

État des lieux
de l'édition indépendante
en région Centre-Val de Loire
2023

Ciclic

Rapport final
Septembre 2023



| | |
|---|-----------|
| 1. Introduction | 5 |
| A. Contexte et objectifs | 5 |
| 1. La constitution du corpus | 5 |
| 2. Méthodologie | 6 |
| 3. Le taux de réponse | 6 |
| 4. Etudes de référence | 7 |
| 2. Localisation et vitalité de l'édition en région Centre-Val de Loire | 9 |
| A. Une implantation urbaine | 9 |
| B. La vitalité des maisons d'édition sur le territoire | 11 |
| 1. La crise Covid est passée par là | 11 |
| 2. Créations et arrêts d'activité : amplification des mouvements | 11 |
| 3. La transmission | 12 |
| 3. Le chiffre d'affaires généré | 13 |
| A. Une majorité de très petites structures | 13 |
| 1. Un chiffre d'affaires moyen très bas | 13 |
| 2. Les trois quart des maisons d'édition sous le seuil des 100 000 € de CA éditions | 14 |
| 3. L'édition est très largement majoritaire | 15 |
| 4. L'organisation de l'activité | 15 |
| A. Des entreprises structurées | 15 |
| 1. Des statuts juridiques variés | 15 |
| 2. Une implication interprofessionnelle assez faible | 16 |
| B. L'emploi | 17 |
| 1. Des structures qui génèrent de l'activité | 17 |
| 2. Peu d'emploi mais de l'emploi | 18 |
| 3. La formation continue : un réflexe à redynamiser | 19 |
| 4. La sous-traitance | 19 |
| 5. Les auteurs : une relation bien formalisée | 21 |
| A. Les contrats ne sont plus une question | 21 |
| B. Une rémunération des auteurs en baisse | 21 |
| 6. La production | 22 |
| A. La région représente (toujours) 1,2 % de la production française | 22 |
| B. Les segments éditoriaux | 23 |
| 1. Une multiplication des genres | 23 |
| 2. Mais des catalogues en réalité plutôt spécialisés | 24 |
| C. Des traductions d'une grande variété d'origine | 24 |
| D. Une production inégalement portée | 25 |
| 1. Des catalogues plus modestes | 25 |
| 2. Un nombre stable de nouveautés par an | 26 |
| 3. Des tirages moyens habituels | 27 |

| | |
|---|-----------|
| E. Les livres numériques : une pratique encore épisodique | 28 |
| 1. Une production timide | 28 |
| 2. Les formats proposés | 29 |
| F. Fabrication | 30 |
| 1. L'impression numérique est bien installée | 30 |
| 2. Localisation des imprimeurs: on ne sort plus de l'UE | 30 |
| 3. Face à la crise, on joue sur tous les fronts | 31 |
| G. Des stocks lourds au bilan, mais surveillés | 31 |
| 1. Poids du stock au bilan | 31 |
| 2. Des stocks pas assez dépréciés | 32 |
| 3. Le pilon et le solde | 32 |
| H. L'écologie : des éditeur-ices déjà sensibilisé-es et actif-ves | 33 |
| 7. La commercialisation | 35 |
| A. La moitié des maisons d'édition ont recours à des partenaires commerciaux professionnels | 35 |
| B. Auto diffusion et autodistribution : une visibilité limitée | 36 |
| C. L'export, partie congrue | 36 |
| D. Le référencement | 36 |
| E. La diffusion-distribution numérique : un développement lent | 37 |
| F. Les ventes | 37 |
| 1. Un taux de retour très faible | 37 |
| 2. Le fond en force | 38 |
| 3. La vente directe : premier canal de vente des maisons d'édition | 38 |
| G. Les cessions de droits : une stratégie à construire | 40 |
| 8. La promotion et l'animation | 40 |
| A. Les outils de communication | 41 |
| 1. Le catalogue reste un outil incontournable | 41 |
| 2. La vente en ligne, un réflexe acquis avec la crise sanitaire | 41 |
| 3. Des outils de communication assez classiques | 42 |
| 4. Les réseaux sociaux : Facebook et Instagram | 42 |
| 5. Les autres outils papier | 43 |
| B. Les salons : une présence soutenue pour une partie seulement des maisons d'édition | 43 |
| C. Les animations | 44 |
| 1. Aller au devant du public, une nécessité | 44 |
| 2. Les partenaires | 45 |
| 9. La santé économique des maisons d'édition | 46 |
| A. Des maisons d'édition à faible rentabilité | 46 |
| 1. Poids des charges | 46 |
| 2. Des résultats d'exploitation plutôt bons | 46 |

| | |
|---|-----------|
| 3. Des résultats nets corrects, mais qui ne permettent pas l'investissement | 47 |
| B. Le suivi de gestion | 47 |
| C. Le financement de l'activité | 47 |
| D. Les aides publiques et l'action de Ciclic | 48 |
| 1. Les maisons d'édition connaissent les dispositifs | 48 |
| 2. Un montant d'aide moyen attribué plus élevé qu'avant | 48 |
| 3. Les professionnels attendent surtout des aides financières | 49 |
| 10. Les lignes de force et les points d'attention | 51 |

1. Introduction

A. Contexte et objectifs

Ciclic, établissement public de coopération créé par la Région Centre Val-de-Loire et l'Etat, soutient et accompagne l'ensemble des filières livre et image sur le territoire.

En 2023, Ciclic met en œuvre, en collaboration avec le CNL (Centre national du Livre), la Drac Centre-Val de Loire et la Région Centre-Val de Loire, un diagnostic de la filière livre sur le territoire régional. Dans ce cadre ont été interrogés les auteurs et autrices, libraires et gérant-es des maisons d'édition de la région Centre-Val de Loire. Ce diagnostic est l'occasion de constater les évolutions depuis les études réalisées en 2016 sur la librairie et l'édition, qui avaient permis de dresser un état des lieux et de faire un état de leur santé économique.

Objectifs de l'étude

Ce nouvel état des lieux doit permettre :

- de mettre à jour la carte d'identité des maisons d'édition sur le territoire,
- de faire un état de la santé économique des maisons d'édition et de constater les évolutions depuis 2016,
- d'offrir aux maisons d'édition un outil d'analyse de leurs propres chiffres.

B. Note méthodologique

1. La constitution du corpus

| 82 structures recensées par Ciclic | | |
|---|-------------|---|
| 69 publiant régulièrement des livres Siège social dans la région, publication à compte d'éditeur, numéro ISBN et pratique du dépôt légal | | |
| FAMILLE 1 | 23 éditeurs | publient au minimum 5 titres par an |
| FAMILLE 2 | 8 éditeurs | éditeurs de livres d'artistes et/ou de bibliophilie contemporaine présentant au moins 5 livres au catalogue |
| FAMILLE 3 | 36 éditeurs | publient au moins 1 titre par an ; présentent un catalogue minimum de 5 titres |
| PURE PLAYERS | 2 éditeurs | publication numérique exclusive (ebooks, livres audios) |

La constitution du corpus s'est faite à partir des données collectées par Ciclic au titre de son rôle d'observatoire régional. Sur les 82 structures référencées, 8 ont a priori arrêté leur activité, certaines relèvent plutôt de l'auto-édition ou publient uniquement des revues.

69 maisons d'édition publient au moins un livre par an en région Centre-Val de Loire.

36 % des structures relèvent de la famille 1, 49 % de la famille 3.

2. Méthodologie

L'étude s'est déroulée de janvier 2023 à juin 2023.

L'ensemble des structures a reçu un mail proposant d'accéder à un questionnaire en ligne de 95 entrées.

Plusieurs relances par mail ou téléphone ont été faites par Ciclic.

Les données économiques ont été saisies à partir des bilans et comptes de résultat.

3. Le taux de réponse

Le taux de réponse des maisons d'édition publiant au moins un livre par an est de 42 % : il s'agit quasi exactement du même taux de réponse que celui de 2016 (43 %).

| Corpus final | | Nombre de réponse | Nombre d'états financiers | Taux de réponse |
|---|-----------|-------------------|---------------------------|-----------------|
| FAMILLE 1 Maisons d'édition | 23 | 13 | 8 | 56,5 % |
| FAMILLE 2 Bibliophilie et livres d'artistes | 8 | 4 | 4 | 50 % |
| FAMILLE 3 Structures éditoriales | 36 | 10 | 6 | 28 % |
| PURE PLAYER | 2 | 1 | 1 | 50 % |
| TOTAL | 69 | 28 | 19 | 40,5 % |

Pour des raisons de confidentialité, les réponses fournies par la structure pure player sont agglomérées au sein de la famille 3, sauf cas spécifique où des différences notables méritent d'être signalées.

Une maison d'édition a répondu à très peu de questions (famille 3). Nous précisons à chaque question le nombre de répondants réels.

Le taux de réponse est plutôt très satisfaisant au regard des résultats obtenus dans les autres études récentes : la période a été marquée par une forte sollicitation des maisons d'édition pour répondre à différentes études (Covid, Fédération des éditeurs indépendants...) et les agences ont eu globalement plus de mal à obtenir des réponses.

En revanche les données économiques sont très parcellaires : peu de réponses, souvent incomplètes, bilans non exploitables...

La part des maisons d'édition ayant fourni leur bilan est plus faible qu'en 2016 et seuls 13 bilans sur les 19 ont pu être réellement exploités (information incomplète). Proportionnellement, ce sont surtout les maisons d'édition de la famille 1 (plus de 5 titres par an), qui ont répondu.

Par comparaison

En Bretagne, le taux de réponses était de 25 % (30 répondants sur 118 maisons d'édition).

En Nouvelle-Aquitaine, il était de 26 % (51 répondants exploitables sur 193 maisons d'édition).

En Occitanie, 21 % des maisons d'édition ont répondu (79 répondants sur 378 maisons d'édition).

Pour l'étude de la FedEI, le taux de réponses est de 19 % (280 répondants sur 1500 maisons d'édition).

