licence CC-BY-NC-SA. Le BY veut dire qu'on attribue la paternité ou maternité de l'œuvre à la personne qui l'a créée. SA, *Share Alike*, signifie «partagé dans les mêmes conditions»: toute personne qui reproduit, réutilise, mixe cette œuvre-là devra partager son œuvre elle aussi sous licence Creative Commons. NC, *non commercial*, stipule que la diffusion de cette œuvre sous licence libre n'admet ni rémunération ni exploitation. En réalité, on vient y appliquer une dérogation en ouvrant une brèche sur un temps et un territoire donné, pour l'exploitation commerciale de l'œuvre, afin de rendre possible la rémunération. Au départ, les auteurs et autrices étaient rémunérés à 8% du prix de vente hors taxe. On passait à 12% dès qu'il y avait deux personnes ou plus à l'origine de l'œuvre. C'est la moyenne nationale et c'est un chiffre qu'on a progressivement monté pour atteindre 10% et 15% depuis 2020.

Sur la notion de non-exclusivité, on fonctionne de manière plus atypique. Dans certaines maisons d'édition, il peut y avoir des durées de cession de droit, sur cinq ans par exemple, pendant lesquels l'auteuice va confier les droits d'exploitation de son œuvre à la maison d'édition. Il existe aussi des «clauses de préférence» qui impliquent que si l'auteuice rédige une œuvre dans le même genre que la précédente, la maison d'édition qui l'a précédemment édité aura préséance pour l'exploitation de cette nouvelle œuvre.

Sur la même base de travail de Framasoft avec Benjamin Jean, on a décidé d'exclure ces règles de notre contrat.

Notre dérogation à la licence Creative Commons est très précise. Elle cible l'édition papier du livre sur lequel on s'est mis au travail avec l'auteur ou l'autrice. C'est tout. Le reste appartient à l'auteuice : négocier une traduction dans un autre pays, partir sur un droit dérivé pour une création cinématographique de l'œuvre, etc. Il ou elle peut aussi s'orienter sur une nouvelle édition de l'œuvre à l'identique dans une autre maison d'édition. En cas d'insatisfaction liée à ce qu'on fait de l'œuvre, l'auteur ou l'autrice peut travailler en parallèle avec une autre maison. Dans la réalité, la chose est plus complexe : le risque pour un collègue de se lancer dans la réédition d'un livre déjà en librairie est toujours un peu délicat à gérer.

Aujourd'hui, nous avons modifié nos contrats avec l'aide d'une avocate afin de les simplifier, les rendre plus lisibles pour les auteuices, et continuer notre démarche d'amélioration de leur protection.

Nous fonctionnons toujours de la même manière, mais nous proposons désormais trois contrats distincts : un contrat concernant l'œuvre papier, un contrat pour l'œuvre numérique (les *epubs* sur lesquels nous commençons à travailler), et un avenant au contrat pour l'édition numérique qui nous permet de mettre en ligne en libre accès et

gratuitement une version *html* de l'œuvre. Enfin, nous avons également travaillé plusieurs versions de chacun de ces contrats pour proposer aux auteuices des contrats au féminin, au masculin, non-genrés.

Le regard du juriste: les enjeux du modèle ouvert, par Benjamin Jean

Je suis juriste de formation, spécialisé en propriété intellectuelle. Depuis une vingtaine d'années, je m'intéresse aux différents modèles ouverts d'une multitude de protagonistes qui travaillent ensemble et qui diffusent leur production: logiciels libres, contenus ouverts, *open hardware*. J'ai fondé en 2011 un cabinet de conseil qui travaille essentiellement sur ces sujets. On accompagne les structures privées et publiques dans la mise en place de projets ouverts collaboratifs liés à leurs missions. On travaille de plus en plus avec des écosystèmes, c'est-à-dire des entités – personnes ou regroupements – qui souhaitent se réunir, concevoir, maintenir et faire évoluer des ressources qui ont été co-produites. J'ai aussi une casquette associative et militante. Je suis impliqué dans l'association Framasoft depuis de longues années, souvent sur le plan juridique. J'ai notamment créé l'association Veni, Vidi, Libri

qui est dédiée à l'accompagnement dans l'utilisation des licences libres pour tout type d'auteur ou d'autrice. Je suis aussi co-fondateur et président de l'association Open law qui réunit les acteurs du monde du droit autour de cette idée d'innovation collaborative.

Avec Framasoft, on a mis en place le Framabook pour entrer dans une logique d'édition d'un certain nombre d'ouvrages. D'ailleurs mon premier ouvrage a été publié dans ce contexte. On a rédigé les contrats avec Christophe Mazutti qui était à l'époque le président de Framasoft et qui portait ce projet à bout de bras. L'idée était de pouvoir accompagner toutes les auteuices comme l'aurait fait une maison d'édition. Mais en tant qu'association, on n'avait pas de modèle économique réel. On était surtout dans l'idée d'explorer, de montrer qu'il était possible de faire de cette façon, et pas forcément de gagner de l'argent par la vente d'ouvrage. Dans le cadre de Framabook, on cherchait à avoir un contrat d'édition qui soit un contrat d'entreprise, dans lequel tout le monde s'engage: celui qui cède pour partie ses droits, de manière non exclusive, et celui qui les reçoit pour en faire une exploitation. Dans ce contrat-là, il fallait intégrer tout ce qui relevait des licences libres liées à la diffusion de l'ouvrage et toute la partie un peu plus classique, je dirais de *process*, entre la

personne qui écrit et la structure qui l'édite, pour faire en sorte que l'ouvrage puisse vraiment paraître. C'est à cette période qu'on a mené un travail sur les contrats d'édition et toute une réflexion sur l'accompagnement des auteu·ices quant aux conséquences du choix du modèle libre et ouvert pour la publication d'un ouvrage. Par la suite, j'ai travaillé avec un certain nombre de maisons d'édition plutôt universitaires, notamment dans les sciences humaines et sociales, qui étaient assez ouvertes à ces sujets. Favorables à une diffusion sous licence libre des textes qu'elles éditaient, elles étaient confrontées aux mêmes difficultés d'explications et d'explicitations avec les auteur·ices.

Pour parler du « libre » au sens large, je pense que la plus grande difficulté est qu'il s'agit d'un modèle qui a réussi. Un certain nombre de projets complètement ouverts, collaboratifs, sont devenus des références dans leur domaine et ont même éclipsé toute concurrence appuyée sur des modèles beaucoup plus fermés, comme peut l'être la propriété. C'est un premier constat tout à fait positif. Je pense au logiciel Wikipédia dans l'encyclopédie. Je pense aux bases de données : Open Street Map, Tela Botanica, Open Food Facts qui sont des réussites et sur lesquelles de plus en plus d'industriels, d'entreprises et d'administrations s'appuient pour leurs propres projets.

La difficulté la plus grande se situe dans le modèle économique. On ouvre à tous les vents et on génère beaucoup plus d'opportunités pour beaucoup plus d'acteurs de tous ordres. Il faut faire la part des choses entre l'opportunité qu'offre le modèle ouvert, et la capacité de chaque protagoniste à capter une partie de la valeur qui a été générée. On va retrouver la même chose dans l'édition du livre : réussir à avoir un modèle, une équation économique pérenne, qui fasse vivre tout le monde, et qui puisse profiter au maximum des opportunités liées au numérique. La difficulté du numérique c'est de n'être exploité qu'à moitié. Si on dit : « Je diffuse sous une licence libre », on s'en tient au choix de la licence. D'un point de vue juridique, on a validé et sécurisé un certain nombre d'aspects, c'est déjà une bonne chose, mais cela revient à s'ouvrir à tous les risques, à se mettre en déséquilibre. On sort d'une zone de confort, qui fonctionne plus ou moins selon les structures et les personnes, mais qui est connue, alors qu'on n'est pas encore prêt^e à entrer dans le monde du libre, à tirer profit de ce qu'il peut nous offrir. Beaucoup s'arrêtent à mi-chemin et sont déçus parce qu'il n'y a pas le retour attendu en termes de contribution, de traduction, de valorisation sur un ouvrage. L'enjeu est de comprendre précisément ce qu'on veut faire et d'y mettre les billes adéquates. Avoir un cadre global dans lequel s'inscrivent les objectifs de

valorisation afin de maximiser ce que le numérique peut apporter au monde de l'édition. Même si, bien sûr, il faudra itérer et modifier au fur et à mesure.

Quel est l'impact du modèle ouvert sur l'économie du livre? Je pourrais prendre l'exemple de Framabook, mais j'ai un autre exemple que j'aime bien. Sesamath est une communauté d'enseignant·es de mathématiques qui se sont réun·es pour produire leur propre ouvrage de mathématiques. Les écoles et les collèges se sont mis à l'acheter pour leurs élèves et le groupe a été dépassé par le succès rencontré. Faire du libre était vraiment opportun car ça ne leur enlevait rien. Au contraire, les membres ont même gagné en agilité et en coopération. N'importe qui pouvait reprendre les différents exercices, composer des fiches pratiques à sa façon. Pour le Framabook, le bénéfice était assez faible mais néanmoins existant puisque seule la version papier donnait lieu à une vente. En tant que petite structure, le but n'était surtout pas de s'imposer trop de contraintes sur la production d'ouvrages en tant que telle. On est donc ensuite passé par de l'impression à la demande pour tout ce qu'on vendait. Le coût était plus élevé mais comme les frais de fonctionnement étaient très faibles, ça permettait toujours d'intéresser largement les auteur·ices. Y aurait-il eu plus de ventes en passant par un autre éditeur? Je ne sais pas.

Il y en avait vraisemblablement suffisamment et le pourcentage qui leur était repartagé étant assez important, tout le monde s'y retrouvait. Pour étendre ce modèle à d'autres structures d'édition, je pense qu'il faut chercher la complexité, c'est-à-dire réfléchir comment faire payer autre chose que l'objet papier. Si on ne fait que du numérique, qu'est-ce qui donne lieu à rémunération? Avec la diffusion maximisée des modèles ouverts, il faut réussir à avoir une quote-part, un pourcentage qui soit suffisant pour un modèle économique pérenne. Il faut peut-être chercher à gagner moins sur chacun, mais à gagner plus sur l'ensemble. D'autant plus que si on ne vend pas de papier, on a aussi moins de frais fixes liés à l'impression. Je pense que les éditeuices ne sont pas les seuls à pouvoir effectuer ce travail, il faut notamment impliquer les auteuices. On a parfois fait l'amalgame entre maison d'édition et imprimerie, avec une compréhension biaisée du rôle des éditeuices dans la publication d'un ouvrage ou d'un article. Je pense qu'avec le numérique, avec un support final complètement dématérialisé et ouvert, c'est tout le travail qui a été fait conjointement entre l'auteuice et la structure qui l'édite qui va être mis en avant. Il faut clarifier ce nouveau contrat sur la base duquel on peut à mon avis réfléchir à une bonne redistribution de la valeur.

Au-delà des contrats libres, vu par les éditions du commun

Les contrats lisibles et équitables font partie de notre identité, au même titre que notre ligne éditoriale. Ils sont pour nous un préalable non négociable. On est partis sur ce type de contrat dès notre première publication. On suppose que les auteurs et autrices, aussi bien que les collègues éditeurs et éditrices ne pratiquent pas ce genre de choses par méconnaissance et pas nécessairement par désir de protéger une œuvre ou d'avoir plus de droits sur elle. En déployant cette pratique au sein des éditions du commun, en en parlant autour de nous, on espère porter un geste pédagogique.

Dans la même logique, il nous semblait important de pouvoir rendre l'œuvre disponible en format numérique. Le PDF n'est pas satisfaisant, notamment parce qu'il est « fermé » et que le propriétaire est Adobe. C'était malgré tout pour nous une bonne base de départ. Il faut ensuite discuter avec les auteu·rices: que peut-on envisager de mettre en ligne? On peut commencer par rendre accessible la préface, l'introduction, le premier chapitre, et 6 mois ou 1 an plus tard, voir si l'auteur·rice est prêt·e à ajouter du contenu, progressivement. Pour nous, l'idéal est de mettre l'intégralité du livre en téléchargement PDF, mais on sait que le contrat libre est déjà un engagement qui peut dérouter, surprendre, et il y a souvent un nouveau pas à franchir

pour accepter l'idée qu'on crée une économie en proposant le texte en téléchargement gratuit. On n'est pas précurseurs dans le domaine. Les Éditions de l'éclat avec Michel Valenzi sont les premières à avoir osé un modèle similaire qu'elles appellent le «*lyber*», contraction de cyber et libre.

Michel Valenzi, des Éditions de l'éclat: vers des livres en accès libre? Le principe du *lyber*

J'ai créé les Éditions de l'éclat avec mon amie Patricia Farazzi en 1985. C'est donc maintenant une vieille maison. On a fêté nos 35 ans en 2019. C'est un catalogue qui s'est créé avec une double orientation. Au départ, il était question de publier une philosophie qui pouvait flirter avec la littérature dans une collection qu'on avait intitulée Philosophies imaginaires, et d'un autre côté, essayer de publier des textes de littérature qui pouvait flirter avec la philosophie. La collection s'appelait Paraboles. On avait voulu opérer ce mélange au niveau du catalogue.

Quand la maison d'édition est née, on a tout de suite commencé à travailler avec des outils informatiques, même s'il y en avait peu. C'est ce qui nous a permis économiquement de réaliser nos ouvrages.

On réalisait toutes les tâches, qu'elles soient éditoriales, de fabrication ou de promotion, tout ce qui était lié au livre depuis le choix du manuscrit jusqu'à sa conception, sa commercialisation, et sa diffusion. Pendant quelques années on a fait de l'autoédition avec un confrère, aux Éditions Verdier (à Lagrasse dans l'Aude), avant de rentrer dans une structure de diffusion plus classique comme les Presses Universitaires de France ou comme Harmonia Mundi qui nous diffuse depuis 2000. On n'était pas seulement des éditeuices avec des vellétés strictement intellectuelles. On maîtrisait l'outil, on rentrait dans la matière des ouvrages. On a donc suivi l'évolution de l'informatique et l'arrivée d'internet et en 1999, on a créé un site. Dans ces années-là, on a eu un projet d'ouvrage au sujet du logiciel libre, proposé par deux amis : Florent Latri et Olivier Blondeau. C'est quelque chose qui commençait à se développer à l'époque, notamment avec linux. En préparant ce livre avec eux, on a cherché beaucoup de textes sur internet et on a demandé des autorisations pour les relayer, à Richard Stallman notamment, mais aussi à d'autres personnes qui ont participé à l'histoire du logiciel libre. Au moment de terminer l'ouvrage, j'ai fait le pari de cette possibilité de cohabitation d'un contenu libre mis à la disposition des internautes, qui ne nuirait pas à la commercialisation du livre, l'objet de papier, d'encre, et des mots qu'il contient.

C'était un pari volontariste, étant donné qu'il n'y avait aucune étude statistique ou commerciale qui pouvait me conforter dans cette idée. Paradoxalement, tout en voulant une expérience technologique moderne, mon point de vue était finalement traditionnel – à savoir que l'objet-livre, sous sa forme papier, était irremplaçable, inaltérable. Tout le monde n'y a pas cru, c'est le moins qu'on puisse dire [rires]. Quand j'ai commencé à mettre en ligne des ouvrages intégralement et gratuitement sur le site des Éditions, ça a créé un petit *tollé*. Même si un catalogue comme celui des Éditions de l'éclat a un rayonnement assez limité, on peut dire que les libraires n'ont pas très bien réagi au début. Il y a même eu une sorte de mouvement de boycott par un certain nombre d'entre eux qui disaient : « Si vous les donnez gratuitement, nous on n'a plus rien à faire. » Ils nous ont donc renvoyé les livres qu'ils n'avaient pas vendus, créant un retour massif d'ouvrages chez mon diffuseur-distributeur qui ne comprenait pas non plus notre démarche. Au bout de quelques mois, on s'est rendues compte que ces ouvrages, qu'on mettait gratuitement et intégralement à disposition sur le site, continuaient non seulement à se vendre comme autrefois, mais pour certains, les ventes augmentaient. On diffusait une information, comme on en trouve dans un article de journal, un compte-rendu, ou dans les propos de quelqu'un qui

nous parlerait d'un livre. Le contenu qu'on donnait incitait les gens à retourner vers le papier. Le livre continuait sa vie tout en étant soutenu par ce nouvel outil. C'était clairement notre recherche: comment trouver de nouveaux et nouvelles alliés dans ce monde, tel qu'il est? Le livre en avait besoin. Il ne pouvait pas se mettre à dos l'internet, il ne pouvait pas se mettre à dos le numérique. Avec le *lyber*, qui a vu le jour en 2000, on proposait cette symbiose, cette complémentarité entre les deux formats. C'est un moyen de revendiquer un catalogue de qualité, qu'on est capable d'assumer librement. Et en même temps, il a un impact sur la diffusion, la visibilité et même l'économie de notre maison d'édition.

Je me rappelle, on m'avait demandé d'intervenir dans le cadre d'un collectif qui s'appelait le groupe des 451. C'était un collectif plutôt radical sur les questions de la librairie, de la diffusion du livre, et qui s'opposait à l'internet sous prétexte qu'il allait nous bouffer, ce qui n'était pas faux par ailleurs. Je leur ai parlé de ce projet-là et un type a dit: «Oui mais Valenzi on sait, de toute façon il fait ça pour vendre des livres.» Ma démarche avait été réduite à une posture strictement commerciale, comme si j'avais fait une étude de marché et que je m'étais rendu compte qu'en donnant à lire des textes gratuitement, j'allais pouvoir vendre plus de papiers.

Quoi qu'il en soit, c'est formidable de vendre des livres! Dans les faits, même si je ne me situe pas dans une stratégie commerciale, c'est très étonnant de voir à quel point les meilleures ventes des Éditions de l'éclat, sur l'ensemble du catalogue aujourd'hui, sont celles qui ont une version intégrale et gratuite, une version *lyber*. Attention, je ne dis pas que les *lyber* se vendent plus que les autres! Après *Libres enfants de l'histoire numérique*, on a mis en ligne *De la dignité de l'homme*, de Pic de la Mirandole (avec l'accord du traducteur Yves Hersant). C'est un ouvrage que j'avais publié pour la première fois en 1993 et que j'avais dû tirer à 2000 exemplaires. Sept ans plus tard, au moment où j'ai commencé le *lyber*, on en avait vendu 1000-1500 exemplaires. Dans l'année qui a suivi on en a vendu 500, et on en vend encore entre 25 et 30 par mois. Ça me fait penser à *TAZ* d'Hakim Bey¹⁰ qui est davantage lié à l'univers de l'internet et qui a été mis en ligne gratuitement dès la parution. Je ne cherche pas à tenir un délai particulier entre la mise en vente de l'ouvrage en librairie et la mise en ligne. Il est arrivé que ça se fasse simultanément pour des questions de disponibilités, de temps, d'envie, de sujet. Pour l'ouvrage

10. Hakim Bey, *TAZ - Zone Autonome Temporaire*, première édition française mai 1997, Éditions de l'éclat, Paris, traduit de l'anglais par Christine Tréguier avec l'assistance de Peter Lamia et Aude Latarget.

De la gratuité de Jean-Louis Sagot Duvaouroux en 2006, il fallait le mettre en ligne immédiatement. Le premier tirage a été épuisé et on a maintenant réalisé une édition de poche, ce qui montre que c'est un livre qui continue de vivre sa vie en même temps que sa version *lyber*.

L'accès libre aux savoirs: une conviction, une philosophie

Aux éditions du commun, on n'a que quelques années de recul, mais on s'est lancés dans le même état d'esprit que Michel Valenzi: on pose un préalable, et peu importe ce que ça crée. On se donne les moyens pour que ce soit possible parce qu'on pense que c'est un message fort sur la question du partage libre des savoirs. En revanche, le livre papier a toujours une légitimité à être vendu parce qu'il a dans son sillon toute une chaîne de gens qui travaillent. Pour l'instant, comme on est peu à le pratiquer, notre démarche fait parler et ça porte les ouvrages, ainsi que la maison d'édition. À ce jour, on a peu de recul sur le rapport téléchargement/vente. Il faudrait de toute façon pondérer le fait que chaque téléchargement n'est pas nécessairement une lecture, alors qu'un acte d'achat amène

plus probablement des « gestes de lecteurs »¹¹. Je pense aussi à Wu Ming, un collectif d'auteurs italiens qui mettent leurs œuvres en téléchargement gratuit depuis plus de 20 ans, tout en créant des best-sellers vendus à plusieurs dizaines de milliers d'exemplaires. Pour eux, tout le contenu éditorial à paraître chaque année devrait être intégralement téléchargeable. Cela permettrait aux lecteurs et lectrices d'être moins conditionnés dans leurs actes d'achat par des démarches marketing, ou par la sur-visibilité médiatique de telle ou telle œuvre. On s'appuierait sur un échantillon disponible pour se donner un avant-goût, et décider ensuite de poursuivre ou non la lecture en achetant le livre au format papier.

Aujourd'hui, dans le secteur des sciences sociales, de la vulgarisation, de la recherche, les logiques du modèle ouvert sont particulièrement valorisées. Même au niveau institutionnel, on encourage les gens à être diffusés au maximum. Avec le modèle libre, on soutient cette large diffusion, en réduisant les contraintes le plus possible. La fameuse expression « *publish or perish* », « publier ou périr »¹², laisse

11. Référence au livre *Des gestes de lecteurs* de Claire Aubert, sorti aux éditions du commun en 2016

12. « L'expression « publier ou périr » (...) vise à dénoncer la pression exercée sur les professionnels du milieu académique (...) à travers l'obligation pour avancer dans sa carrière, de publier le plus régulièrement possible les résultats de travaux de recherche dans les revues scientifiques. » « Publier ou périr », *Wikipédia, l'encyclopédie libre*, < https://fr.wikipedia.org/wiki/International_Standard_Book_Number > .

peu à peu sa place à l'opportunité d'être cité, vue, connue, et reprise par d'autres chercheurs et chercheuses. En effet, la libre circulation des savoirs augmente fortement la visibilité, d'autant plus quand on est une petite maison d'édition. En rendant les contenus accessibles sur internet en parallèle de la vente papier, on crée un effet boule de neige. On active la réutilisation, la citation, la critique, ce qui met l'œuvre au travail et ramène finalement toujours à la version papier.

Ce modèle a séduit certains de nos auteuices qui ont accepté de diffuser l'intégralité de leur texte en accès libre.

Jérôme Guillet, un auteur (finalement) séduit par le libre

Les éditions du commun ont d'abord dû me « cultiver », d'une certaine manière, sur ce que c'est que de sortir un livre dans une petite maison d'édition. Ce qu'on peut en attendre, en espérer, le fonctionnement de la diffusion et la politique commerciale. On m'a alors expliqué cet intérêt pour les ouvrages en libre accès, en lien avec *le commun*. Leur ligne éditoriale est construite autour du partage d'un patrimoine qui fait défaut, et de traces qu'on voudrait préserver, capitaliser, transmettre, etc. Donc évidemment si c'est possible de dématérialiser, de rendre les choses accessibles, il semble quand même logique que les éditions du commun le défendent. Au moment où cette proposition m'est faite, il n'y a encore que deux auteurs, dont Benjamin Roux, qui ont accepté de le faire, les autres ne souhaitant mettre

en ligne qu'un chapitre, en général l'introduction¹³. Cette proposition m'a renvoyé à deux questions: une liée au sens, à la démarche, à ce qui est défendu, et une autre plus matérielle. Évidemment, pour une auteuice, la gratuité touche à la peur que le livre ne soit pas acheté, ou renvoie au risque que le travail soit dévalué. Benjamin m'a répondu à l'époque: « Je trouve que ça fait sens, d'abord, et en plus je suis convaincu que ça permet de mieux vendre le livre. Même si on peut imprimer soi-même l'ouvrage une fois qu'il est téléchargé, le différentiel qualitatif est très important, et surtout, la diffusion du texte par viralité va compenser largement cette prise de risque initiale. En faisant connaître le texte bien au-delà de son cercle de départ, on va gagner d'autres lecteurs et lectrices.» Il en était convaincu, tout en me disant qu'il n'avait pas assez d'exemples pour le prouver. Mais tous les indicateurs qu'il avait, et ce qu'il entendait dire en discutant avec d'autres gens dans le milieu, montrait que c'était une démarche intéressante pour les éditions du commun, pour le type d'ouvrages qui étaient portés. Il m'a convaincu en dix minutes. Et ça m'a tellement soulagé! Je me suis rendu compte que c'était confortable de pouvoir

13. En 2023, près d'une quarantaine de titres – la majorité du catalogue – sont librement accessibles sous forme dématérialisée sur le site des Éditions du commun, <https://www.editionsducommun.org/>.

dire: « Sur ce sujet-là, j'ai écrit un livre, qui vient de sortir. Vous pouvez l'acheter sans difficulté: il est disponible en librairie ou directement auprès des éditions. Et si vous n'avez pas envie de l'acheter ou que vous n'en avez pas les moyens, vous pouvez le télécharger gratuitement. » D'autant plus que dans ce livre, je parle de tout ce qu'on peut s'offrir dans l'espace public. Ça aurait quand même été paradoxal qu'il ne soit pas gratuit dans l'espace public numérique. La cohérence par rapport à ce que j'y ai écrit était évidente.

Je pense également que cette démarche a un impact sur la question de la légitimité de l'auteuice. À travers ce statut d'auteur, il y a chez moi la peur d'être perçu comme quelqu'un de pédant. C'est comme si l'accès libre et gratuit travaillait à équilibrer tout ça. Dans cette inquiétude ou cette possibilité de rester accessible, c'est tout sauf anodin que je puisse dire à une personne: « Ce que j'ai fait, vous pouvez l'acheter, mais je peux aussi vous l'offrir, c'est simple, c'est un PDF, vous pouvez le prendre. » Clairement, si Benjamin ne m'avait pas accompagné là-dessus, je pense que je ne l'aurais pas fait. Je crois qu'il y a un réflexe naturel à penser: « J'en ai chié pendant des années pour en arriver là. La valeur de mon travail transparait dans un objet qui est joli, qui a supporté des coûts et qui a un prix. Je ne vais quand même

pas immédiatement tout donner gratuitement!» Il y a une espèce de réflexe défensif. Aujourd’hui je suis très fier d’avoir fait ce choix.

La propriété intellectuelle, partout, ailleurs

Aux éditions du commun, on a cherché à parler de tout ça, avec les auteurs et autrices en premier lieu, mais aussi dans des interventions publiques, – ce podcast en fait partie – et auprès de quelques collègues. En initiant un cycle de questionnement autour du libre, on a entendu parler d’Antoine De Foort, qui pourrait être notre équivalent dans le milieu du théâtre et du spectacle vivant. Il fait partie d’une compagnie qui s’appelle L’Amicale de production dans les Hauts de France, et a créé *Un faible degré d’originalité*, spectacle qui a le mérite de creuser, décortiquer, vulgariser l’histoire de la propriété intellectuelle, les processus de construction des droits d’auteurs, des droits patrimoniaux, la question de la rémunération, etc. Antoine De Foort joue, rejoue les débats de l’époque. On a donc appris qu’à l’origine de la propriété intellectuelle, il y avait déjà des questionnements sur le fait d’être auteuice et sur les processus créatifs. Ce sont des questions très anciennes qu’on n’est sans doute pas prêts de régler : il suffit de regarder le corps

de métier des auteuices actuellement¹⁴. De son spectacle, j'ai gardé en tête deux personnalités parmi les débats qui ont traversé le début du siècle des Lumières : Denis Diderot et Nicolas de Condorcet. Diderot envisageait les idées comme des vapeurs qui planent au-dessus de nos têtes, et l'originalité d'un créateur ou d'une créatrice serait d'arriver à capter ces idées et « d'enfanter » une œuvre. La personne est considérée comme seule créatrice de son œuvre. Nicolas de Condorcet, quant à lui, disait qu'on ne pouvait pas faire fi du contexte et de l'environnement dans lequel on vit. Pour lui, l'œuvre n'est jamais totalement originale parce qu'elle est imprégnée de notre contexte culturel, artistique, sociétal. C'est ce second regard qui fait écho à notre pratique aux éditions du commun : considérant qu'une œuvre fait toujours partie d'un « pot commun », on cherche à la réengager, à la rendre à nouveau disponible. J'ai trouvé intéressant de voir comment on est chacun en création sur ce sujet puis en recherche de diffusion, au format papier pour nous, et sous forme de représentations pour Antoine De Foort. Il a mis son œuvre sous licence

14. Des réformes continuent à précariser le métier, avec des injonctions toujours plus fortes à d'autres formes de travail : dédicacer, diffuser, animer auprès de différents publics, au-delà du fait d'être déjà créateuice d'une œuvre. La Ligue des Auteurs Professionnels se mobilise énormément pour critiquer, mettre en mouvement la transformation de ces conditions de travail. Peut-être qu'un statut proche de celui de l'intermittence conviendrait mieux : pouvoir rémunérer quelqu'un pour ses temps de production, mais aussi pour ses temps de jachères, de non-production, qui sont pourtant nécessaires à la création.

Creative Commons, ce qui nous permet de consulter son spectacle dans différentes versions, de suivre les évolutions et les mises à jour, en ligne, gratuitement¹⁵. Pour autant, c'est une personne qui vit de son métier, et notamment des représentations. La diffusion des vidéos est gratuite et libre mais ça n'empêche pas les gens de continuer à le solliciter parce qu'on sait que, tout comme un livre papier n'a pas le même impact qu'une lecture en numérique, un spectacle vivant, mis en scène, accueilli dans un certain contexte, avec un public, facilitera l'appropriation de l'œuvre et des savoirs qui la compose mieux qu'une vidéo en ligne.

15. Lien vers la vidéo *Un faible degré d'originalité* Antoine De Foort: <https://www.youtube.com/watch?v=kHPI3YhY8aU> [consulté le 13/10/2022]



Épisode 3: Gestion administrative, financière et lien avec le territoire



**La gestion administrative
d'une maison d'édition, vue par
Benjamin Roux, responsable
administratif et financier
des éditions du commun**

Cet épisode est un peu mon épisode chouchou parce qu'il est, justement, le mal aimé, ou en tout cas le plus méconnu.

Pour deux raisons :

On trouve moins de rêve et de paillettes dans un tableur Excel que dans le travail d'écriture ou de réécriture d'un ouvrage.

C'est une tâche inhérente à tous les types d'activités économiques. En ce sens, on a tendance à la mettre de côté, comme si elle n'était pas spécifique à notre travail, comme

si elle ne faisait pas partie de toute cette dynamique, propre à l'univers de la maison d'édition.

Naturellement, lorsqu'on crée une activité, on va se focaliser sur elle et avoir moins envie de faire de la gestion. C'est rarement quelque chose qui est pris en compte quand on débute une activité. C'est une tendance propre au moment du lancement parce qu'on peut se dire qu'une fois qu'on est dans une activité qui tourne, on va plutôt déléguer ces tâches-là à des gens dont c'est le métier : comptable, responsable administratif, etc. Au démarrage, ce n'est pas à négliger parce qu'on n'a que rarement les moyens d'externaliser. Mais je fais aussi partie de celles qui pensent qu'on a plutôt intérêt à mettre les mains dans le cambouis. Il s'agit de comprendre les enjeux, dans tous les domaines qui nous touchent. Même lorsque l'activité est plus mature, connaître la gestion et le pilotage d'une structure économique et savoir ce que ça raconte permet de mieux se projeter pour la suite.

Toutes les démarches inhérentes au bon déroulement de notre quotidien vont relever pour certains de la phobie administrative : elles sont conséquentes. Aux éditions du commun il y a d'abord une vie associative (2017 à 2021) ou coopérative (depuis 2022) qui nécessite de produire et laisser des traces, de rendre des comptes : comptes-rendus de réunions de bureau, préparation de l'assemblée générale, rédaction du procès-verbal, élaboration du bilan moral de

l'activité, etc. Ensuite, lorsqu'on a des salariés, il faut gérer la partie sociale: faire des déclarations, répondre à des institutions et des administrations, payer des factures, émettre des fiches de paye, gérer des congés et des arrêts maladie, etc. La dernière partie est liée à l'activité éditoriale: tenir à jour les contrats d'auteurs, signer des conventions, signer des cessions de droits, etc¹⁶.

Les outils de la machine éditoriale

La rigueur est un « outil » un peu particulier, mais je pense qu'il faut la mobiliser avant toute chose et le plus tôt possible. L'accumulation de papiers en tas sur son bureau et de documents sur son écran d'ordinateur empêchera, à un moment donné, le bon déroulé du quotidien. Il s'agit de tenir une sorte d'équivalence entre version papier et version numérique de tout ce qu'on organise et de ranger le tout dans des dossiers et des classeurs, en les agençant le mieux possible. On ne parle pas ici d'outils en tant que tels, mais plutôt d'une méthode: l'organisation.

16. Jusqu'en 2020, Benjamin assumait seul l'ensemble de ces tâches. Depuis, la gestion des éditions du commun a été répartie entre Benjamin, Juliette et Sylvain. Benjamin est responsable de la partie économique et comptable, Juliette de la vie coopérative, et Sylvain de la partie sociale. Dans l'activité éditoriale elle-même, chacune gère ses contrats, les cessions de droits, etc.

Un petit conseil que je donnerais : penser qu'on ne fait pas ce rangement-là uniquement pour soi mais qu'on doit le donner à lire et à comprendre à des gens qui arriveraient dans le bureau, qui prendraient notre suite ou qui chercheraient à nous soutenir. La question se pose puisque notre maison d'édition grossit et qu'elle est dans cette dynamique de partage/commun : comment faciliter l'accès aux personnes qui nous accompagnent, qui nous épaulent ou deviennent de nouveaux collègues ? Il s'agit de penser dès le départ la mise en place de collaborations en devenir.