Précision: afin de rendre les résultats plus lisibles, il a été décidé de les présenter sous forme de pourcentages, bien que le panel final soit faible quantitativement. Nous précisons néanmoins à chaque fois également les résultats en valeur.

4. Etudes de référence

La mise en perspective des résultats s'appuie sur les données issues des études suivantes :

Etudes régionales

- **Nouvelle-Aquitaine**, *Économie du livre en Nouvelle-Aquitaine, éditeurs, libraires, diffuseurs-distributeurs, Panorama et situation 2022-2023*, mars 2023, ALCA Nouvelle-Aquitaine

- **Bretagne**, *Étude sur les maisons d'édition indépendantes*, Livre et Lecture en Bretagne, Axiales, avril 2023

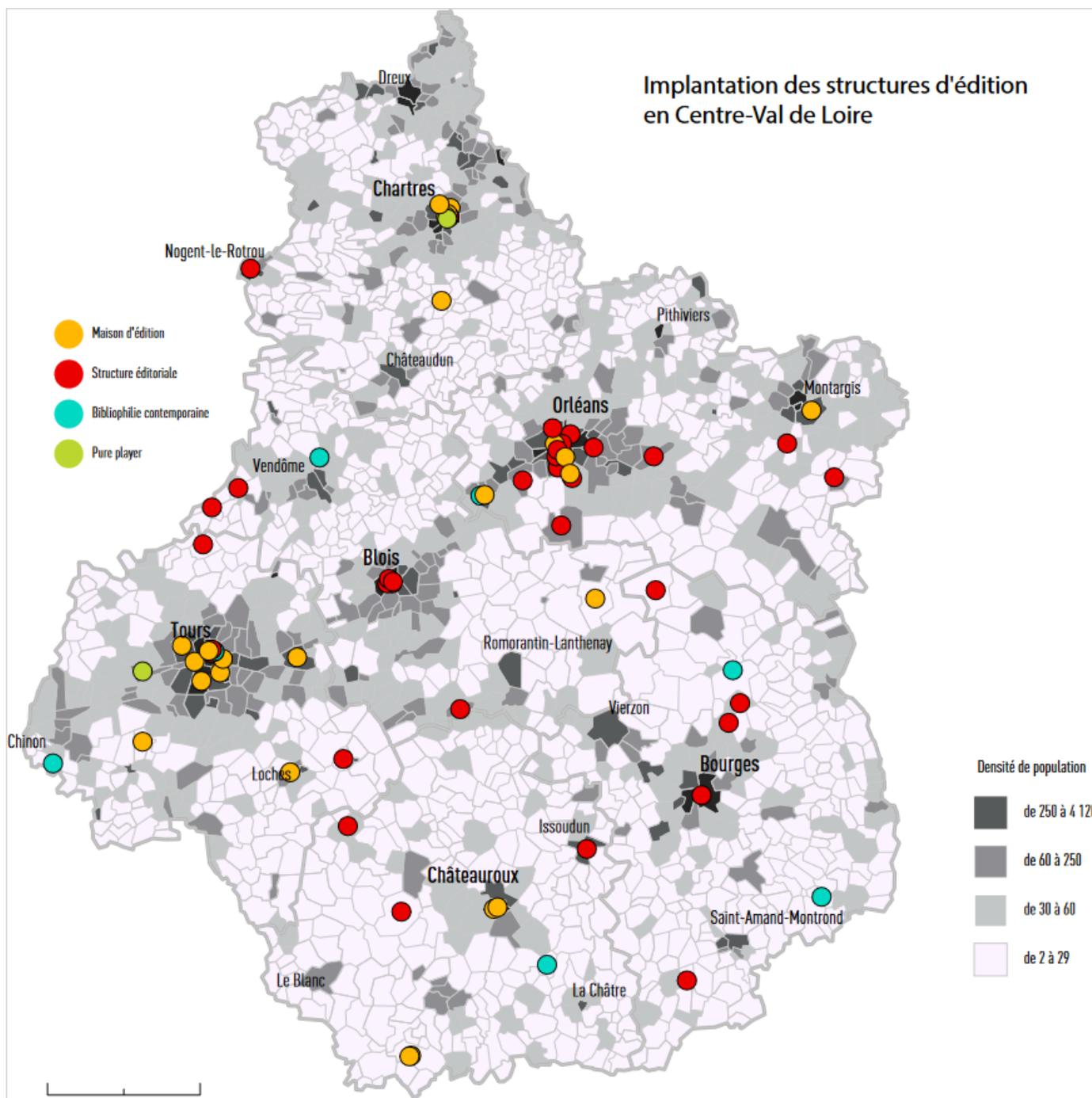
- **Occitanie**, *Le livre en Occitanie - Chiffres clés 2021*, mars 2021, Occitanie Livre et Lecture

Etude nationale :

- *Étude socio-économique de l'édition indépendante 2023 - Chiffres 2021*, février 2023, FedEI

- *Maisons d'édition, les chiffres 2013*, KPMG, janvier 2015

- Les données d'analyse territoriale sont issues des statistiques **Insee**.



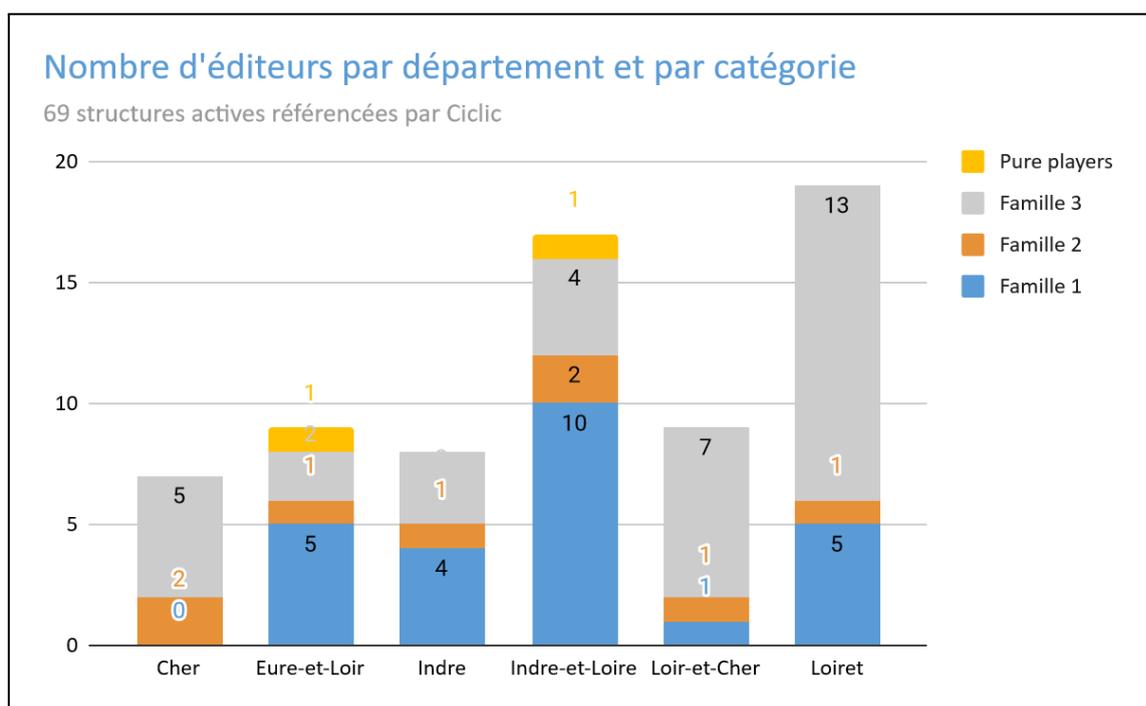
2. Localisation et vitalité de l'édition en région Centre-Val de Loire

A. Une implantation urbaine

Bien que l'implantation des maisons d'édition ne dépende pas d'une zone de chalandise comme c'est le cas pour la librairie, **les 69 structures éditoriales de la région sont pour moitié implantées dans des zones urbaines** :

- 51 % des maisons d'édition se trouvent dans des villes de plus de 10 000 habitants (qui regroupent 37 % de la population du territoire),
- 32 % sont localisées à Tours et Orléans (ou dans les communes limitrophes). Un taux comparable à celui de 2016.

Le Loiret et l'Indre-et-Loire restent, comme en 2016, les deux principaux départements d'implantation, puisque plus de la moitié des maisons d'édition y sont localisées¹, mais la différence se fait surtout autour des maisons d'édition relevant de la famille 3.



L'attraction de la campagne

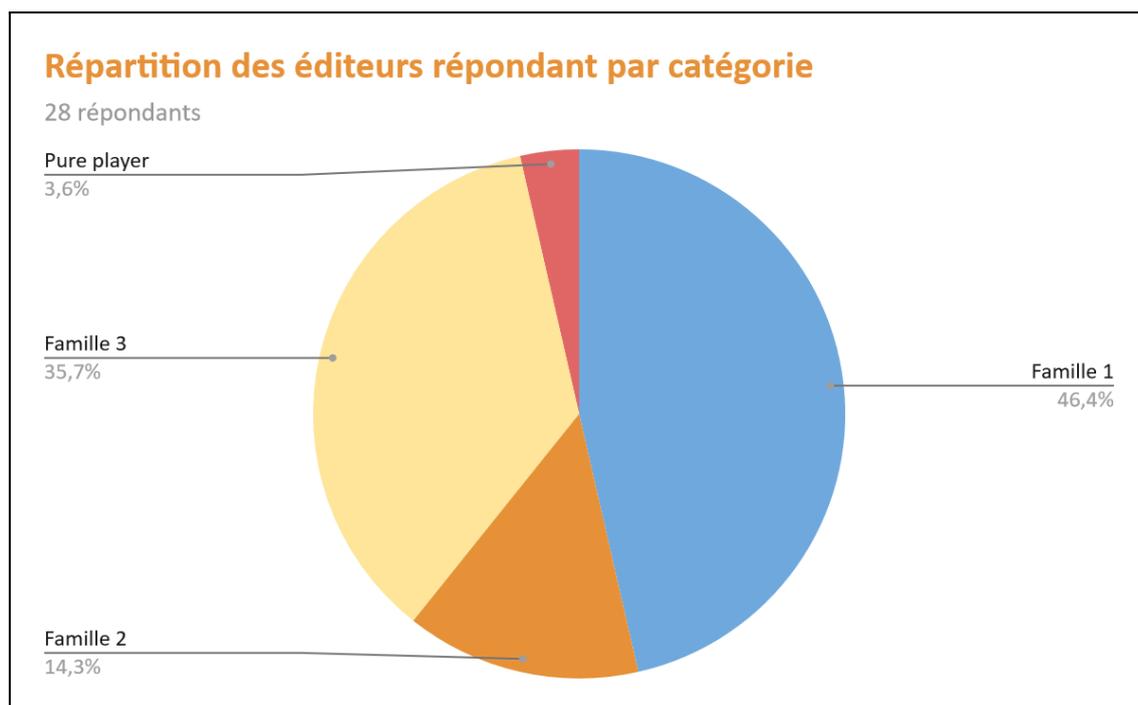
Toutefois, la présence des maisons d'édition est également marquée dans des zones rurales, puisque 30 % des structures sont implantées dans des communes de moins de 2 000 habitants. Depuis 2016, un net glissement s'est fait vers les communes les plus rurales, puisque la part des structures résidant dans des communes de moins de 2 000 habitants est passé de 23 % à

¹ Rappelons que ces deux départements concentrent 50 % de la population de la région.

30% et proportionnellement celles des maisons d'édition résidant dans des villes de plus de 10 000 habitants a baissé proportionnellement de 59 à 51 %.

Des répondants surtout issus de la famille 1

Parmi les répondants, la famille 1 est sur représentée (47 % des répondants, contre 36 % des structures référencées) et la famille 3 largement sous-représentée (36 % de répondants, contre 49 % des structures référencées). La proximité avec l'agence, le niveau de professionnalisme et de disponibilité des personnes impliquées sur l'activité d'édition expliquent ces différences.



L'Indre-et-Loire ainsi que l'Eure-et-Loir sont légèrement surreprésentés parmi les répondants (32 % et 18 % contre 25 % et 13 % des maisons d'édition de la région), en revanche le Loiret et l'Indre sont sous-représentés.

| Départements | Nombre d'éditeurs | en % |
|----------------|-------------------|--------------|
| Cher | 3 | 10,7 |
| Eure-et-Loir | 5 | 17,9 |
| Indre | 2 | 7,1 |
| Indre-et-Loire | 9 | 32,1 |
| Loir-et-Cher | 3 | 10,7 |
| Loiret | 6 | 21,4 |
| <i>Total</i> | <i>28</i> | <i>100,0</i> |

B. La vitalité des maisons d'édition sur le territoire

1. La crise Covid est passée par là

42 % des 69 maisons d'édition du territoire ont plus de 20 ans. Néanmoins, le renouvellement s'opère, puisque 29 % d'entre elles ont été créés il y a 10 ans ou moins. 12 maisons d'édition ont moins de 5 ans d'existence.

Les structures éditoriales ont été créées il y a 19 ans en moyenne, l'âge médian est de 15 ans. **Depuis l'étude de 2016 les maisons ont pris un peu d'âge et le renouvellement est moins affirmé qu'alors. La crise Covid est passée par là** : on dénombre au moins 10 maisons qui ne sont plus actives depuis deux ans, dont certaines structuraient le paysage depuis longtemps (Bilboquet, Itinéraires, Marcel le Poney...).

2. Créations et arrêts d'activité : amplification des mouvements

Entre 2016 et 2022, 33 maisons d'édition se sont créées ou ont été nouvellement référencées par Ciclic, mais 27 structures ont cessé leur activité ou changé de région, soit un solde positif de 6 maisons d'édition. La période voit donc une forte augmentation des mouvements, puisque entre 2011 et 2015, l'agence avait constaté 23 créations/installations contre 14 fermetures/départs. Parmi les départs importants, les éditions CPE ont été rachetées en 2018 par Ramsay et ont intégré les locaux parisiens. Depuis 2016, 6 structures éditoriales se sont implantées dans la région, venant d'ailleurs : la région reste une terre d'implantation.

Sur l'ensemble du corpus, 13 structures sont nées depuis 2019² (mais 12 seulement sont encore en activité).

Par comparaison

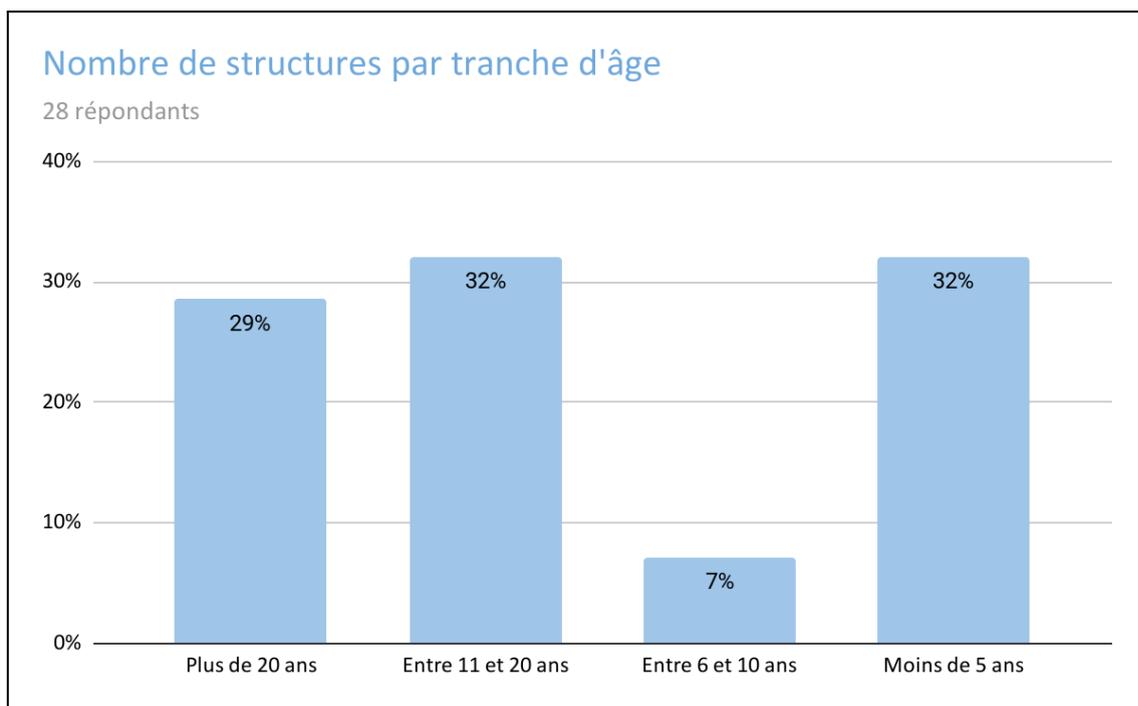
Dans les autres régions, la part des "jeunes" maisons d'édition est plus importante : 40 % ont moins de 10 ans en Nouvelle-Aquitaine, 33 % en Bretagne. En Occitanie, le taux des maisons d'édition de moins de 10 ans est comparable (28 %).

L'âge moyen des maisons d'édition est de 14,5 ans selon l'étude 2021 de la FedEI.

Zoom sur les répondants

Le panel de l'étude (28 maisons d'édition répondants) a une moyenne d'âge légèrement plus basse (15,4 ans d'âge moyen). Les jeunes structures sont survalorisées : 41 % des structures ont 10 ans ou moins (contre 29 % dans le corpus de base).

² L'une d'entre elle est issue d'une autre maison, créée en 2013, mais a changé de nom et refondu son catalogue en arrivant en région Centre-Val de Loire. Elle est comptée parmi les maisons récentes compte tenu de son changement de marque.



3. La transmission

Parmi les répondants, une seule a fait l'objet d'une reprise depuis 2016 et seuls 7 envisagent de transmettre d'ici 5 ans (dont 5 maisons plus anciennes et relevant de la famille 1 et 2 relativement récentes), mais la majeure partie ne sait pas encore. Pourtant la moitié des gérants parmi les répondants a plus de 55 ans. C'est un enjeu important, à accompagner : la région a vu quelques catalogues disparaître sans que des reprises aient permis de faire vivre le catalogue (Hesse, Bilboquet...).

3. Le chiffre d'affaires généré

A. Une majorité de très petites structures

1. Un chiffre d'affaires moyen très bas

Les 25 maisons d'édition ayant fourni leur CA sont majoritairement de très petite taille, réalisant un CA moyen toutes activités comprises de 149 548 €.

La médiane est particulièrement basse, à 22 734 € : les répondants sont essentiellement des micro structures. Cela s'explique en partie par la jeunesse des maisons d'édition et par la présence de maisons d'édition de bibliophilie (dont le modèle économique n'a rien à voir).

En isolant les bibliophiles, le CA total moyen passe à 178 653 €, mais la médiane reste à un niveau bas (51 028 €). Seules 4 maisons d'édition dépassent 150 000 € de CA total.