Sinon, au quotidien, on utilise des outils collaboratifs. L'enjeu est de faire en sorte que tous ces dossiers, notamment numériques, soient rangés dans un serveur partagé où l'on peut accéder à partir de plusieurs appareils et par plusieurs personnes. Aujourd'hui, nous utilisons le logiciel Basecamp qui a l'avantage de pouvoir s'adapter aux spécificités d'activités différentes, et à la nôtre sans aucun doute, et qui sert aujourd'hui à rassembler toutes les choses à faire ou en attente du quotidien et à coordonner toutes les personnes qui travaillent sur chaque projet éditorial, qu'il s'agisse des salariés ou des partenaires extérieures.

Concernant les aspects comptables, j'utilise principalement deux outils. Le premier, c'est le tableur Excel : pratique pour créer des formules et des tableaux propres à nos usages, il permet aussi de répondre à des structures auprès desquelles on a des comptes à rendre (subvention, suivi

bancaire, etc). Le second est un logiciel comptable. On utilise aujourd'hui Evoliz. Il nous sert à émettre des factures, faire des devis, suivre la comptabilité en direct avec la trésorerie disponible sur le compte, faire des prévisionnels, stocker tous les justificatifs et les rapprocher, etc. Encore une fois, on n'a pas de parts dans cette entreprise. Chacun doit évidemment faire ses propres recherches et trouver l'outil qui lui correspond le mieux.

Gérer le budget d'une maison d'édition: quelles spécificités?

Je pense à deux choses qui sont concomitantes quoique très différentes. D'un côté, penser un budget à l'échelle d'une année, voire se projeter sur deux ou trois années de suite. Pour ça, on doit regarder une photographie du 1^{er} janvier au 31 décembre de notre activité économique et faire en sorte que nos charges et nos recettes s'équilibrent. Cela revient à dire: faire en sorte que notre activité tienne la route. Et en parallèle, on doit assurer un suivi et un plan de trésorerie. Concrètement, il faut vérifier qu'à l'instant t, on a assez d'argent sur le compte en banque pour payer tout ce que l'on doit régler. Il y a de ce fait une veille à avoir auprès des personnes et structures qui nous doivent des sous, pour qu'ils nous les donnent en temps et en heure. On a ici deux visions différentes et intimement liées: une

vision instantanée et une autre de projection. Ces deux visions sont essentielles. Les créances, c'est-à-dire l'argent dû, sont souvent une cause d'effondrement des petites structures comme la nôtre. Elles n'osent pas ou ne pensent pas à aller chercher l'argent qui leur est dû quelque part, ou à l'inverse, elles sont persuadées d'avoir des finances solides parce qu'elles voient de grosses sommes d'argent sur leur compte et qu'elles ne font pas suffisamment attention à tout ce qu'elles doivent. C'est pourquoi il faut chercher à projeter le plus loin possible notre activité et notre économie. Qui plus est, quand on est une petite structure, on n'a pas une force de négociation suffisante vis-à-vis des plus grosses à qui l'on doit des sous comme les imprimeries par exemple. Et en réalité, on passe parfois un temps fou auprès des institutions pour récupérer ce qu'elles nous doivent. On n'entre pas équitablement dans ce rapport de force, en termes de taille ou de poids.

Le modèle économique des éditions du commun

Les recettes

On a trois types de rentrées d'argent. La première est l'activité éditoriale: la vente de livres. Pour nous, ça passe par de la vente en librairie, de la vente directe sur les salons ou sur notre site en ligne, et par nos abonnés qui nous suivent chaque année. En 2022, ce sont 300 personnes qui se sont abonnées (mensuellement ou en une fois) pour recevoir l'intégralité de nos publications. Les abonnements sont vraiment très importants pour notre modèle économique. Ils permettent d'anticiper une partie de nos recettes annuelles, de garantir une avance de trésorerie pour pouvoir faire face aux dépenses, tout en assurant un socle de commercialisation des ouvrages. C'est un véritable filet de sécurité.

En 2021, par exemple, on a vendu moins de livres en direct, mais cette vente directe nous a rapporté en chiffre d'affaires autant que les ventes en librairie, qui étaient, elles, plus importantes en termes de nombre de livres. Cela montre qu'il y a un équilibre à trouver entre les deux, car le but n'est pas de faire de la concurrence aux libraires. Ils nous permettent de toucher des personnes qui sont éloignées de notre réseau, de nous conseiller à d'autres gens qui ne

nous connaissent pas. En revanche, en ajoutant un intermédiaire, on a une marge moins importante sur la vente du livre. À travers les abonnements, on vend directement au cercle élargi de personnes qui nous suivent, qui regardent de près notre programme éditorial et qui assistent à l'évolution de notre aventure. C'est un peu le principe d'une AMAP¹⁷ dans le milieu du maraîchage. Avec nos abonnés, on sait qu'on peut compter sur une vente sans intermédiaires pour un nombre défini de lectures, ce qui nous offre une meilleure marge sur une petite partie des ventes globales. On vend en effet beaucoup plus de livres en librairie qu'en vente directe, mais cette complémentarité nous permet d'avoir un modèle économique plus stable.

Le deuxième apport en termes de recettes passe par les subventions. Aujourd'hui, quasiment tout le milieu de l'édition – qu'on soit une petite ou une grosse maison d'édition – touche des subventions publiques. Pour nous aujourd'hui, ce sont principalement Rennes Métropole et la Région Bretagne qui nous soutiennent. Depuis 2021, nous faisons également des demandes au niveau national auprès du CNL¹⁸.

17. Association de Maintien pour une Agriculture Paysanne. Les AMAP reposent sur un système d'engagement entre paysan.nes et consommateur.ices, où ces derniers achètent à l'avance des paniers maraîchers livrés régulièrement.

18. Centre National du Livre. Le CNL est un établissement public du ministère de la Culture, et a pour missions le soutien à l'activité littéraire et à l'ensemble de ses acteurs, de l'écriture à la diffusion des ouvrages.

En fonction des ouvrages, il est également possible de solliciter des universités.

Le troisième point concerne la prestation: formation, intervention, atelier autour du livre et de l'écriture... On propose également de l'accompagnement éditorial. Dans ce cas, pour des structures qui souhaitent éditer un ouvrage par elles-mêmes, on transmet toutes les compétences et connaissances que nous déployons en interne pour notre propre ligne éditoriale. On vient alors en appui et en conseil tout au long du travail.

Les charges et les dépenses

On peut établir un petit «Top 4» de nos plus grosses dépenses pour avoir un aperçu du paysage. La première des dépenses aux éditions du commun est la masse salariale. Aujourd'hui, il s'agit des trois CDI des salariés-associés (2,5 équivalents temps plein¹⁹) et d'un CDD d'une personne en charge de la communication. La deuxième, c'est l'impression des ouvrages. On reste une maison d'édition qui publie des livres en papier, ce qui nous amène à fabriquer un certain nombre d'exemplaires chaque année.

19. L'équivalent temps plein (ETP) est une unité de mesure de la charge travaillée, calculée sur la base d'un temps plein soit à hauteur de la durée légale.

Le troisième poste représente une autre forme de masse salariale : les personnes avec qui nous travaillons. Parfois indépendant·es comme notre graphiste, notre illustratrice, des relecteurs et relectrices, parfois rémunérés en droits d'auteur comme un traducteur·ice, les auteurs et autrices, etc. La dernière dépense, qui n'est pas des moindres, c'est l'affranchissement. Au quotidien, on envoie énormément de livres, que ce soit individuellement ou par colis, à nos abonnés, aux services de presse, ou encore aux lecteur·ices qui ont passé des commandes sur notre site internet.

Il y a une autre dimension importante à prendre en compte, celle du stockage des livres. Le stock n'est pas seulement un potentiel de vente, il représente aussi une conséquente charge économique. On a donc intérêt, d'une part, à penser au mieux les tirages, et d'autre part à travailler à écouler ce stock, à ne pas accumuler cette richesse inutilement. C'est un phénomène inhérent à toute activité de commerce. Un stock, c'est quelque chose qui coûte. Dès le départ, c'est une dépense, une acquisition. On a déjà payé un fournisseur, si ce n'est plusieurs, pour cet objet qui « dort » dans un entrepôt, entrepôt qu'il faut payer. Quand on a un commerce, l'enjeu est d'avoir un fonds, un stock, qui soit le plus faible possible. Pour une maison d'édition, cela passe par une valorisation de ce fonds : veiller à ne pas diffuser et promouvoir que ses nouveautés, chercher aussi à mettre en valeur les livres déjà parus. D'autant qu'aux éditions du commun, on revendique le fait de ne pas avoir

de livres d'actualité, mais des livres de long terme qui n'ont pas perdu leur pertinence plusieurs années après. Une bonne gestion du stock, c'est aussi une vigilance à avoir sur le calcul du tirage pour chaque ouvrage : éviter l'épuisement précoce autant que l'excès d'exemplaires qui crée une charge d'année en année.

Le budget prévisionnel

Au début c'est un exercice difficile parce qu'on n'y est tout simplement pas forcément habitué. Puis, chaque année qui passe constitue une année de référence. Pour construire un budget prévisionnel de la structure, il faut avoir en tête les charges fixes : le temps de travail et le loyer qu'on peut estimer sur l'année, par exemple. Cependant, quand on sort un livre, les charges dépendent du nombre de publications et de leur coût, il faut donc aussi penser à construire des budgets prévisionnels pour chaque projet éditorial. Il peut exister une grande variation de prix entre les livres selon leur format, leur contenu, s'ils nécessitent une traduction, ou encore s'il s'agit de rééditions. À l'échelle de la maison, nous avons toujours une lecture prévisionnelle pour les trois années à venir. Puis, tous les ans idéalement deux fois, on actualise notre budget prévisionnel au réalisé, par exemple au 31 mai et au 31 août. C'est-à-dire qu'on réactualise notre projection avec une photo intermédiaire afin de pouvoir réajuster plus finement encore.

L'accompagnement comptable, par Laurent Buson

Parcours et métier

Je suis comptable depuis une vingtaine d'années et plus spécifiquement en cabinet comptable depuis 15 ans²⁰. Je suis officiellement « collaborateur comptable chargé de mission ». Je gère un portefeuille de clientèle d'environ 150 dossiers, très différents : petits artisans, professions libérales, avocats, cabinets médicaux, infirmières, petits et gros commerces, entreprises de productions en usine, salariés... J'aime beaucoup mon métier pour cette diversité de situations qu'il me permet de rencontrer : des contextes, des façons de travailler, de s'organiser, etc.

20. Laurent Buson suit la comptabilité des éditions du commun pour le cabinet Héléos depuis 2015.

Dans le cadre de ce travail, je fais un peu de saisie comptable dans un logiciel spécifique au cabinet : on saisit les factures d'achat, les factures de vente, les relevés bancaires. On va jusqu'à établir le bilan. Si l'année se finit par exemple un 31 décembre 2021, on donne le bilan aux chefs d'entreprises en mai ou juin 2022, c'est-à-dire six mois plus tard et un an et demi après le début de cette année comptable. Ce qui est plus intéressant pour nous c'est d'accompagner un dirigeant^e dans la gestion de son entreprise, faire des points réguliers avec lui ou elle en cours d'année pour voir les tendances qui se dessinent, et penser aux choses qui peuvent être améliorées dans l'organisation.

J'accompagne plusieurs maisons d'édition de jeux de société. J'ai un pied dans le domaine du jeu de société puisque j'ai dans ma clientèle des éditeuices, des auteuices, un illustrateur, des bars à jeux, etc. Je connais davantage le milieu du jeu que celui du livre, mais ça reste de l'édition et de la culture en général. Il n'y a de toute façon pas de différence majeure sur le plan de la comptabilité. Une maison d'édition, qu'elle que soit son secteur, va fabriquer un objet. Il va donc y avoir une société d'impression ou de fabrication de jeux de société, un grossiste, des détaillant^{es}. La chaîne de distribution est à peu près similaire. Elle est d'ailleurs classique.

Les droits d'auteur: point de vigilance

Les trois spécificités qu'on peut identifier pour le milieu de l'édition sont liées aux droits d'auteur. Ce sont les points, entre guillemets, «à risques». Premièrement, les cotisations sociales auxquelles ces droits sont soumis sont retenues à la source par la maison d'édition, tout comme un employeur ou une employeuse vis-à-vis de la personne qu'il ou elle emploie. La paie correspond au salaire net et non au salaire brut. De la même manière, l'éditeur va payer le droit d'auteur net et les cotisations sociales vont être reversées à un organisme qui s'appelle l'AGESSA²¹ et qui a aujourd'hui plus ou moins fusionné avec l'URSSAF²². Cette retenue à la source correspond dans notre langage au «précompte AGESSA» et peut bénéficier d'exonérations qu'on appelle des «dispenses de précompte». La maison d'édition aura donc à vérifier si l'auteur est soumise au précompte ou s'il ou elle en est dispensé, pour savoir s'il doit l'appliquer ou non. La deuxième spécificité concerne la TVA. Les droits d'auteur sont soumis à TVA, à un taux réduit de 10%. C'est un système de retenue à la source un peu particulier.

21. Association pour la gestion de la sécurité sociale des auteurs.

22. Unions de recouvrement des cotisations de sécurité sociale et d'allocations familiales.

L'éditeur va payer le montant hors taxe et non pas le montant TTC²³ (montant hors taxe auquel on ajoute la TVA). On applique une TVA mais plutôt que de la payer à l'auteur, on va la payer au Trésor public. Ce système a été inventé dans les années 1960 pour simplifier le travail des auteurs. Ainsi, c'est la société d'édition qui gère la TVA pour lui ou elle. C'est le seul domaine d'activité qui fonctionne de cette manière en France (avec les arts visuels). Là aussi, il va y avoir des dispenses, dans certains cas, que la maison d'édition va devoir vérifier. Pour le troisième point, il s'agit de ce qu'on appelle la contribution diffuseur: sur tout droit d'auteur, la structure qui achète des droits sur une œuvre en vue de l'éditer va verser une petite taxe à l'AGESSA.

Gérer sa structure: que faut-il retenir?

Je pense qu'un comptable en entreprise est censé être organisé un minimum. Conserver tous ses justificatifs de dépense et les transmettre, c'est la base. Souvent, dans les dossiers que j'ai au cabinet j'ai des

23. Toutes Taxes Comprises.

client·es qui ont tendance à me donner des devis en justificatifs, ou des factures proforma, ou des bons de commande. Or, je suis censé ne rentrer que des factures en bonne et due forme. On ne peut récupérer la TVA que si elle apparaît sur le document, c'est-à-dire sur la facture. Je ne peux pas inventer une pièce que je n'ai pas. Je ne peux pas inventer la TVA si elle n'est pas notée. Quand on va au restaurant et qu'on invite un ou une client·e, on doit indiquer le nom du dossier sur la facture. Tout ça reste très théorique évidemment, parce que dans la plupart des dossiers, les choses se passent autrement.

Autre pratique à adopter: ne pas attendre le dernier moment. Il y a des délais, on doit rendre des comptes régulièrement. Si on a des déclarations de TVA à faire, c'est tous les mois ou à une certaine échéance. Dans le même ordre d'idée, je pense que c'est important d'avoir un suivi régulier, d'avoir une comptabilité mise à jour régulièrement en cours d'année pour avoir une vision plus claire des directions et tendances. Ça me semble important pour un bon pilotage, qu'on soit constitué en entreprise, en SCOP ou en association.

Les enjeux légaux

Il y a de toute façon un aspect légal et obligatoire. Toute structure associative ou commerciale a des comptes à rendre. S'il y a un emprunt bancaire, il va falloir donner des chiffres à sa banque, lui communiquer un bilan. Dans le cadre d'une association, il y a des adhérentes à qui il va falloir montrer tous les ans un bilan financier. Il y a donc toujours une comptabilité à suivre, même si elle est hyper simplifiée. Une structure commerciale a aussi des obligations fiscales. Tous les ans, un bilan est à sortir pour le fisc, pour payer les impôts sur le bénéfice s'il y en a eu, etc. Se dégage également un aspect juridique, puisqu'une structure commerciale a des associés et que ces associés ont un droit à l'information concernant l'entreprise dans laquelle ils ou elles sont engagés. Il y a aussi une information pour les tiers, les fournisseurs ou fournisseuses et les clientes. Une entreprise, au-delà d'une certaine taille, a l'obligation de diffuser son bilan au tribunal de commerce. On est donc vraiment sur un aspect légal et obligatoire vis-à-vis du fisc.

Et puis, il y a juste le bon sens : l'entreprise ou l'association a intérêt à avoir une comptabilité pour savoir où elle va, si elle est rentable, s'il y a des économies à faire, si les prix de vente sont bien calculés, etc.

La gestion de l'élargissement de l'équipe des éditions du commun

En tant qu'association, nous avions au début des personnes bénévoles investies sur des activités comme le comité de lecture, la lecture des manuscrits reçus, des binômes sur l'accompagnement à la réécriture, etc. Nous avons au fur et à mesure basculé ces activités vers des prestations rémunérées à des personnes indépendantes, certaines ayant été bénévoles ont aussi franchi ce cap-là avec nous. Même si nous ne fonctionnions déjà plus avec des bénévoles avant le passage en SCOP, il n'est plus possible de faire du bénévolat dans une coopérative. C'est aujourd'hui une petite dizaine de personnes avec qui nous travaillons régulièrement sur chaque ouvrage: attaché de presse, graphiste, illustratrice, traducteuses, relecteuses et correcteuses.

Ces personnes indépendantes travaillent pour plusieurs structures. C'est en quelque sorte une mutualisation de l'activité. On externalise dans la mesure où on n'a pas les moyens d'embaucher au regard de notre taille de structure et de la quantité de travail dont nous pouvons avoir besoin sur cette activité. Pourtant, on aimerait que ce soit possible pour le travail de graphisme par exemple. Aujourd'hui, pour chacune de nos couvertures nous travaillons avec une illustratrice et une graphiste. Pour certains projets, on a l'occasion de coopérer avec des traductrices. Pour faire le travail d'accompagnement à l'écriture, on rémunère un

groupe de relecteurs. Un webdesigner, qui travaille dans les mêmes bureaux que nous, intervient sur la direction artistique de notre identité éditoriale et nous a accompagné à repenser entièrement notre identité sur internet.

Les éditions du commun sont également dans une dynamique d'accueil pour des demandes de stages ou de service civique. On est vigilant·es à ce que ces personnes viennent sur des missions particulières, spécifiquement définies. C'est une ouverture pour nous. La réalisation et l'animation de *La Mécanique du livre* sont issues de ce travail. En revanche, il faut toujours veiller à ce que ce ne soit pas une manière de palier à d'éventuels besoins d'embauches.

Focus: le travail multifacette de la graphiste Lucie QZN

Genèse

Lucie QZN est mon pseudo. Je suis graphiste freelance depuis la fin de mon BTS à Rennes il y a huit ans. Avec une de mes collègues, Laureline Jammet, on a décidé de monter un atelier de sérigraphie qui s'appelle La Tuberie, parce qu'on aimait vraiment beaucoup le fait de faire soi-même et de maîtriser toutes les étapes de production et de création graphique, du croquis préparatoire d'une illustration, d'une affiche ou quoi que ce soit, jusqu'à l'impression. Donc depuis 6 ans, je suis aussi sérigraphe. C'est dans ce cadre que j'ai rencontré Benjamin Roux. Il y a trois ans, l'atelier qui était à la base à la campagne, s'est retrouvé chez moi, en ville, vers la Gare de Rennes. On a profité de mon jardin pour ramener des artistes qui font du fanzine,

de la microédition et puis une des couturières m'a dit: «J'ai un copain qui fait de l'édition.» On s'est tout de suite beaucoup plu. Il m'a ensuite proposé de faire de la sérigraphie pour les éditions puis de travailler sur quelques maquettes. On a également collaboré sur un projet d'ouverture de librairie dans le quartier du Blosne. Au sein des éditions du commun, j'ai donc été salariée en tant que coordinatrice de ce projet, pas en tant que graphiste.

La revue Agencements

Sur ce projet, j'ai été chargée de faire la maquette, mais aussi toute l'identité visuelle de cette publication de sciences sociales. C'est une revue qui permet à des éducateurs spécialisés, des artistes, des militantes par exemple, ou encore à des professeurs et professeures de fac d'écrire. Des gens qui sont à la fois sur le terrain et à la fois théoriciens de sciences sociales. C'était assez intéressant pour moi qui ne suis pas du tout issue de ce milieu-là. Il fallait reprendre l'identité existante des éditions du commun tout en proposant autre chose. J'ai travaillé sur deux axes avec, dans chacun de ces axes, deux types de mise en page qui comprenaient des typographies, des maquettes et des éléments graphiques

différents. Avant de partir sur le travail de maquette, mon objectif était de faciliter la lecture pour des gens qui, comme moi, ne sont pas habitués à des récits ou des écrits qui peuvent paraître denses. J'ai voulu une maquette assez aérée. La revue propose des textes plutôt courts, mais les notes de bas de page peuvent être assez conséquentes [rires]. J'ai cherché à les mettre sur les côtés pour qu'on puisse s'y référer rapidement tout en gardant une souplesse de lecture.

Être une graphiste en freelance, c'est...

...Être seule. C'est être son propre patron et être son propre salarié. Il y a une petite schizophrénie qui s'installe dans le sens où il faut être assez dure avec soi-même, se forcer à travailler avec une certaine exigence, faire ses heures et répondre le mieux possible à la demande, tout en se préservant. C'est à moi de trouver les contrats et c'est à moi d'exécuter les commandes et les demandes des clientes. Pour bien faire, il y a normalement un travail de prospection en amont, de démarchage : il faut faire un *book* et aller le présenter. Et, une fois qu'on a rencontré du monde, il faut répondre aux demandes de personnes qui sont parfois hyper-exigeantes. Moi,

j'ai fonctionné autrement. Quand je suis sortie de mon BTS, j'avais 21 ans, je ne connaissais pas Rennes, je ne connaissais pas grand monde. J'avais simplement commencé à rencontrer des bars, des associations. J'ai donc continué en sollicitant et en rencontrant les gens de ce réseau-là : « Hey, je suis graphiste, ça vous intéresse ? ». Ça a bien marché.

A travers cette activité, j'ai expérimenté différentes choses, en travaillant notamment avec Laureline et La Tuberie : créer des affiches, des flyers... En réalité, il faut orchestrer toute la communication d'un événement, son identité, y compris à travers les badges des bénévoles par exemple. Je me suis aussi rapprochée du milieu de l'édition, parce que le livre en tant qu'objet m'intéresse beaucoup. J'ai commencé à faire des livres avec les éditions de L'Œuf qui font de la bande dessinée à Rennes. Ce sont des amès. Avec elles, je vois vraiment le lien à l'objet dans un contexte moins *indé*, moins alternatifs, c'est-à-dire l'objet qu'on peut retrouver en librairie. J'ai également fait les maquettes de la revue de L'Imprimerie Nocturne pendant deux ans. Et, au travers d'une revue qui s'appelle Sacrées Raclées et que je porte, je publie mes copains-copines et d'autres.

La rémunération: penser le tarif juste?

Au début, je me disais que c'était une chance de pouvoir m'exprimer graphiquement dans des domaines affinitaires. J'ai fait beaucoup d'affiches pour des écolos (je ne parle pas de partis politiques) à Rennes, ou pour des manifestations féministes par exemple. Ne pas être bien payée ne me dérangeait pas du tout. Il faut dire que les militant·es n'ont vraiment pas les moyens. Mais à présent, je me pose la question: est-ce que ce n'est pas finalement plus militant de se faire payer correctement?

Aujourd'hui je défends mon métier en faisant des devis corrects. Et franchement, je me prends des portes au nez assez souvent. Je me bats parfois pour qu'un devis soit accepté alors qu'il est à un tarif normal. Il m'arrive de travailler avec des institutions qui ont de très beaux projets de festivals, je pense à un festival gratuit, et qui viennent me dire que je suis trop chère. Pour moi c'est un enjeu essentiel de se battre pour être payée correctement. Malgré tout, je fais la différence entre cette institution, une mairie en l'occurrence, qui organise un évènement, et une association de quartier qui organiserait un repas pour les enfants qui ne partent pas en vacances. À ce moment-là, jusqu'où va la différence? Est-ce que je suis bénévole? Est-ce que je demande un petit

sou pour dire que c'est quand même un métier? Il s'avère qu'en croisant des informations, je me suis rendu compte qu'il existait des tarifs plus ou moins établis. J'avais pu voir qu'en exécution (c'est-à-dire quand on n'est pas en réflexion, en création, en illustration) on est payé 250 euros la journée. En création, 350 euros hors taxes et hors cotisation. À Paris, c'est 450 euros la journée pour de la création.

Pour la revue Agencements, quand j'ai déterminé l'identité graphique avec les éléments, les typos – sans travail de couleurs parce qu'elles ne sont pas adaptées aux photos qu'on prend – j'étais sur du travail de création. J'ai dû réfléchir, proposer plusieurs choses, griffonner par-ci par-là. Mais ensuite, à partir du moment où mes gabarits sont établis, c'est-à-dire quand je vais faire la maquette, on est sur la phase d'exécution. Le tarif est alors un peu moindre.

Avec ces tarifs-là, si on compte vraiment nos heures, on n'est malheureusement jamais vraiment en phase avec le coût réel du temps de travail. Maintenant, j'essaye d'évaluer le temps que je passe sur les projets: «Aujourd'hui j'ai bossé de 11h à 19h sur tel truc». À la fin, je regarde si ça correspond toujours au devis, même si je ne le change pas. J'ai donné mes heures. Mais ça me permet de réajuster pour les fois suivantes.

L'argent, la thune, le flouze: pratiques, enjeux et valeurs

Comme bon nombre de personnes engagées en milieu associatif, avec ce profil de militantes convaincues, on ne compte pas les heures, on se paye mal, et on prend des congés s'il reste du temps. Aujourd'hui je crois que politiquement ce n'est pas acceptable. Que ce soit dans un contrat de travail salarié ou dans une relation de prestation, on doit être vigilant·es à ce que veut dire un temps de travail, une rémunération. Dès le départ, on a posé comme principe de s'organiser autour du prix juste: on définit préalablement le temps que ça implique, on fait en sorte de ne pas le dépasser, on paye en temps et en heure ce qui est dû.

Pour les bénévoles, c'est une question de temps: les personnes en donnent, souvent en plus d'une vie salariale, ailleurs et autrement. On est d'autant plus attachés à ce que le temps que ces personnes nous cèdent soit juste, au bon endroit. Qu'elles y prennent du plaisir, c'est important. Pour les stages et les services civiques, c'est exactement la même chose. On a des missions claires dès le départ. On sait où on va. Ce n'est pas du salariat déguisé. On fait en sorte d'indemniser les stages inférieurs à deux mois qui n'ont pas d'obligation de l'être. C'est un minimum vital, pas de vie, mais de survie, qui nous semble nécessaire pour pallier les coûts entourant ce stage: déplacements, repas du midi, etc. Pour les services civiques, c'est pareil.

C'est un montant qui est fixé par l'État qu'on essaye de compléter avec les frais réels mensuels, que la mission implique. La question est finalement la même pour tout le monde dans le sens où on nomme, on explique ce que l'on fait.

On entend souvent que le milieu du livre tient principalement grâce aux subventions car il est extrêmement soutenu par l'État et d'autres institutions. Il faut d'abord rappeler que ce n'est pas le seul secteur qui fonctionne de cette manière. La presse est par exemple très subventionnée. Que ce soit un gros journal détenu par des fonds privés et spéculatifs ou un journal indépendant, tout le monde touche des subventions. Pour l'édition, c'est pareil: qu'on soit une très grosse maison d'édition ou une toute petite, il y a des subventions publiques inhérentes à l'activité éditoriale. Il peut également exister des subventions destinées à la structure ou au développement économique, qu'on prend soin de distinguer des premières.

Concernant le subventionnement de l'activité éditoriale, le plus important il me semble est de regarder le temps que nécessite le montage de ces dossiers au regard des sommes qui nous sont allouées. Aujourd'hui, l'équipe des éditions du commun ne demande pas toutes les subventions auxquelles on pourrait prétendre, car ça demande un temps conséquent ainsi que de la technicité pour le montage des dossiers, le suivi, et les comptes à rendre. On reçoit à ce

jour deux aides, qui sont appelées «Aides au programme éditorial», qui sont des dispositifs régionaux. Il y a une entente entre la Région Bretagne et la Direction générale de la culture de Rennes/Rennes Métropole qui participent au budget proportionnellement à l'année éditoriale qu'on leur annonce et des charges qui vont être imputées. C'est une aide à hauteur de 20% maximum de ces charges-là. Pour bénéficier de ces financements, le seul critère est d'être dans une démarche de professionnalisation du secteur, c'est-à-dire montrer qu'on paye toutes les personnes avec qui on travaille: auteuices, maquettiste, distributeur, diffuseur, etc. Donc les collectivités nous aident vis-à-vis de charges réelles. Je tiens tout de même à préciser qu'on n'est pas toutes et tous égaux en fonction du territoire sur lequel on est implantés. Il s'agit de politiques locales et il faut dire que les éditions du commun ont la chance d'être soutenues et encouragées.

L'insertion d'une maison d'édition dans la vie culturelle locale, son rôle d'animation

En tant que structure coopérative et au regard des valeurs que l'on porte, on se doit de questionner le monde qui nous entoure par les livres et les pratiques de lecture. Mais le livre n'est pas le seul moyen d'agir. En tant qu'éditeuices, on a aussi eu ce besoin d'être ancrés dans un endroit, de

mettre en place des projets, des animations, des rencontres pour que le contact humain s'opère et que les pratiques de lecture se vivent de multiples façons. Cette insertion dans notre environnement, cette manière d'agir, de sortir des murs de la maison d'édition pour essayer d'apporter la lecture ailleurs, de lui faire prendre une autre forme, s'inscrit dans un certain format économique. En effet, organiser une rencontre avec un auteur ou une autrice, un atelier d'écriture ou de reliure, ou une animation dans une médiathèque par exemple, ça a un coût. Un coût financier évidemment, en termes de rémunération des gens que l'on va solliciter pour le faire, et évidemment, on va demander au partenaire de l'honorer, c'est normal. Ça permet de diversifier les natures de recette, les ressources des éditions. Mais, d'une part, comme ça été dit avant : dans le milieu militant, on va aussi faire attention aux moyens et au contexte de l'intervention, ce n'est pas toujours possible pour toutes les structures, collectifs ou personnes de mettre beaucoup de moyens dans leurs actions. Au-delà du coût financier, il y a aussi un engagement en temps dédié à l'action, à l'organiser, contacter un ou une auteur·ice ou intervenant·e pour y participer, etc. Tout ça, ça représente un temps qui n'est, on va dire pas « directement » consacré à la production éditoriale. Mais il y a une responsabilité sociale, on y tient, et notre installation au Blosne est une manière de faciliter ça, d'être au cœur d'un quartier, d'une vie locale à laquelle on veut participer, on y reviendra.

Mais entre l'activité économique et l'engagement socio-culturel des éditions, il y a un équilibre à trouver.

Ainsi font, font, font les éditions Flblbl, d'après Hélène Richard: pratiques d'animation et d'atelier

L'histoire

Je travaille aux éditions Flblb, maison d'édition de BD indépendante à Poitiers, depuis sa création en 2002. Je suis chargée de la presse, du suivi de la diffusion avec notre diffuseur-distributeur, des événements, des rencontres en librairie, etc. Je suis aussi autrice, car Flblb est un collectif d'auteuices.

Parlons histoire. Flblb fait partie de ces éditeurs indépendants nés à la fin des années 1990 – en tout cas, autour de BD indépendantes, de livres qui mêlent image et texte dans le sillon d'autres structures éditoriales comme FRMK, L'Association, Cornélius, etc. Le collectif Flblbl a été formé à l'origine

par Thomas Dupuis, Grégory Jarry et Rémi Lucas, qui se sont rencontrés alors qu'ils étaient étudiants à Poitiers, et qui ont été progressivement rejoints par plusieurs auteuices. Leurs livres sont publiés quasiment depuis leurs débuts, auxquels s'ajoutent ceux d'autres auteurs et autrices, français et internationaux. Ça a commencé avec une revue, qui était même un fanzine au départ, puis des livres diffusés en librairie. Depuis 2002, il y en a environ une douzaine par an.

Constitué au départ sous forme associative, Flblb est maintenant une SCOP, c'est-à-dire une coopérative. Comme on est tous auteurs et autrices, on se partage aussi bien des travaux de commandes, d'illustrations, de maquettes, que des temps d'ateliers pour faire du travail d'édition.

Entre auteur•ices... on se comprend?

D'après mon expérience on est une maison d'édition, en tout cas en bande dessinée, qui a le comité de lecture le plus pénible pour les auteurices [rires]. Parce qu'en fait, on ne fonctionne pas tout à fait comme une maison d'édition de littérature classique avec un comité de lecture qui sélectionne les

manuscrits, et qui les envoie ensuite aux éditeuices. Nous, c'est plutôt l'inverse: il y a deux éditeurs, Grégory Jarry et Thomas Dupuis, qui sont aussi les fondateurs de la maison, qui sélectionnent les projets ou proposent des projets à des auteuices qu'ils ont repérés. Ensuite, ils suivent le travail avec les auteurs et les autrices en question assez longtemps. Quand ils pensent que le résultat a atteint une forme assez aboutie, ils le transmettent au comité de lecture. Il faut dire qu'on a une lecture assez critique, dans le détail. Quand on remet notre copie, l'auteur ou l'autrice a toujours des corrections à faire suite à cette étape qui est assez importante. En revanche, avec tous ces auteuices dans le comité de lecture, on prête attention à la façon dont vont être reçues les critiques, même si la diplomatie est quelque chose qu'on a appris avec le temps [rires]. On veille aussi, dans l'accompagnement des auteuices, à ce que les rencontres soient rémunérées²⁴. On prend en compte cette économie-là dans laquelle on vit nous-mêmes au quotidien.