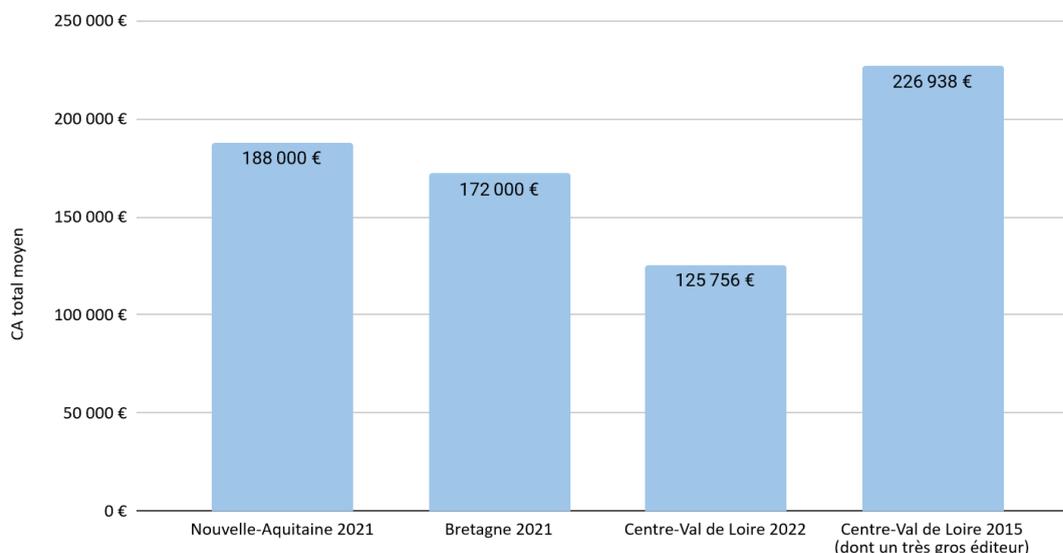
| | Moyenne CA total | Médiane CA total | Moyenne CA édition | Médiane CA édition |
|--|------------------|------------------|--------------------|--------------------|
| Famille 1 (8 répondants pour le CA total, 7 pour le CA édition) | 326 100 € | 173 292 € | 292 877 € | 158 872 € |
| Famille 2 (4 répondants) | 4 142 € | 4 152 € | 3 838 € | 3 544 € |
| Famille 3 (10 répondants) | 31 207 € | 19 234 € | 19 960 € | 7 595 € |
| Total | 125 756 € | 22 328 | 116 271 € | 14 862 € |

Les différences entre chaque famille sont assez flagrantes (mais la catégorisation repose essentiellement sur la surface commerciale des structures donc c'est assez logique). La famille 3 mêle des maisons d'édition "amateurs" (publiant des ouvrages plus ou moins régulièrement et surtout par passion) et de très jeunes structures en cours de lancement, qu'il s'agira de pouvoir accompagner dans leur développement.

Pour les 17 maisons d'édition pour qui l'évolution a pu être établie, 7 sont en évolution positive entre le CA 2021 et le CA 2022, 9 en évolution négative et 1 est stable.

CA total moyen constaté par région

Les années correspondent aux années comptables des données économiques



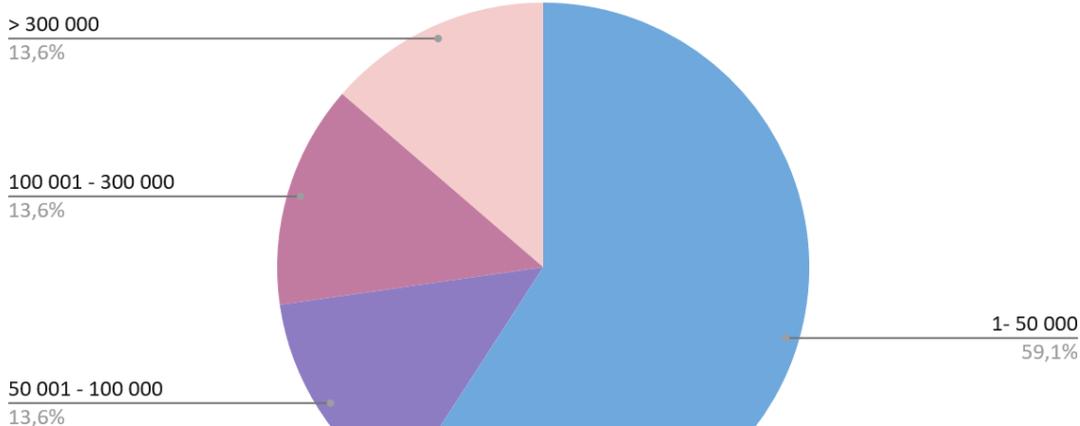
Par comparaison

Le CA moyen total en Centre-Val de Loire (hors bibliophiles) est légèrement en dessous des CA constatés dans d'autres régions, compte tenu de la typologie des répondants.

2. Les trois quart des maisons d'édition sous le seuil des 100 000 € de CA éditions

Répartition des éditeurs par niveau de CA édition 2022

22 répondants



3 structures sur 4 font moins de 100 000 € de CA édition. Les 3 maisons d'édition du panel au-delà des 300 000 € dépassent en réalité les 500 000 €.

Par comparaison

Selon l'étude 2023 de la FEDEI, 61 % des maisons d'édition génèrent moins de 75 000 €. En Bretagne, 43 % des maisons d'édition réalisent moins de 75 000 € de CA. En région Centre-Val de Loire, ils sont 68 %.

3. L'édition est très largement majoritaire

| CA total 2022 (23 maisons d'édition ³) | CA activités d'édition 2022 (23 maisons d'édition) | Part CA édition |
|---|---|----------------------|
| 3 689 833 € | 2 557 970 € | 92,4 % |
| CA total 2015 (33 maisons d'édition) | CA activités d'édition 2015 (33 maisons d'édition) | Part CA édition 2015 |
| 7 262 018 € | 5 383 215 € | 74 % |

Par CA éditions nous entendons tout le chiffre d'affaires généré par la vente de livres physiques et numériques, la cession de droits et autres activités en lien direct avec le catalogue comme la diffusion. Le reste entre dans "autre activité".

Le CA est réalisé à plus de 92 % par l'activité édition (vente de livres physiques et numériques, vente de droits et activité de diffusion). En 2016, la part des autres activités dans la constitution du CA était plus importante : même une fois isolé une maison d'édition de taille très importante, la part de l'édition n'était que de 83,3 % sur le CA total. Cette variation dans le temps est sans doute liée à la typologie des répondants (panel non stable).

Par comparaison

Selon la FedEI, le chiffre d'affaires livre représente environ 80 % du CA global des structures. En Bretagne, en 2021, le CA livre représentait 94 % du CA total des maisons d'édition.

Néanmoins pour certaines maisons d'édition, les autres activités (notamment la prestation de service) peuvent être importantes, et permettre la rentabilité de l'activité. Pour 2 maisons d'édition, elles représentent plus de 50 % du CA et pour 3, entre 30 et 50 % du CA généré.

Les autres activités

10/27 maisons d'édition diversifient leur activité, 4 d'entre elles proposent plusieurs activités différentes. Plusieurs indiquent organiser des animations, mais le type d'activités est en réalité très varié : studio graphique, création vidéo, expositions, artiste plasticien, ateliers pour enfants, conseil en santé publique, spectacles historiques.

³ Deux maisons d'édition n'ont donné que leur CA global, nous n'avons pas pu déterminer la part liée aux différentes activités. Parmi eux, la plus grosse maison d'édition du panel. Par ailleurs, l'une des maisons d'édition récemment implantée en région Centre-Val de Loire a créé une nouvelle marque éditoriale en parallèle d'une autre marque d'édition. Nous n'avons pris en compte uniquement le CA de la marque localisée en Centre-Val de Loire.

4. L'organisation de l'activité

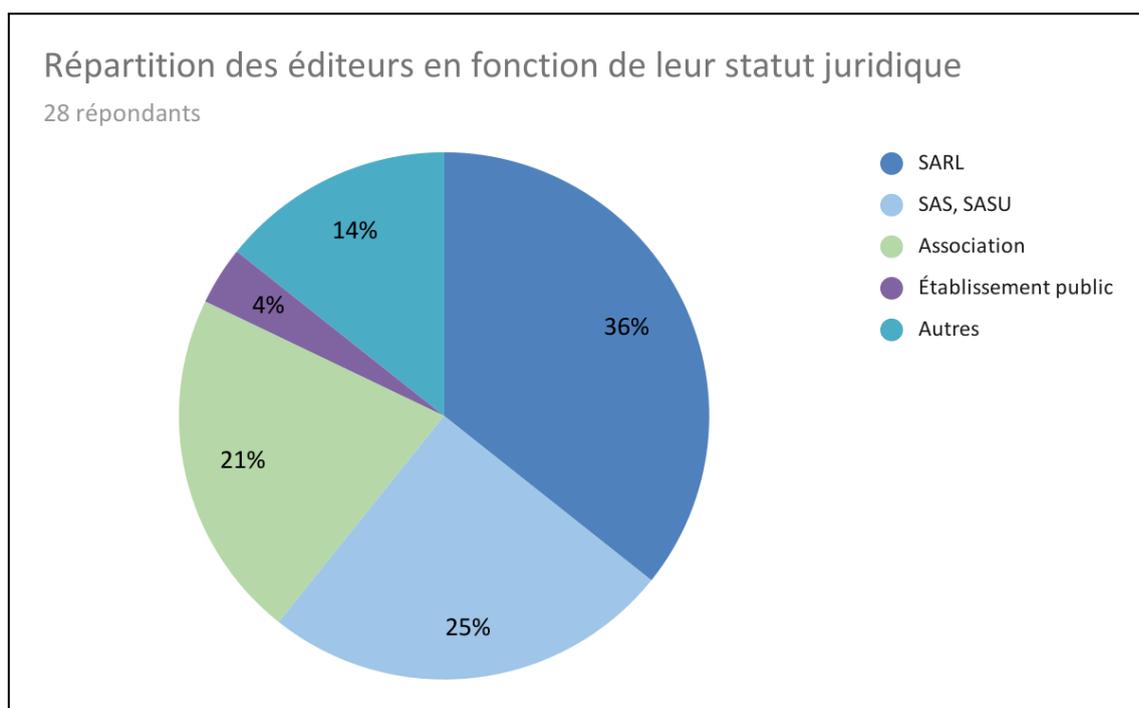
A. Des entreprises structurées

1. Des statuts juridiques variés

Les maisons d'édition ont majoritairement choisi pour leur activité un statut juridique commercial : 60,7 % des maisons d'édition sont constituées en SARL ou SAS (ils étaient 75 % parmi les répondants 2016). Les maisons d'édition sous forme associative sont très variées : on trouve aussi bien des artistes publiant de la bibliophilie qu'une maison d'édition de taille importante sur le territoire. Les autres statuts choisis relèvent de la micro entreprise (auto-entreprise, statut d'artiste, EI).

Seule une maison d'édition parmi les répondants n'est pas indépendante : il s'agit des Presses universitaires François Rabelais, dépendant de l'Université de Tours.

A noter : depuis 2016, 2 maisons d'édition importantes de la région ont été rachetées pour partie par des structures hors région. Elles ne font pas partie des répondants.



Par comparaison

En Nouvelle-Aquitaine 52% des maisons d'édition sont des sociétés commerciales, en Bretagne 42 % sont des associations. Les sociétés commerciales représentent 69 % du panel selon l'étude 2023 de la FedEI.

2. Une implication interprofessionnelle assez faible

39 % des 28 maisons d'édition répondants sont adhérentes à au moins une association ou organisme professionnel, principalement à l'association Éditeurs au centre (9/28) : créée en 2022, cette toute jeune association fédère un peu plus d'une vingtaine de maisons d'édition. Une

structure est adhérente de la Fédération nationale de la presse spécialisée, pour le reste il s'agit d'adhésion à des organismes professionnels (notamment pour les artistes) ou à d'autres associations locales.

Par comparaison

En Nouvelle-Aquitaine, 60 % des maisons d'édition répondants sont membres de réseaux ou syndicats professionnels.

B. L'emploi

1. Des structures qui génèrent de l'activité

Les 19 structures d'édition répondantes créent 22 emplois, correspondant à 14,7 ETP⁴, soit 0,77 ETP par structure (emplois salariés ou rémunération de la gérance, hors sous-traitance). C'est beaucoup moins que le résultat trouvé en 2016 (2,18 ETP en moyenne) et que les résultats trouvés dans d'autres régions.

| Chiffre d'affaires | Nombre de structures | Nombre total de personnes rémunérées | ETP total | Nombre de personnes non rémunérées (bénévoles, stagiaires) |
|--------------------------|----------------------|--------------------------------------|-------------|--|
| Entre 1 et 100 000 euros | 12 | 9 | 4,5 | 12 |
| > 100 000 euros | 7 | 13 | 10,2 | 9 |
| Total | 19 | 22 | 14,7 | 21 |

Ces 19 maisons d'édition mobilisent en tout 43 personnes (bénévoles/stagiaires inclus), soit un peu plus de 2 personnes par structure. Evidemment, les structures réalisant moins de 100 000 € de CA ont plus de difficulté à rémunérer et s'appuient davantage sur des bénévoles (bien souvent les fondateurs/gérants). La structure la plus importante emploie 6 salariés à temps plein.

Par comparaison

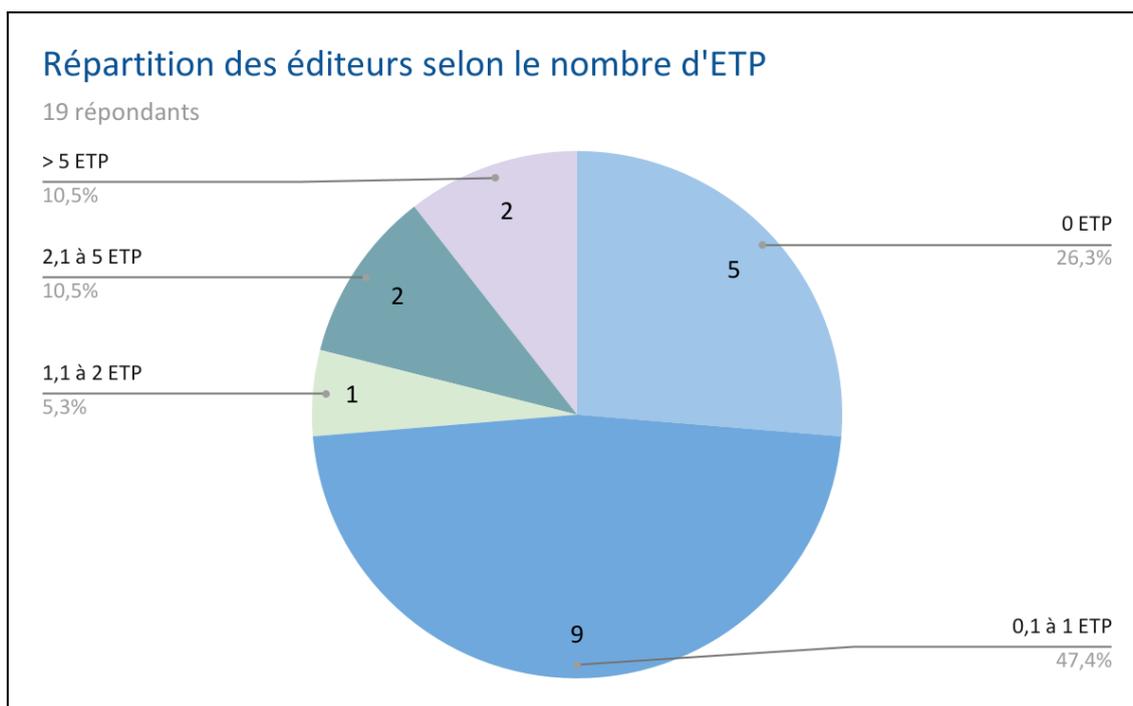
En Nouvelle-Aquitaine, le nombre moyen d'ETP est de 2. En Bretagne, sur les 30 répondants, la moyenne est de 1,8 ETP.

Pour rappel les chiffres 2016 :

| Tranches CA édition 2015 | Personnel rémunéré | | | | ETP gérants bénévoles |
|---------------------------------------|--------------------|----------------|-------------|-------------------------|-----------------------|
| | ETP total | Nbre d'emplois | dont gérant | ETP moyen par structure | |
| entre 1 et 100 000 € (11 éditeurs) | 4,89 | 9 | 3 | 0,44 | 3,77 |
| Plus de 100 000 € (13 éditeurs) | 47,46 | 52 | 8 | 3,65 | 1 |
| TOTAL | 52,35 | 61 | 11 | 2,18 | 4,77 |

⁴ Les gérants ont été comptabilisés pour 1 ETP.

2. Peu d'emploi mais de l'emploi



La part des structures générant plus d'1 ETP est faible, néanmoins un peu moins qu'ailleurs : les maisons d'édition permettent tout de même de générer de la rémunération, même très petitement.

Par comparaison

En région Centre-Val de Loire, 52,6 % des maisons génèrent au moins 1 ETP. En Nouvelle-Aquitaine, c'est 44 % des structures.

En Occitanie, 49 % des structures n'ont pas de salariés. En Nouvelle-Aquitaine, 56 % des maisons d'édition (45 répondants) ne déclarent pas d'ETP salarié. En Bretagne, il s'agit de 57%. Selon l'étude 2023 de la FedEI, 68 % des maisons d'édition n'emploient pas de salariés.

Plusieurs structures ont néanmoins recours principalement à du bénévolat (elles ont jusqu'à 1 ETP mais s'appuient sur plusieurs bénévoles). **Par ailleurs, 8 structures, soit 42 % des répondants, reposent uniquement sur les épaules du ou de la gérant.e.**

15/22, soit 68 % des emplois salariés sont des contrats en CDI (dont 4 à temps partiel, les autres à temps plein). Certaines structures s'appuient également sur d'autres types de rémunération (artiste-auteurs par ex.).

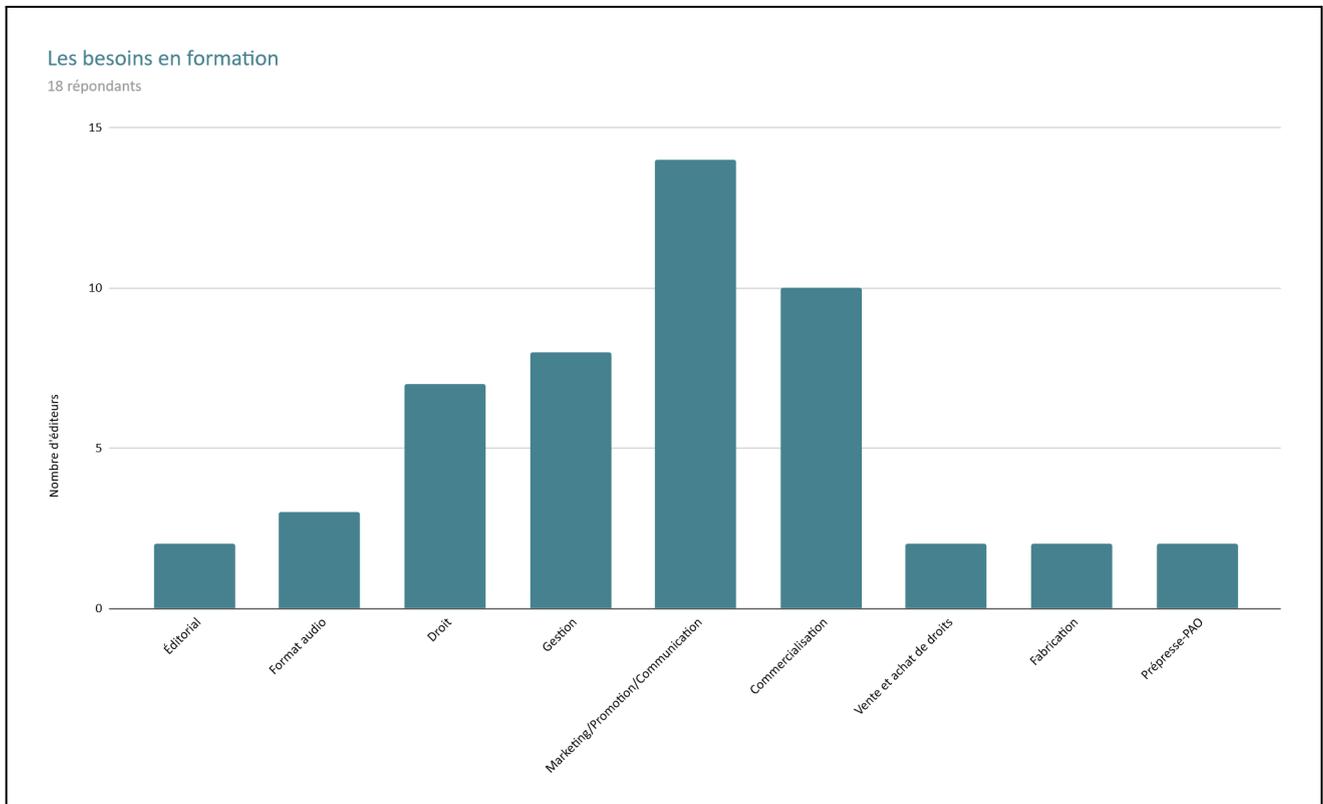
3 structures en tout prennent des stagiaires ou des apprentis, mais cela reste une pratique très peu développée, souvent freinée lorsqu'on est localisé en pleine campagne.