24. Suivant l'actualité des manifestations littéraires (salons...) ou des librairies, ue auteuice peut être sollicité pour une rencontre publique, une séance de dédicaces, un échange autour de son travail, etc. Ces moments impliquent souvent un travail de préparation, ainsi que des frais (déplacement, restauration...).

Les ateliers de Flblb et la vie locale

À Flblb, on a une activité majoritaire d'édition : on vit principalement de la vente de livres et des droits d'auteurs, qui sont mis en commun entre les auteur·ices du collectif. Mais on a aussi une activité d'ateliers d'écriture qu'on organise depuis de nombreuses années.

C'est aussi lié au fait qu'on soit des auteurs et autrices, et la plupart d'entre nous est capable et apprécie de faire des interventions extérieures. Aujourd'hui, sur le plan économique, ces ateliers peuvent avoir une part importante dans la vie d'un auteur ou d'une autrice professionnelle. Ce sont des moments très riches. Un des premiers livres issus de nos ateliers a d'ailleurs été inscrit à notre catalogue, parce qu'on le trouvait vraiment super. Ça s'appelle *Le Voyage a été long*, autour des témoignages de collégiens et collégiennes immigrés qui ne parlaient pas français. Ces enfants de différentes nationalités et origines étaient arrivé·es en France pour des raisons très diverses. Certaines de ces raisons étaient tragiques, d'autres plus « banales » : il y avait un enfant allemand dont les parents avaient été mutés, mais un autre, venant d'Albanie, avait perdu les siens. On parle quand-même de parcours d'exils.

Leur prof de français langue étrangère²⁵ avait monté ce projet avec nous pour faire connaître ces parcours, y compris à l'intérieur de la classe. C'étaient des témoignages qu'on n'entendait pas encore beaucoup à l'époque et qu'il nous a semblé important de diffuser. L'idée était aussi de faire travailler les enfants sur leur histoire, qu'ils et elles écrivent, dessinent, avec notre exigence d'éditeuices. Que le résultat soit beau, qu'on le retravaille avec elles et eux. Les enfants ont ensuite aussi suivi la fabrication des livres.

Cette exigence éditoriale qu'on a pour nos livres, on l'a aussi pour les ateliers d'écriture. Je précise que dans l'économie des ateliers d'écriture, il faut que le temps qu'on y passe en tant que salarié soit pris en charge.

Souvent, ce sont des centres sociaux, des écoles, ou des bibliothèques qui nous appellent. Ces structures ont fait un truc sympa avec les gamins qu'elles ont en charge (ça part souvent des travaux des enfants) et veulent leur faire faire un livre autour de ça. Au début les structures se disent qu'elles ont juste besoin

25. L'enseignement du français langue étrangère (FLE), dispensé par des enseignant·es françaises, s'adresse à des personnes qui ne le parlent que très peu ou pas du tout, et repose sur une pédagogie spécifique.

du graphiste et de l'imprimeur, mais quand on discute avec elles, et qu'on parle du métier d'éditeur ou d'éditrice, souvent le projet évolue parce qu'elles voient d'autres façons d'améliorer le livre. Ça peut donner lieu à un nouvel atelier où on rebondira sur une nouvelle question, une nouvelle idée. Ce n'est pas une activité principale de la maison d'édition, mais je pense qu'on y tient pour deux raisons : financièrement, ces activités sont rémunérées et doivent couvrir les frais liés au temps passé à les préparer et les animer. Mais c'est surtout une façon de faire de la médiation, de parler du travail d'édition, de discuter des livres, d'en faire, y compris avec des gens qui ne sont pas forcément habitués à côtoyer des ouvrages tous les jours. Les gens avec qui on travaille se retrouvent dans la position d'auteurs et prennent place dans la chaîne du livre. Il nous arrive aussi d'animer un tout petit atelier, sur une après-midi, à l'occasion d'un festival ou d'une rencontre. Dans ce cas, un public de tous âges, enfants comme adultes, est amené à se mettre dans la peau d'un auteur ou d'une autrice pendant quelques heures. Dans celle d'éditeur ou d'éditrice aussi, car on imprime la publication de A à Z en photocopies, comme pour un fanzine. Les participant·es conçoivent un vrai petit livre – à très peu d'exemplaires – avec une couverture, un dos de couverture et des pages à l'intérieur. Dans le cadre d'ateliers plus longs, où il y a

plusieurs séances, j'effectue toujours le même travail de préparation d'un chemin de fer que l'on fait dans la presse : on conçoit ensemble, avec tous les participant·es, le contenu du livre, on choisit une couverture, la façon de le présenter, ce qu'on a vraiment envie d'y dire, etc.

J'ai oublié de dire qu'en 2002, on a ouvert une librairie-galerie, Le Feu Rouge, qui a fermé en 2011, après plusieurs années de belle vie locale. Le projet s'est lancé dans un contexte où la bande dessinée indépendante, et ce qu'on appelle maintenant le roman graphique, et même l'édition indépendante, nous semblaient vraiment trop peu visibles. On a donc fait une librairie nous-mêmes, avec un système de dépôt-vente destiné à des éditeurs qu'on aimait bien. Puis, on a présenté ces livres, on a fait des expos et des rendez-vous avec des auteuices qu'on appréciait, de chez Flblb ou d'ailleurs. Clairement, dans un premier temps ça n'a pas amélioré les relations de Flblb avec les libraires locaux, parce qu'on s'était un peu trop présenté en disant : « C'est nous que v'là, enfin une super librairie qui a tous les livres qu'on aime ! » et ce n'était pas très malin [rires]. Mais depuis, on a de bons rapports avec elles et eux. Rétrospectivement, Le Feu Rouge nous a permis d'ouvrir le lectorat, de rencontrer des gens, d'avoir cette activité locale importante. Bien entendu, la librairie comme lieu

physique d'accès à ce type de livre n'a pas été le seul levier pour les faire exister un peu plus dans le paysage littéraire et éditorial. Dans la presse il y a aussi eu des succès, comme *Persépolis*²⁶ par exemple, qui ont appris à plein de gens qu'on pouvait lire une BD en noir et blanc, que ce n'était pas prise de tête, que ça pouvait parler de choses politiques et autobiographiques et que ce n'était pas non plus difficile à lire. Mais cette activité autour du Feu Rouge était quand même importante, dès le début. Maintenant, on n'a plus cette vitrine publique: ce sont les expos ou les ateliers auprès de certains publics qui prennent le relais. Par exemple, pour nos 15 ans on a fait six expos associées à des rencontres, dans toutes les médiathèques de Poitiers. Ce sont des moments où on peut rencontrer les lecteurs. Il faut dire que sortir de nos bureaux, animer des temps d'ateliers, organiser des rencontres, intervenir dans les festivals, pour nous ça fait clairement partie du quotidien des maisons d'édition.

26. *Persépolis* est une série en de bande dessinée autobiographique en noir et blanc de Marjane Satrapi, publiée par L'Association en quatre volumes entre 2000 et 2003. Cette série a été le plus gros succès de l'éditeur, allant jusqu'à faire l'objet d'une adaptation au cinéma en 2007, et a puissamment contribué à populariser durablement la BD indépendante.

S'engager au-delà de l'édition

Aux éditions du commun, on a le désir de ne pas faire que du livre, de penser d'autres choses autour de la lecture, tout en cherchant un équilibre sur le plan économique. À mon avis, on ne peut tenir une viabilité économique qu'avec différentes entrées, comme on l'a décrit précédemment.

On a déménagé dans le quartier du Blossne à Rennes avec le désir de s'y intégrer. Notre envie de départ était de goûter à la permanence, de se poser quelque part sur un temps long, d'éviter de bouger sans arrêt. On est plusieurs de la structure à s'investir ou à vivre au Blossne parmi une foule de gens et de structures déjà actives et dynamiques depuis des dizaines d'années. On voulait prendre le temps de rencontrer toutes ces personnes qui font déjà plein de choses, dans l'idée de se mettre à « faire ensemble » et de « sortir de nos murs ». On y est allés en se disant que l'écriture, la lecture, l'expression sont nécessaires pour bien comprendre le monde dans lequel on vit et comprendre l'autre en général. Une série d'événements ont marqué cette étape tournée vers la rencontre. Je pense notamment aux cinq ans des éditions du commun en 2020, ou au partenariat avec l'association Demozamau (DMZ) qui porte des ateliers d'écriture et notamment de rap et avec laquelle on a écrit *RAP, Recueil À Punchlines*²⁷.

27. *RAP, Recueil à punchlines*, éditions du commun, 2020.

Les Mercredis de l'imaginaire rennais (MIR), de la librairie- maison d'édition Critic, racontés par Xavier Dollo²⁸

Les MIR ne se sont pas toujours appelés ainsi. Ils ont à peu près 20 ans et ont été créés par la librairie rennais Critic, avec David Queffelec qui travaille maintenant chez Albin Michel sur toutes les questions du numérique. On les appelait « Les Mercredis de la SF »²⁹ et on publiait un fanzine qui s'appelait *Est-ce F?* On se retrouvait donc tous les deuxièmes mercredis de chaque mois, on papotait, on blablatait de science-fiction, d'imaginaire, de films, de romans, de tout ce qu'on avait vu ou lu. Je me souviens, avec l'association qu'on avait montée qui s'appelait

28. Xavier Dollo est aujourd'hui fondateur et responsable des éditions Argyll et de la librairie coopérative l'Astrolabe.

29. SF: science-fiction.

Skiant Faltazi – science-fiction en Breton – on avait fait venir des auteurs: Laurent Genefort, Pierre Bordage... Or, à l'époque, les moyens de communication ou de transport n'étaient pas non plus tout à fait les mêmes que maintenant, où l'on peut faire venir n'importe qui de façon extrêmement simple. Avec les Mercredis de la SF, une communauté a commencé à se développer dans le giron de la librairie Critic puisque ces rendez-vous mensuels avaient lieu dans la librairie créée par Éric Marcelin en 2001 à Rennes. Jusqu'à présent, ils ont perduré. Maintenant ils sont devenus les MIR – c'est plutôt rigolo de les avoir appelés comme ça – et sont devenus beaucoup plus vagabonds, plus organisés aussi puisqu'on a changé souvent de lieu de rencontre. Dernièrement, ils ont eu lieu à L'Heure du Jeu, un bar à jeux près de la Gare de Rennes qui nous accueille très gentiment et qui nous a permis de développer des rencontres avec des auteuices, des éditeuices, ou même simplement de porter des romans, des coups de cœur qu'on avait à la librairie. C'est un bar qui a une forte visibilité à Rennes. Continuer, essayer de rencontrer des gens, tenter d'intéresser d'autres personnes, des jeunes, des moins jeunes... Mais j'avoue, je m'intéresse particulièrement aux nouvelles générations qui ont une appétence pour ces cultures SF au sens large et qui semblent prêtes à diffuser ces imaginaires-là. La plupart d'entre elleux ont été

baignés très jeunes dans des romans tels que *Le Seigneur des Anneaux*, *Harry Potter* ou *Eragon*, qui ont eu un effet initiateur, même si on peut penser aujourd'hui qu'ils sont un peu clichés. J'ai vu, avec les MIR, que les plus jeunes s'intéressaient vraiment à l'histoire de ces genres-là. Au-delà de leur intérêt pour ces univers, ils cherchaient avec nous à creuser, à se former, pourrait-on dire. Dans ces situations où la portée éducative, pédagogique est significative, on se sent gagnants et contents.

S'inscrire localement, pour Critic, c'était important. Quelque part, plus tu attires de gens, plus tu les as intéressés à certaines choses, plus il y a de chances que certains viennent à ton magasin. Il ne faut pas oublier que la librairie est un commerce avant tout, qu'elle doit aussi vendre des livres. Bien entendu, au-delà de la pérennisation du commerce, les lecteurs qui achètent ces livres participent à diffuser cette culture qui est vraiment très importante pour moi depuis ma jeunesse. J'essaye de transmettre.

Les festivals et salons du livre: y aller ou pas?

Aux éditions du commun, et avec nos agendas très chargés, on n'a pas fait une priorité des festivals et salons. On participe à quelque temps forts: l'évènement rennais Rue des Livres ou encore Shifumi, un petit salon des éditions indépendantes Rennaises³⁰, et le salon du livre politique à Arras qui s'appelle « Colères du présent » et qui est organisé tous les ans à l'occasion du 1er mai. La raison pour laquelle on ne s'engouffre pas tellement dans ce type de manifestations publiques est liée au fait qu'elles sont très généralistes et qu'elles concernent tous les champs du livre. On ne peut pas toujours non plus s'intégrer aux thématiques qu'elles portent: salon du livre d'histoire, salon du livre jeunesse, etc. On est peut-être un peu trop spécifiques pour ces espaces-là. De la même façon, il existe des festivals qui sont organisés en partenariat avec une librairie et qui se prêtent moins à la présence de maisons d'édition: le Festival de littérature indépendante et engagée à Brest ou les Utopiales à Nantes par exemple. Ces évènements et salons sont pour nous plus adaptés au métier de libraire qu'à celui

30. La dernière édition du salon Shifumi a eu lieu en décembre 2022. Depuis le printemps 2023, plusieurs maisons d'édition indépendantes Rennaises (à l'origine de Shifumi) se réunissent pour imaginer un nouveau salon qui aura lieu en septembre chaque année pour promouvoir les structures indépendantes de l'édition. La première édition aura lieu les 21 et 22 septembre 2024.

d'éditeur et d'éditrice, c'est-à-dire qu'il y est préférable de tenir une table avec un fond complexe et transversal reliant plusieurs maisons d'édition, plutôt qu'un fond spécifique à une seule.

Je ne cherche pas ici à faire une critique du secteur, mais à expliquer nos choix : dans le temps qui nous est imparti, on privilégie les temps d'animations dans le quartier où l'on est, avec d'autres associations, sur des sujets ou des thématiques qui font écho à notre singularité. Devant un stand, se tenir debout derrière tous les livres des éditions du commun, cela peut nous donner parfois l'impression d'être inutiles voire d'être un peu contre-productif.



Épisode 4: La conception de l'objet-livre



En fonction du domaine et de la discipline dans laquelle s'inscrit la maison d'édition, les enjeux de la forme du livre en tant qu'objet peuvent être très différents au moment de cette phase-là. L'aspect subjectif, au sens « des goûts et des couleurs » a peu de place dans ce milieu rempli de codes et de règles, notamment dans le secteur du livre politique, des sciences sociales. De notre côté, on cherche un équilibre entre esthétique et stratégie qui n'est pas toujours évident, car la marge de manœuvre est beaucoup plus étroite que pour la poésie, la littérature, la jeunesse, etc. Pour nous, la stratégie c'est de « surgir » visuellement, et l'esthétique sert à se démarquer dans ce milieu.

Sur le travail de conception à proprement parler, on peut le découper en deux parties, la couverture et la maquette intérieure, qui sont deux manières très différentes de travailler et de penser. La question de la couverture arrive en amont, alors qu'on est encore au travail de lecture, de réécriture, d'allers-retours avec les auteuices. Elle a même commencé six mois plus tôt, au moment où on a cherché un titre, une identité. La maquette intérieure arrive quant à elle lorsqu'on met un point final au texte, en accord avec l'auteur ou autrice.

Le tout est pensé en lien avec Fabrice Luraine, notre directeur artistique, avec qui on a élaboré l'identité de notre maison d'édition. Pour l'identité propre à nos séries et collections, ainsi que pour les différentes couvertures, elles

sont ensuite travaillées en duo par Lucie David, qui est illustratrice, et Clément Buée puis Marine Ruault, qui sont graphistes.

Il y a pour nous deux objectifs prioritaires. Sur le premier, on s'inscrit plutôt dans la ligne de pensée de Jan Tschichold³¹, avec une esthétique et une maquette qui sont au service du texte. On revient à nos enjeux premiers : enlever le plus de barrières possibles entre un texte et son lectorat potentiel. Le deuxième est le rapport qualité-prix. Ce n'est peut-être pas un objectif très glamour [rire]... On n'est pas une maison d'édition de beaux livres. Mais on travaille une certaine esthétique et on cherche un coût modéré de fabrication et de conception, pour amener le livre à un prix de vente raisonnable.

Le travail de Jan Tschichold nous rappelle que, même depuis les manuscrits du Moyen Âge, il existe une cohérence esthétique et mathématique des proportions de vide autour d'un texte et de plusieurs blocs de texte. Ces règles-là, si elles ont perduré, si elles se sont construites et affinées siècles après siècles, c'est qu'il y a une raison importante, le souci de l'expérience de lecture. Les outils de travail qu'il a posés pour gérer une maquette, mettre en avant le texte, sont extrêmement précis, avec un calcul qui est intéressant

31. Jan Tschichold (Leipzig 1902 – Locarno 1974) est un typographe, créateur de polices de caractères et maquettiste allemand.

mais qui peut être très contraignant. Comme je ne suis ni un expert de Tshichold, ni un expert de maquette, je m'en suis servi comme point d'horizon. On a ensuite fait à notre manière, en dévoyant sûrement un peu ce qu'il a posé au départ. L'important était qu'on puisse se démarquer, qu'on puisse créer un style suffisamment identifiable pour établir une constante dans la tête des gens.

Pour les premiers travaux de maquette, on n'a pas eu recours à des maquettistes : on les a faites nous-mêmes, à l'ancienne ! J'ai impulsé les éditions du commun avec ce besoin de plonger moi-même dans toutes les étapes du processus. Pendant les trois premières années, jusqu'à l'arrivée de Lucie QZN, j'ai réalisé toutes les maquettes intérieures. J'ai appris en faisant car je n'ai pas de formation, de diplôme dans ce domaine-là.

Concernant les logiciels utilisés, nous travaillons le plus possible dans la lignée du milieu libre, open source. On est allés chercher une suite de logiciels libres pour élaborer l'identité graphique et la maquette intérieure. On a commencé avec Scribus qui est un outil intéressant, mais avec lequel on a rencontré énormément de limites techniques. Par exemple, Scribus ne permet pas l'insertion automatique des notes de bas de page. Or, celles-ci sont particulièrement utilisées dans les ouvrages de sciences sociales. Quand il faut renseigner à la main une centaine – voire plus ! – de notes de bas de page, se pose la question

du temps qu'on met à cet endroit-là et pas ailleurs. Depuis 2019, on a donc fait le choix du seul concurrent qui a en fait un monopole dans le milieu : Adobe, sa suite et notamment InDesign. On aurait aimé faire autrement mais les enjeux sont complexes.

La communication par l'image, avec Clément Buée, graphiste indépendant et éditeur

Je suis graphiste indépendant depuis 2016. Je viens de Paris. Je suis aussi éditeur associatif au sein des éditions Tendance Négative. En tant que graphiste, je travaille avec pas mal de maisons d'édition et dans le domaine culturel en général. J'anime aussi un blog sur l'édition qui se concentre majoritairement sur le graphisme des couvertures de livres.

Mon boulot, c'est tout simplement de la communication par l'image. Représenter une idée, un événement. Concrètement, dans l'édition, l'objectif est de donner envie à une clientèle, un ou une future lectrice, d'acheter un bouquin, sans dévoiler trop de choses, sans copier non plus la couverture qui s'est faite dans la maison d'édition voisine. Essayer de faire quelque chose d'original à partir d'un choix

de police, d'une couleur, d'une illustration, d'une photo. Au-delà de la satisfaction de l'éditeur ou de l'éditrice, et « accessoirement » de l'auteur ou de l'autrice, le livre doit aussi donner envie à quelqu'un, dans une librairie, de s'en emparer.

Pour les éditions du commun, je me suis mis au travail dans différents cadres. Il y a eu notamment une création de collection, celle qui s'appelle « Petits manuels ». Cela passe par la création de visuels, d'une charte graphique propre à la collection : même si chaque couverture a son originalité, on doit comprendre qu'elle fait partie d'un ensemble. On va alors chercher à définir la police, se demander : pourquoi un tiret ici, pourquoi la police en gras à cet endroit ? Ce sont vraiment tous ces détails qui font une couverture. Quelle couleur choisir ? Quel camaïeu pour représenter la collection ? Il s'agit d'avoir une vision d'ensemble, sur le long terme, pour qu'une cohérence s'installe naturellement. Après, pour un travail de couverture dans une collection déjà établie, il faut « simplement » s'emparer des codes présents pour traduire visuellement le contenu du livre.

Si on parle d'enjeux, il n'y a pas à mon avis de graphisme propre au milieu de l'édition. Dans tous les cas, c'est pour moi un échange avec le ou la commanditaire. Déjà, il faut se dire que si la maison

d'édition vient vers toi, c'est que ton travail lui plaît. Ça met en confiance. Cependant, il vaut mieux garder en tête que c'est elle qui a le dernier mot. C'est elle qui choisit: «Oui ça va, non ça ne va pas...» Il faut être force de proposition, et réussir à mettre son ego de côté quand il faut. Se dire que chacun fait un pas en avant pour parvenir à un résultat qui convient à tout le monde. L'enjeu qui va de pair avec ça, c'est de communiquer avec le ou la commanditaire. On doit comprendre son projet, la façon dont il ou elle veut amener les choses, le message qu'il ou elle veut faire passer. C'est quand même plus facile ensuite de faire un visuel qui fonctionne. Tout le monde gagne du temps et on évite les frustrations inutiles.

On peut dire que chaque graphiste a son identité propre... Malgré tout, je trouve que c'est difficile de jauger, difficile de savoir si ça n'a pas déjà été fait, si tout le monde ne fait pas un peu la même chose en ce moment. Pour cette raison, c'est important d'aller se promener dans les librairies pour voir les productions actuelles, pour suivre les tendances. S'y accrocher, ou s'en détacher. Est-ce que la maison d'édition, elle aussi, a envie de faire un truc qui colle à ce que tout le monde fait? Ou bien, si elle a son identité propre, est-ce qu'on fait fi des tendances et on va dans une direction spécifique? En général, le problème de tous les éditeurs et éditrices du monde

et de tous les clients et les clientes du monde, c'est que toutes veulent que leur production se voit par rapport à ce que font les autres. Mais tout le monde veut faire à peu près la même chose, c'est-à-dire choisir une couleur péchue, un truc qui envoie, et finalement, on se retrouve avec des couvertures qui produisent toutes le même effet. On ne s'y retrouve plus. Une part de mon travail est donc dédiée à la veille, l'observation de ce qui se fait actuellement. En dehors de l'aspect visuel et structurel, je demande toujours à avoir un extrait du texte, et si possible, le texte en entier. C'est particulièrement intéressant dans le cas d'un roman, d'une fiction. Si j'ai le temps de lire le texte avant, je peux comprendre les enjeux. Je sais ce que je peux dévoiler ou non sur la couverture. Il y a alors plusieurs façons de faire : proposer un visuel qui va évoquer quelque chose d'assez général, ou opter pour le clin d'œil que seul celles ou ceux qui auront attaqué le bouquin pourront saisir. Dans tous les cas, c'est toujours important pour moi d'avoir une idée du texte. Pour les éditions du commun, j'ai besoin de savoir de quoi ça traite, surtout quand je ne suis pas forcément familier avec le sujet.

Dans le rapport qui se crée entre le graphisme et le texte, on peut trouver deux situations. Dans la maison d'édition associative Tendance Négative, où je travaille, le parti pris est que le graphisme et

l'édition servent le texte. Que ce soit la couverture, tous les détails du bouquin, l'intérieur, tout est pensé pour le texte. Pour les livres des éditions du commun et d'une manière générale, mon intervention se concentre majoritairement sur la première et la quatrième de couverture. Même si le graphisme se met, là aussi, au service du texte, il est surtout une façon de vendre le livre. Parce que, quand tu veux acheter un livre dans une librairie sans idée précise, qu'est-ce qui va te décider ? C'est la couverture. On est dans une dimension commerciale, et dans cette dimension, il faut susciter un sentiment chez les gens : une interrogation, une envie. Même si on est d'accord pour dire que l'édition est une activité culturelle et artistique, que c'est « de l'art avec un grand A », elle reste inscrite dans l'industrie du livre. Il faut vendre des bouquins. Ça nous renvoie à une certaine façon de faire – plutôt basique.

Dans le cadre de certaines couvertures avec les éditions du commun, j'ai travaillé souvent en trio avec Benjamin Roux et Lucie David, l'illustratrice. J'interviens surtout sur l'agencement du texte, les couleurs, pour voir comment l'illustration peut s'intégrer à la maquette que j'ai mise en place. Éventuellement, si j'ai une idée, quelque chose qui pourrait améliorer la proposition de Lucie, je lui soumets, et inversement pour elle. L'idée c'est d'être dans

l'échange au maximum, dans une posture bienveillante et d'égalité. Se rappeler sans cesse : « Je ne sais pas mieux que toi, je n'ai pas forcément raison. » Ça ne fait pas de mal.

Les formats spécifiques

La revue est un format particulier pour nous. On la porte au sein des éditions du commun comme faisant partie intégrante du catalogue, mais de manière singulière. Notre revue *Agencements* contribue à une économie, au sens de structuration, de textes et de publications auxquelles on tient. Elle amène également une périodicité. Contrairement à une maquette de livre qui est faite pour durer, tous les six mois, la maquette et l'identité de la revue sont remises au travail. On a fait appel à Lucie QZN, malgré la collaboration existante avec Clément, car il nous a semblé que ça nécessitait un investissement spécifique et qu'assigner à une seule personne le projet global pouvait donner une consistance à son identité.

Certains livres particulièrement ambitieux, plus volumineux, demandent à mobiliser plus de personnes. Je pense

à *L'Horizon est ici*³², sorti en novembre 2019, dans lequel l'agencement du texte est très spécifique. Ce livre-là a nécessité de prendre les choses à l'envers par rapport à ce qu'on proposait précédemment. On passe souvent au travail de maquette lorsque le livre est terminé, parce que les risques de faire des « bêtises » sont grands quand on revient dans un texte en réécriture alors qu'on vient d'en finaliser la mise en forme. À l'inverse, *L'Horizon est ici* nécessitait de poser les bases de la maquette puis de travailler en relecture-réécriture sur le livre fini. C'est un format atypique qui a demandé pour les trois quarts du livre un maquetage page à page. Il a fallu poser les 137 pages une à une. Autour de ce projet, on s'est lancés à trois dans un travail répétitif. Disposer le texte sur chacune des pages, faire une impression d'épreuve, puis relancer la machine : réécriture, relecture, nouvelles vérifications, modifications, etc. Pour rappel, normalement, lorsqu'on fait une maquette, on a un gabarit. Il est reproductible de livre en livre à quelques détails prêts. On va y couler le texte qui prend la forme souhaitée de façon automatisée. Faire chaque page une par une est un travail colossal que les éditeurs et éditrices ne font pas, en général. A moins de porter un livre vraiment exceptionnel.

32. Myriam Suchet, *L'Horizon est ici - Pour une prolifération des modes de relations*, éditions du commun, 2019. Écouter aussi sur Soundcloud le podcast Récits, contre-récits (par Benjamin Roux), Épisode /2 Prolifération des modes de relations avec Myriam Suchet.

L'étape de l'impression

Depuis bien longtemps, les maisons d'édition ne sont plus « Éditeur et imprimeur », comme on disait avant. C'est un travail particulier, technique, qui invite à travailler en relation avec les imprimeries. Il s'agit d'aller à leur rencontre, de discuter franchement du papier, du livre, des formats, de ce qu'il est possible de faire et de ne pas faire. On aimerait avoir une société d'impression dédiée avec qui on travaillerait sur notre projet global et qui serait dans une compréhension intime et forte du livre qu'on cherche à produire. Aujourd'hui malheureusement, si on veut tenir de petits prix et rentrer dans le circuit, on ne peut pas uniquement travailler avec de petits imprimeurs ou imprimeuses. Le système économique ne le permet pas. On travaille donc principalement avec une grosse imprimerie, face à laquelle on est peu de chose et avec laquelle on peine parfois à échanger en finesse³³.

Certains éditeurs et éditrices évoquent la sensation d'être dans des relations de « marchands de tapis ». Il faut aller voir un imprimeur, une imprimeuse, lui dire : « Combien tu me

33. Depuis 2022, nous travaillons de plus en plus avec une imprimerie coopérative basée à Rennes, Média Graphic, avec laquelle nous pouvons avoir des échanges spécifiques sur chaque livre et avec qui nous partageons des valeurs. La localisation de l'imprimerie nous permet également de pouvoir nous rendre sur place, aller choisir le papier, discuter *in situ* des conditions d'impression, etc.

fais», aller en voir un autre, lui redire ce que tel ou telle a proposé, et continuer ainsi, pour finalement s'apercevoir que toutes sont tous prêts à baisser considérablement leurs prix s'il leur est possible de récupérer l'intégralité du catalogue de l'année. C'est un rapport qui est très commerçant.

Sur la question du choix, on avait la volonté première de ne pas dépasser les frontières françaises. Je comprends que d'autres fassent le choix d'aller plus loin pour des raisons économiques, mais c'est un seuil qu'on ne voulait pas franchir. On ne veut pas spécialement du «cocorico», histoire d'imposer un drapeau bleu, blanc, rouge «*made in France*» sur nos livres. Mais on souhaite une cohérence écologique, a minima, autour des déplacements d'objets et de produits. On avait même plutôt envie d'une proximité géographique avec l'imprimerie, pour avoir la possibilité de se déplacer, aller les voir, nourrir la discussion autour d'un projet particulier. Aujourd'hui, on travaille avec deux sociétés. A défaut d'avoir trouvé notre relation idéale, on la cherche dans un multi-partenariat.

Au départ, on travaillait avec Identic, une petite structure d'impression rennaise car on a commencé avec des brochures agrafées/pliées et c'est leur cœur de métier. L'agrafé/plié va ressembler à ce qui se fait dans le milieu des fanzines (feuilletés papier pliés et agrafés en livrets), ou bien à des brochures un peu classiques qu'on peut trouver comme supports promotionnels par exemple. On était

aussi sur des petites quantités. L'avantage, c'est qu'en cinq minutes on allait les voir, on discutait, on était au travail. Mais les éditions du commun ont beaucoup changé. On est passés sur du broché, du dos carré collé, et on a augmenté fortement nos quantités. Le « dos carré collé » correspond au format plus classique du livre. À un moment, c'était moins leur expertise, et de notre côté on s'est rendus compte qu'on ne pouvait pas continuer si on voulait vendre des livres plus accessibles à notre lectorat et moins coûteux pour nous.

Julia Jolivet, imprimeuse à Rennes pour la Scop Media Graphic

J'ai 30 ans et je suis imprimeuse depuis environ un an à la suite d'une reconversion professionnelle. Media Graphic est une imprimerie rennaise d'une trentaine de personnes qui est une Scop depuis les années 1980. Il existe des imprimeries qui comptent jusqu'à cent personnes, mais on va dire que notre structure est déjà d'une taille conséquente.

Je vois le métier d'imprimeur comme le maillon d'une chaîne. C'est un métier très technique qui comprends différentes facettes. L'imprimeur ou l'imprimeuse n'appuie pas simplement sur un bouton: il ou elle cherche avant tout à répondre à la confection d'un produit, en l'imprimant. Le fait de l'imprimer demande surtout de pouvoir gérer des problématiques techniques liées à la machine, à la matière première. Il faut faire en sorte que tout se passe bien.

Si on regarde ce métier au plus près du quotidien, on peut dire que tout commence avec le devis. Dans celui-ci, on va commencer à concevoir le produit. Il y a alors une phase de réflexion sur la matière: on va conseiller. Parfois on va faire de la recherche-développement sur un certain type de pli, on va orienter sur une manière de façonner, se poser la question du type de reliure (cousue, collée, spirale, etc.). Une fois qu'on a une idée assez claire du type de produit demandé par notre commanditaire, on passe à l'étape du traitement informatique. On appelle ça le prépresse: ce sont les «geeks» de l'imprimerie qui le traitent. Ils ou elles vont chercher à détecter le moindre problème de fichier qui risque de créer une mauvaise interprétation de la machine dans le passage sur papier: typographie, résolution d'image, colorimétrie, etc. Il faut alors chercher à «traduire» un bit en encre (c'est une étape complexe). Arrive ensuite l'impression, la coupe par le massicotier – qui est un rôle qu'on sous-estime souvent –, le pliage, et enfin le façonnage qui peut être de différents types: dorure, vernis sélectif, etc.