Par comparaison

En Nouvelle-Aquitaine, 87 % des emplois sont en CDI, une part plus importante.

3. La formation continue : un réflexe à redynamiser

Sur les 3 dernières années, **seul 31 % des structures ont permis à leurs salariés de bénéficier de formation** (soit 4 sur 13 répondants).



Comme en 2016, le marketing/communication arrive en première position, suivi de la commercialisation, de la gestion et du droit.

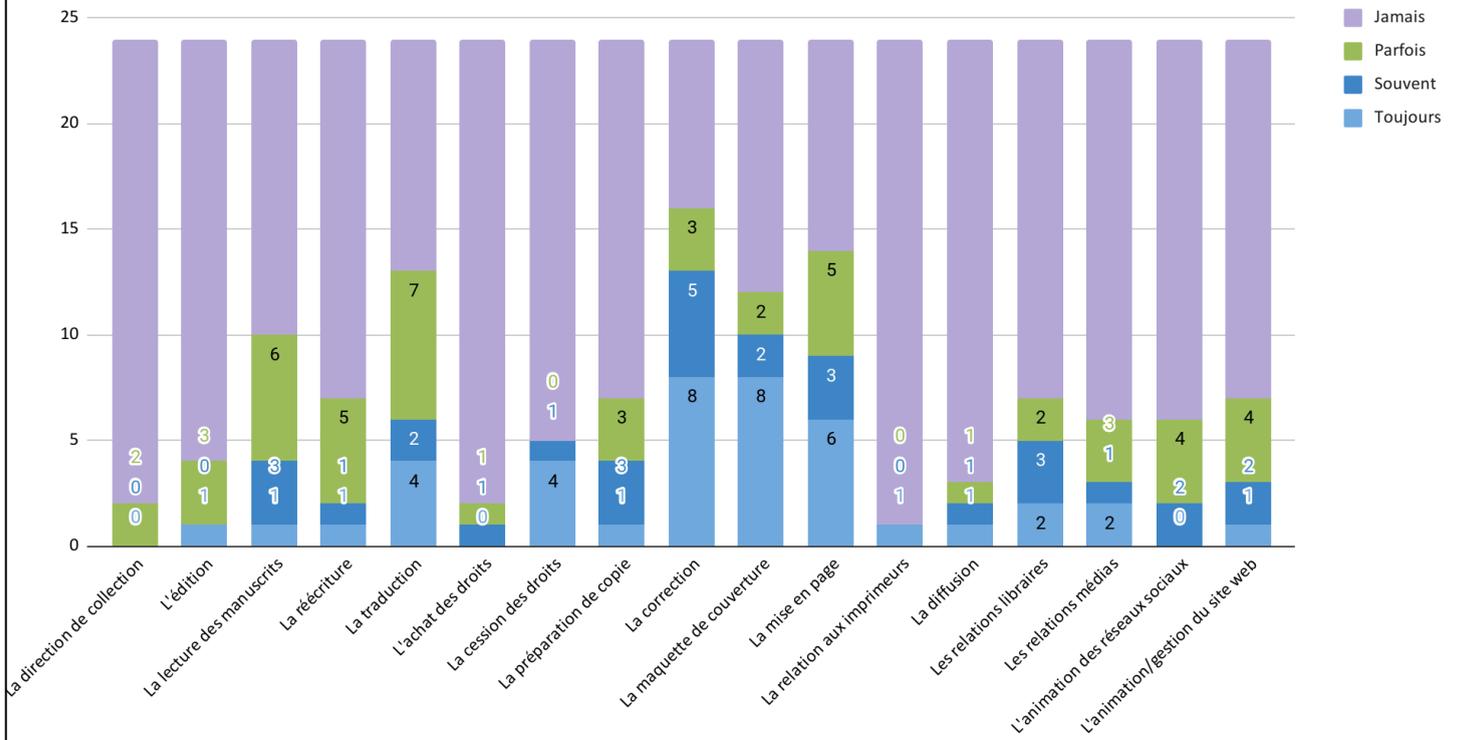
4. La sous-traitance

15 maisons d'édition sur 24, soit 62,5 % des répondants, ont régulièrement recours à la sous-traitance pour réaliser tout ou partie de leurs ouvrages. 4 maisons d'édition réalisent tout en interne (17 %).

Les maisons d'édition sous-traitent principalement la correction et la maquette de couverture-maquette interne, puis de façon moins régulière la traduction et la lecture de manuscrits. Pour le reste, la sous-traitance est plus ponctuelle.

Nombre d'éditeurs sous-traitant des tâches

24 répondants



5. Avec les auteurs et autrices, une relation bien formalisée mais peu rémunératrice

Si les maisons d'édition de la région signent majoritairement des contrats à compte d'éditeurs, en revanche les conditions de rémunération sont moins professionnelles.

A. Les contrats ne sont plus une question

Les 26 maisons d'édition répondant signent majoritairement des contrats à compte d'éditeur. Néanmoins 3 maisons d'édition (11,5 % des répondants) indiquent également signer majoritairement des contrats à compte d'auteurs, dont 2 sont des maisons d'édition de bibliophilie travaillant sur leurs propres œuvres.

19 % des maisons d'édition (5/26) ont parfois recours à des contrats à compte à demi (partage des coûts avec l'auteur) et 8 % (2/26) ne font parfois pas de contrat.

46 % des maisons d'édition (12 sur 26) signent des contrats distincts pour la cession audiovisuelle, en revanche 96 % (25/26) répondants incluent dans leur contrat la cession de droits seconds.

B. Une rémunération des auteurs en baisse

48 % des maisons d'édition (11 sur 23 répondants) seulement rémunèrent systématiquement leurs auteurs et autrices au 1^{er} exemplaire vendu. Si c'est la pratique majoritairement admise, on trouve tout de même un certain nombre de maisons d'édition qui ont recours au forfait (rappelons que cette pratique est normalement réservée à certains types de livres ou de collaboration) ou ne versent pas de rémunération, de façon plus ou moins ponctuelle. *Certaines maisons d'édition publiant des livres d'artistes ont des pratiques très différentes et n'ont pas répondu aux questions.*

En 2016, ils étaient 91 % à déclarer rémunérer leurs auteurs principalement de façon proportionnelle au premier exemplaire vendu. Le périmètre des répondants est différent, néanmoins cette dégradation des conditions de rémunération des auteurs n'est pas sans poser question.

Les à-valoir sont pratiqués par 52 % des répondants (12 sur 23), de façon plus ou moins régulière, principalement parmi les maisons d'édition de la famille 1.

23 maisons d'édition ont donné le montant moyen de rémunération accordé aux auteurs et autrices : il est de 6,3 % en moyenne (et en médiane), mais s'échelonne entre 3 et 12 %. C'est le même pour les illustrateurs et illustratrices.

Bien que déclaratif, ce taux est en-dessous de ce qui est constaté dans la profession et de ce qui avait été déclaré en 2016 (8 %). Là encore on constate une dégradation de la situation étonnante, qu'il faudrait pouvoir comprendre.

En revanche 83 % des maisons d'édition (20/24) tiennent une reddition des comptes annuelle ou bisannuelle (respectant en cela les nouveaux accords interprofessionnels). 17 % (4/24) indiquent ne pas pratiquer de reddition ou de façon extrêmement aléatoire.

Nombre d'éditeurs selon les modalités de rémunération des auteurs

23 répondants



Par comparaison

En Nouvelle-Aquitaine, le pourcentage moyen de droits d'auteur accordés par les maisons d'édition est de 9,2%. En Bretagne, la majorité des maisons d'édition versent entre 9 et 10 % de droits d'auteur. Selon l'étude 2023 de la FedEI, la moyenne des droits d'auteur est de 10 %.

6. La production

A. La région représente (toujours) 1,2 % de la production française

D'après les chiffres publiés par la BnF dans le cadre de son Observatoire du dépôt légal⁵, en 2019 la région Centre-Val de Loire comptait 255 déposants⁶, dont 91 nouveaux (35 % du total des déposants) et 989 nouveautés ont été déposées.

⁵ Cf. [site internet de la BnF](#)

⁶ Tout imprimeur, éditeur, importateur, producteur de document imprimé en France a l'obligation de déposer chaque document à la Bibliothèque nationale de France, dans un but de collecte et de conservation patrimoniale de la production française.