L'imprimeur ou l'imprimeuse n'est donc pas la seule personne qui travaille dans une imprimerie. Son rôle est de rendre un produit numérique sur un format papier. Il faut savoir qu'on n'a pas toutes les couleurs de l'arc-en-ciel en encre. Pour créer toutes les

couleurs, on en utilise quatre: le cyan, le magenta, le jaune et le noir. Benjamin Day³⁴ est celui qui a inventé le tramage: c'est l'association de différents points sur toute une linéature pour composer la couleur attendue. L'obtention des couleurs souhaitées passe par une bonne gestion de la colorimétrie. Le fichier informatique doit contenir les informations adéquates pour avoir un rendu conforme sur le papier. Cette encre a aussi certains types de réaction en fonction du papier sur lequel elle va être posée. Ce papier est dit soit « couché », c'est-à-dire qu'il a une petite pellicule qui va le rendre plus ou moins brillant, soit « offset ». Offset, ce n'est pas comme la machine d'impression³⁵ du même nom, c'est le papier au naturel, qui n'a pas de couché. Il est aussi possible de partir sur du papier de création, si l'on cherche à rendre des creux plus ou moins importants pour lui donner de la matière, de la texture et de la main, c'est-à-dire de la densité. Le rouleau blanchet est ce qui va nous permettre d'appliquer et

34. Benjamin Henry Day (Springfield 1810 – New York 1889) est un imprimeur, éditeur et patron de presse américain.

35. La machine offset est composée de quatre rouleaux principaux. Par un système de mouillage, elle va aller mettre de l'eau puis de l'encre sur une plaque qui rentre dans chacun de ces rouleaux. Il y a une plaque pour chacune des couleurs CMJN et parfois on a d'autres rouleaux pour le vernis, ou pour des couleurs pantone. Cette répulsion de l'eau sur la plaque va permettre de faire adhérer l'encre et, par un système de transfert, de rouleau en rouleau, arriver sur le papier.

de répartir une force plus ou moins importante pour adhérer au papier. On doit plus rentrer dans son grain s'il est offset, un peu moins s'il est couché. Des aspects techniques nous donnent des repères pour savoir comment le papier va réagir par rapport à la machine, et la régler en fonction. Et le papier arrive finalement, imprimé.

Le livre n'est pas ce qui va faire vivre l'imprimerie, même s'il en fait largement partie. Ce type de commande, qui demande un énorme travail en amont, est moins courant que l'impression d'une plaquette ou de supports permettant de faire des devis pour une entreprise, de flyers pour communiquer sur les différents concerts organisés par une structure culturelle, etc. Pour le livre, notre imprimerie travaille par exemple avec la Fondation Cartier et quelques musées parisiens. Pour une exposition, il y aura une demande d'impression pour des affiches, des cartes postales pour le merchandising et un bouquin de l'exposition.

Pour le livre, au moment du prépresse, il y a toute une réflexion technique à mener. Façonner un livre est un travail important car on n'imprime pas «page par page»: on imprime sur de grandes planches de papier qui doivent ensuite être mises en cahiers, recoupées, et repliées. L'imprimerie a

créé de nombreuses petites astuces pour que, sur une grande planche de 70 par 100 cm, on puisse par exemple tout plier et – avec seulement trois coupes – avoir les pages dans l’ordre. Sur une planche, on va donc avoir une imposition avec la page 1 qui se retrouve avec la page 12, à côté ce sera la page 5, etc. Même si on a l’impression que c’est un vrai bordel, tout ça finit bien [rire]. Je ne l’ai pas spécifié, mais en amont, au moment du devis il y a tout le travail de réflexion entre la maison d’édition et l’imprimerie concernant la confection du livre: «Combien ça coûte? Quel papier utiliser? Pour quelle utilisation? Est-ce qu’on cherche à avoir un papier qui se ressent plus au toucher, qui est plus lourd quand on va tourner les pages? Ou un papier plus léger? Et le calque? Parce qu’on veut peut-être créer un effet de respiration dans la lecture?» etc. Avec l’expérience, on arrive à des décisions rapides, mais il en faut beaucoup.

Moi, je suis une petite main dans cette grande chaîne. Ma relation avec l’éditeur ou l’éditrice va arriver au moment du BAT, le «Bon à tirer». Il ou elle va contrôler si les couleurs imaginées pour son fichier sont bien respectées. La machine a parfois un peu trop de densité à ce niveau-là. La personne peut demander à réduire un peu la couche d’encre pour avoir quelque chose de moins «bouché».

Inversement, pour un rendu qui soit bien pop, bien flashy, il ne faut pas hésiter à faire couler l'encre! Je travaille sur une machine numérique, c'est le même principe que la machine offset mais il y a un procédé qui permet de manipuler le fichier et l'impression un peu différemment. En tout cas, au moment d'imprimer, j'ai toujours la possibilité d'intervenir sur les couleurs si le ou la commanditaire le veut, même s'il faut un vert sapin au lieu d'une autre couleur par exemple. Aucun souci!

Je n'ai pas spécialement observé de difficultés relationnelles entre éditeur, éditrice et imprimeur ou imprimeuse, mais, en travaillant plus jeune avec des graphistes, j'ai remarqué que la réalité du travail de l'imprimeur ou de l'imprimeuse semble très rarement perçue, notamment à cause du vocabulaire, du jargon qui peut faire barrage. Si le ou la graphiste ne sait pas comment marche une presse techniquement, on peut vite rencontrer des problèmes. Qui plus est, au moment du devis, on ne peut pas répondre nous-mêmes à toutes les questions. Il est donc nécessaire de venir avec une idée à peu près aboutie et de connaître les différentes utilisations de tel type de papier, tel type de façonnage, tel type d'ennoblissement (vernissage, etc.). J'imagine qu'il faut donc beaucoup regarder les bouquins, pratiquer, discuter, et s'habituer au jargon.

Articuler le *print* et le numérique

Aux éditions du commun, on diffuse nos livres au format epub, et on porte une réflexion autour de la littérature numérique. Certains peuvent se demander quel sens ça a de diffuser de l'objet papier quand on propose ces formats à côté. On revient ici à la base initiale de notre projet éditorial : on croit en des textes, et on veut faire en sorte qu'il y ait le plus de rencontres possibles avec un lectorat. Donc on multiplie les formes et les points d'accroche. Aujourd'hui ça bouge, mais quand j'ai commencé à m'intéresser à l'édition, j'ai rencontré deux mondes distincts : d'un côté, le monde ancestral de l'édition papier, apeuré par le numérique et voulant en faire son ennemi, comme l'était la photocopie dans les années 1980. De l'autre côté, des pro-numériques qui s'engouffrent exclusivement là-dedans. Même si les usages de lecture bougent, je crois que la critique du numérique reste nécessaire. On a fait le choix des deux, et on s'est souvent demandé comment entrer en débat, comment révéler les complexités sous-jacentes, face à des univers qui ont du mal à se côtoyer, à s'hybrider. Pour nous, il était logique de proposer les textes en ligne dans la mesure où on défend l'idée que l'argent ne doit pas être un frein à l'accès au savoir. Pour autant, on reste persuadés qu'il y a un besoin, une pratique et un rapport à la lecture qui passent par un format papier. Qui plus est, quand on vend un livre papier, on rend visible toute l'économie qu'il y a derrière, le nombre de personnes que ce milieu rémunère.

Il n'y a pas pour nous d'incompatibilité entre la vente d'un livre et l'accès numérique à son contenu.

Les supports de communication doivent également s'adapter à ces deux mondes. On a dissocié l'identité communicationnelle et graphique de la maison d'édition de l'identité des livres, qu'on a travaillée à travers différentes déclinaisons. On a pris le temps de penser notre manière de parler des éditions, que ce soit sur des supports papiers, sur des affiches, des stands, etc. En vis-à-vis de cette dimension matérielle de la communication, on produit une version numérique car aujourd'hui, c'est une source de renseignements indispensable pour les personnes qui veulent nous connaître davantage.

Avec Fabrice Luraine, qui accompagne notre direction artistique, on a associé cet enjeu esthétique de la communication aux enjeux politiques qu'on porte, en s'approchant notamment du brutalisme architectural³⁶. On ne cherche pas à mettre de paillettes, à dissimuler les choix de matériaux qu'on utilise, que ce soient les « matériaux » du

36. « Le brutalisme est un style architectural issu du mouvement moderne, qui connaît une grande popularité des années 1950 aux années 1970 avant de décliner peu à peu, bien que divers architectes s'inspirent encore des principes de ce courant. Il se distingue notamment par la répétition de certains éléments comme les fenêtres, et par l'absence d'ornements et le caractère brut du béton. », « Brutalisme », *Wikipédia, l'encyclopédie libre*, <https://fr.wikipedia.org/wiki/Brutalisme>

web – au niveau du code, des couleurs, des systèmes – ou les matériaux papier. Lorsqu'on fait des stands, le rappel de nos deux barres rouges inclinées se fait par du scotch collé à la main sur des papiers où ensuite on vient écrire nous-mêmes l'information. On pose une esthétique vraiment brute, et avec elle, on rappelle qu'il est toujours question de revenir à ce qu'on fait soi-même, de maîtriser ce qu'on crée et les coûts qui vont avec.

Fabrice Luraine, designer et développeur web: le travail autour de l'identité graphique

Je travaille pour les éditions du commun sur le site internet et dans une forme de direction artistique. Je travaille également sur des projets plus techniques d'infrastructures d'hébergement, de conseils pour du site web, ce genre de choses.

L'exemple des éditions du commun n'est pas un exemple typique de mes manières de faire puisqu'on travaille dans les mêmes locaux. Ça change énormément la relation. Habituellement pour de la commande classique, il n'y a pas autant de proximité. On s'est retrouvés dans un espace de coworking, face à face, sans se connaître, sans connaître nos activités respectives. De fil en aiguille, à force de se donner quelques coups de main, j'ai commencé à intervenir sur une chose, puis une autre, en particulier sur

l'identité visuelle. Au départ, il y avait surtout le logo et j'ai commencé à travailler sur la partie communication: poser un système graphique, des choses récurrentes qui puissent être réutilisées par tout le monde. S'en est suivi ce travail un peu plus informel sur des couvertures, sur certains livres, la forme que pouvait prendre l'objet, et finalement sur le site internet.

Le travail de direction artistique concerne surtout le *print*³⁷, alors que sur le web, mon intervention concerne une partie technique et une partie de design web pur et dur. Ce qui est particulièrement intéressant pour moi c'est d'être sur une approche globale et assez transversale, qu'on n'a pas toujours en termes de design. Cela passe par beaucoup de moments de discussions qui manifestent le travail éditorial et la manière dont il est pensé.

Ce qui sous-tend tout ce travail autour de l'identité visuelle, bizarrement, est vraiment lié à la manière de travailler ensemble, à chercher des solutions avec des moyens très simples. Pour autant, ce ne sont pas forcément des *solutions* simples, ou simplistes. Mais en tout cas, en termes de matériaux, en termes

37. Dans l'édition et la presse, le « print » désigne les supports papier, par opposition aux formes numériques dites « web ».

de manière d'exprimer les choses, j'ai l'impression qu'on est dans un geste assez immédiat, reproductible. On a beaucoup pensé à ça, à cette question de la *facilité d'usage* des outils graphiques développés pour les différentes personnes qui sont amenées à s'en servir aux éditions du commun. En premier les éditeurs, mais aussi différentes personnes qui ont pu ou qui travaillent régulièrement sur la communication ou sur la mise en page. Pour moi c'est le fil directeur. Évidemment, il y a des partis pris qui relèvent davantage de ma pratique, entre autres de ma pratique plastique qui est dans une esthétique assez minimaliste. Après, les choix esthétiques, c'est aussi une histoire de sensibilité(s) bien sûr.

Ce minimalisme va aussi dans le sens d'un aspect général qui doit être au service de la lecture, qui sait se faire oublier. On a pas mal creusé d'idées autour du brutalisme, en référence à ce courant d'architecture. En tout cas, pour le web, on voulait un matériau brut qui est pleinement, concrètement et entièrement visible, qui n'est pas caché. Qui crée la forme, tout simplement.

C'est toujours délicat de trouver quelque chose de subtil, qui soit efficace et en même temps qui sait être discret quand c'est nécessaire. Pour clarifier les choses, je fais attention à bien distinguer la

communication et le travail mené par exemple sur les couvertures. Ce sont deux choses très différentes, et la communication sur le web en est encore une autre. Cette palette de «jouets», d'outils, tant qu'elle est tenue par le même fil directeur, reste cohérente. Je pense ici à ces deux barres sur le logo qui ont servi de base pour la communication, avec la couleur rouge. On a expérimenté également des typos à chasse fixe³⁸, qu'on a reprises sur le site web. Et puis, toujours cette constante dans la manière de disposer les choses : faire simple et impactant, quelque chose d'assez brut. On a deux-trois éléments de base qu'on peut déployer à volonté.

J'aime beaucoup l'idée de système, de ne pas figer une identité autour d'un logo avec une charte colorée par exemple, mais de pouvoir penser au «geste». Par exemple, quand on a pensé les extensions du logo pour la communication, on est parti de ses deux barres parallèles qu'on a mises en oblique et en rouge. Ça a été pensé effectivement pour être à l'écran, pour être imprimé, mais aussi parce qu'on a réfléchi à ce qu'on pouvait faire de rapide et de

38. Une typo ou police d'écriture «à chasse fixe» est une police au sein de laquelle l'ensemble des caractères, ainsi que les espaces, font la même largeur (la même «chasse»). Ces polices, historiquement les premières à avoir été développées en informatique, sont plus rudimentaires mais augmentent la lisibilité du code source.

peu coûteux sur un stand. Et là, on a tout simplement acheté du scotch rouge pour le faire en vrai. De la même manière, on a pensé à ce qu'on pourrait faire avec des tampons. C'est ce qui sous-tend et qui rend intéressant ce travail. Quand je parlais de geste, c'est vraiment ça : au-delà de penser à ce qui est représenté visuellement, à une certaine forme, on le pense aussi en tant qu'outil avec les déclinaisons d'usages qu'on peut en avoir.

On est dans la stratégie, dans le sens où on a posé une ligne directrice, une espèce de vecteur sur lequel travailler et ça a dessiné une forme d'esthétique. C'est ça qui structure tout le travail, au-delà d'une quelconque forme. Je pense que, pour un événement particulier, on pourrait faire une communication complètement différente qui soit toujours en référence avec ce qu'on a posé pour l'identité, le site web, etc.

La cohérence entre les supports

Cette cohérence est dans un équilibre fragile si l'on considère la dialectique entre esthétique et stratégie que je posais au départ. Une couverture – et il faut le rappeler aux auteurs et autrices – c'est 20 % de singularité, d'envie et de

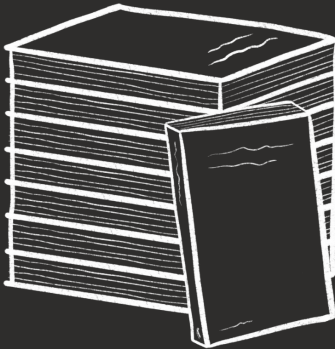
plaisir, et 80 % de stratégie. Ça vaut autant pour le choix du titre que pour l'illustration et l'identité. Pourquoi? Un livre, lorsqu'il va être édité, rentre dans l'identité de la maison d'édition, dans l'identité de la collection et de la série à laquelle il se réfère. On est sous contrainte. Qui plus est, je le rappelle souvent, le but d'un livre n'est pas de faire plaisir à la personne qui l'a écrit mais de le donner à lire au plus grand nombre. Une grande partie de cette diffusion se passe en librairie. Il faut rentrer dans les codes du milieu et oser quelques pas de côtés pour se démarquer. À cet endroit, au risque de faire de la « dictature éditoriale », on n'invite pas trop de monde autour de la table. On explique chaque fois en préalable aux auteurs et autrices que dans cet espace-là, ils ne pourront pas particulièrement donner leur avis. Cela concerne principalement l'illustration et l'identité de la couverture car sur le titre, on ouvre bien entendu le débat : ils ou elles proposent des choses, tiennent à des mots, etc. Nous on a appris que certains univers permettent d'embarquer certains mots, et qu'il y a des imaginaires sur lesquels on ne peut/veut pas aller. C'est un aller-retour pour parvenir au titre qu'on espère à chaque fois idéal.

La notion de cohérence est tout à fait en lien avec nos rôles de coordinateurs et de coordinatrice aux éditions du commun. C'est une tâche parfois ingrate qu'on endosse sur chaque livre avec une quinzaine d'interlocuteurs et interlocutrices différentes. On doit trouver des compromis pour limiter les frustrations des uns et des autres, en donnant

évidemment une place prépondérante à la personne qui a produit l'œuvre. Cette impression peut donner une image dure ou directive, mais elle nous sert à poser des bases pour rentrer en discussion. À chaque étape, on fait en sorte de s'entourer des meilleures personnes pour faire les bons choix, et on est en confiance avec elles, sinon on devient un commandant^e, et la personne en face devient un exécutant^e, et ce n'est pas comme ça qu'on travaille. Si j'accepte d'ouvrir des négociations sur des choix qui ont été concertés antérieurement à tel ou tel moment du processus, le risque est de remettre en cause cette confiance, et surtout, de ne plus réussir à faire aboutir les projets. On ne peut pas fonctionner au veto. Un livre, c'est un objet dans lequel chacun et chacune a dû concéder quelque chose pour parvenir à un accord commun.



Épisode 5: la publication et la promotion d'un livre



La diffusion et la distribution

Un quart du prix du livre revient aux sociétés de diffusion-distribution. Ce sont des protagonistes importants qui ont une place centrale dans la chaîne du livre. La diffusion, concrètement, ce sont des représentantes, des commerciales et commerciaux, qui vont sur les routes de France et au-delà pour rencontrer les libraires trois fois par an et leur donner envie de choisir nos livres, ainsi que ceux de toutes les maisons d'édition qu'ils et elles représentent. La distribution passe par un entrepôt, pour nous en région parisienne, qui récupère à la sortie de l'imprimerie toute notre palette de livres et qui envoie les stocks à toutes les librairies, toutes les structures qui les ont commandés.

Les deux premières années, on s'est auto-diffusés. Comme d'habitude, on a fait par nous-mêmes, c'est la base. On n'avait clairement pas la crédibilité ni les moyens pour rencontrer ces partenaires-là et leur donner envie de travailler avec nous. On a donc pris contact avec des librairies qui semblaient aller dans le sens de notre catalogue, réservé

des billets de train et on est allés à leur rencontre avec des livres sous le bras pour effectuer le travail que la société de diffusion fait pour nous aujourd'hui. Au bout de deux ans, on a réussi à avoir une cinquantaine de librairies avec qui on travaillait de manière récurrente. Ce n'est pas grand-chose, mais c'était déjà un beau travail au regard de tout ce qu'on avait déjà à faire. On est allés en France et un peu en Belgique, en couplant chaque fois ces déplacements à des trajets déjà programmés, pour le travail ou... pour les vacances.

À chaque fois qu'on arrive dans une ville, il faut avoir repéré au préalable les librairies, et au fur et à mesure, on apprend à quels horaires s'y rendre pour avoir la meilleure disponibilité possible des libraires. Les avoir rencontrés dans la « vraie vie » permet ensuite de construire une relation dans le suivi à distance ou en tout cas de fluidifier les échanges (suivi des dépôts, facturation, nouvelles, rencontres, etc.). Toutes ces étapes-là sont nécessaires. Pour comprendre le milieu, mais aussi pour savoir de quoi on parle quand on travaille avec des personnes qui vont le faire pour nous. Pour les diffuseurs-distributeurs, le fait d'avoir fait nos preuves en s'occupant nous-mêmes de leurs activités nous rend en quelque sorte plus crédibles.

Hobo et Makassar

À un moment, c'est une nécessité, il faut se tourner vers des gens plus compétents que nous. Parce que c'est leur métier, qu'ils le font pour bien d'autres et qu'ils mutualisent des énergies, des coûts, etc. Hobo (qui diffuse) et Makassar (qui distribue) correspondent à notre ligne éditoriale, et ces deux-là font la paire : Hobo n'a pas sa propre structure de distribution et travaille avec Makassar depuis le début. On est une petite maison d'édition, ce sont des petites structures de diffusion et distribution, ça facilite les discussions. Mais ce qui reste le plus important c'est le catalogue dans lequel on est intégrés. Avec Hobo on est dans un petit cercle d'une centaine d'éditeurs et éditrices, avec une identité éditoriale globale qui nous ressemble : littérature engagée, essais politiques. Cette spécialisation permet aux livres de leur catalogue de se porter entre eux, et facilite énormément leur travail avec les libraires : le fil commun est clair.

David Doillon, diffuseur salarié et fondateur de Hobo

Je m'occupe depuis maintenant sept ans de Hobo Diffusion, une structure qui représente un catalogue d'une soixantaine de maisons d'édition, essentiellement de sciences humaines, mais aussi de littérature, de beaux-arts. Ce qui les rassemble tient au fait qu'elles font plutôt de la critique sociale, et tout ce qui a trait aux contre-cultures.

Au départ, l'idée de Hobo était de porter des éditions qui défendent des choses qui nous semblent pertinentes, importantes. On se situe dans une optique militante, en lien avec nos parcours personnels. L'idée c'était donc de permettre à des éditeurs et éditrices qui n'ont pas nécessairement accès au réseau classique des librairies (des structures militantes, alternatives, associatives), de pouvoir trouver des débouchés dans ce circuit. Ce sont des catalogues qu'on a particulièrement envie de défendre, des

positions avec lesquelles on se sent en adéquation. Même si on n'est pas nécessairement en accord avec tous les bouquins, on soutient leurs idées et leurs concepts dans les grandes lignes.

Concernant la grille tarifaire proposée, on n'a pas la main là-dessus. Les conditions qu'on propose sont en accord avec notre partenaire, Makassar. C'est Makassar qui gère toute la partie logistique – qui coûte très cher. On s'est donc aligné sur ses tarifs. Cela dit, Makassar travaille comme nous avec de petites éditions en tant que structure de distribution mais fait aussi de la diffusion (plutôt liée à l'univers de la bande dessinée, du comics, du manga et du roman graphique). C'est une équipe qui a une façon de travailler qui résonne avec les valeurs qu'on défend, avec des tarifs qui nous semblent assez avantageux. Par exemple, chez nous, le traitement des retours n'est pas facturé à l'éditeur ou éditrice. Explication rapide: on présente les livres aux libraires qui vont les commander pour les avoir sur table ou dans leurs rayons. Au bout d'un certain temps, si les livres ne sont pas vendus, la librairie a ce qu'on appelle une « faculté de retour », c'est-à-dire qu'elle peut retourner le livre à la société de distribution. Normalement, dans presque toutes les structures de diffusion-distribution, le traitement des retours est facturé à la maison d'édition. Makassar ne le fait pas.

C'est déjà un coût en moins, notamment pour les petites structures éditoriales. C'est aussi un choix qui change la politique de travail: une société de distribution classique ne prend pas de risques sur ce plan. Une chose importante également: nous portons la charge des remises que nous accordons nous-mêmes aux libraires, quelle que soit la somme. Ces remises dépendent d'un certain nombre de critères liés aux relations commerciales qu'on a avec les structures. Dans une société de diffusion-distribution classique, la remise faite à la librairie est répercutée sur la part de l'éditeur ou editrice: plus la diffusion propose de remises aux librairies, moins la maison d'édition va toucher d'argent. Avec notre fonctionnement, on essaie, d'une certaine façon, de les défendre.

Dans ce métier, on a une relation privilégiée avec les libraires. En tant que diffuseur ou diffuseuse on a peu de relation avec les auteurs et autrices, excepté avec certains qui accompagnent parfois leur éditeuice à nos réunions de présentation des nouveautés. Cette relation avec les libraires se passe bien, même si, comme pour toute relation commerciale, elle est basée sur la négociation et vit des hauts et des bas. Il faut quand même dire qu'on aime travailler avec des libraires spécialement motivés qui ont envie de défendre notre catalogue. On ne cherche pas nécessairement à être présentés partout.

Évidemment, dans l'absolu, plus les ouvrages pourront être disponibles en librairie mieux ce sera, mais on a besoin d'un minimum de réciprocité. Le fait que les libraires aient envie de défendre nos titres et nos éditions nous permet d'aller au-delà de cette relation purement commerciale... Même si ce n'est pas avec nous qu'ils vont faire fortune [rires]! Cette forme d'engagement répond aussi à un besoin particulier de notre catalogue, car certains livres qui peuvent être un peu pointus vont intéresser des niches de lectorat qu'il faut réussir à atteindre.

Notre façon de travailler, tant avec les éditions que les librairies, passe beaucoup par la rencontre avec des gens, l'envie de défendre des idées. Quand on s'appuie sur l'aspect humain, quand on est en sympathie avec les éditeurs, éditrices et libraires avec qui on œuvre, on travaille d'autant mieux. On ne recherche pas nécessairement une relation amicale, mais avec le temps, beaucoup de nos libraires sont devenu.es des gens avec qui on a des relations plutôt sympathiques.

Ce que le partenariat avec Hobo - Makassar a apporté aux éditions du commun

On est dans une relation fluide avec eux. C'est plaisant. C'est nécessaire, surtout. Au même titre que nous, ils doivent croire en un texte pour donner envie à d'autres de s'en saisir. Il est donc essentiel qu'on ait une relation, qu'on soit en discussion, en échange, qu'on leur fournisse beaucoup d'informations, et qu'eux soient curieux.

Cette étape très importante est l'une de celles qui nous a aidé à nous professionnaliser. Au début, on annonçait un livre une fois qu'il était dans nos mains. Or, il vaut mieux commencer à en parler un peu en amont. Bosser avec une société de diffusion nous oblige à passer par un rétroplanning, à s'organiser et à planifier avec rigueur. Dès le départ, quand on commence à travailler autour d'un livre, il y a des dates de livraisons précises avec la distribution qui obligent à préparer, à mettre en place des étapes de travail.

Aussi évident que cela puisse paraître, cela a changé notre relation avec les libraires. Nous les voyons moins qu'auparavant. Il faut accepter de se mettre en retrait. En revanche, ce qui est important c'est que la relation avec les libraires continue d'exister par ailleurs en nourrissant ces liens autrement, notamment en leur proposant des événements avec des auteuices. On aime bien aussi leur envoyer des

petits cadeaux, même si on ne le fait pas assez à notre goût. Ponctuellement, on va donc faire un envoi à leur nom, complété de menues attentions.

Avec Makassar, on a une relation très formelle. C'est très différent de celle qu'on a avec Hobo avec qui il faut qu'on partage la passion du livre. On a des dates de livraison, et on s'assure qu'imprimerie et transport se sont bien coordonnés avec l'équipe de distribution. Makassar nous envoie mensuellement un compte-rendu des ventes et on émet des factures et des avoirs en vis-à-vis. Quand il y a du réassort à faire, on leur expédie les livres en question. C'est un service qui fonctionne à merveille, dans un rapport très distancié. C'est aussi un métier invisible. On ne va rencontrer que les personnes qui transportent, et pas le distributeur ou la distributrice qui reste affairé dans son entrepôt. Il ou elle récupère les grosses palettes et s'occupe d'en faire de petits colis. Il y a aussi un boulot qui peut être ingrat et que je suis très content d'avoir délégué à Makassar: le suivi des factures. On leur fait une facture par mois pendant que Makassar en fait X aux librairies. Leur équipe gère également le suivi des relances, le cas échéant. Or, sur les premières années d'autodiffusion, on passait beaucoup de temps à faire des relances d'impayés. Ce n'est pas que les gens ne voulaient pas nous payer, mais on a tous et toutes plein de choses à faire et vu les sommes et la taille de notre structure, on n'était sans doute pas les plus prioritaires. Toutes ces petites tâches ingrates, techniques, nécessaires,

sont assurées par Makassar. Pour nous, ça change beaucoup de choses. En plus, Makassar paie ses factures mensuelles en temps et en heure [rire]!

Le travail de promotion

Pour autant, le travail d'Hobo et Makassar a une limite. Il s'arrête au moment de la promotion du livre. Or, il y a plein de choses à faire une fois que le livre est sorti. Pour nous, dans le rythme effréné dans lequel on a été, c'était la partie la plus dure. Une fois qu'on arrivait à la sortie du livre, on était épuisés, et on était déjà sur deux-trois autres livres à préparer, ou en cours de préparation. C'est un endroit qu'on n'a pas assez porté à l'époque, et on s'est rapidement rendus compte que ça influençait la diffusion, les ventes, etc. Aujourd'hui, on travaille sur deux axes : celui qui s'organise en relation avec la librairie, notamment autour de rencontres entre lectorat et auteuices et celui qu'on appelle service-presse/relation aux médias, à travers lequel on va chercher à donner une visibilité plus grande à la sortie d'un livre. Pour ce dernier, si on le fait par soi-même, il se met en place progressivement avec du temps et de la patience, notamment lorsqu'on est en province et non à Paris. Dès le départ, il s'agit d'ouvrir un tableur externe dans lequel on met les contacts de toutes les personnes avec qui on a des échanges. Voir ce carnet d'adresses

grossir est motivant. On note dedans les relations qu'on a avec les gens, quel envoi on a fait, comment ça s'est passé, etc. Le travail consiste à repérer des journalistes qu'on juge pertinentes, et d'envoyer quelques fois aussi « à l'aveugle », pour tenter des choses. C'est quelque chose qui peut se faire au lancement de l'activité. Maintenant on ne le fait plus. Un envoi est adressé à une personne en particulier, qui a déjà reçu un e-mail à ce propos et qu'on va sûrement relancer ensuite. On doit s'assurer qu'on n'expédie plus de livres à perte, au regard du coût du livre, des frais postaux, de la manutention et du temps consacré. Il faut aussi savoir que les journalistes ont tendance à crouler sous les propositions. On ne néglige donc pas non plus les personnes-ressources qui ne sont pas journalistes en tant que telles, mais qui par exemple tiennent un blog très consulté sur une certaine thématique ou qui sont beaucoup suivies sur les réseaux sociaux. Ces personnes ont ce qu'on appelle une communauté, un réseau d'influence. Elles peuvent être plus faciles d'accès, tout aussi intéressés et devenir un relais intéressant pour un livre, des livres. Lorsqu'on cherche à améliorer la visibilité d'un bouquin, on vise un public plus large, mais surtout plus éloigné de notre premier cercle de relations, celles et ceux qui, avec le temps, nous suivent à travers notre lettre d'information, nos abonnements, les réseaux sociaux. Ce réseau n'est pas suffisant dans le sens où on ne souhaite pas s'adresser tout le temps aux mêmes personnes.

Pour organiser les choses de façon plus raisonnable, on est là aussi passés par un professionnel : Antoine Bertrand. En cherchant des attachés de presse – il n’y en a pas énormément – c’est son nom qui revenait à chaque fois qu’on tendait des perches. Tout comme Hobo, il fait ce travail pour des maisons d’édition qui nous ressemblent. Pour nous c’est un plus : les journalistes et les autres personnes avec qui il bosse le connaissent pour cette spécificité-là. Quand il envoie un message, une newsletter, un mail, les gens s’attendent à ce que le contenu soit ciblé pour eux. Et ça, c’est important !

Antoine Bertrand, attaché de presse pour les éditions du commun

Je suis attaché de presse depuis une quinzaine d'années dans l'édition. Je m'occupe donc uniquement de la promotion des livres. Auparavant, j'ai travaillé pour la promotion d'événements littéraires pour lesquels j'établissais des partenariats notamment entre des médias (radios, journaux) et les événements. Je me suis progressivement spécialisé dans la promotion des livres de sciences humaines : essais, documents, et je m'oriente de plus en plus vers les sciences humaines que je dirais « critiques ». Je travaille pour plusieurs maisons d'édition qui ont des lignes bien définies et qui ont chacune l'exigence d'apporter au discours ambiant un projet plus singulier. Elles publient des auteurs et autrices et des livres qui apportent un petit plus à la pensée générale. Dans mon travail d'attaché de presse,

j'ai un «challenge» supplémentaire, particulièrement intéressant, qui est d'essayer d'imposer aux grands médias, qui sont d'ailleurs pour la plupart assez réceptifs, des auteurs et autrices dont on n'entendrait pas naturellement parler d'habitude.

Le travail d'attaché de presse peut concerner de multiples secteurs : on peut faire ce métier pour des personnalités, des hommes politiques, des célébrités, aussi bien que pour des marques de chaussures par exemple. Dans le secteur qui est le mien, je suis le point de jonction entre la maison d'édition et les journalistes. En tant qu'intermédiaire, je fais passer l'information mise en avant et défendue par la maison d'édition à des journalistes afin qu'ils ou elles la relaient. Il y a une chose que j'ai comprise en avançant dans mon travail avec eux depuis quelques années : je ne leur demande pas un service dans le but d'obtenir un article. Mon travail consiste à créer une relation d'échange, proposer du contenu en relayant des livres qui peuvent donner envie de faire des articles ou de créer des dossiers, participer à infléchir des choses auxquelles on n'avait pas réfléchi avant.

Même si les livres dont je fais la promotion sont nombreux, je les lis presque tous. Avant de choisir ce métier, j'ai fait une formation de philosophie.

Je défends donc de plus en plus de livres à teneur philosophique. Ça m'intéresse de pouvoir me nourrir personnellement en travaillant. Pour des raisons de délais il peut m'arriver de commencer à travailler un livre sans l'avoir lu. Dans ce cas, je prends le temps d'échanger avec l'auteur, l'autrice et la structure qui l'édite, je lis le livre en diagonale, de manière à avoir un discours qui se tienne le temps de commencer la promotion. Mais le but est de les lire tous.

Le métier d'attaché de presse ne consiste pas à parler des livres comme on en parlerait à un bon copain dans un café. Il s'agit de définir une stratégie propre au livre et à la maison d'édition dans laquelle il est publié, pour qu'il y ait le maximum de gens qui en parlent. Idéalement, cette stratégie revient pour moi à donner la bonne information à la bonne personne au bon moment. Évidemment, pour un livre de philosophie ou de pensée politique, par exemple un livre de Saul Alinsky aux éditions du commun, si je l'envoie à tout mon fichier – par exemple à un journaliste de Version Femina, sans aucunes mauvaises pensées pour Version Femina – ça n'a aucun intérêt. De la même manière, si je m'occupe d'un roman, si bon soit-il, et que je l'envoie simplement aux pages Idées de Libération par exemple, ça n'a aucun intérêt. Le but est donc de définir une stratégie qui permet de faire un lien entre la maison

d'édition et la presse de manière efficace. C'est un travail de longue haleine qui demande à identifier qui écrit quoi, qui anime quelle émission dans la presse. Proposer la bonne chose aux journalistes est aussi une question de compréhension globale des enjeux: respecter ce qui est publié et respecter leur travail. Je ne sais pas combien ils et elles sont exactement, mais il y a un socle de journalistes avec lesquels je travaille très régulièrement. Je n'ai jamais peur de les déranger car les personnes savent que quand je les appelle, quand je leur écris, ce que je vais leur proposer peut vraiment les intéresser. Il y a une confiance qui va dans les deux sens. Si on me dit: «ça m'intéresse beaucoup, je vais le regarder», je sais que je n'ai pas besoin de relancer deux jours après ou de «harceler» bêtement. Les journalistes traiteront ensuite de ce livre selon l'intérêt que leur aura suscité sa lecture, mais en réalité, cela dépendra surtout de la place pour le traiter à ce moment-là car les journalistes sont submergés de propositions. En effet, il y a plein d'éditions qui font des choses formidables! Dans ce contexte, la confiance nous aide d'autant plus à travailler de manière efficace. Il faut aussi développer une stratégie propre au secteur visé. Un ou une journaliste qui s'occupe des essais et des idées est plus amené à créer des dossiers ou des enquêtes qu'un journaliste littéraire. On est dans une relation constante d'échange parce

que la personne peut être intéressée par le propos d'un livre, même six mois plus tard. À présent, si je n'envoie pas les programmes assez vite par exemple, des journalistes viennent toquer à ma porte en me disant: «Qu'est-ce que tu as ces prochaines semaines? Ces prochains mois?» C'est très agréable car ça me donne à voir qu'on fonctionne vraiment dans une confiance et dans une demande réciproque. Avec la presse littéraire, de littérature pure, c'est beaucoup plus difficile. Un roman a une durée de vie qui est moindre. Si au bout de deux mois on n'a pas un article, c'est mort. À l'inverse, j'ai déjà eu de gros succès avec des essais qui n'ont eu aucun article pendant un mois et demi, et qui tout d'un coup ont eu des retombées étonnantes.

En termes de relations professionnelles, j'ai beaucoup de relations avec d'autres attachés de presse. Les collègues que je connais, que je fréquente, ne sont pas dans la compétition ou la concurrence. On échange ensemble dès que c'est possible, que l'occasion se présente. Je trouve ça très intéressant, très nourrissant. J'échange également avec les auteurs et autrices bien sûr, même si, contractuellement, j'ai plutôt des comptes à rendre aux maisons d'édition. Ce sont elles qui me paient. Cependant, savoir quelles sont les priorités de la personne pour le livre qu'elle a écrit permet de respecter son travail.

À la base, c'est l'auteur, l'autrice qui veut publier quelque chose, qui a un truc à dire. C'est aussi important pour nous de savoir autour de quel thème on mène la promotion, pour ne pas être à côté de la plaque lorsqu'il y a des interviews ou des émissions avec cette auteuice. C'est donc super important pour moi, que j'aie lu le livre en entier ou pas, de le ou la rencontrer, de l'entendre parler de son livre avant le lancement de la promotion. Puis, d'un point de vue de bienséance et de bonne intelligence, je tiens régulièrement informés un certain nombre de personnes dont j'ai promu le travail de mes avancées et des réactions que j'ai en face. Il y en a avec lesquelles j'ai maintenant des relations assez fortes et avec qui j'échange même en dehors des périodes de promotion.

La promotion d'un livre *made in* éditions du commun

Tous les livres n'ont pas vocation à être travaillés et portés par notre attaché de presse. On décide ensemble. Pour les autres livres, c'est nous qui continuons à le faire, avec son appui et ses conseils. On a aussi, pour certains livres, des contacts plus spécifiques dans notre réseau de professionnelles. Je pense au *Petit manuel de travail dans l'espace*

public par exemple³⁹, en lien avec le milieu du travail social, ou *Un Paysage du renversement* avec le milieu agricole⁴⁰. Ce sont des réseaux qu'on côtoie, et au sein desquels on peut porter une promotion. Dans ce cas, on cherche par exemple à annoncer la sortie du livre dans une newsletter qui va être adressée à toutes les structures départementales du milieu agricole. En parallèle de la librairie et du milieu médiatique, on a besoin d'être en lien avec des réseaux professionnels plus spécifiques ou militants. Par ailleurs, on sollicite évidemment les auteuices. On leur demande d'établir une liste de personnes ou de structures à qui il leur semble pertinent d'envoyer le livre. Même si ça peut paraître évident, les auteurs et autrices sont pour nous les personnes les plus à mêmes de porter leur livre.

Aux éditions du commun, on s'est longtemps posés la question de l'usage des réseaux sociaux. C'est un espace complexe. D'autres maisons d'édition ont fait le choix de ne pas y aller ou de s'en retirer. Éthiquement et politiquement, pour quelles raisons être sur Facebook en tant que maison d'édition, alors que, à titre personnel je n'y suis pas, par exemple? On a finalement considéré que c'était nécessaire, en tant que relais d'informations. Que ce soit bien ou mal, ou bien «et» mal, il y a énormément de gens

39. Jérôme Guillet, *Petit manuel de travail dans l'espace public - À la rencontre des passants*, éditions du commun, 2019

40. Clémence Bardaine, Alexis Pernet, *Un Paysage du renversement - Des agriculteurs à l'école du sol*, éditions du commun, 2019

qui passent par Facebook pour s'organiser, je pense aussi aux luttes ou aux mouvements sociaux. La question se pose également pour Twitter et Instagram. Twitter constitue un fil important pour relayer du contenu textuel, des livres et des questionnements politiques. Le milieu du livre est très représenté sur Instagram, principalement par les libraires et les maisons d'édition. On y fait de la veille et on nourrit le réseau. Tout en cultivant ces espaces-là, on en cultive d'autres. On diffuse également une lettre d'information mensuelle de nos sorties : celle-ci, se passe de tous ces réseaux et se fait au contact direct des gens, au fur et à mesure. Encore une fois, on est face à un espace technique qui relève d'un métier à part entière et qu'on déléguerait rapidement si on en avait la capacité économique. Parce qu'on y consacre effectivement du temps, à maintenir une veille et à publier suffisamment régulièrement pour rester visibles. Avec ces médiums de diffusion, il y a aussi une question d'habitude, de pratiques, mais aussi d'algorithmes, de codes, de *timing*, qu'on ne maîtrise pas tous, moi y compris. Aux éditions du commun, on est plusieurs à utiliser les mêmes réseaux pour assurer la promotion de différents aspects des éditions. On aimerait avoir un rétroplanning des informations à publier pour programmer davantage, et en quelque sorte, se distancier de cet outil qu'on ne veut pas utiliser de manière spontanée. Les sorties de livre, le rythme des podcasts, les offres de fin d'année, tout peut s'anticiper, s'écrire en avance. On pourrait gagner du temps et de la tranquillité, plutôt que

de faire ça entre deux rendez-vous parce qu'on a oublié telle ou telle annonce. Depuis 2023 et l'embauche de Esther Layet sur la communication, on tend à mieux programmer, anticiper et construire notre communication.

Valoriser un livre, c'est aussi organiser des événements promotionnels : une soirée de lancement pour un livre, des interventions d'auteurs et autrices en librairie. On pourrait parler ici du métier de tourneur ou tourneuse, si on faisait le lien avec le milieu de la musique. Il s'agit de prendre contact avec les lieux, s'assurer que les auteuices sont disponibles, veiller à ce que la logistique des déplacements limite la fatigue et les coûts inutiles, annoncer une programmation en amont, etc. Parfois, les auteurs et autrices proposent des lieux spontanément et prennent en main une partie de leur tournée, mais toustes ne peuvent pas se le permettre. D'ailleurs, ils ont souvent d'autres activités qui s'adaptent plus ou moins à ce type de déplacements. Généralement, quand on organise une dédicace, c'est la maison d'édition qui paie le déplacement, les libraires payent le logement et la nourriture. C'est toute une organisation, c'est même un travail à part entière qu'il faut porter et qui est parfois un peu lourd. D'ailleurs, le métier de « Relations libraires » existe et peut-être mutualisé entre plusieurs maisons d'édition. Les grosses maisons d'édition ont un service pour toutes ces choses-là en interne. Celles qui sont à notre échelle travaillent plutôt avec des indépendant·es. Pour ce genre d'événements, la communication sur

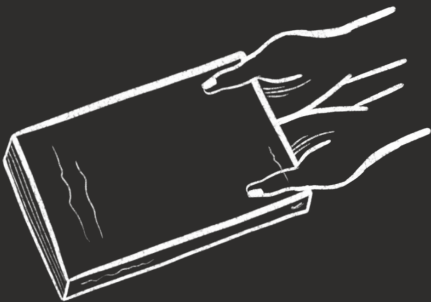
les réseaux sociaux notamment doit être bien menée. On pourrait dire qu'il s'agit d'une économie de médiums et de pratiques. C'est un ensemble qui, lorsqu'il est inscrit dans la bonne partition et le bon tempo, permet à un livre d'être plus visible, plus acheté, plus lu que d'autres.

La promotion des œuvres c'est l'exemple typique du travail d'éditeuice qui ne s'arrête jamais, puisqu'on doit non seulement mettre en avant les nouveautés, mais on a aussi pour objectif de valoriser le stock, pour que d'autres bouquins déjà publiés ne prennent pas la poussière sur nos étagères. C'est un travail spécifique puisqu'on ne peut pas les vendre, les proposer de la même façon qu'on le ferait avec de la nouveauté, à part pour les cas particuliers de la réédition ou réédition augmentée, qui donneraient la possibilité au diffuseur de remettre le livre en avant. Or, il faut éviter que les livres dorment dans des cartons parce que ça veut dire qu'ils ne sont pas lus, et ça veut dire aussi qu'ils ne sont pas achetés, d'un point de vue économique. Ce sont aussi des livres qui collent moins à l'actualité ou qui vont résonner de manière plus ou moins récurrente avec certains mouvements sociaux. Il faut les garder en tête, et trouver comment en reparler chaque année.

Au cours de cet épisode, on a fait un tour d'horizon des différents aspects de la publication et de la promotion d'un livre. Ce panorama n'est pas exhaustif. On n'a pas évoqué les «booktubers/booktubeuses», par exemple. Il y a

encore énormément de façons de faire vivre un livre aux yeux du public.

Épisode 6: la vente du livre



Le rapport à la librairie

Comme beaucoup d'éditeurs, je me suis rendu dans des salons et j'ai tenu des stands pour vendre nos propres livres, mais je n'ai jamais exercé le métier de libraire. J'aurais pu en faire un enjeu et m'organiser pour faire des stages en librairie, chez ceux ou celles que je connais particulièrement, mais ça n'a pas été le cas. Pour monter une librairie, il y a malgré tout une première difficulté qui est d'avoir les moyens d'aller chercher un fonds de commerce, et une deuxième qui est d'avoir une connaissance bien plus large qu'un catalogue de maison d'édition fidèle à sa ligne éditoriale.

Tenir un stand demande d'adopter une posture «commerçante», je ne sais pas comment le dire autrement. J'ai déjà tenu un autre type de commerce par le passé, à travers lequel j'ai appris à être souriant, pas dans le sourire forcé mais avec une certaine présence, politesse, attention à la personne qui vient à nous. Cela dit, à titre personnel, j'aime être tranquille face aux livres que j'ai envie d'acquérir. Lorsqu'on se retrouve devant une table et qu'il y a une, deux, trois personnes de la maison d'édition qui sont derrière à nous regarder, je ne me sens pas à l'aise pour prendre le temps de découvrir le travail. La librairie c'est différent, justement. A priori, il n'y a pas comme dans d'autres types de commerce un ou une vendeuse qui, dès le pas de la porte, se met à vous suivre pour savoir ce que vous voulez

faire. La librairie amène un autre contexte dans le rapport à la vente et au livre. Corentin Lecouffe-Alaphilippe, qui est libraire BD, dit qu'il faut savoir gérer les moments de « rien » où il y a quelqu'un dans la boutique : le ou la cliente est en train de chercher, et le ou la libraire est dans un entre-deux, à disposition. Être en silence avec quelqu'un, c'est plutôt une situation à laquelle on n'est pas habitués, qui n'est pas forcément confortable. Le stand amplifie cet effet-là, car on est constamment observé par la personne qui vend.

J'ai pris le temps de découvrir le métier de libraire, en tant qu'éditeur. Cette approche m'a aidé à outrepasser certaines idées reçues, notamment le fait que je m'entendrais forcément bien avec un petit libraire indépendant, ou à l'inverse, que je ne pourrais pas trouver un libraire sympa dans le rayon d'une grosse structure. Je me suis rendu compte que, peu importe la taille du lieu, c'est vraiment la personne qui fait la différence. Comme je venais non pas pour acheter des livres mais pour leur proposer d'en acheter, j'ai tout de suite eu accès à l'envers du décor. Je n'ai pas toujours été bien accueilli. Cependant, on sait qu'au quotidien les libraires sont surchargés de suggestions de livres à acheter, de représentant·es qui viennent les voir, sans parler des sollicitations de leur clientèle classique. Ces dernières années, on voit aussi de plus en plus de gens qui ont autoédité, autopromu leur livre, et qui viennent leur demander de le mettre dans leur librairie. Quand on arrive de nulle part

en tant que petit éditeur ou éditrice et qu'on leur demande de nous faire confiance, ce n'est pas évident. On savait où on voulait aller avec les éditions du commun, mais le faire comprendre à la personne qu'on a en face, c'était une tout autre histoire. Aujourd'hui, le fait d'avoir un catalogue plus conséquent, d'être visible dans beaucoup de librairies, ça change énormément de choses. Notre nom leur revient, et s'ils n'ont pas forcément lu nos publications, notre passif crée une sorte de légitimité.

En tout cas, libraire c'est un métier qu'on idéalise. On imagine très bien quelqu'un d'un peu rêveur, la tête dans les nuages, derrière son comptoir, à attendre le quidam en lisant tous les livres qui lui passent entre les mains. Bien sûr, ce n'est pas ça [rires]! J'ai vraiment un profond respect pour ce boulot-là, qui s'est renforcé, je pense, avec le temps – ne serait-ce que par la profusion de livres qui sortent annuellement. Les libraires n'ont jamais été aussi éloignés de la possibilité de toucher et lire tous les livres de leur boutique.

Je prends du temps ici pour parler de ce rapport entre libraires et éditeurs, parce qu'il est régulièrement source d'incompréhensions réciproques, notamment parce les librairies ont plus souvent affaire à la diffusion-distribution qu'à la maison d'édition.

Corentin Lecouffe-Alaphilippe, libraire BD à Rennes

J'ai 35 ans et des brouettes. Gérant de la librairie La Nef des Fous, que j'ai ouverte il y a deux ans. C'est une librairie spécialisée en BD à Rennes. L'idée de cette librairie était de créer un truc à échelle humaine, quelque chose que je pourrais gérer tout seul. Avoir un espace compris entre 50 et 70 m² pour garder le côté à la fois aéré et humain du cadre. Je suis toujours là, toujours dispo.

J'ai un schéma, une petite habitude que j'ai quand j'explique le travail de libraire à des stagiaires, des employés, des gens qui viennent poser des questions : je dis que les actes quotidiens, c'est 100 % pour les client·es. Quoi que tu fasses, peu importe la raison pour laquelle tu fais ce métier, ta disponibilité va à ta clientèle, point. Le reste ne compte pas. Quelqu'un rentre dans ta librairie, tu es disponible. Comme il n'y a pas toujours de client·es dans la librairie, on a

du temps pour faire autre chose. Je dirais: 50% de manutention, 30% d'à-côtés notamment de pape-rasse, 20% de conseil clientèle et 20% de lecture. Ça fait un camembert de 120%, parce que c'est un travail qui prend énormément de temps et qu'on embarque à la maison. Alors c'est cool, «Haha, on lit des BD». Ouais on lit des BD, mais on est obligé de le faire. À partir de là, ça devient une contrainte, quel que soit le plaisir qu'on y trouve. On se retrouve aussi dans des situations telles que: «Bah non je ne sors pas ce soir les gars, faut que je lise...» Je ne cherche pas à sortir le personnage de Calimero en disant ça. Non, c'est un fait. Dans ce travail, on n'a pas de week-ends, et les soirées peuvent être coupées. Globalement, j'ai entre une et trois heures de lecture par soir. Le quotidien prend du temps, il déborde du temps initialement prévu pour la librairie. Il peut donc y avoir un côté assez éprouvant, surtout quand on est seul et qu'on ne peut pas se répartir les lectures. Sinon, chaque jour on a les réceptions du matin, du rangement, et de la mise en ordre dans la librairie. Beaucoup de manutention, donc. Réceptionner les cartons, ça veut dire parfois aider le livreur: on porte les cartons une fois, on les pose, ensuite on les range, on les porte donc une deuxième fois, puis on les vide, on porte le contenu des cartons une troisième fois, et parfois on les pose à un endroit avant de les ranger... Il y a entre dix et vingt kilos par carton et il peut y

avoir une cinquantaine de cartons. Pour La Nef des Fous, il y a environ entre cinq et quinze cartons par jour mais là où je bossais à Grenoble, il pouvait y en avoir soixante-dix. Je vous laisse faire le calcul: on peut bouger plusieurs tonnes de bouquins par jour. La manutention, ça entretient [rire]!

Mais comme je le disais, il faut toujours pouvoir s'arrêter pour être dispo, accueillir les gens, les renseigner, être là. Je ne fais pas de cartons dans ces moments-là. Parfois ça veut dire qu'il faut pouvoir gérer le vide. Soit parce que j'ai tout fait, et qu'il n'y a personne. Dans ce cas j'attends, ou avec l'ordinateur, je m'occupe, je me renseigne sur le monde du livre ou alors je fais des trucs pour moi. Mais ça peut aussi vouloir dire qu'il y a une personne dans la librairie, que je lui ai proposé mon aide, et comme la personne n'en avait pas besoin, je lui ai dit que j'étais dispo si besoin. J'ai « ouvert la porte ». Mais c'est une situation qui peut être gênante si on n'en a pas l'habitude. Moi je fais autre chose, en privilégiant ce qui ne fait pas trop de bruit.

C'est un boulot qui est extrêmement saisonnier. L'activité est très faible l'été dans la plupart des villes, en dehors de la côte et sans doute de Paris, mais à Rennes ce n'est pas le cas. Inversement, en fin d'année, on est dans un temps fort. Je fais un tiers

de l'année sur la période fin novembre à décembre, et un quart de l'année sur décembre. On a aussi la rentrée littéraire, qui existe également pour la bande dessinée et qui s'étale de septembre à novembre. Et, plus ponctuellement, à d'autres moments de l'année, il y a les dédicaces de dessinateurs et dessinatrices. Les gens ont beau demander des rencontres avec les scénaristes, ils ne viennent pas sur ces temps-là. Les dédicaces jouent sur la politique de communication et sur la politique commerciale de la librairie. Ça fait parler, ça crée de l'évènement tout simplement, et ça fait venir des gens qui achètent, donc ça fait de l'argent. En dehors de la librairie, les éditions vont pouvoir en parler, l'auteuice aussi, les lecteurs et lectrices en discutent ensemble. En termes de communication, les dédicaces créent une mise en valeur assez dingue du rayon concerné. Il y a aussi éventuellement des festivals. La Nef des Fous propose des rencontres BD au bar d'en face, le Since 42. L'idée c'était de créer un petit noyau de gens qui viennent régulièrement. Ils sont une petite dizaine à venir tous les mois, et quelques-uns se rajoutent ponctuellement à ce groupe. Truc rigolo: en BD, il y a la fête des pères. Peut-être que d'ici quelques années ça bougera, mais on est encore dans une société où on offre des fleurs à la fête des mères et des BD à la fête des pères.

J'ai des rapports très différents avec les divers protagonistes du milieu du livre. Avec les lecteurs et lectrices, je suis le plus présent, le plus accueillant possible. Via les réseaux sociaux, on essaye en plus d'avoir une vitrine informatique pour garder le contact. En revanche, avec les autres libraires, la relation est globalement inexistante, sauf avec La Mystérieuse à Nantes, et BD Fugues à Grenoble, avec qui je suis resté en excellentes relations. Ça permet de bosser, de poser des questions, de ne pas passer à côté de choses importantes, de sortir de son petit monde de cinquante mètres carrés. Avec les livreurs et livreuses, ça se passe bien. Je trouve qu'ils sont importants dans la chaîne du livre et qu'il ne faut pas les oublier. Je vois les sociétés de diffusion-distribution à peu près quatre-cinq fois par an. Je côtoie plutôt les éditeurs et éditrices sur la partie événementielle, quoique les contacts mensuels par téléphone ou par mail se font surtout avec les chargés-es d'événements. La relation avec les éditeuices est assez limitée malheureusement, et je suis trop nouveau, trop petit pour être invité à des réunions éditoriales où ils présentent leur programme par exemple. Il n'y a donc pas vraiment de relation éditions/libraire. Avec les auteuices, les rapports sont généralement assez distants, mais moi au contraire, j'en connais beaucoup depuis mon travail à Grenoble et je fais plus d'une cinquantaine de

dédicaces par an. Et pour finir, avec l'imprimerie, je n'ai aucun lien... J'espère n'avoir oublié personne.

Je trouve que la chaîne du livre est plutôt une chaîne de barbelés... On bosse toutes ensemble mais chacune de notre côté. L'auteuice est par exemple de plus en plus isolée, notamment dans la BD et les livres jeunesse. L'éditeuice a de plus en plus de mépris. Je pense aux réflexions d'Yves Schlirf – qui est le grand patron de Dargaud-Bénélux – au festival Rendez-Vous de la BD d'Amiens il y a quelques mois, sur la professionnalisation des maisons d'édition, et à celles de Jacques Glénat le mois dernier sur le fait qu'un ou une autrice qui réclame d'être payé quand il ou elle fait des dédicaces, c'est «contre nature». Comme il y a de plus en plus d'auteuices, de plus en plus de BD, ce sont devenues du bétail pour les grandes éditions de BD. C'est déplorable. Il faudrait que la chaîne du livre soutienne la situation des auteuices, leurs problèmes ne pourront se résoudre que toutes ensemble. Même si les choses semblent se dessiner autrement... je trouverais cool que la chaîne du livre se rassemble davantage.

Le projet de librairie au Blosne à Rennes

Pendant plusieurs années, trois associations ont porté ce projet de librairie qui a vu le jour sous le nom de l'Établi des mots, en septembre 2020, dans le quartier prioritaire du Blosne au sud de Rennes : Au P'tit Blosneur, une conciergerie de quartier ; Des idées et des livres, une librairie associative qui ne fonctionne qu'avec des bénévoles sur des événements ponctuels, et les éditions du commun. Alors que la totalité des librairies rennaises sont concentrées dans le centre-ville, notre pari était de faire une librairie généraliste dans un quartier disons plus populaire. On a eu la chance aux éditions du commun de porter le salariat de Lucie QZN, une des chargées du projet qui a énormément rencontré les associations, les partenaires locaux, et qui a questionné la place de cet événement auprès de l'ensemble des personnes et structures concernées. On a organisé des réunions publiques, mis en place des commissions parce que cette librairie est une coopérative, une SCIC⁴¹. Elle a été pensée comme un outil susceptible d'appartenir à toute personne qui aime la voir vivre, la faire vivre : les usagères client·es, les salarié·s, les associations du quartier, les éditions, etc. C'est une structure qui comprend 350 sociétaires qui s'organisent pour faire vivre ce lieu-là. Ce projet a affiné ma manière de considérer les librairies. Aux éditions du commun, on a mis les pieds dans le milieu de

41. Société Coopérative D'Intérêt Collectif

l'édition en se disant qu'on pouvait faire différemment sur certains aspects, sans chercher à révolutionner quoi que ce soit. C'est pareil pour la librairie. On ne voulait pas faire une librairie « classique ». Il faut savoir qu'aujourd'hui, il y a seulement douze librairies en SCIC en France : à Montpellier, à Aups dans le Var et à Firminy prêt de St-Etienne⁴², etc. Les rencontres avec ces personnes nous ont permis de réaliser qu'il y a matière à penser ou repenser le métier. On sait aujourd'hui qu'un ou une libraire indépendant-e qui tient sa propre librairie doit absolument tout faire : assurer la gestion et la saisie-comptable, commander des livres, faire des retours, achalander sa boutique, faire venir des gens, communiquer sur les réseaux sociaux, faire le ménage, etc. L'avantage d'une librairie en SCIC c'est que les tâches plus secondaires, les tâches « non-libraires » quotidiennes peuvent être portées par les sociétaires. Je pense notamment au ménage, mais aussi à une partie des retours, à la gestion, la saisie-comptable, etc. Dans ces structures-là, les libraires peuvent se concentrer sur leur cœur de métier : choisir des livres, les positionner, rencontrer les représentant·es, conseiller les client·es, lire des livres, etc. Le salaire est par ailleurs souvent meilleur que dans d'autres structures. Le statut en SCIC c'était aussi pour nous un statut à but non lucratif. Par rapport à de grosses entreprises, il n'y a pas d'actionnaires qui cherchent à faire

42. Une nouvelle librairie en SCIC, l'Astrolabe, a ouvert à Rennes (quartier nord, à Maurepas), portée par la maison d'édition Argyll.

des dividendes. C'est un biais intéressant pour changer la pression qui peut exister en termes de chiffre d'affaires. De plus, le fait d'avoir pleins de sociétaires permet d'apporter plus de parts au capital de départ. Pour un démarrage ça peut aider. Et bien entendu, s'il y a trois cents, quatre cents sociétaires, ce sont trois cents ou quatre cents personnes qui se sentent concernées par cette librairie dans leurs pratiques d'achats, de visites, dans la découverte de certaines lectures, etc.

Monter une librairie généraliste c'est proposer une gamme de livres aussi large que possible. Notre démarche militante tenait dans le projet en tant que tel: porter collectivement un outil de travail, avoir une librairie dans ce quartier. Si on avait fait une librairie de toutes les maisons d'édition que l'on aime, ça serait resté une librairie politique, de sciences sociales, d'écologie, etc. C'est un projet qui peut avoir du sens dans le centre-ville de Rennes où le nombre de librairies donne la possibilité à certaines d'entre elles de se spécialiser. Or, une librairie a une activité, un modèle économique, des charges de loyer à payer et surtout, des salaires. On a avant tout souhaité une librairie qui ressemble au quartier où l'on est, qui ressemble aux différentes personnes qui y vivent en termes de classes sociales, de cultures, de pratiques, etc. Notre objectif de départ était de faire franchir le pas de la porte au plus grand nombre. Quoi de mieux qu'une librairie généraliste pour ça? On y trouve des guides pratiques, des beaux-livres, de la littérature pour

adultes et enfants, de la BD, etc. On avait aussi envie de porter ce projet de façon nomade. C'est une histoire vieille comme le monde: « Si tu ne viens pas à Lagardère, c'est Lagardère qui ira à toi. » C'est le principe d'une librairie qui veut toucher le plus grand nombre: elle doit à un moment aussi sortir de ses murs, se rendre présente dans des événements, et les faire venir à elle.

D'autres formats de librairies alternatives: le café librairie Passage d'Olivier Bodilis en Centre Bretagne

Je suis libraire, je peux le dire, depuis sept ans. Il s'agit d'une librairie avec pas mal de livres d'occasion sur des thèmes très éclectiques. Depuis le départ, il y a une volonté au niveau de la librairie de travailler avec un certain nombre de maisons d'édition avec lesquelles on a des liens étroits. Je pense aux éditions La Lenteur, aux éditions du bout de la ville, à La fabrique éditions, aux éditions du commun, aux éditions du Sextant et à une édition québécoise: Écosociété. Je m'intéresse à leur ligne éditoriale. Par exemple, La Lenteur propose beaucoup de choses sur la critique de l'industrialisme. C'est un thème qui, sous de nombreux angles différents, m'intéresse beaucoup et qu'il m'importe de faire connaître. Outre le travail d'accueil des lecteurs et lectrices

dans la librairie, je porte ces livres sous forme de salon itinérant. Je me rends plutôt dans des lieux alternatifs, je vais vers des gens que j'ai rencontrés avec qui une affinité est née. De cette façon, je vais à la rencontre de mon lectorat dans l'idée de faire connaître la ligne éditoriale, l'esprit de ces éditeurs et éditrices, de ces auteurs et autrices. J'essaie aussi d'accueillir des auteuices, soit à la librairie, soit en les faisant tourner dans des lieux que je connais, qui nous accueillent dans le Finistère. Le but est de proposer aux gens d'échanger sur leurs lectures, de leur proposer une continuité dans ce travail.

Avec les structures de diffusion, je ne suis pas en lien mais les choses se passent en bonne intelligence. L'idée c'est que j'ai peu d'éditeurs et éditrices, donc je négocie directement avec eux et elles. En revanche, je fais attention : je me positionne dans une complémentarité avec les diffuseurs et diffuseuses en allant dans des lieux alternatifs qui ne sont pas des librairies, qui sont en dehors de ces circuits-là. Pour les rencontres publiques avec auteurs et autrices, les éditions me mettent directement en lien avec les personnes que je souhaite accueillir.

Ce format alternatif de librairie tournée vers les sciences sociales en Centre-Bretagne et à la campagne fonctionne parce que je suis très sobre. J'avais

cette volonté aussi de vivre en harmonie avec ce que je pense, ce que je lis. Je suis également engagé politiquement autour de l'autonomie par rapport à l'alimentation. C'est quelque chose qui m'intéresse et qui me permet d'ajuster mes choix autour du modèle économique. C'est un plaisir de faire vivre ces livres à des prix intéressants. C'est l'inscription de la librairie dans une démarche collective, donc locale, qui la rend viable. Je dirais qu'elle est dans une certaine forme d'autonomie et de synergie entre différents corps de métiers, entre collectifs de vie et de travail. Le format économique s'inscrit dans une logique décroissante, avec une dynamique d'entraide et de projets sociaux locaux. Développer des solidarités avec des jeunes qui font du maraîchage et du petit élevage, et se soutenir mutuellement. Pour le bois c'est pareil, avec une bande de copains on va le couper nous-mêmes et le stocker localement. Je pense aussi au jardin partagé du village. C'est dans ce contexte que je peux fonctionner. Comme je le disais aussi tout à l'heure, je cherche des synergies dans des corps de métiers. Autour du livre, ça se passe avec les maisons d'édition, et les auteurs et autrices – qui sont un très grand nombre en Bretagne. J'ai accueilli pas mal d'auteurs bretons qui sont autoédités, par exemple. Il se trouve aussi que les gens me donnent les livres d'occasion intéressants. Et ce qui me fait vivre également, c'est

mon côté nomade, grâce aux amès de la librairie. Dans ces autres lieux où on me donne la possibilité d'ouvrir, j'amène aussi bien une sélection de livres d'occasion que ma sélection d'éditeurs de prédilection. Je sais qu'il y a vraiment quelque chose d'intéressant à faire dans ce sens-là. Ça permet à des libraires de fonctionner dans des petites villes où il n'y a plus de librairie et d'aller vers les gens qui y vivent. Je porte donc cette dimension locale et nomade sur les bords du Finistère. Le fait d'être installé ici me permet d'éviter les taxes appliquées aux plus grandes villes. Cela dit, à Brest, le tissu des petites librairies se désagrège de plus en plus, et ce serait intéressant que cette tendance change.

Vendre les livres en ligne, créer sa boutique

Créer sa propre boutique, c'est le choix de nombreuses maisons d'édition. Au départ, on avait un site de présentation de la maison d'édition sous Wordpress⁴³ relié à un site boutique. Mais, deux lieux différents, ce n'était pas du tout intuitif, pas du tout adapté. On a à présent un site qui amène du contenu supplémentaire qui permet d'aller au-delà des livres, et la boutique est intégrée dedans. On voulait que ce soit plus simple de s'y retrouver et de faire les achats. Sur notre part de ventes directes, la boutique en ligne facilite les achats pour les gens qui nous connaissent, qui ont des habitudes avec nous.

Autour du sujet de la vente en ligne, les éditions, ou plutôt les sociétés de diffusion-distribution ont à se poser la question du rapport aux sites de (re)vente en ligne, comme Amazon. Si on avait demandé à Makassar de ne pas être à tel endroit, ou à tel autre, ça les aurait embêtés. Ils ne font pas du cas par cas. Au départ, on était présentes sur les plateformes de revente en ligne qui passent commande auprès de Makassar. Ces plateformes cherchent à avoir des fonds toujours plus exhaustifs pour attraper le moindre

43. Wordpress est un système de gestion de contenus web gratuit, libre et open-source. Ses fonctionnalités permettent de créer et gérer une très grande diversité de sites web, y compris commerciaux et de vente en ligne.

chaland qui va acheter un livre, mais qui va surtout acheter d'autres produits par la même occasion. L'actualité a fait qu'à l'été 2019, Amazon a voulu renégocier le contrat et augmenter sa marge auprès de Makassar, qui n'acceptait pas cette situation. Il nous a demandé de choisir et de nous positionner en tant que maison d'édition: soit on acceptait cette situation et on payait nous-même la marge supplémentaire, soit on se retirait du catalogue d'Amazon. Je pense que tout le monde se doute du choix qu'on a fait. On a choisi la deuxième option.