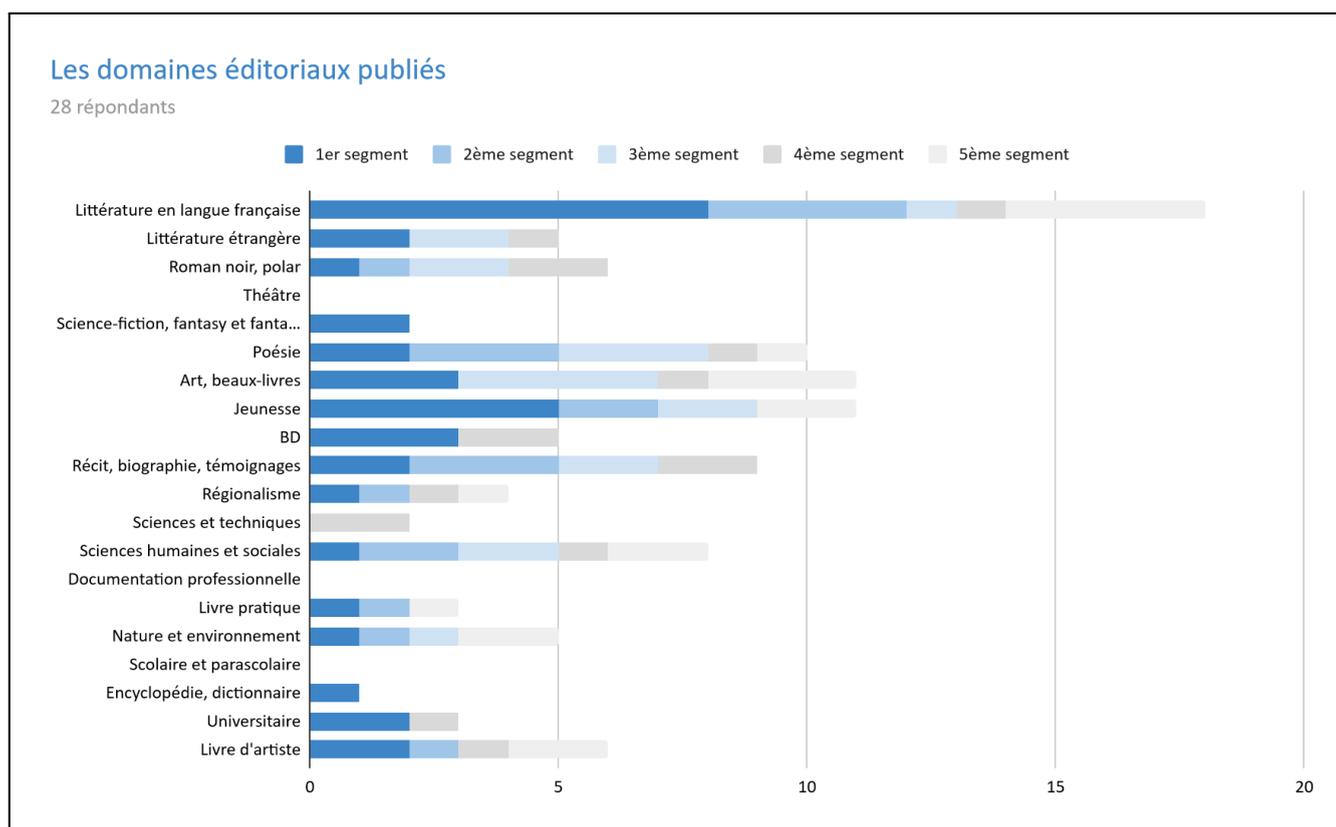
La région Centre-Val de Loire représentait 2,9 % des déposants français et 1,2 % des livres publiés en France en 2019, exactement comme dans l'étude de 2016. La production française étant très centralisée, la part des maisons d'édition de région est infime dans la production.

B. Les segments éditoriaux

1. Une multiplication des genres

64 % des maisons d'édition (18 sur 28) publient de la littérature en langue française et c'est le premier segment éditorial pour 28,5 % des maisons d'édition (8 sur 28). Vient ensuite la jeunesse (18 % des maisons d'édition pour qui c'est le premier segment (5/28), 39 % des maisons d'édition en publient (11/28)), suivi des beaux-livres et de la poésie : ces deux derniers segments sont pratiqués par un tiers des maisons d'édition, plus ou moins fréquemment.

La littérature reste le segment le plus publié en France (22,2 % des ouvrages déposés en 2019⁷), suivi de la jeunesse (9,5 %).



On constate surtout que les maisons d'édition publient beaucoup de genres différents (46 % déclarent 5 domaines de publication, soit 1328). La part importante de la poésie est notamment liée à la présence de maisons d'édition de bibliophilie parmi les répondants, mais pas uniquement, puisque des maisons d'édition des 2 autres familles publient également ce genre.

⁷ Statistiques de production de la BNF, années 2017-2019, automne 2020

Par comparaison

La littérature est le premier segment en Nouvelle-Aquitaine pour 26 % des maisons d'édition et le deuxième en Bretagne derrière le régionalisme. Elle est également le premier segment en Occitanie (2021), pour 23 % des maisons d'édition.

Parmi les particularités de la région, on note, outre la présence connue de maisons d'édition de bibliophilie, un nombre intéressant de maisons publiant des ouvrages scientifiques (PUFR, BRGM, Médicilline, La Simarre, Les Asclépiades...) et des ouvrages religieux ou ésotériques (les éditions des Bénédictines, les Béatitudes, Le Mail, Transmettre...). On note également parmi les maisons plus récentes l'apparition de maisons d'édition spécialisées dans les domaines de la SFFF ou de la romance (Voy'el, Alter real, Le Lac aux fées...). Enfin, outre un éditeur de livres numériques natifs (Néobook) et un éditeur de livre audio (Lislemoi) complètent l'offre régionale. Une belle richesse de contenus !

2. Mais des catalogues en réalité plutôt spécialisés

Même lorsqu'ils indiquent publier des ouvrages relevant de plusieurs segments éditoriaux, beaucoup de maisons d'édition de la région sont en réalité plutôt voire totalement spécialisées :

- le premier segment représente en moyenne plus de 73 % du CA, et pour 88 % maisons d'édition (23 sur 26), le premier segment représente plus de 50 % du CA ;
- 69 % des répondants (18/26) ont un catalogue spécialisé sur un seul domaine, notamment bibliophilie (poésie souvent), jeunesse et BD.

C'est globalement très positif que les maisons de la région aient des identités éditoriales fortes et parfois des spécialités assumées.

Cette affirmation claire d'une ligne éditoriale est lisible dans leur manière de parler de leur catalogue :

Culture, tradition et histoire contemporaine des peuples noirs du monde

Les petites histoires de la grande histoire

Auteurs vivants ayant une écriture personnelle traversée par une interrogation philosophique et existentielle d'ordre spirituel.

BD et romans graphiques sur l'intime, le témoignage, le documentaire, l'(auto)biographie...

Ouvrir des fenêtres sur l'ailleurs en proposant des textes de fiction en immersion dans la culture de leurs auteur.rices

C. Des traductions d'une grande variété d'origine

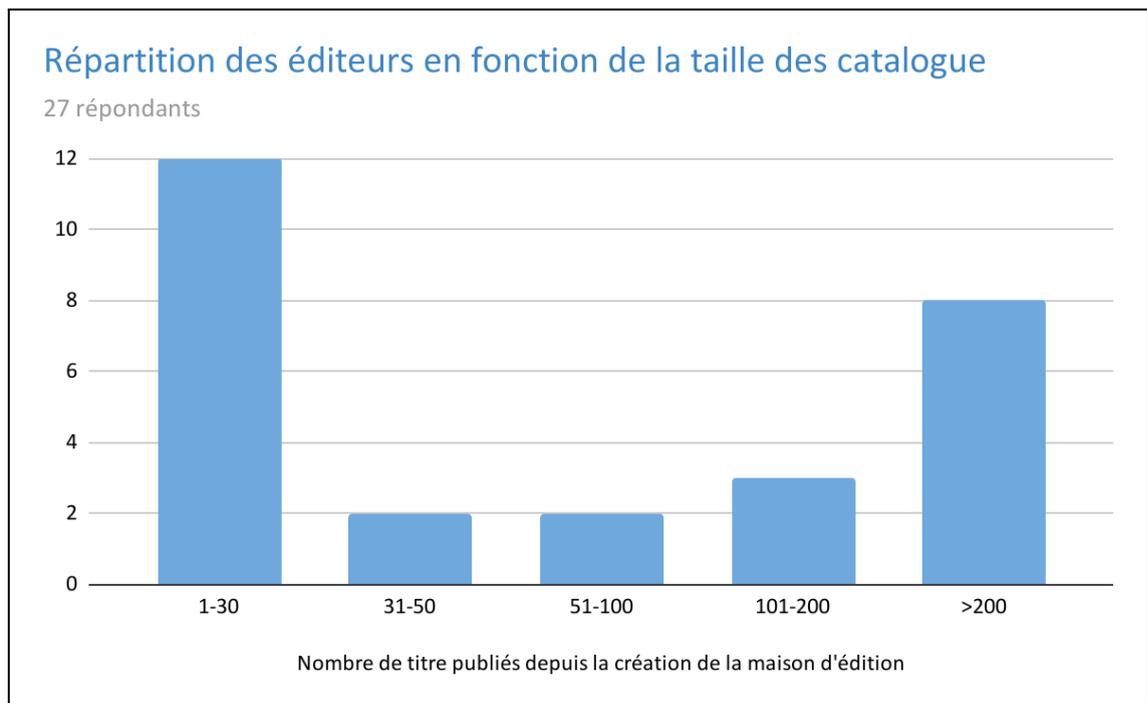
36 % des maisons d'édition (10 sur 28) achètent des droits de traduction, principalement des maisons d'édition de la famille 1. Il s'agit principalement d'ouvrages traduits de l'anglais.

On note néanmoins une grande variété d'origine des œuvres traduites, issues, en plus de l'anglais, de l'espagnol, l'allemand, du chinois, du roumain, du brésilien, du suédois, de l'italien, du grec, du bulgare et du moldave.

D. Une production inégalement portée

1. Des catalogues plus modestes

En 2023, 3459 titres étaient disponibles dans l'ensemble des catalogues des 27 répondants, tous formats confondus, soit **128 titres** par maison d'édition en moyenne. Mais la médiane se situe à 42 titres. Depuis leur création, ces 27 maisons d'édition ont publié 4291 ouvrages : 81 % de la production est toujours disponible.