La vente en ligne est souvent un moyen d'essayer d'être un peu originab, de proposer des promotions, tout en sachant que le numérique n'est pas exempt de certaines réglementations telles que celle du prix unique du livre. C'est une condition qui, on ne va pas se mentir, fait qu'on a encore une richesse dans la chaîne du livre. Il suffit de rappeler qu'au moment de la sortie des *Harry Potter*, Barnes & Nobles qui est une grosse chaîne américaine de supermarché, en a fait des piles gigantesques à l'entrée de ses magasins, en les vendant à 4 ou 5 dollars. Ils avaient fait de ce livre un produit d'appel pour que les gens viennent faire leurs courses dans la boutique. À côté, les petites librairies indépendantes ne pouvaient pas se permettre de vendre en dessous de 12 dollars. On voit très bien qu'en France le prix unique nous protège de ce type d'effet pervers. Qu'on soit un géant multimillionnaire et invasif, ou qu'on soit une petite librairie indépendante, tout le monde est contraint

aux mêmes prix de vente. Cela étant, le prix de départ est fixé par la maison d'édition et il y a actuellement 5 % de remises autorisées dans le milieu du livre neuf. En revanche, quand on fait de la vente en ligne on peut avancer d'autres choses : offrir les frais de ports, proposer ce qu'on appelle chez nous « des petites attentions » : un carnet de notes aux couleurs des éditions, des tote bags sérigraphiés en édition limitée. On peut aussi lancer une campagne de promotion : reverser 30 % de tous les achats sur notre boutique en ligne à une caisse de grève. C'est quelque chose qu'on a déjà fait. C'est notre manière de soutenir les mouvements sociaux.

A propos des formats numériques, on peut avoir envie de les proposer en promotion ou en sus au moment de l'achat physique du livre. Mais ce n'est pas possible. Le PDF d'un livre a un ISBN⁴⁴ et il a un prix fixe. Ça pose des contraintes intéressantes en termes d'économie.

Concernant nos abonnements, le prix unique nous permet de savoir combien vont coûter les livres, et de nous engager sur une année : « En souscrivant à tel abonnement, vous recevrez un livre par mois dans votre boîte aux lettres, à

44. « *L'International Standard Book Number* ou Numéro international normalisé du livre est un numéro internationalement reconnu, créé en 1970, identifiant de manière unique chaque édition de chaque livre publié postérieurement à l'introduction de l'ISBN, quel que soit son support. » « International Standard Book Number », *Wikipédia, l'encyclopédie libre*, < https://fr.wikipedia.org/wiki/Publier_ou_périr >.

la date de parution et le plus souvent un peu en avance. Les frais de ports vous sont offerts. On prendra soin de vous avec de petites attentions supplémentaires, des messages, des nouvelles, etc.». Par exemple, en 2023 on avait 210 abonné-es à hauteur de 25 000 €. Les abonnements nous apportent deux choses importantes sur le plan économique : avoir de la trésorerie qui arrive tous les mois, et savoir qu'on a une communauté de gens déjà acquéreurs de l'ouvrage. C'est un fonctionnement qui rappelle celui du financement participatif, qui est très courant dans le milieu du livre. Les éditions les Moutons électriques ont lancé un financement participatif où les gens choisissaient un forfait pour acquérir les sorties de l'année. Ils ont financé toute leur année de cette manière. Les éditions Oneiroi se sont lancées par ce biais également, tout comme une librairie rennaise, récemment.

Une campagne de crowdfunding chez ActuSF, par Samantha Chauderon

Je suis Samantha Chauderon. Je travaille aux éditions ActuSF, au poste d'assistante d'édition, c'est-à-dire à la correction, au suivi du maquetage et de la fabrication.

On est une maison d'édition spécialisée dans les littératures de l'imaginaire. Autour d'elles, on a deux grandes lignes éditoriales qu'on aime défendre puisque c'est notre passion. D'un côté, des romans, récits, recueils d'auteurs et d'autrices francophones ou étrangères, dont on aime lire et transmettre les histoires. De l'autre, un deuxième axe non fictionnel autour d'essais, de guides et de l'aspect scientifique des littératures de l'imaginaire. Nos éditions sont également très impliquées dans ce milieu puisqu'on appartient au collectif Les Indés de l'imaginaire,

avec les éditions les Moutons électriques et les éditions Mnémos. On participe également au Mois de l'Imaginaire et à l'Observatoire de l'imaginaire, qui ont pour but d'étudier l'évolution du marché et de participer au partage et à la diffusion de cette culture dans les librairies.

ActuSF fonctionne de manière «classique» d'un point de vue éditorial: c'est une maison indépendante de taille moyenne. Les ventes en librairie représentent la plupart de nos recettes, et sont associées à la vente par correspondance qui se fait directement depuis notre site internet. Occasionnellement, on utilise la plateforme Ulule pour faire des appels à financements participatifs. Nous avons aussi un site d'actualité littéraire, qui fait la particularité de la maison d'édition. On a donc deux têtes: le pôle éditorial et le pôle journalistique. Pour revenir au *crowdfunding*, c'est un financement qu'on a utilisé pour une monographie de Philippe K. Dick, l'écriture d'une monographie de Lovecraft (Christophe Thill, *Le Guide Lovecraft*, 2020) la traduction d'une autre biographie de référence sur Lovecraft en deux tomes (S.T. Joshi, *Je suis Providence*, tomes 1 et 2, 2021 et 2022, respectivement), et plus récemment, pour l'ouverture d'une collection graphique de romans illustrés. On a recours à la plateforme Ulule parce que ce processus permet

de faire exister des livres exceptionnels qui ne le pourraient pas dans une structure comme la nôtre : nous n'avons tout simplement pas la possibilité de les financer. Face à des livres de grande envergure qui suscitent un grand enthousiasme, on a recours au *crowdfunding*. Cela permet de mobiliser beaucoup de partenaires de la chaîne du livre en même temps, de mieux rémunérer les personnes et d'avoir le soutien de toute la communauté.

Pour décrire l'ensemble du procédé, je vais prendre l'exemple du *crowdfunding* qu'on a organisé pour créer la collection de romans graphiques des éditions ActuSF, « Graphic ». Deux projets de *novelas* ont été lancés : *La Guerre des trois rois*, de Jean-Laurent Del Socorro, illustré par Marc Simonetti, et *L'Hypothèse du lézard* d'Alan Moore, illustré par Cindy Canévet – publiés en 2020 tous les deux. Au début, cette idée a germé avec la volonté de proposer ces objets, uniques, et de faire appel à des artistes majoritairement francophones pour les mettre en image. On voulait mettre en avant la francophonie, en particulier au niveau de l'illustration. D'abord il a fallu trouver les partenaires et estimer le coût de fabrication, avant d'impulser le lancement de la campagne. On a construit un rétroplanning en se posant les questions essentielles : quand va-t-on sortir l'ouvrage, à quel moment doit-on mettre en

place la campagne de *crowdfunding*, quels sont les délais de fabrication, quels sont les délais de création? Ensuite, on est entrés dans une période de communication qui s'est étirée sur toutes les étapes de la campagne – pré-lancement, lancement, animation – et qui a demandé beaucoup d'énergie et d'implication. En effet, c'est une phase durant laquelle on est quasiment en contact direct, sans filtre, avec la communauté (qui peut être très grande), j'y reviendrai. Et finalement, soit le projet est validé... soit il ne l'est pas. On a toujours eu la chance de valider nos *crowdfundings* jusqu'à présent. À partir de ce moment-là, s'enclenche vraiment l'étape de fabrication et tout le développement du projet jusqu'à la sortie du livre. Le suivi des commandes et de la communauté qui s'est créée ne doit pas être délaissé. Pour rappel, à ActuSF on est une petite entreprise de trois salariés qui est partagée sur le pôle éditorial et le pôle journalistique. On consacre une grande part de notre énergie à essayer d'entretenir les liens et les échanges avec la communauté. À partir du moment où des lecteurs et des lectrices nous ont soutenues, il faut rester présentes, en lien, autant au niveau de la communication que de la logistique. On fait de notre mieux. La grosse difficulté, c'est la transparence. Lorsque la campagne est terminée, on se concentre à fond sur la fabrication. Faire cohabiter les deux est parfois vraiment

compliqué. On commet des erreurs... mais le plus important est d'en retirer une expérience instructive chaque fois que c'est possible.

Ce modèle de financement participatif crée, pour le lectorat, une ouverture sur le fonctionnement éditorial. On est amenés à expliquer très clairement comment se passe la fabrication d'un livre : la répartition de l'argent, la part dédiée au créateur ou à la créatrice, celle qui est destinée à la fabrication, les coûts de livraisons et d'envois... On temporeise au niveau des délais qui peuvent être perçus comme très longs, et s'il y a des soucis, on prévient, on accompagne. C'est donc un exercice périlleux qui favorise la transparence et qu'on trouve en ce sens plutôt intéressant, et stimulant.

Le *crowdfunding* est ambitieux car il permet de dépasser les limites de sa propre structure éditoriale. La traduction de la biographie de Lovecraft par S.T. Joshi fait trois millions de signes, deux tomes et 1600 pages. Elle a été traduite par dix traductrices et traducteurs simultanés, et coordonnée par un directeur de collection. L'ampleur d'un tel travail aide à comprendre pourquoi cet ouvrage de référence n'avait encore jamais été traduit en français ! On a réussi, grâce aux lecteurs et aux lectrices, à obtenir 25 000 euros de *crowdfunding* sur un projet

qui nous a coûté 60000 euros dans son ensemble. Aux éditions ActuSF, ce modèle de financement est vraiment utilisé comme un levier, un trampoline. C'est une aide salutaire qui couvre rarement l'ensemble de la production, mais qui permet de la construire et la structurer. L'engagement des gens et le soutien obtenu permettent aussi de « prendre la température » sur l'intérêt de la communauté pour le projet. Bien sûr, si un projet atteint les 600 %, 1 000 % d'objectif, l'intégralité de la production est financée, et on peut alors même se permettre des améliorations qui concourent à la création d'un objet totalement unique. Sinon, en fonction des particularités propres à chaque projet, on va chercher à couvrir en priorité telle ou telle dimension : les droits d'adaptation, l'achat des droits, la fabrication, les salaires des artistes... Sur ce genre de processus, on paye tous les acteurs et actrices au fur et à mesure de la fabrication du livre. C'est une opportunité de financement qu'on trouve intéressante pour nos partenaires aussi.

Le *crowdfunding* aux éditions du commun (et pourquoi on ne le pratique pas ou peu)

Le *crowdfunding* peut effectivement être intéressant dans le cadre d'un projet hors-normes qui sortirait de nos habitudes. Lancer une campagne à chaque publication épuiserait clairement tout le monde, nous-mêmes comme les gens qui nous entourent. Il n'y a pas grand monde qui fait ça. Dans notre campagne d'abonnement, on propose trois offres: réabonnement, nouvel abonnement, offre augmentée⁴⁵. Elles vont de 9,50 € à 13,50 € par mois. Elles comportent les mêmes «goodies» et proposent plus ou moins de livres. On cherche à garder la même ambiance, en quelque sorte. Les préventes s'approchent aussi de ce fonctionnement. On avait fait du *crowdfunding* pour nos deux premiers bouquins, en 2015-2016: on donnait à lire des extraits du livre et on annonçait qu'on avait besoin d'un certain nombre de préventes pour lancer la machine. Comme on a lancé les éditions du commun avec zéro euro, on a été obligés de chercher des alternatives. On a parfois eu des soutiens ponctuels d'adhérentes, mais pas d'investissements au sens de gens qui attendent une contrepartie financière, pas simplement en tote bags [rires].

45. Depuis 2023, les offres se déclinent plutôt par collection. Mais on retrouve toujours l'offre d'abonnement général qui permet de recevoir l'intégralité des livres à paraître sur l'année.

Le *crowdfunding* est donc un choix qu'on a mis de côté au départ parce que cette formule d'abonnement nous satisfait et que ça permet de ne solliciter qu'une fois l'an. Un peu comme les Moutons électriques le font pour leur campagne. Les gens sont déjà sur-sollicités, notamment pour donner de l'argent. C'est une situation potentiellement nauséuse. Par ailleurs, les participations citoyennes ont du sens pour nous, mais on fait aussi attention aux répercussions qu'elles peuvent avoir sur le plan politique. Il ne faudrait pas dédouaner les politiques publiques, par exemple.

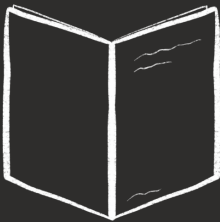
D'autres formes de ventes en ligne existent : des plateformes donnent accès à certains livres, un peu comme Deezer ou Spotify pour la musique. Elles contiennent des publicités hors abonnement, et proposent sinon des abonnements mensuels ou à la page. On s'efforce d'accueillir ces idées-là pour voir ce que ça raconte, d'en comprendre tous les rouages. Parce que le leitmotiv du numérique restera toujours : « Si c'est gratuit, c'est toi le produit. » À part pour nos téléchargements en Creative Commons [rires]. Je veux dire, on reste méfiant^{es} sur les modèles économiques de ces nouvelles plateformes, sauf s'il est clairement affiché qu'il s'agit de licences libres et qu'il y a un effort spécifique de gratuité qui s'inscrit dans un fonctionnement plus large. J'ai été impliqué dans le milieu de la musique, et je me suis toujours intéressé à son modèle économique pour essayer de le transposer au milieu du livre. Avec les grandes

plateformes musicales, c'est toujours les mêmes qui sont les plus lésés, ceux et celles qui sont au bout de la chaîne. Si on regarde Youtube, il faut atteindre le million de lectures pour commencer à envisager d'en vivre. Et puis il y a également toujours cette nébuleuse autour du fonctionnement des algorithmes, qui met plus en avant telle personne plutôt que d'autres. Et souvent, les plus gros profitent d'une meilleure visibilité.

En revanche, les financements participatifs ou les préventes, contrairement aux ventes traditionnelles de livres, mettent en avant l'importance du lectorat en tant que vrai maillon de la chaîne du livre. Dans le cadre participatif, le livre existe parce que des lecteurs et lectrices s'y sont intéressés en premier lieu. Les théories marketing s'intéressent évidemment à cette notion de participation, mais peut-être que dans le milieu du livre, c'est l'occasion de regarder autrement les lecteurs et lectrices qui ont longtemps été considérés uniquement comme des consommateurs. Par ailleurs, si une personne a fait cet effort de suivre un livre sur une campagne de préfinancement alors qu'elle ne l'avait pas en main et qu'elle l'a ensuite acheté en ligne, on peut imaginer qu'elle va parler du livre dans son réseau de proches. Elle va sans doute faire du relais avec les librairies, de manière volontaire ou non. Dans la musique, le groupe Odezenne est un exemple concret de ce type de rapprochements entre les artistes et leur public: ils ont mis en place des concerts à la demande, en ouvrant différentes pages Facebook pour

chaque ville en disant: «À partir d'un certain nombre de gens qui diront qu'ils sont motivés pour nous voir, on organisera un concert.» C'est devenu leur modèle principal de tournée. Ils sont même allés à New-York, Toronto parce qu'en rigolant ils avaient ouvert une page! Quand 2 000 ou 3 000 personnes disent: «Ok, si vous venez on vous prend une place», on est dans un modèle de prévente. Le groupe anticipe le fait qu'il rentrera dans ses frais en se déplaçant à tel ou tel endroit. Autre exemple, dans la presse: Mediapart a fait partie des premiers à proposer des abonnements mensuels à la demande qui donnent un accès illimité à leurs contenus. J'y suis abonné, parce que je connais leur modèle économique. Chaque début d'année, Médiapart produit une vidéo dans laquelle Edwy Plenel détaille tous leurs chiffres, et les «coulisses» économiques de leur modèle, dans une volonté de transparence: on est exactement dans l'enjeu que nous portons à travers *La Mécanique du livre*. Je pense aussi à une autre structure, Les Jours, regroupant des journalistes qui vont traiter d'un sujet politique à la manière d'une série, avec des épisodes récurrents, des saisons, etc. Ils ont également fait le choix de l'abonnement. C'est un fonctionnement qui permet de se dire: «On a tant de personnes qui sont prêtes à nous suivre, on multiplie par X euros mensuels, on sait qu'on peut travailler avec un certain nombre de journalistes pendant un an», et de se projeter. Encore une fois, il y a de la transparence et une vision qui est favorable aux contenus en accès illimité.

Épisode 7:
La lecture,
le lecteur,
la lectrice,
le lectorat



Pour nous, la chaîne du livre démarre d'une auteuice pour aller jusqu'au lecteur, à la lectrice. On a peut-être tendance, au fil du processus, à perdre de vue parfois ces dernières, tant ils se trouvent à la fin de cette grande chaîne, alors que le lectorat a une place centrale, notamment sur le plan économique. On gagnerait d'ailleurs sûrement à penser les choses en termes d'horizontalité et de concomitances. Et c'est d'ailleurs la limite de penser le secteur comme une chaîne linéaire où chaque acteuice ne serait connecté qu'avec celui/celle en amont et en aval. Nous aimons penser et envisager le secteur du livre comme un écosystème, une écologie où les relations sont plus complexes et démultipliées et où le/la lecteuice et l'auteuice ne sont pas en bout de chaîne mais bien au cœur des pratiques de lecture.

On pourrait s'amuser à définir ce qu'est un lecteur ou une lectrice. Je pense qu'on est fréquemment en contact avec une certaine communauté de gens qui nous lisent : celles et ceux qu'on côtoie, qui nous suivent, nous apprécient. On ne peut pas le nier, c'est vraiment important d'avoir du monde autour de nous qui porte un intérêt, non pas juste à un livre ou deux ponctuellement, mais au travail éditorial dans son ensemble. Ces lecteuices, dans leur pratique, ne regardent pas que le titre de l'ouvrage. Ils identifient les éditions et la manière dont elles travaillent, cherchent à les comprendre pour les suivre – ou non. On les retrouve sur nos réseaux sociaux, inscrit·es aux newsletters, ou dans nos abonnements. On est avec elles, avec eux, dans une forme

de proximité. C'est évidemment une perception centrée sur la maison d'édition. Même si la lecture est une question sociale qu'on voudrait plus transversale, notre souhait en tant que maison d'édition est de faire lire, mais de le faire à travers nos ouvrages, contrairement aux bibliothèques par exemple.

Quoi qu'il en soit, les éditions du commun s'inscrivent dans la culture de l'éducation populaire, le rapport aux lecteurs est un de ses fondements. Le travail de Claire Aubert⁴⁶, qui est autrice chez nous et qu'on a côtoyée bien plus tôt, nous a aussi sensibilisés au fait qu'on n'est pas tous et toutes égaux, que la lecture est une pratique sociale. Livre ou roman, la lecture est multiple, plurielle, numérique, elle est présente dans nos déplacements quotidiens, nécessaire pour faire ses démarches administratives, etc. Le livre, souvent sacralisé, n'est donc pas le seul support de lecture. L'éducation populaire pose comme un enjeu le fait de se réapproprier des savoirs. La pratique de « l'arpage » par exemple, qui est un de ses outils, consiste à explorer un livre collectivement en se le partageant – c'est-à-dire en déchirant ses pages.

46. Claire Aubert est autrice et mène de nombreuses recherches sur les pratiques de lecture et les conditions de leur transmission. Elle a publié *Des gestes de lecteurs* aux éditions du commun en 2016.

Claire Aubert, autrice du livre

Des gestes de lecteurs aux éditions du commun

Pour me présenter, je peux dire que ce qui m'intéresse depuis longtemps et de diverses façons, c'est l'éducation ou la médiation autour du livre et de la lecture. Aujourd'hui, je suis la plupart du temps formatrice pour adultes notamment sur les pédagogies de l'écrit, c'est-à-dire que je m'intéresse à ce qui permet aux gens de se réapproprier des moyens d'expressions : lire, écrire et faire circuler leurs écrits. Dans le passé, j'ai également fait beaucoup d'organisation d'événements littéraires. Je connais donc relativement bien le milieu du livre, pour différentes raisons.

Après plusieurs années à organiser ces événements littéraires que j'évoquais, plein de questions commençaient à me « gratter » sévèrement, et je ne

savais pas du tout comment les traiter. Des questions qui étaient assez simples et bêtes, comme le fait que je passais mon temps professionnel à organiser des festivals ou des rencontres... qu'à titre personnel je ne fréquentais pas. Je me demandais pourquoi je proposais aux autres ce dont je ne voulais surtout pas pour moi. Quand on travaillait avec l'Éducation nationale – des lycéens par exemple, je me demandais ce qu'on leur transmettait et ce qu'ils vivaient, au-delà des contenus du livre. Ce que ça pouvait changer dans leur vie. Et je cherchais. Comme je faisais de la formation aussi, j'essayais de lire. Ce que je trouvais en sociologie de la lecture ne me satisfaisait pas tout à fait. Du côté littéraire, on s'intéresse au contenu, à la littérature. Du côté de la sociologie, on trouve surtout des questions qui sont posées par les bibliothèques, par les équipements publics qui s'interrogent sur la médiation autour du livre. A l'époque, dans les bibliothèques on parlait beaucoup de «lecteurs» et de «non-lecteurs». Ce sont des termes sur lesquels je me suis beaucoup arrêtée: qu'est-ce qui conduit à cette qualification? Je trouvais ça fort de désigner des gens comme non-lecteurs. Dans le monde des bibliothèques, il s'agissait surtout des personnes qui n'y étaient pas inscrites ou bien qui n'y passaient jamais. Pour autant, je me disais tout simplement qu'il y a des tas de gens que je connais – moi la première à différentes époques

de ma vie – qui ne mettent pas les pieds dans une bibliothèque mais qui lisent, évidemment. De plein de façons. Soit avec des livres prêtés, soit en achetant en librairie, soit à travers d'autres choses que des livres. Donc, de fil en aiguille, j'ai essayé de chercher des appuis en sciences sociales, au sujet des lecteurs et lectrices, pour savoir de *qui* il s'agit et ce qu'on entend par lecture. C'est sacrément compliqué parce qu'il y a cinquante définitions différentes ! Alors, j'ai fini par m'appuyer sur des travaux plus anciens, selon lesquels on ne lit pas de la même manière à toutes les époques et dans tous les pays. On est donc d'abord le lecteur d'un contexte particulier, avec sa production éditoriale, son rapport au savoir et ses façons de faire circuler tout ça. Et, si on regarde de plus près, on se rend compte que c'est encore plus complexe qu'il n'y paraît, que chaque lecture produit une trajectoire très singulière.

Les statistiques en sociologie sont intéressantes, mais elles visent surtout à demander aux gens combien de livres ils lisent par an. En me promenant avec mes questions bêtes, je m'apercevais surtout que les réponses que je trouvais dans les écrits théoriques fournissaient toutes les représentations normatives sur ce qu'on entend par lecture, ou livre, ou littérature, mais qu'elles ne racontaient pas grand-chose des pratiques de lecture telles que je pouvais les

observer sur moi, ou sur mon entourage, faites de pleins de choses invisibles qu'on ne veut pas qualifier. Par exemple, en France aujourd'hui, quand on dit «lecture», on entend d'abord livre. Lecture = livre. Donc tout ce qu'on lit et qui n'est pas du livre sera considéré comme de la moins bonne lecture, ou bien une lecture qui aura besoin de se nommer pour pouvoir être regardée. Juste après, on a livre = littérature. Ainsi, quand on demande aux gens s'ils lisent, ils vont d'abord se référer au fait de lire ou non des livres de littérature, majoritairement de fiction. C'est très caricatural évidemment, mais on a besoin d'avoir des points d'appui, mêmes grossiers, pour essayer de mettre au jour tous les systèmes de normes qui se promènent dans les têtes et dans la société dans laquelle on vit. Donc lecture = livre, livre = littérature. J'avais besoin d'avoir une définition très extensive de la lecture en me disant qu'en réalité, on lit partout, tout le temps. Sur l'ensemble des supports électroniques, sur n'importe quel smartphone ou ordinateur, dans la vie quotidienne et administrative, pour se déplacer dans la rue, que ce soit en voiture ou en transport en commun, pour s'informer quand on est au supermarché, pour tout un tas de choses, on sollicite des actes de lecture et d'écriture. Ces remarques-là m'amenaient à considérer qu'il n'y a pas tellement de lecteurs et de non-lecteurs, ou lectrices et non-lectrices, puisqu'en

France aujourd'hui, tout le monde a de toute façon un rapport à l'écrit. En revanche, on peut travailler avec les gens à qualifier ce rapport-là : est-ce que c'est plus ou moins simple, plus ou moins honteux, plus ou moins gourmand, plus ou moins facile ? Partir du principe que les gens lisent de toute façon, et leur demander ce qu'ils lisent me paraît beaucoup plus fécond. On peut ensuite regarder leurs pratiques et la manière dont ils peuvent les faire évoluer – puisque j'ai aussi une casquette de formatrice, et que c'est cette évolution qui m'intéresse.

Je ne sais pas si c'est scientifique ou si c'est un postulat, mais je pense qu'un texte existe quand il est lu. Si personne ne le lit, le texte n'a pas de raison d'être. Un texte qui n'est pas lu ou qui ne circule pas, est un texte mort, ou stérile. Ce qui m'intéresse, c'est l'acte de lecture, c'est-à-dire la manière dont une personne – ou un groupe de personnes – construit du sens à partir de signes écrits qui sont sur un support, papier ou numérique, etc. Dans les sciences sociales, on ne trouve pas grand-chose sur les pratiques de lectures en général, en tout cas pas du point de vue des lecteurs eux-mêmes. On pourrait dire que le lecteur est un grand oublié. On a des éléments en psychologie qui prennent un point de vue très intime, très singulier, sur la construction de soi. En sciences de l'éducation, l'analyse porte sur l'apprentissage de

la lecture à l'école, en tant que pédagogues ou enseignant^{es}. Mais à quel endroit les lecteurs et lectrices sont réellement invités à s'exprimer là-dessus? Qui leur propose de se définir eux-mêmes et elles-mêmes? Qui les invite à se pencher sur leur propre histoire?

Une autre partie de mes travaux consistait à interroger des gens dont le métier ou la fonction était d'en faire lire d'autres : bibliothécaires, enseignant^{es}, éditeuices, libraires, graphistes, etc. Toutes ces personnes ne travaillent pas à transmettre le livre ou la lecture, parce que ça ne veut pas dire grand-chose, elles cherchent à transmettre ce qu'elles ont elles-mêmes trouvé, pensé, développé, cultivé, dans leur propre rapport au livre et à la lecture. Pour moi, la lecture ou le livre, c'est un *moyen*. C'est le moyen de quelque chose qui est très singulier, propre à chacune. Une dame qui avait 80 ans me racontait qu'elle avait été, pendant une grande partie de sa vie, enseignante et directrice d'école, et qu'une fois à la retraite, elle avait monté une bibliothèque et pensé pleins de choses à l'échelle intercommunale. En fait, ce qui comptait pour elle, ce qui avait guidé sa vie à travers différents rôles, c'était permettre aux enfants d'être en contact avec des livres : à l'école quand elle était enseignante, avec des pratiques de textes libres, et par l'apprentissage de la lecture-déchiffrement ;

à la bibliothèque, où elle déployait plein d'idées pour faire venir des groupes d'enfants. C'était en relation avec son propre parcours. Elle était née dans les années 1930, en milieu rural, au sein d'une famille nombreuse. Dans ce contexte, la présence de documents écrits n'avait pas du tout la même valeur qu'aujourd'hui. Pour elle, l'accès au savoir et à d'autres univers a été rendu possible par l'école, et par la figure de son institutrice qui lui a permis de se décaler un peu, de sortir de son contexte de naissance: «C'est cette personne qui m'a mis des livres dans la main et qui m'a embarquée à l'école à quatre ans.» Dans les différents entretiens, je demandais à la fois aux professionnelles que j'interrogeais quelle était leur trajectoire de lecture, comment ils et elles se racontaient leur propre histoire, et de quelle façon ils exerçaient leur métier de libraire, de graphiste, d'éditrice, etc. L'idée était de regarder s'il y avait des parallèles, des échos ou des contradictions entre ces deux histoires. C'est ce qui faisait apparaître ce que j'ai appelé les «gestes de lecteurs».

Dans cette manière de dire: «Je veux partager avec les autres ce que j'ai trouvé pour moi», on est face à un moteur très important. En même temps, d'un point de vue éducatif ou sociétal, c'est compliqué de se restreindre à ça. Par exemple, si la plupart des enseignantes sont d'anciennes bonnes élèves, il va leur

être compliqué de savoir quoi proposer ou comment travailler avec des gens qui galèrent à l'école. On peut facilement transposer ce raisonnement au milieu du livre: si celles et ceux qui y travaillent sont des « super-lecteurs », qui ont très peu conscience de leur propre capacité d'orientation ou de la manière dont ils et elles se sont construites, on va voir une tendance à fabriquer leur propre norme à partir de leurs parcours, de manière tacite. Ils et elles vont les reproduire. Ce qui peut être embêtant sur le plan social ou politique, c'est que cette construction laisse des points aveugles qui sont énormes et qui peuvent porter à conséquence sur l'accès à l'écrit par exemple. Dans un pays démocratique, on n'a pas le droit de se dire: « On a 10% ou 20% de la population qui n'a pas accès à l'écrit et ce n'est pas grave ». C'est grave, et ça concerne tout le monde.

Les professionnelles du livre parlent de « métier-passion ». Quand ils abordent le livre et la lecture, ils se situent souvent entre le registre de l'affect et celui de la métaphore. Je pense notamment à des connotations très morales autour de l'éducation, de « l'École de la République ». Au sujet de la lecture pour les enfants, par exemple, l'enjeu est de décider ce qui est bien pour eux en fonction d'un état républicain qui veut construire ses citoyens de demain. Si dans certains groupements de libraires et même

dans le secteur institutionnel, j'ai pu recueillir des propos tels que: «Lire c'est bien», «Lire ça rend citoyen»... encore faut-il se demander *pourquoi? Comment? Quoi? C'est quoi, lire?*

L'autre idée qui ressort de ma recherche concerne la manière dont on considère la lecture. Là aussi, je vais simplifier en caricaturant: «La lecture est vraiment une compétence intime et singulière, le lecteur a été touché par la grâce du ciel, il est vraiment chanceux, on ne sait pas très bien comment ça s'est fabriqué, c'est un peu magique, mais en tout cas, Joie, Bonheur, il a accès à des imaginaires et des champs de littératures formidables» [rire]. D'accord, je grossis le trait, mais c'est quelque chose qui traîne quand même dans les esprits. C'est vrai qu'il y a une dimension intime dans la lecture, je ne la nie pas, mais j'avais envie de tenir l'autre bout de la corde, en m'appuyant sur les sciences sociales. Je pense qu'on ne lit jamais tout^e seule parce que dans notre façon d'apprendre à lire et de continuer à lire, il y a plein de gens autour de nous. Il y a des rencontres, l'environnement familial et social dans lequel on a grandi, l'école, les gens qu'on a pu côtoyer, ceux qui nous ont parlé de livres ou qui nous en ont conseillés. Il y a aussi des personnes qui nous ont intéressé à un domaine particulier sur lequel on va vouloir se pencher à travers la lecture. Quand

on lit, on est « nombreux », nombreuses. Il y a une foule en soi. Comment est-ce qu'on peut considérer ce nombre-là, ce collectif-là, cette foule-là ? Qui est là quand on lit ? Et parce qu'il y a toujours un parallèle entre lecture et écriture : qui est là quand on écrit ? Un des points d'appui les plus essentiels de ma réflexion actuelle est qu'il faudrait arrêter de se penser tout seul dans cette tâche-là. L'enseignante n'a pas à porter sur ses épaules l'éducation à la lecture et à l'écriture pour l'ensemble de l'humanité. Il ou elle travaille à un endroit donné, avec des enfants particuliers, au sein d'une équipe, ou d'un réseau de professionnelles, il ou elle intervient dans une commune qui compte différentes structures telles que des bibliothèques. Mon travail de recherche s'axe à présent sur la complémentarité des rôles dans le travail de médiation autour du livre et de la lecture.

Élaborer notre ligne éditoriale

Nos deux premiers livres d'essais et de sciences sociales, *Le Travail du commun* de Pascal Nicolas-Le Strat (2016) et *Des gestes de lecteurs* de Claire Aubert (2016) ont posé les bases de la ligne éditoriale des éditions du commun. Parce qu'ils amorcent des réponses à la question « Qu'est-ce que *le commun* ? » qui nous sous-tendent. Nous nous

demandons: pourquoi et comment nous pensons politiquement cette notion?

Vis-à-vis des lecteurs et lectrices, on s'est chaque fois posés la question du cadre spécifique qu'on crée quand on édite un livre: son identité, son nom, son format, son prix, etc. C'est une manière, non pas de toucher le lectorat le plus large possible, mais de ne pas trop s'en éloigner. Dans cette optique, on a choisi de ne pas faire de «beaux» livres afin d'avoir un rapport qualité-prix qui nous convienne. On a aussi un service minimum de mise à disposition des textes sous licence libre et en téléchargement PDF. Pour nous, l'argent ne doit pas empêcher d'accéder à nos textes. On a aussi mis en place des lectures en podcasts qui permettent d'écouter des extraits de livres et qui proposent une autre porte d'entrée vers nos textes. Quand on est suffisamment disponibles pour tenir un stand dans le cadre d'un événement, on a envie de défendre une certaine vision des choses: on peut déchirer un livre pour en tirer des extraits par exemple, et que les gens repartent gratuitement avec un de ses chapitres. *Le Travail du commun*, dans sa découpe et sa construction, s'y prête assez bien. Dans le même esprit, on a aussi multiplié les interventions autour du dispositif de l'arpentage qu'a évoqué Claire Aubert, qui consiste à s'approprier collectivement un ouvrage. On commence par le désacraliser en le déchirant en autant de parties qu'il y a de personnes présentes. Un temps de lecture individuel est proposé à chacune avant de se retrouver en collectif. Chacune

pourra reconstruire avec son fil, à partir de ce qu'il ou elle aura lu, le propos plus global de l'ouvrage. Je pense aussi à la parole des auteu·ices. Quand on écrit un essai, quand on écrit des choses qui viennent questionner différents sujets de société, on est tout aussi pertinent·e à écouter qu'à lire. Finalement, quelle que soit la stratégie mise en place, le plus important pour nous est de multiplier les rencontres. Je considère que 95% de mon temps consiste à échanger avec des gens. Réengager du terrain, de la rencontre, c'est important dans nos métiers et dans nos vies. Le *Recueil à punchlines (RAP)* (collectif, 2020) est un ouvrage qui a été pensé spécifiquement autour de la rencontre avec les habitantes et habitants du quartier, dans différents temps de collectes de ces *punchlines* issues des quarante dernières années de RAP francophone. Ce recueil, maintenant qu'il est édité, est de nouveau un prétexte pour mettre en place des ateliers, des rencontres en collège, etc. qui aboutiront peut-être à un deuxième ouvrage...

Stimuler les pratiques de lecture à travers l'évènementiel et l'action culturelle autour du livre, avec Justine Brunet

Je travaille dans ce secteur depuis une dizaine d'années, que ce soit par la participation à des colloques de maisons d'édition ou autour du développement d'actions culturelles dans les réseaux de bibliothèques publiques. Aujourd'hui, je travaille pour trois associations: Colères du présent, basée à Arras, organise notamment le Salon du livre d'expression populaire et de critique sociale depuis 2002. C'est une association qui mène énormément d'actions auprès des publics toute l'année, que ce soit par le biais d'ateliers, de cafés-débats, de résidences d'auteurs, etc. Je travaille aussi pour Du Vent dans les Mots à Lille Sud où j'accompagne deux lectrices, chanteuses qui interviennent auprès de divers publics dans différentes structures, centres

sociaux, CHRS⁴⁷, autour de temps de lecture, temps de discussions, ateliers d'écriture, de reliure, etc. On développe le livre sous toutes ses formes. Avec l'association Mine de culture(s) à Hénin-Beaumont, on cherche à valoriser les langues et les cultures liées aux immigrations dans le bassin minier. On y travaille avec des auteurs et autrices sur l'exploration des langues dans l'espace public. Avec notre festival des langues et des cultures qui s'appelle le MeltingPotch, on développe aussi des animations plus ponctuelles comme le karaoké polyglotte.

Mon métier est indubitablement lié à la question des publics. Il y a des projets qui ont un public dit « captif » : quand on travaille avec une classe par exemple, le travail est avant tout mené avec l'enseignant^e. Mais attention, ce n'est pas parce qu'on a une classe qui est prête à accueillir l'intervenant^e que c'est gagné. Il faut faire de la sensibilisation en amont, préparer les enfants à ce qui va se passer, etc. De la même manière, sur de l'évènementiel plutôt grand public, il y a un travail de communication, de fidélisation des publics : on cherche à faire venir un maximum de personnes, on s'appuie beaucoup sur le travail partenarial pour relayer l'évènement. On est aussi attachés à ce que des actions portées en

47. Centre d'hébergement et de réinsertion sociale.

amont participent à préparer les publics à cet événement. On cherche à s'inscrire dans le temps, dans la durée. L'objectif de chaque événement mobilise chaque fois une grosse réflexion au quotidien. Si l'objectif est de travailler une rencontre entre un ou une intervenante, un auteur ou autrice, un texte, un livre et les publics, on veille à ce que cette réflexion soit toujours au centre de notre démarche: avec qui on travaille, pour qui, comment on va faire, quelle stratégie mettre en place pour que la rencontre soit la plus forte possible?

Je peux parler du Salon du livre d'expression populaire et de critique sociale d'Arras. Le 1^{er} mai, il y a une grosse journée organisée autour du salon du livre, mais il se passe beaucoup de choses les jours, voire les semaines précédentes. C'est un salon qui accueille 80 auteurs et autrices de bande dessinée, d'essais, de romans, de poésie, de littérature jeunesse, d'albums, etc. On accueille une soixantaine de maisons d'édition indépendantes de toute la France, comme les éditions du commun par exemple. Il y a aussi des bouquinistes. C'est important pour nous qu'il y ait du livre pas cher, même si c'est une pratique peu répandue dans le milieu. Le livre d'occasion permet clairement d'attirer d'autres publics. On les voit qui viennent tôt le matin pour aller farfouiller dans les rayonnages des bouquinistes et qui restent

parfois aussi sur la journée. On a deux scènes de musique: une scène punk et une scène cultures urbaines, plutôt rap. Dans le forum associatif, il y a une soixantaine de stands dédiés à des associations de luttes. Et on propose des spectacles, pour tous les âges, dans lesquels le texte est mis en avant: lectures musicales, spectacle vivant. Ce qui est pour nous central, c'est aussi que les invités soient un maximum dans la rencontre avec les publics, qu'ils ou elles ne soient pas juste derrière leur table mais participent à des rencontres, à des débats. On a environ cinquante débats sur la journée qui permettent de créer des tables rondes où auteurs et autrices vont échanger ensemble sur des thématiques qu'on aura travaillées. Radio PFM, qui est une radio libre et sans pub, est présente et accueille des débats toute la journée dans des chapiteaux. En dehors de l'importance d'assister à un débat et de réfléchir ensemble, il s'agit de créer de la rencontre. Tout est gratuit et en accès libre. Il n'y a pas d'entrée ni de sortie, puisque tout se passe sur la place publique. On a des personnes qui viennent toute la journée, d'autres qui vont venir une heure rencontrer tel ou telle invité, il y a des gens qui traversent le site pour aller acheter leur baguette de pain, et qui au passage voit du graf ou des jeunes en train de crier des poèmes sur des chaises en plein milieu de la Grand Place! Même si c'est un peu compliqué d'évaluer le nombre

de visites sur cette journée, on estime en accueillir environ 20 000 personnes.

Dans une tout autre dimension, j'aimerais également parler de l'association Du Vent dans les Mots qui fait une fête du livre à Lille Sud en juin. Lille Sud est un quartier qu'on dit prioritaire avec un plan d'urbanisation en plein renouvellement. Ce quartier bouge beaucoup. C'est un quartier très récent avec des jeunes familles. L'idée c'est vraiment de proposer un temps avec ces familles dans le quartier. On va faire une communication qui est donc à l'échelle du quartier : les affiches sont dans toutes les entrées d'immeubles ! On communique aussi en s'appuyant sur le réseau des professionnels du livre de la métropole Lilloise, et on va travailler sur la mixité des publics en faisant venir des gens du centre-ville. Mais prioritairement, on veut travailler avec les familles qu'on rencontre toute l'année dans les différentes structures dans lesquelles on intervient. Durant l'après-midi, on installe des petits stands d'illustrations de livres-accordéons, des lectures en musique avec des intervenant·es musicien·nes, des ateliers d'écriture et de poésie, du chant sous parapluie... Dans ce rapport convivial, tout est imaginable. On compte en général 400 personnes qui vont vraiment passer l'après-midi avec nous, dans ce jardin au pied des tours, et qui vont prendre

tout leur temps pour découvrir le livre sous toutes ses formes. On est plutôt sur la découverte de l'objet, des histoires, de l'imagination, que sur la rencontre avec des auteurs ou autrices.

Entre ces deux événements que je viens de présenter, les choix qui sont faits ne sont pas du tout les mêmes. Je cherche à montrer qu'on a différentes possibilités pour développer tout ça. Par exemple, à la fête du livre à Lille Sud, il n'y a pas de vente mais cela ne nous empêche pas de travailler autour d'une bibliographie de qualité, où on va privilégier des livres moins diffusés qui sont portés par des éditions indépendantes. On défend des coups de cœur, mais de manière différente.

Le lecteur-consommateur

C'est à la fois une personne avec qui on souhaite échanger, partager, et en même temps un acheteur ou une acheteuse possible à qui on veut vendre des livres en employant des méthodes marketing, qu'on serait autrement plutôt enclines à critiquer. Notre manière d'atténuer cet aspect indésirable a été de nous orienter vers les licences libres et de proposer nos livres en téléchargement gratuit. Dès lors, toutes nos démarches commerciales viennent en vis-à-vis

de cette proposition et ne deviennent pas l'unique motif de rencontre avec les gens. Ça allège beaucoup de choses. On l'a vu, lorsque les auteurs qui ont leur livre en téléchargement intégral présentent leur livre au public, ils et elles ont beaucoup plus de facilités à le vendre. C'est une barrière qui tombe et facilite la rencontre. L'effet est le même au niveau de la maison d'édition. Si en plus, on explique le prix du livre à travers notre démarche, nos choix réfléchis ainsi qu'en mentionnant l'ensemble des personnes qu'on rémunère, c'est beaucoup moins embêtant d'être dans une démarche commerciale. Celle-ci n'est jamais celle qui nous met le plus à l'aise lorsqu'on vient à parler de choses très fortes comme le rapport à la lecture, le rapport à un ouvrage, à une création, etc. Cette question se pose surtout avec les gens qu'on rencontre en direct, parce qu'il ne faut pas oublier qu'une grosse partie de notre lectorat sont des personnes qui nous découvrent en librairie, grâce au fabuleux travail des libraires et de tout le reste de nos intermédiaires, et qui ne savent pas forcément tout ce qu'on fait. Ils ne savent pas forcément au départ en achetant le livre qu'il est aussi en téléchargement gratuit, en licence libre.

Un autre lieu où lecteurs et lectrices peuvent nous découvrir en dehors de cette dimension économique, c'est la bibliothèque.

Mathieu Masson, bibliothécaire

Je travaille à la médiathèque de Saint-Malo en tant que chargé de mission accessibilité hors-les-murs. Les médiathèques proposent maintenant de nombreux supports : du jeu vidéo aux partitions musicales en passant par les DVD et les CD. Ce type de lieu sert de lien entre les structures, les auteurs et autrices qui produisent les contenus et les gens qui sont censés les lire à l'arrivée. On est sur la notion de lecture publique, l'idée d'avoir des lieux qui sont accessibles librement et gratuitement. Même si on a la chance d'avoir le prix unique du livre en France, cet achat peut représenter un investissement que les gens peuvent trouver difficile à faire, notamment s'ils ne sont pas habitués à lire. Un abonnement à une médiathèque permet d'emprunter les supports, de les emporter à la maison. Il existe des exonérations selon les situations, et la plupart du temps, le fait d'habiter la commune suffit à rendre l'abonnement gratuit.

Concernant mon poste, l'idée est de toucher ce qu'on appelle dans le jargon les « publics éloignés » ou les « publics empêchés ». Ce ne sont pas des appellations très heureuses, mais pour l'instant on n'a pas trouvé de formule plus adéquate, moins stigmatisante. Ces publics peuvent désigner les personnes en situation de handicap (quel que soit le type de handicap), celles en situation d'illettrisme, ou encore les personnes détenues, puisqu'à Saint-Malo, il y a une prison. L'objectif est de porter une démarche spécifique vers toutes les personnes qui, pour une raison ou pour une autre, qu'elle soit temporaire ou permanente, peuvent rencontrer des difficultés à venir physiquement à la médiathèque, ou à accéder à la lecture. Aujourd'hui, on n'a pas de service de portage à domicile pour les femmes enceintes, mais ça pourrait éventuellement être mis en place – dans la mesure de nos contraintes horaires, financières et de nos effectifs. Il y a aussi les personnes éloignées des bibliothèques pour des raisons socio-économiques, qui pensent qu'elles ne sont pas les bienvenues dans ce lieu et qu'il n'y aura rien pour elles à l'intérieur. Or, vu le nombre de documents, à Saint-Malo en tout cas, il est difficile d'imaginer qu'une personne ne trouve aucun document qui l'intéresse. Toute la difficulté est en fait de trouver le document qui va inciter la personne à fréquenter ce lieu, sans se sentir marginalisée.

Ce métier porte une dimension profondément sociale. Dans la notion de lecture publique, la médiathèque se doit d'être un lieu ressource au niveau local sur les questions de lutte contre l'illettrisme. Évidemment, entre la théorie et la pratique, il y a une marge qui ne peut se réduire qu'avec un travail sur le temps long. On propose des animations pour que les structures aient l'occasion de venir avec les personnes qu'elles suivent. L'idée c'est que les gens viennent accompagnés au début, et petit à petit qu'ils s'habituent au lieu et qu'ils acceptent finalement de venir seuls. Qu'ils *osent*. On a aussi d'autres brèches qui peuvent servir de porte d'entrée. Par exemple, à Saint-Malo, les gens peuvent aller sur internet deux heures par jour, gratuitement. Il n'y a pas besoin d'être abonné, il suffit (je veux dire «il suffit» entre guillemets) d'avoir une pièce d'identité pour créer un compte à partir duquel les gens peuvent utiliser internet, consulter leurs mails, etc. Dans la catégorie *presse*, on a aussi quasiment 300 périodiques, c'est-à-dire des magazines, des journaux, des revues, etc. C'est une véritable alternative au format livre qui peut effrayer, repousser certains lecteurs. Avec des structures comme Livre et lecture en Bretagne, une réflexion est menée autour de ce qu'on appelait

le « Facile à lire »⁴⁸, et qui s'est maintenant étendu au « Facile à lire et à comprendre ». Là encore, c'est une terminologie particulière, mais l'important est qu'on soit dans cette démarche, ce questionnement pour que les gens puissent se sentir légitimes, qu'ils se sentent les bienvenus à la médiathèque.

Au niveau du fonctionnement, il y a deux grands types de médiathèques : les bibliothèques universitaires, et ce qu'on appelait avant les bibliothèques municipales. La médiathèque de Saint-Malo est une bibliothèque municipale : le budget est fourni par la ville. Les tarifs de l'adhésion sont fixés par le conseil municipal, tout comme le règlement intérieur qui établit le nombre de livres et de documents qu'il est possible d'emprunter, sachant qu'à Saint-Malo, le nombre de livres empruntables est illimité. Je dis souvent aux gens en rigolant : « Si vous arrivez à en porter 200, vous pouvez en prendre 200 ! » Au sujet de notre économie interne, il y a une différence notable entre les livres et les DVD. Les livres sont achetés avec un petit pourcentage de réduction, contrairement aux DVD qui peuvent nous coûter

48. Le « Facile à lire » est une démarche qui vise à proposer, en bibliothèque et autres lieux de médiation, une offre de lecture pour des personnes qui n'ont jamais vraiment maîtrisé l'apprentissage de la lecture ou qui ont désappris à lire. (Définition proposée sur le site web du ministère de la Culture)

jusqu'à 60, 70, 80 euros pièce, parce qu'on paye dès le départ les droits de prêt et éventuellement de consultation. Pour les livres, le budget est fixé par le conseil municipal. On procède ensuite à un découpage entre les différents pôles. Chez nous il y a par exemple le pôle jeunesse et le pôle adulte, qui sont eux-mêmes sectorisés selon les types de documents : romans, documentaires. Il faut tenir compte des spécificités de chaque secteur de la médiathèque pour parvenir à un équilibre économique global.

Au sein de la chaîne du livre, on côtoie surtout les auteuices, les libraires et les lecteuices. On organise des conférences, des temps forts avec auteurs et autrices. Par exemple, à Saint-Malo, on a des cycles de rencontres autour des sciences humaines et sociales ou autour de l'imaginaire. Récemment, on a accueilli Johan Heliot⁴⁹ par exemple. En lien avec Étonnants Voyageurs et Quai des bulles qui sont deux gros festivals organisés à St-Malo, on accueille également des artistes : écrivains ou dessinateurs, dessinatrices. Pour ce qui est des libraires, ce sont celles et ceux qui nous fournissent. On achète nos livres auprès des librairies à travers des marchés

49. Johan Heliot – de son vrai nom Stéphane Boillot-Cousin – est auteur de littératures de l'imaginaire et jeunesse. Il a notamment publié la série uchronique *La Trilogie de la Lune* aux éditions Mnémos (2000 – 2007), et *Frankenstein 1918* chez L'Atalante (2019).

publics : il y a des publications, des sortes d'appels d'offre. Il va y avoir un marché pour les livres jeunesse, un autre pour les livres adultes. Mais pour nous, l'élément principal de la chaîne du livre, c'est le maillon final : le lecteur, la lectrice, avec qui on échange beaucoup.

La relation entre bibliothécaire et éditeur•ice

Du côté éditorial, on a tendance à oublier la place des bibliothécaires pour diverses raisons. On a la diffusion qui se rend pour nous dans les librairies et des libraires qui vont dans les bibliothèques. L'éditeur ou éditrice fonctionne surtout avec des intermédiaires. Les bibliothécaires ne sont pas dans notre champ de vision au quotidien. Qui plus est, au niveau du temps, on se concentre sur l'essentiel, qui compose déjà un paysage assez vaste. Aller voir une bibliothèque pour deux exemplaires placés, alors qu'avec le même temps de travail, on peut aller voir des libraires pour avoir 10, 15, 20, 30 bouquins placés, économiquement ça fait pour nous une grande différence. Il faut aussi dire que les rencontres avec les auteurs et autrices se passent essentiellement dans des librairies, des centres sociaux, pour des raisons qui, malheureusement, sont encore économiques. On a besoin de rentrer dans nos

frais: la rémunération de l'auteuice et son déplacement. Il faut que ces rencontres nous permettent de vendre des livres. Or, l'enjeu d'une bibliothèque c'est justement d'arriver à s'exonérer le plus possible de la question économique dans le rapport à la lecture. Malgré tout, on a intérêt à aller rencontrer les bibliothécaires parce qu'ils et elles ouvrent à un lectorat plus large, et font les intermédiaires entre un ouvrage, un savoir, et un grand nombre de curieux et de curieuses. Ça me fait penser à Livre et lecture en Bretagne qui organise des rencontres entre éditeuices et bibliothécaires afin de leur permettre, en tant que lecteurs et lectrices avant tout, de découvrir une maison d'édition, son catalogue, etc.

Choisir un contenu pour ses lecteur•ices

En bibliothèque, on voit souvent un système qui permet de récolter des demandes: les personnes peuvent écrire dans un cahier les ouvrages qu'elles aimeraient bien consulter dans cette bibliothèque-là. En librairie, ce système existe sous une autre forme, via les commandes. Pour une maison d'édition, le choix des contenus qu'elle va travailler est plus mystérieux. C'est chaque fois un pari. On va partir de la découverte sensible d'un texte pour la proposer à un public plus large. Parce qu'il nous a touché ou parce qu'il y a une sorte de nécessité, on sent que ça va marcher. En tout cas,

on est persuadé que pour traiter cette question-là, c'est cet ouvrage qu'il nous faut. Que ce soit sur le fond ou sur la forme. Je pense à notre collection Petits manuels qui combine des sujets qui ne sont pas traités par ailleurs, tout en les abordant d'une manière singulière. Ce sont des écrits à mi-chemin entre savoirs chauds et savoirs froids, pratiques de terrain racontées et regard distancié pour renvoyer les questions à une échelle plus large. Pour ce genre de propositions, on se dit : « Il y a un besoin, on y va. »

Tous les protagonistes du monde du livre sont des lecteurs et lectrices. Ce serait difficile de ne pas l'être. Ce sont avant tout ces sentiments, ces pratiques-là, qui nous font choisir les sujets et les livres qu'on veut éditer. Mais ça ne suffit pas. En effet, aux éditions du commun aucune de nous ne se considère représentatif ou représentative d'un lectorat large dans le sens où on a toutes eu un bagage éducatif et culturel qui nous a donné accès à certains types de savoirs. En tout cas, on a plutôt intérêt à se décaler de nos habitudes et de nos *a priori* pour imaginer toutes ces pratiques de lectures et d'écritures qu'on n'a pas expérimentées nous-mêmes.

Épisode 8:
Les enjeux
de la traduction:
légaux,
économiques,
autoritaires



Comment on en vient à vouloir traduire un texte en tant qu'éditeur, éditrice? C'est à peu près la même démarche que pour un texte qui nous plaît en langue française. Il faut sentir la pertinence qu'il aurait à être partagé. La seule différence, ou l'avantage, est qu'on connaît la résonance et l'écho qu'il a déjà eu dans sa langue originale.

Pour ce genre de projet, il est nécessaire d'effectuer un travail de veille. Il y a des marchés pour ça, des salons du livre de grande ampleur comme à Francfort, pour tout ce qui va toucher aux temps d'échanges, aux négociations et aux cessions de droit. On a démarré les éditions du commun avec un texte que j'avais déjà dans la poche et pour lequel j'avais envie d'une traduction. Autrement, on nous a régulièrement proposé des traductions comme on nous aurait proposé des manuscrits. Soit des traducteuices qui arrivent avec un livre à traduire, soit des gens qui nous interpellent: «Ça se serait nécessaire d'avoir cet ouvrage en langue française.»

Par exemple, en septembre-octobre 2018, on a sorti l'entretien avec Saul Alinsky. Il a été organisateur communautaire à partir des années 1940 à Chicago pendant une vingtaine d'années, et il a écrit et édité deux livres. Les deux ont été traduits à des périodes différentes en France. Mais pour nous, il y avait un autre support intéressant autour du mythe de Saul Alinsky: un long entretien donné à Playboy en 1972. Même si ce magazine est surtout connu pour ses

photos de femmes dénudées, il publiait également des entretiens fleuves. Cet entretien avait rapidement été traduit et mis en ligne, mais n'avait pas été édité dans une démarche qualitative. On a donc négocié les droits avec Playboy pendant deux ans avant de travailler la traduction avec Lise Dufour. On a aussi édité *Joie militante*⁵⁰, traduit par Juliette Rousseau.

Il y a des impératifs légaux mais aussi économiques pour une traduction. Il faut d'abord convenir d'une cession de droit avec l'éditeur ou éditrice originaire pour laquelle on définit une rémunération, un territoire, une langue, une durée, etc. Ensuite, on établit un contrat de traduction avec la personne concernée. On a repris le modèle et les bases portées par l'ATLF⁵¹. Cette association fait du lobbying et cherche à défendre et protéger les traducteurs. Elle est un espace d'échanges pour la communauté de la traduction, et elle fait aussi office de ressource pour les éditeurs et éditrices qui chercheraient à se mettre en contact avec quelqu'un pour traduire un ouvrage. Pour revenir à cette contractualisation, la durée, le type de travail, et peut-être la particularité par rapport à un contrat d'auteur, c'est qu'on convient d'un nombre de feuillets, d'un nombre de signes que l'on va traduire, face à un montant d'à-valoir

50. *Joie militante - Construire des luttes en prise avec leurs mondes*, carla bergman et Nick Montgomery, Éditions du commun, 2021

51. Association des Traducteurs Littéraires de France

que l'on verse et qui est plus conséquent que pour un auteur ou une autrice. C'est un minimum nécessaire pour vivre sur des travaux longs. La personne touche ensuite un pourcentage de rémunération sur les ventes. Une traduction demande des mois, voire des années de travail suivant les ouvrages. Ce minimum posé pour la traduction et les traducteuses devrait l'être aussi pour les auteuses. C'est un problème qui appelle à la responsabilité de l'État. Il faudrait à mon sens un vrai statut d'auteuse pour vivre de son œuvre⁵². Aujourd'hui, un ouvrage comme *Joie militante* représente pour nous environ 6 000 euros d'à-valoir, versés en trois fois : à la signature et au démarrage, à la réception de la traduction totale et à la validation de la traduction finale. La cession de droit avec la maison éditoriale américaine AK Press est autour de 1000 dollars, et c'est elle qui s'entend ensuite avec les auteuses pour le partage de cette somme. Je tiens à rappeler que tous les ordres de prix qu'on donne concernent les éditions du commun. Par exemple, une grosse maison d'édition comme Gallmeister, qui traduit énormément, se place à un autre niveau par rapport à la diffusion, à la quantité de livres vendus, et aux droits d'auteur qui sont d'ailleurs versés sous formes de forfait.

52. Il est possible de prolonger sur ces questions en allant voir le travail d'Aurélien Catin et notamment son livre : *Notre condition. Essai sur le salaire au travail artistique*, Riot Éditions, 2020.

Pour les textes qui viennent de l'étranger, la mise à disposition en Creative Commons est plus difficile. Avec Playboy, c'était exclu. Pour cet ouvrage, on ne peut avoir un accès libre qu'à la préface d'Yves Citton. Le reste est complètement *copyrighté* par Playboy. On est sur des questions juridiques pour lesquelles il faut s'entourer. On ne bricole pas à cette échelle-là. Pour *Joie militante*, les auteuices sont par contre très partant^{es} pour la mise en ligne des textes. C'est une démarche portée en accord avec la traductrice, parce que le texte qu'on va diffuser est aussi son œuvre.

**Juliette Rousseau, traductrice
de *Joie militante* aux éditions
du commun (2021)**

Je suis autrice, je suis militante, j'ai pendant longtemps travaillé à organiser des mobilisations, des actions dans ces milieux. Je n'ai jamais été formée à la traduction, mais j'en fait beaucoup, depuis des années. J'ai effectué un grand nombre d'interprétations aussi, dans des réunions, des rassemblements, etc.

Pour moi c'était important de faire transiter des textes d'une culture, d'une langue à une autre. J'ai milité assez tôt dans des milieux alter-mondialistes, avec des personnes issues de différentes cultures, de différentes régions du monde. Avec des histoires, des parcours et des pratiques politiques assez différentes les unes des autres. La question de la traduction a donc toujours été au centre de mes

pratiques politiques, tout comme celle des écrits et des réflexions. Faire passer d'un contexte culturel à un autre des réflexions et des pratiques politiques, c'est vraiment important pour moi. Il y a un certain nombre de textes qui renvoient à des thématiques très peu traitées en France, et je pense qu'il y a un enjeu dans les années à venir à essayer de donner de la visibilité à ces approches-là.

J'avais très envie de faire cette traduction de *Joyful militancy*⁵³. J'en avais le désir. Même si l'anglais n'est pas ma langue maternelle, je lis beaucoup et parle beaucoup en anglais avec d'autres personnes qui sont dans des milieux de lutte. Disons que j'ai une connaissance de l'anglais qui a à voir avec certains sujets privilégiés. Il a pu m'arriver de lire des textes que je connaissais en anglais, traduits en français, et d'être assez frustrée parce que la personne était sans doute un ou une très bonne traducteur·ice, mais n'avait pas nécessairement connaissance des termes qui pouvaient être employés, ni de la façon de les traduire en français. Par exemple, en anglais on va utiliser le terme «*people of color*», et si on est un traducteur ou traductrice qui ne maîtrise pas les sémantiques militantes, on traduira en français par «personnes de couleur». Or, en France, on dit

53. Titre de l'ouvrage original

plutôt « personne non-blanche », voire « personne racisée » selon les milieux politiques. Il y a plein de subtilités qui ont à voir avec une intelligence, on va dire, de milieu, de pratique, ou de domaine. Si on ne les maîtrise pas, on risque de soulever des questions politiques sans le vouloir. Je pense même qu'il faut réussir à prendre de la distance et une certaine liberté avec le texte pour pouvoir coller à une idée qui va mieux fonctionner dans le contexte français, ou avec un certain type de lectorat. Même si, bien entendu, cette liberté a une limite. Pour éviter de la dépasser, je me focalise sur l'idée que je cherche à traduire. Par exemple, l'anglais, a fortiori l'anglais tel qu'il est parlé aux États-Unis et au Canada dont sont issues l'autrice et l'auteur de *Joyful Militancy*, est une langue qui permet une grande virtuosité. Concrètement, il est possible d'exprimer une idée subtile en anglais en une phrase courte de dix mots, qui en demanderait trente de plus en français. J'exagère un peu mais on n'est pas loin de la réalité. En rajoutant un détour explicatif, ma traduction va effectivement s'éloigner du texte initial. Mais, si je veux que l'idée soit transmise aussi simplement, je n'ai pas le choix. Autre exemple avec: « *white entitlement* ». L'idée est que dans une hiérarchie raciale en tant que personne blanche, on a une idée spécifique de notre propre légitimité au monde, de notre accès à un certain nombre de privilèges.

Il n'existe pas d'équivalent en français, d'autant plus que cette idée du *white entitlement* qui est née dans le contexte nord-américain n'est pas encore évidente dans le contexte français. La traduction permet de faire passer des questionnements qui ne sont pas encore apparus dans une autre langue. Toute la difficulté et l'enjeu est de parvenir à leur donner un écho dans la culture ciblée.

Pour moi, le travail de traduction, c'est trois étapes. Je m'imprègne d'abord du texte, je cherche à le comprendre, ce qui peut impliquer d'aller lire d'autres choses, d'aller voir les références, etc. Dans un deuxième temps, je vais faire une proposition qui cherche à traduire le plus fidèlement possible toutes les idées du texte sans se soucier, ou assez peu, de la forme que ça va prendre en français. Je vais ensuite retravailler le texte pour lui donner une forme désirable, qui continue de coller aux idées d'origine. Il y a évidemment des difficultés qui se présentent dans ce processus. Par exemple, le titre de cet ouvrage-là contient le mot *militancy* (militantisme) qui ne se définit pas exactement de la même façon en anglais et en français. En tout cas c'est un mot qui n'a pas la même histoire, la même connotation, dans les deux contextes.

L'enjeu de la traduction pose également la question de l'accès à certaines langues. Il y a par exemple une sorte d'élite pensante qui peut lire en anglais et qui peut utiliser tout un tas d'anglicisme en s'exprimant, ce qui pour moi est un problème. Mais on a un autre problème là-dedans, c'est que l'anglais est une langue impériale tout comme le français, et qu'on a une absence totale d'accès à des textes écrits dans des langues colonisées, dans lesquelles on a un vivier de pensées, de pratiques, qui mériteraient d'être connues. Par ce biais colonial, on s'intéresse essentiellement à des textes qui sont produits dans d'autres pays du Nord, dans d'autres langues coloniales. On va assez peu aller voir ce qui se passe par ailleurs. À titre personnel, je suis très intéressée par les questions féministes, et je suis attristée du fait que, en France, on ait une curiosité et une connaissance des pensées féministes extrêmement faible, voire pauvre, par rapport aux idées qui sont développées un peu partout dans le monde par des théoriciennes et des militantes.

J'ai enfin envie de préciser que la traduction est aussi une question matérielle : on est face à des compétences qui dans tous les cas doivent être rémunérées, et qui font que traduire a un coût. C'est un enjeu politique important au sens où la question des minorités est portée par les minorités elles-mêmes,

et qu'elles ont a priori des moyens d'agir plus limités sur les plans économiques et sociaux.

Travailler avec les traducteur•ices

Comme toujours, on a avec elles et eux, une relation d'accompagnement éditorial, si ce n'est qu'on a une troisième entité dans notre échange qui est l'œuvre originale, et son ou ses auteuices. Au-delà de la qualité de la traduction et des choix qui vont être faits, il y a un travail de discussion à avoir sur les néologismes du vocabulaire militant, les récurrences, les lourdeurs qui peuvent-être tolérées dans un premier travail et qui sont parfois particulièrement révélées par la traduction. On soumet nos questions aux auteurs et autrices et on avance en allers-retours. À chaque fois qu'un chapitre est traduit, on rentre dedans, on annote, on questionne. On se demande ce qu'il est acceptable ou non de vouloir modifier. Les auteuices peuvent se rendre compte *a posteriori* d'une insatisfaction qui correspondra peut-être à celle qu'on aura relevée. On a vécu cette situation sur une introduction-remerciement très longue qui était nécessaire à l'époque où le livre est sorti. Là, dans un autre contexte, sur un autre territoire, avec une autre langue, on a convenu d'une réécriture de ces remerciements à une audience plus réduite. Il y a également des particularités autour des citations. Si l'ouvrage

de référence a déjà été traduit et édité en français, on doit intégrer la citation traduite de celui-ci. Un autre enjeu important: les notes de bas de page sont à traduire et à vérifier si on n'a pas une référence francisée en vis-à-vis. Vont également s'ajouter les notes de la traductrice ou du traducteur et de l'éditeur autour des éléments de contexte ou autour des termes qui ont été laissés en langue originale. Il faut justifier, argumenter. Même si le travail est plus spécifique et complexe, on est dans un rapport similaire à celui qu'on a avec les auteuices. À l'heure actuelle, notre expérience dans ce domaine est encore marginale par rapport à l'ensemble de nos publications, mais il y a quelque chose qui ne change pas: on a toujours des êtres humains en face de nous. La relation affective avec l'œuvre est similaire à celle qui existe pour celui ou celle qui l'a écrit au départ. Heureusement que les traducteuices tiennent aussi à leur propre création! C'est une œuvre à part entière, non un simple copier-coller d'un ouvrage dans une autre langue. À nous de les accompagner avec tact dans ce processus. Par ailleurs, avec *Joie militante*, on est en langue anglaise: je ne suis pas un expert de la langue anglaise, je la comprends très bien, je regarde comme beaucoup de personnes des séries et des films en V.O. et je suis depuis longtemps habitué à l'entendre. La lire, un peu moins. La traduire ou la parler, beaucoup moins. Il est donc à mon avis important de savoir où on se situe, d'être bien à sa place en tant qu'éditeur en langue française. Le travail de traduction est

de la responsabilité de la traductrice et doit s'élaborer avec elle dans une relation de confiance.

Juliette Rousseau dit qu'elle a à cœur de traduire certains textes pour transmettre des idées nouvelles. Je pense effectivement qu'on est dans un monde internationalisé, globalisé, et qu'on a intérêt, en tant que français lisant du français, de se nourrir d'autres courants de pensée. Je pense toujours aux Éditions Amsterdam qui ont effectué un travail de traduction autour des *cultural studies*⁵⁴. Il me semble qu'il n'y avait quasiment rien sur le sujet en France avant que ces dernières s'y intéressent. Il s'agit d'apporter un nouveau regard. Alinsky c'était ça : son entretien est un pas de côté étonnant par rapport à ses livres, qui ont été théorisés, pensés, et écrits d'une certaine manière. Le texte est plus court, dans un langage parlé retranscrit en mode journalistique. Il contient des termes comme « communautaire » et « radicalité » qu'il nous semblait important de recontextualiser en langue française, étant donné leur connotation plutôt négative. Pour *Joie militante*, la place de la joie dans les luttes, dans les engagements individuels et collectifs, est un sujet qui pour nous, est trop peu travaillé, trop peu traité.

54. Les études culturelles (en anglais « cultural studies »), ou sciences de la culture, sont un courant de recherche d'origine anglophone à la croisée d'autres disciplines, entre autres de la sociologie, de l'anthropologie culturelle, de la philosophie, de l'ethnologie, de la littérature, etc.

Économiquement, la traduction est un « investissement », c'est-à-dire un choix stratégique au niveau de nos dépenses, de nos charges. L'à-valoir lié à la traduction est un bon principe, et pourrait même être plus important. Cependant, une traduction comme *Joie militante* demande le double du budget habituel. C'est un choix responsabilisant, dans le sens où il faut que ce livre-là se vende bien. Prendre un trop gros risque sur un ouvrage peut impacter tous les autres. Si on se lance dans une traduction, c'est qu'on pense que le livre est susceptible d'être largement diffusé, propagé, parce qu'il va parler à beaucoup de gens.

À l'inverse, en tant que maison d'édition, on aimerait que nos livres cheminent vers d'autres pays. Bien sûr, nos livres français sont vendus partout dans le monde, parce qu'il y a des francophones qui y vivent. Cependant, ce serait vraiment chouette que nos ouvrages soient traduits dans d'autres langues. On a eu des sollicitations, notamment sur le sujet du commun par une maison d'édition anglo-saxonne, et pour une traduction en langue allemande du *Petit manuel de discussion politique* qui n'ont finalement pas abouti⁵⁵. Petit aparté à ce sujet : comme nos textes sont en licence Creative Commons, on n'a pas intégré dans nos contrats d'auteurs le fait d'être intermédiaires sur les cessions de droits. Aujourd'hui, quand quelqu'un nous contacte pour traduire un ouvrage, on botte en touche et

55. Depuis, le livre *Agir ici et maintenant* a été traduit en espagnol.

on dit qu'au vu de la licence, de la dérogation de notre contrat, c'est à voir directement avec l'auteur ou l'autrice. Même si ces dernières nous tiendront informés si le projet aboutit, on est beaucoup moins en première ligne. Sur le plan économique, on ne touche aucune rétribution sur la traduction de nos livres. Si une version radiophonique ou un film sont réalisés à partir d'un de nos ouvrages, on ne fait pas partie des bénéficiaires⁵⁶. Je sais que ça hérissé les poils de pas mal de collègues parce que ça fait partie du modèle économique que de vivre des droits dérivés. Nous, on n'en a pas fait un enjeu. En revanche, on sait qu'il y aura des répercussions indirectes: un livre traduit amènera à parler de son ouvrage original. Par contre, pour les auteuices qui sont d'une manière générale trop peu rémunérés, les opportunités de traduction leur apportent de nouveaux contrats à négocier, de nouveaux droits sur un ouvrage qui a déjà été écrit. Pour eux, ça commence à être plus intéressant parce que ça vient en bonus.

56. Le livre *Se faire virer* de Manon Delatre, a été adapté au théâtre en 2023.

Michel Vézina, éditeur et libraire itinérant entre le Québec et la France

D'abord et avant tout, je pense que je suis écrivain⁵⁷. J'ai publié comme auteur 13 ou 14 bouquins, 15 peut-être, je ne sais plus, j'ai perdu le compte. Des romans, des livres de carnets, un peu de poésie récemment. J'ai aussi été chroniqueur littéraire à Montréal pendant 12 ans, à la fois dans des médias écrits et à Radio Canada, la chaîne de radio nationale, sur un paquet d'émissions. J'ai aussi monté deux maisons d'édition au Québec, une qui s'appelait Coup de tête et qui était spécialisée dans le roman noir contemporain, et une autre, Tête Première, qui était une maison d'édition de littérature contemporaine. J'ai aussi travaillé comme éditeur sur des projets spécifiques

57. Michel Vézina est l'auteur aux éditions du commun de *Parti pour Croatan*, 2018.

pour une maison qui s'appelle les Quatre-cents coups. Essentiellement pour des projets en histoire du théâtre, ou des projets de beaux-livres sur des expériences en théâtre, danse, ou cirque. J'ai également été libraire. On a toujours une librairie ambulante, qui circule de moins en moins mais qui existe encore, et au Québec j'ai eu une librairie ambulante ainsi qu'une librairie en « fixe ». Je vis maintenant en Bretagne avec ma collègue Pauline Gonzalo, avec laquelle on développe une maison d'édition qui s'appelle les Éditions du Buvard. On écrit pour cette maison d'édition et on participe au collectif qui s'y lance. On nourrit aussi notre projet en duo qui s'appelle *Oui-Da* : on crée des spectacles littéraires et on publie les livres de ces spectacles-là, toujours aux Éditions du Buvard. En fait, le seul métier que je n'ai pas fait dans le milieu du livre c'est diffuseur, ou représentant.

Le modèle québécois est tout récent. Il s'est structuré entre les années 1960 à 1980. Avant ça au Québec il y avait quelques maisons d'édition qui étaient souvent des maisons d'édition de livres pratiques. Quelques libraires-éditeurs faisaient paraître un peu de poésie, un peu de littérature aussi, mais avant les années 1970, le modèle éditorial était plutôt absent. D'abord, parallèlement à la période d'affirmation nationale au Québec, c'est-à-dire dans les années 1960, durant

ce qu'on a appelé la « Révolution Tranquille », sont apparus des jeunes qui ont un peu forcé la création de maisons d'édition locales. Pourquoi locales? Avant, la plupart des auteuices se faisaient publier en France. Mais à un moment donné, il y a eu une volonté d'affirmation, en écho avec le mouvement d'identité nationale où les Québécois se sont mis à s'appeler québécois, parce qu'avant ça, ils étaient canadiens. Il fallait s'appropriier la langue. Distinguer la langue québécoise de la langue usuelle française. Même si en le disant, je sais que je dis une connerie parce qu'il y a plusieurs français usuels en métropole. Mais la manière d'écrire jusque-là au Québec était très normative: on écrivait comme on écrit en France, il n'y avait aucune reproduction de l'oralité qui était tentée. Donc dans les années 1960, certains auteurs se sont mis à essayer d'exprimer les spécificités langagières de la langue québécoise, au moins dans les dialogues. Or, il était impossible d'imaginer qu'on puisse publier ces livres en France. Il s'est donc créé deux types de maisons d'édition, qui se sont soit organisées *autour* de ce principe-là, soit *en réaction* à ce principe-là. Celles qui étaient en faveur d'une édition en français normatif se disaient que si on se mettait à écrire en québécois, on allait se créoliser, se couper complètement du reste de la francophonie, et ne faire des choses que pour nous. En parallèle du monde de l'édition s'est

aussi créé un modèle de distribution et de diffusion du livre au Québec, mais ces modèles-là, de façon assez bizarre, se sont créés à partir d'investissements français. Les deux gros distributeurs-diffuseurs des livres au Québec, Socadis et Dimedia, ont été financés et créés par Gallimard et Le Seuil. Avec l'arrivée de la littérature dite québécoise, il y a aussi eu une arrivée de lecteurs. Il faut ici connaître l'histoire du Québec: jusqu'au milieu des années 1960, les taux d'analphabétismes étaient énormes. Il n'y a pas eu d'école publique au Québec avant 1968. C'étaient les couvents de frères et de sœurs qui enseignaient. Les gens qui lisaient étaient très peu nombreux, jusqu'à, effectivement, la fin des années 1960, le début des années 1970, où s'est subitement créée une structure éditoriale pour nourrir et alimenter ces lecteurs-là. Dans ce contexte, en 1968 s'est également créé le réseau des universités au Québec. Même s'il y a eu énormément d'échanges entre la France et le Québec avant les années 1960, l'accès du grand public à la culture, la littérature, la musique, s'est développé sur dix ans entre les années 1960 et 1970, à une vitesse époustouflante. Le modèle éditorial ou de distribution québécois ressemble beaucoup plus au modèle français qu'au modèle américain ou canadien-anglais, qui sont des modèles plus commerciaux. Chez nous, comme en France, les deux modèles sont subventionnés à peu près à tous

les niveaux. Je dirais même que (et c'est vraiment très personnel) s'il n'y avait pas de subventions au Québec il n'y aurait pas beaucoup d'éditeurs. Chez nous, le modèle est très généreux une fois que tu as fait tes preuves, que tu as assez de publications pour être reconnue.

Quelles différences avons-nous avec le modèle américain et canadien? Je ne connais pas beaucoup, mais je sais que le modèle américain est un modèle strictement commercial: zéro subvention, et les maisons d'édition sont souvent aussi les propriétaires des organes de promotion du livre. Par exemple, je sais qu'un journal comme le Village Voice à New York était la propriété de Grove Atlantic Press. Grove Atlantic Press c'est Penguins, c'est-à-dire, tous les bouquins, tous les grands auteurs et autrices de la littérature américaine des années 1960 à 80. C'est un modèle qui est très industriel et qui ne bénéficie en aucune manière de l'aide de l'État. Je sais que son fonctionnement peut aussi être très cruel. Quand, en tant qu'auteuice, tu publies un premier livre aux États-Unis, s'il se vend à 1 000 exemplaires, la maison d'édition va te proposer une deuxième publication à condition que tu en vendes 2 000. S'il y en a une troisième, il faudra doubler également. Sinon, tu n'es plus intéressante au niveau de l'investissement...

Chez nous, ce n'est pas aussi radical. Je n'aurais pas publié tous les livres que j'ai publiés s'il avait fallu que j'en vende autant à chaque fois [rires].

Au Québec et en France, j'ai l'impression qu'il y a encore, chez plusieurs maisons d'édition, un souci de la qualité littéraire. En revanche, la grande, grande, grande différence entre les deux modèles, c'est qu'au Québec on n'a pas le prix unique. Celui-ci a un impact incontestable sur les librairies indépendantes. Il en ferme énormément chaque année, beaucoup plus qu'en France – où elles souffrent déjà considérablement. La question du prix unique se manifeste surtout lorsque paraissent les best-sellers. Les grandes surfaces ne sont pas les mêmes qu'en France mais elles ont la même fonction sociale et économique: elles permettent aux gens d'accéder à un très vaste ensemble de biens de consommation à bon marché, dans tous les domaines. Costco, par exemple, est une immense surface qui vend de tout: épicerie, quincaillerie, meuble, tout. Et pour les livres, ils n'ont rien d'autre en étalage que des best-sellers. Ce qui fait que, quand un best-seller sort, ils négocient directement avec l'éditeur des remises de l'ordre de 15-20% sur le prix du livre, et ils ont la capacité de commander en «achat ferme» de grosses quantités. C'est dur à suivre pour les indépendants

plus modestes, qui n'ont pas les mêmes garanties de vente, ne peuvent s'engager que sur des stocks moins importants et ont besoin de vendre les livres plus cher pour rentrer dans leurs frais. Au Québec il y a énormément de gens, d'éditeurs et de libraires évidemment, en faveur d'une loi du prix unique. Nos gouvernements, extrêmement libéraux, ont beaucoup de mal avec cette idée-là.

Pour les Éditions du buvard on ne s'est pas installés au Québec. On est une maison d'édition française. En même temps, on a aussi décidé et choisi de travailler sur les deux territoires. Les deux premiers romans qu'on a sortis en juin 2018, étaient écrits par deux auteurs québécois. On les a lancés au Québec, diffusés en France autant qu'au Québec, et on va à terme publier aussi des auteurs et autrices françaises. La volonté de la maison c'est d'être une maison franco-québécoise. C'est un modèle qui est très punk, dans l'esprit du *Do It Yourself*. On a décidé qu'on y allait à fond, complètement à fond. Ce faisant, on ne juge pourtant pas les autres modèles. On décide simplement que c'est celui avec lequel on est *confortables*, avec lequel on est à l'aise, celui qui va nous permettre de dégager assez d'activités pour pouvoir arriver à en vivre, à se salarier. On sait aussi que c'est un modèle qui va demander énormément d'imagination et d'énergie.

Je vais décrire ce modèle parce que pour l'instant c'est assez théorique... [rires] Nos livres sont fabriqués à la main : on imprime nous-mêmes sur une imprimante laser, on découpe nous-mêmes, on imprime quatre page A4, on coupe en deux. En ce moment, on cherche à changer de format, on est dans les gros calculs pour éviter d'avoir trop de coupes avant d'arriver au format désiré, parce qu'elles prennent beaucoup de temps. On relie nous-mêmes : on utilise la reliure japonaise, qui est un format de reliure très ancien, couture apparente à l'extérieur, au dos du livre. En conséquence, on édite à très petits tirages. Jusqu'à présent, on a tiré entre 50 et 100 exemplaires de chaque livre qu'on a fait en collectif. Quand le stock est épuisé, on se réunit pour se demander : « Est-ce que ça vaut le coup d'en faire un autre tirage, et si oui combien ? 30 ? 50 ? 100 ? »... Si on a vendu les 100 premiers en deux semaines, on ajustera pour avoir du stock. Mais on ne s'impose pas un premier tirage qui va demander une grosse trésorerie.

Au-delà des langues, explorer de nouvelles perspectives éditoriales

Dans l'idée de développer l'édition de textes étrangers, aux éditions du commun, on aime bien le salon Literal à Barcelone. C'est un salon du livre qui organise des rencontres professionnelles et qui essaie de mettre en contact des éditeurs et éditrices du monde entier, sur trois jours, pour échanger. Ils posent un cadre plutôt de gauche, engagé ou militant, on appelle ça comme on veut. Ce type de rencontres en présentiel permet de choisir des livres que des gens nous présentent, plutôt que d'en entendre simplement parler ou qu'on les pioche en ligne.

**Développer la coédition
internationale, par Corentin
Daval, alors en service civique,
aujourd'hui éditeur aux éditions
de l'Inframonde à Rennes**

La coopération internationale pourrait créer des opportunités de coédition. Cette pratique n'existe pas du tout encore dans le domaine des sciences sociales, mais plutôt pour l'instant dans le domaine des livres pratiques : jardinage, cuisine, et aussi la littérature jeunesse. Elle consiste à se coordonner entre un certain nombre d'éditeurs et éditrices de différentes langues, autour d'un projet commun d'édition. Ce projet va être accompagné – et vous le savez, si vous avez déjà ouvert un livre de cuisine – de très jolies photos qui coûtent très cher à produire... c'est là qu'être à plusieurs devient vraiment intéressant, parce qu'on peut alors se permettre d'enjoliver la

forme grâce à l'économie d'échelle: chaque maison d'édition va prévoir un certain nombre de livres: s'il y a cinq éditeurs et éditrices, que chacune en demande deux mille, ça fera dix mille exemplaires. Plus on produit, moins c'est cher. Sur les livres en couleur imprimés de la même manière, les différentes structures vont réaliser deux mille ouvrages en français, deux mille en allemand, etc. Elles vont imprimer séparément, par tirage, par langage, avec les écritures en noir parce que c'est beaucoup moins cher, mais le format de base restera le même. Ce genre de possibilités dans le domaine de la coopération montre qu'il y a des choses à faire dans de nouveaux domaines, par exemple les sciences sociales, au-delà des seules pratiques de traduction que nous connaissons. En termes de répartition, de mutualisation des coûts, c'est une méthode qui semble faire ses preuves.

Choisir, sentir, cadrer nos choix d'ouvrages en langue étrangère

La coédition internationale est vraiment une perspective intéressante. Dans le cadre de notre collection de poésie on a eu l'opportunité d'une première expérience, pour *Le tournesol*, un recueil de l'autrice états-unienne Jackie

Wang. Il y avait deux éditeuices sur ce projet, Claude Rioux pour les éditions de la Rue Dorion au Québec, et Juliette Rousseau pour les éditions du commun en France, qui ont travaillé conjointement. Il et elle ont accompagné ensemble les différentes étapes d'écriture du texte ainsi que le travail de traduction mené par Coline Fournout, qui est aussi une autrice française de poésie publiée aux éditions Blast, et qui réside au Canada. Au-delà de l'avantage certain du partage des coûts, cette collaboration nous a permis d'enrichir nos pratiques respectives, et nous a laissé une certaine envie de renouveler l'expérience.

Cela étant, au-delà d'une traduction par an, l'implication financière est encore vraiment trop conséquente pour nous, même s'il existe des possibilités de subventionnement. On sait quelles sont nos marges de manœuvre chaque année par rapport à ce type de projets. Pour faire de jolies trouvailles, il nous paraît nécessaire de réaliser un travail de veille, et d'aller au-devant de toutes ces rencontres qui sont à notre portée. C'est une pratique qu'on porte et revendique. Mais cela nécessite de mettre en place des outils, de développer notre capacité à lire plus de manuscrits, ou de coordonner un comité de lecture qui lira pour nous dans la langue originale.



Postface

Éditer en féministes, quand le féminisme nous incite à repenser collectivement l'édition

Tout commence par un échange, au cours d'une émission de la deuxième saison des mécaniques du livre, consacrée à l'édition féministe. Y participent les éditeuices des éditions Blast, Karima Neggad et Sol Derrien, Coline Charpentier, des éditions Daronnes, et Isabelle Cambourakis, qui dirige la collection Sorcières aux éditions Cambourakis. De cet échange passionnant naît un constat partagé : si le féminisme connaît un succès grandissant dans l'édition, les acteuices féministes de l'édition (maisons d'éditions féministes indépendantes, auteuices, traducteuices, etc.) restent, dans leur grande majorité, précaires. De plus, si les idées féministes vendent elles n'ont pas, jusque-là, engendré de changements structurels profonds dans le monde de l'édition : le metoo de l'édition est resté marginal en comparaison à d'autres secteurs culturels (cinéma,

musique), les politiques publiques de soutien à la création littéraire et à l'activité éditoriale restent passives face aux enjeux d'égalité de genre, la division genrée du travail éditorial est une constante, reléguant les femmes et les minorités de genre aux fonctions les moins valorisées. Avec ce constat en tête, nous décidons de publier une tribune, pour commencer à faire exister ces questions dans le débat public. Intitulée « Le féminisme est aussi une affaire d'édition », celle-ci rassemble une dizaine d'éditeuices féministes et soulève ces différentes questions. L'envie de continuer à réfléchir, agir et créer du débat collectivement ne s'étant pas tarie après ces deux initiatives, nous décidons d'aller plus loin et de lancer un collectif, ainsi que d'organiser des assises nationales de l'édition féministe.

Le collectif, *Éditer en féministes*, naît officiellement au mois de mars 2022. Il se donne plusieurs objectifs. Le premier est de mettre en commun ressources et bonnes pratiques, pour prendre à rebours les pratiques induites par la mise en concurrence des maisons d'édition entre elle, les membres du collectif choisissent de réfléchir ensemble à leurs outils et d'en mutualiser certains. Le deuxième objectif renvoie à l'intervention au sein du débat public et à la nécessité de questionner le monde éditorial du point de vue des inégalités de genre. Ce qui passe par la médiatisation de nos réflexions et l'ouverture progressive de nos espaces de débats à un spectre plus large au sein du monde du livre (le collectif a ainsi prévu de s'ouvrir à d'autres corps de

métiers du livre à compter de l'hiver 2023). Le troisième objectif, probablement le plus sensible, tient à la possibilité d'être un espace relai et ressource en cas de violences patriarcales, sexistes et/ou sexuelles dans le monde de l'édition. Recueillir la parole des victimes, les orienter vers des structures de soutien expérimentées, et jouer notre rôle dans le rapport de force qui s'enclenche généralement après qu'un cas de violence sexiste ait été dénoncé dans les structures. Enfin, le collectif partage une sensibilité autour des enjeux liés à l'avenir de nos textes, et la possibilité de penser et construire des archives communes. Le féminisme étant une lutte, laquelle requiert des outils, au premier rang desquels se trouvent notamment les textes, nous savons que la mise au commun de ceux-ci est un enjeu crucial des décennies à venir, a fortiori face à la monopolisation grandissante du secteur.

Le besoin d'approfondir et d'élargir ces discussions se faisant sentir, Éditer en féministes organise, au mois de juin 2022, des assises nationales de l'édition féministe à Montreuil. Les questions précédemment abordées ainsi que d'autres (contrats, accompagnement éditorial féministe, structures associatives et coopératives) y sont abordées, pour certaines au cours d'un temps public ayant rassemblé une centaine de personnes. Il apparaît toujours plus clairement que le travail du collectif arrive à point nommé, dans un milieu éditorial en butte aux réflexions et aux pratiques féministes. Mais il ne s'agit pas que de féminisme,

puisque que pour les membres du collectif ce sont aussi les enjeux anti-racistes, queer et de critique du validisme qui sont au cœur de leur travail éditorial. À un milieu éminemment blanc, masculin et hétéronormé, Éditer en féministes vient opposer des pensées et pratiques critiques, soutenues par la conscience du rôle de l'édition à outiller et servir les dynamiques d'émancipation.

Le travail du collectif n'en est donc qu'à son début : outre la poursuite de ses différents objectifs et l'élargissement de ses membres, de nouvelles rencontres nationales sont désormais prévues, en 2023, accessibles à l'ensemble des métiers du livre. En édition comme ailleurs, l'avenir sera féministe ou ne sera pas.

Juliette Rousseau



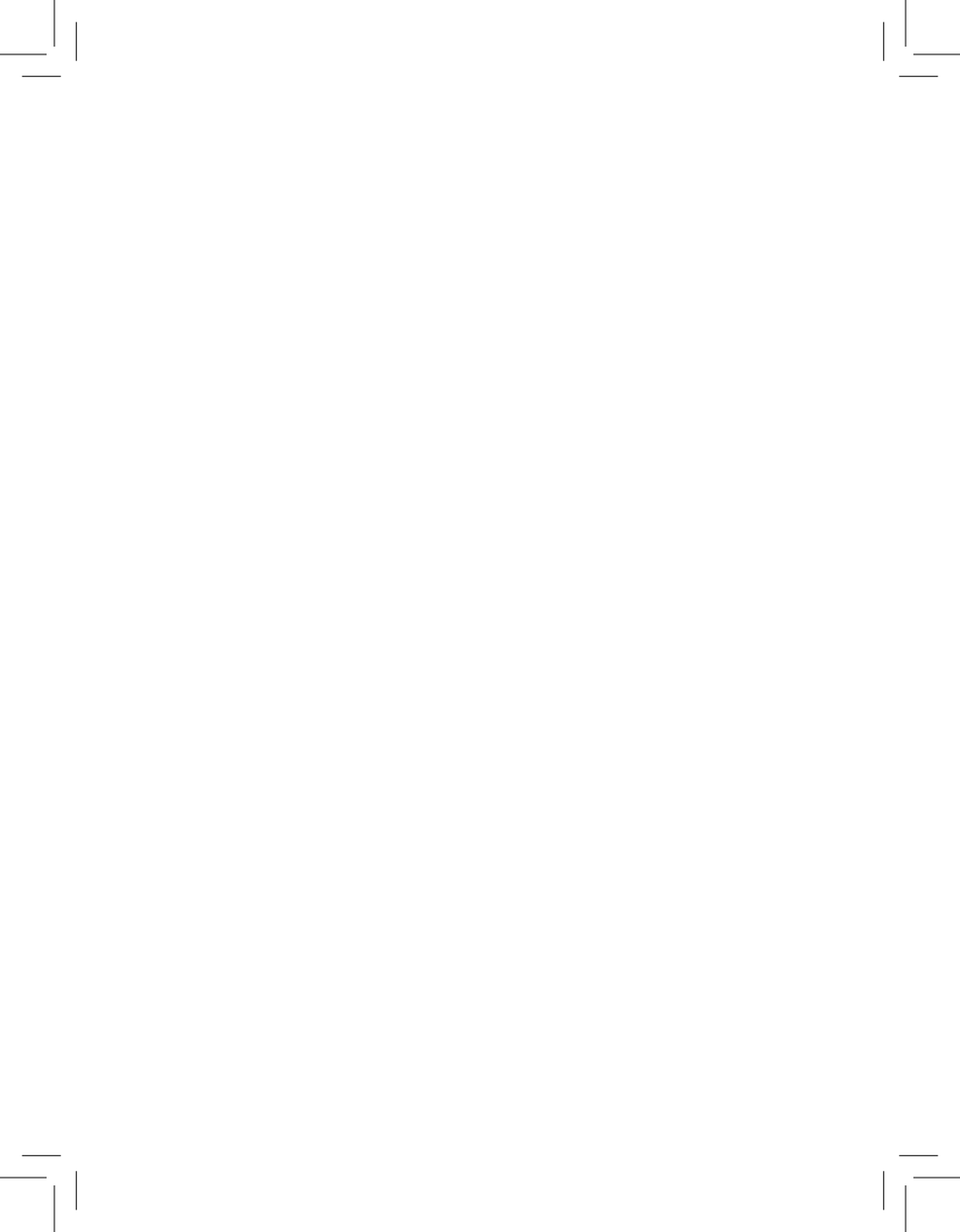
Remerciements

Vous ne nous voyez pas, c'est le principe de la radio et du podcast, mais je verse une petite larme pour ces huit ou neuf mois de travail ensemble. Corentin⁵⁸, on te remercie aux éditions du commun pour le travail que tu as accompli. Parce qu'encore une fois, entre le désir de faire une émission de podcasts et le fait d'arriver à le concrétiser, il y a un grand cap que tu as su franchir et qu'on n'aurait pas pu faire sans toi.

Merci à toutes celles et ceux qui nous écoutent. À toutes les personnes qui nous font part de leurs retours : ça compte beaucoup. Bien sûr, quand on lance un podcast, comme quand on lance un livre, on y croit, mais ça ne veut pas dire que les autres y croiront aussi. C'est chouette de voir le chemin qui a été parcouru en huit épisodes.

On voudrait remercier Émilien, qui se charge du montage et qui a réalisé la petite musique de fond sur chaque épisode. Merci aussi à Chloé Hauser, qui a donné une patte graphique à cette émission. Merci également à tous les intervenant·es qui sont venues partager leurs expériences lors de cette première saison. Chacure a apporté quelque chose de singulier, et c'était particulièrement appréciable de pouvoir compter sur elles et eux pour créer l'ensemble de ce contenu.

58. En service civique aux éditions du commun en 2019, Corentin Daval a notamment réalisé ce podcast avec l'équipe. Il est aujourd'hui éditeur aux éditions de L'Inframonde (Rennes).









À paraître

Faire recherche en commun — Pascal Nicolas-Le Strat

Pour une sociologie des tentatives — Louis Staritzky

Casser du sucre à la pioche. Chroniques sur la mort au travail
— Eric Louis

Dans la collection Culture des précédents

Un manifeste gay – Carl Wittman.

Suivi de *Contrechant masqué* de Cy Lecerf Maulpoix

Les pédales et leurs ami-es entre les révolutions

– Larry Mitchell et Ned Asta. Traduction de Paul Chenuet et Adel Tincelin. Préface de Cy Lecerf-Maulpoix.

Postface d'Adel Tincelin. Coédition Les Grillages

Entre taule et terre. Construire une alternative à la prison

– Sarah Dindo

Révolutionnaires. Récits pour une approche féministe

de l'engagement – Atelier des passages

Explorations urbaines. Analyse et récits du Grand Lustucru

– Julien Martin Varnat

Faire (l')école. Un collège associatif sur la Montagne limousine

– Collectif Les archéologues d'un chemin de traverse.

Préface de Laurence De Cock

Vous ne pouvez rien faire contre nous, nous vous empêchons de vieillir – Les lascars du Lep électronique

Manifeste du tiers paysage – Gilles Clément.
Présentation d'Alexis Pernet

Cravirola. Une expérimentation politique alliant vie et travail
– Jérémie Lefranc

Un paysage du renversement. Des agriculteurs à l'école du sol
– Clément Bardaine et Alexis Pernet

*Entretien avec Saul Alinsky. Organisation communautaire
et radicalité* – Préface d'Yves Citton

Histoire des équitables pionniers de Rochdale
– George-Jacob Holyoake

Essais & Sciences sociales

Le théâtre carcéral. Relations à soi et aux autres dans un monde sans commun – Alexia Stathopoulos

Habiter une ville touristique. Une vue sur mer pour les précaires
– Collectif Droit à la ville Douarnenez.
Préface de Mickaël Correia

Ceci n'est pas un atlas. La cartographie comme outil de luttes, 21 exemples à travers le monde – kollektiv orangotango+.
Coordination et traduction de Nephtys Zwer

Suites décoloniales. S'enfuir de la plantation – Olivier Marboeuf

Classer nos manières de parler, classer les gens – Malo Morvan

Éprouver le sens de la peine. Expériences de vies condamnées
– Jérôme Ferrand, Fabien Gouriou, Olivier Razac

Où sont les « gens du voyage » ? Inventaire critique des aires d'accueil – William Acker

Joie Militante. Construire des luttes en prise avec leurs mondes
– carla bergman et Nick Montgomery.
Traduction de Juliette Rousseau

L'horizon est ici. Pour une prolifération des modes de relations
— Myriam Suchet

Agir ici et maintenant. Penser l'écologie sociale
de Murray Bookchin — Floréal M. Romero.
Préface de Pinar Selekt et postface d'Isabelle Attard

Uzeste: Politiques d'UZ. Tome 2, Critique en étendue
— Sous la direction de Julie Denouël et Fabien Granjon

Quand la sociologie entre dans l'action. La recherche en situation
d'expérimentation sociale, artistique ou politique
— Pascal Nicolas-Le Strat

L'art de conter nos expériences collectives. Faire récit à l'heure
du storytelling — Benjamin Roux

Politiques d'UZ. Vivacités critiques du réel — Sous la direction
de Julie Denouël et Fabien Granjon

Des gestes de lecteurs — Claire Aubert

Le travail du commun — Pascal Nicolas-Le Strat

Dans la collection Poésie

Le tournesol – Jackie Wang. Traduction de Coline Fournout

L'odeur des pierres mouillées – Léa Rivière

Mon corps de ferme – Aurélie Olivier

Les matières de la nuit – Olivier Marboeuf

Fiévreuse plébéienne – Gorge Bataille (Élodie Petit)

Hors collection

Recueil à Punchlines. Le jeu – Collectif

Recueil à Punchlines. Réédition – Collectif

*Recueil à Punchlines. 600 phrases percutantes de plus
de 250 artistes sur 30 années de raps francophones* – Collectif

Des réels

L'Acte – Sophie Lambert

Insolations – Meryem Alqamar

La mélancolie de la nasse – Xavier Calais

Se faire virer. Suivi de *Camera obscura* – Manon Delatre

La Communale – Marc Faysse

Survie en télévente – Marc-Adrien Nières

On a perdu Quentin. Suivi de *Casser du sucre à la pioche*
– Éric Louis

Parti pour Croatan – Michel Vézina

Casser du sucre à la pioche – Éric Louis

Petits manuels

Petit manuel critique d'éducation aux médias.

Pour une déconstruction des représentations médiatiques

— Collectif La Friche – Édumédias

Petit manuel de l'habitant participatif. Bâtir du commun

au-delà des murs — Samuel Lanoë

Petit manuel de travail dans l'espace public. À la rencontre

des passants — Jérôme Guillet

Petit dico à l'épreuve des réunions. Nouveaux mots pour rire

de nos pratiques — Charlotte Dementhon et Claire Ichou

Petit manuel de discussions politiques. Réflexions et pratiques

à l'usage des collectifs — Cédric Leterme, Gaëlle Jeanmart

et Thierry Müller

La Mécanique du livre,
série de podcasts réalisée
en 2019 par les éditions
du commun, transcrites
et transposées pour
l'édition en 2022-2023.

Les éditions du commun
reçoivent le soutien financier
de Rennes Métropole et de la
Région Bretagne.



Coordination:
Benjamin Roux

Réalisation des podcasts:
Corentin Daval

Transcription du texte:
Corentin Daval,
Marianne Duforeau

Préface: Sylvain Bertrand

Postface: Juliette Rousseau

Relecture: Sylvain Bertrand,
Benjamin Roux,
Marianne Duforeau,
Jeanne Pelloquin

Design: Fabrice Luraine,
Marine Ruault

Maquette de couverture
et intérieure: Marine Ruault

Baskervvol BBB

John Baskerville,
Birmingham, c. 1750.

Claude Jacob, Strasbourg,
1784.

ANRT Baskerville,
Alexis Faudot, Rémi Forte,
Morgane Pierson, Rafael
Ribas, Tanguy Vanlaeys,
Rosalie Wagner, Nancy,
2017-2018.

Baskervvol BBB, Eugénie
Bidaut, Julie Colas, Camille
Circlude, Louis Garrido,
Enz@ Le Garrec, Ludi
Loiseau, Édouard Nazé, Julie
Patard, Marouchka Payen,
Mathilde Quentin, Bruxelles
2018-2022. Ajout de glyphes
non-binaires.

Avara

Velvetyne Type Foundry,
Raphaël Bastide, Wei Huang,
Lucas Le BihanJérémy
Landes, Walid Bouchouchi,
2011.

ISBN : 979-10-95630-81-4
Dépôt légal : 1^{er} trimestre 2024

Achevé d'imprimer
en décembre 2023
par Corlet Imprimeur
Z.A. Charles Tellier
– 14110 Condé-en-Normandie
Numéro d'impression :

pour le compte des éditions
du commun.
Imprimé en France.

Éditions du commun
Rennes
editionsducommun.org