En 2016, la moyenne de titres par éditeur était de 146 ouvrages, une fois enlevé un catalogue atypique de plus de 3000 titres en *print on demand*. **La baisse de la moyenne par éditeur s'explique sans doute par le fait que plusieurs maisons d'édition aux catalogues conséquents n'ont pas répondu à la nouvelle étude.**

50 % des maisons d'édition ont des catalogues assez réduits (14 maisons d'édition ont moins de 50 titres disponibles), mais 39 % maisons d'édition ont plus de 100 titres disponibles (11/28). Néanmoins, les 14 % de maisons d'édition ayant plus de 200 titres (4/28) concentrent 61 % du nombre de titres disponibles. Ces 4 maisons d'édition n'ont rien à voir les unes avec les autres : presses universitaires, maison d'édition de littérature de genres, BD, régionalisme. Elles sont le

reflet de la variété des catalogues de la région.

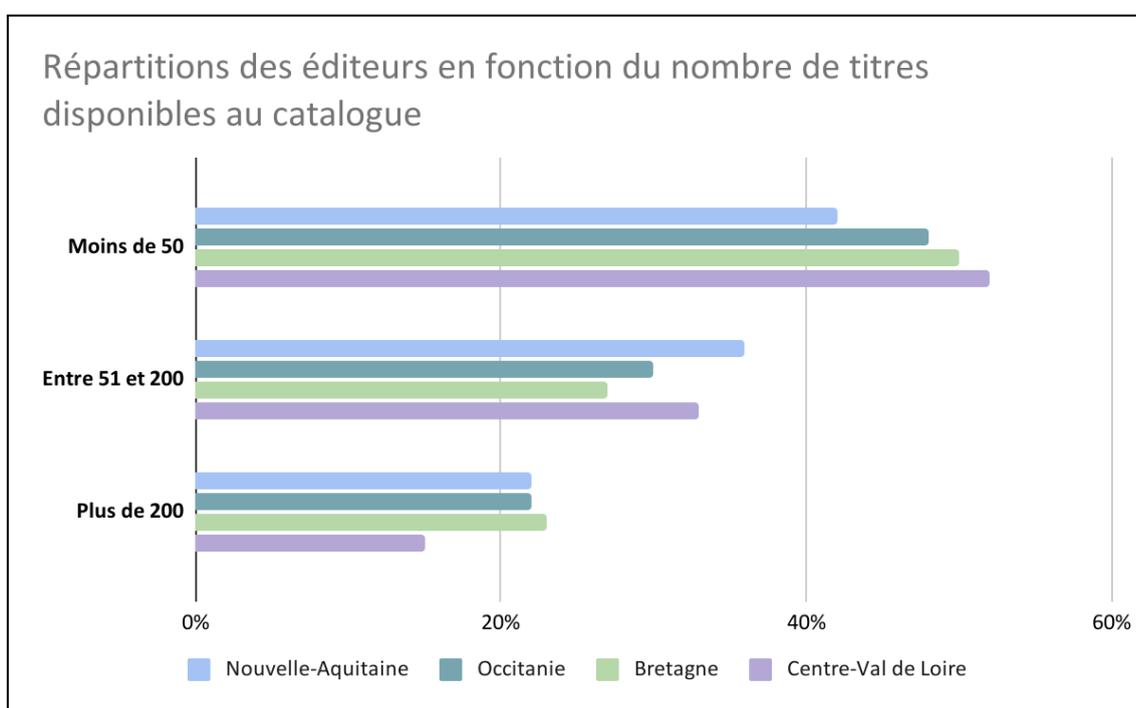
11 % des répondants (3/28) proposent des revues, mais seule l'un d'entre eux en édite vraiment régulièrement.

Par comparaison

Globalement les maisons d'édition de la région (du moins les répondants), sont plus modestes proportionnellement qu'ailleurs, ce qui n'était pas le cas dans la précédente étude, mais les périmètres ne sont pas comparables (répondants et régions de comparaison).

En Bretagne, les maisons d'édition ont en moyenne 178 titres au catalogue.

En Occitanie, 57 % des maisons d'édition ont moins de 100 titres au catalogue. En Nouvelle-Aquitaine, 42% des maisons d'édition ont moins de 50 titres au catalogue. Selon l'étude 2023 de la FedEI, le nombre moyen de titres au catalogue des maisons d'édition est de 103.

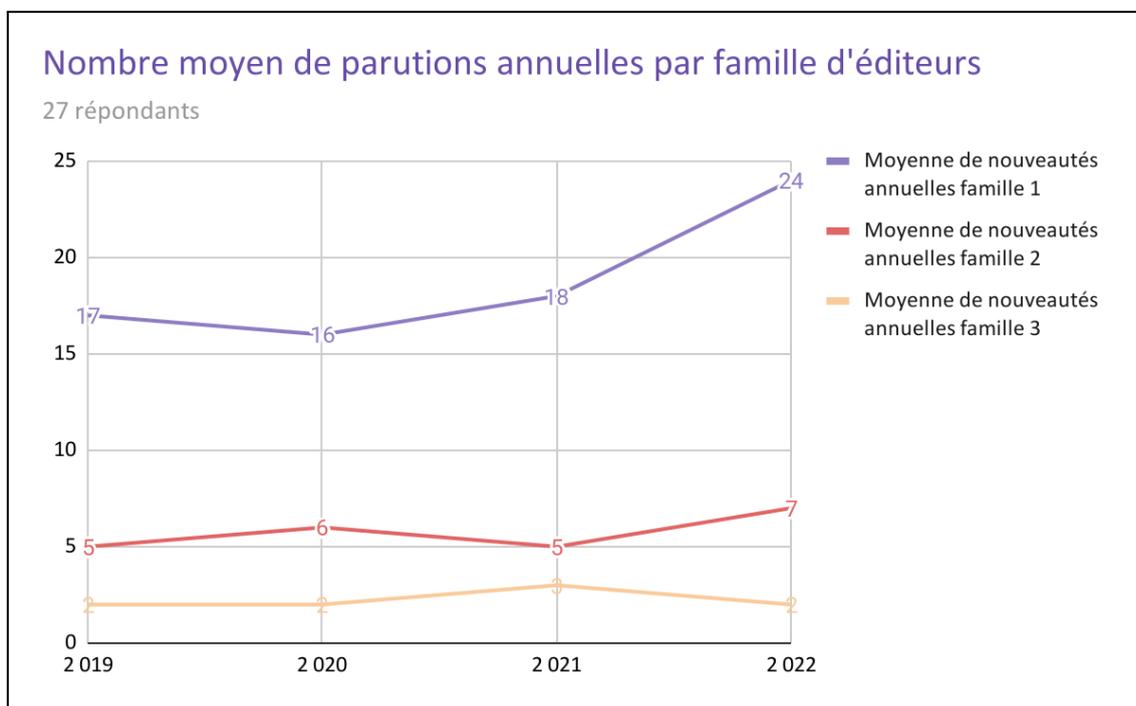


2. Un nombre stable de nouveautés par an

Sur la période 2019-2022, les 27 maisons d'édition ont publié 1174 nouveautés, soit 294 en moyenne par an et 11 nouveautés par maison d'édition et par an. En moyenne, les maisons d'édition publient 2 livres par an pour la famille 3, 6 livres par an pour la famille 2 et plutôt 19 pour les maisons d'édition de la famille 1. La crise Covid ne semble pas avoir impacté le nombre de titres parus, mais l'année 2022 montre une forte progression du nombre moyen, imputable à un catalogue en particulier qui a fortement augmenté sa production (+50 titres/2021). Hors cette maison, la moyenne resterait à 17 titres en moyenne pour la famille 1 (la moyenne était à 19,5 titres pour la famille 1 en 2016).

La courbe continue de progresser en 2023, avec 703 titres prévus, soit 26 en moyenne par éditeur.

Ce sont surtout les maisons d'édition de la famille 1 qui prévoient une forte augmentation des titres, avec 49 titres publiés en moyenne, notamment grâce aux livres numériques : plusieurs maisons d'édition prévoient plusieurs dizaines d'ebooks.



Par comparaison

En Bretagne, 73 % des maisons d'édition publient moins de 11 titres par an. En Nouvelle-Aquitaine, la moyenne annuelle est de 12 titres mais 68 % des maisons d'édition publient jusqu'à 10 nouveautés par an. Selon l'étude 2023 de la FedEI, en moyenne 8 titres sont publiés par les maisons d'édition chaque année.

3. Des tirages moyens habituels

En 2022, le tirage moyen déclaré est de 1118 ex. (hors maisons d'édition de la famille 2). Il est très proche de celui constaté par la Fédération des éditeurs indépendants (1156 ex.) mais très éloigné de la moyenne constatée au niveau national⁸.

41 % des maisons d'édition (9 sur 22) tirent en dessous de 500 ex. : parmi elles, les bibliophiles bien sûr (14%, soit 3 maisons), mais également quelques maisons d'édition de littérature assez exigeantes. 50 % des maisons d'édition publient à 1000 exemplaires ou plus (11/22), parmi lesquelles principalement des catalogues de livres illustrés (BD, jeunesse, beaux livres).

Les chiffres sont similaires à ceux obtenus en 2016.

⁸ En 2019 en France, le tirage moyen, en baisse constante depuis plusieurs années, se situait à 5061 exemplaires (ministère de la Culture et de la Communication, *Chiffres clés du secteur du livre 2006-2022*). Néanmoins cela recouvre des réalités très différentes en fonction des segments éditoriaux. D'autre part, ces chiffres sont issus des plus grandes maisons d'édition de France et ne reflètent pas la réalité de structures plus confidentielles.

Par comparaison

En Bretagne, le tirage moyen des maisons d'édition répondantes est de 1 505 exemplaires. En Nouvelle-Aquitaine, 60 % des maisons d'édition impriment leurs nouveautés à moins de 1 000 exemplaires.

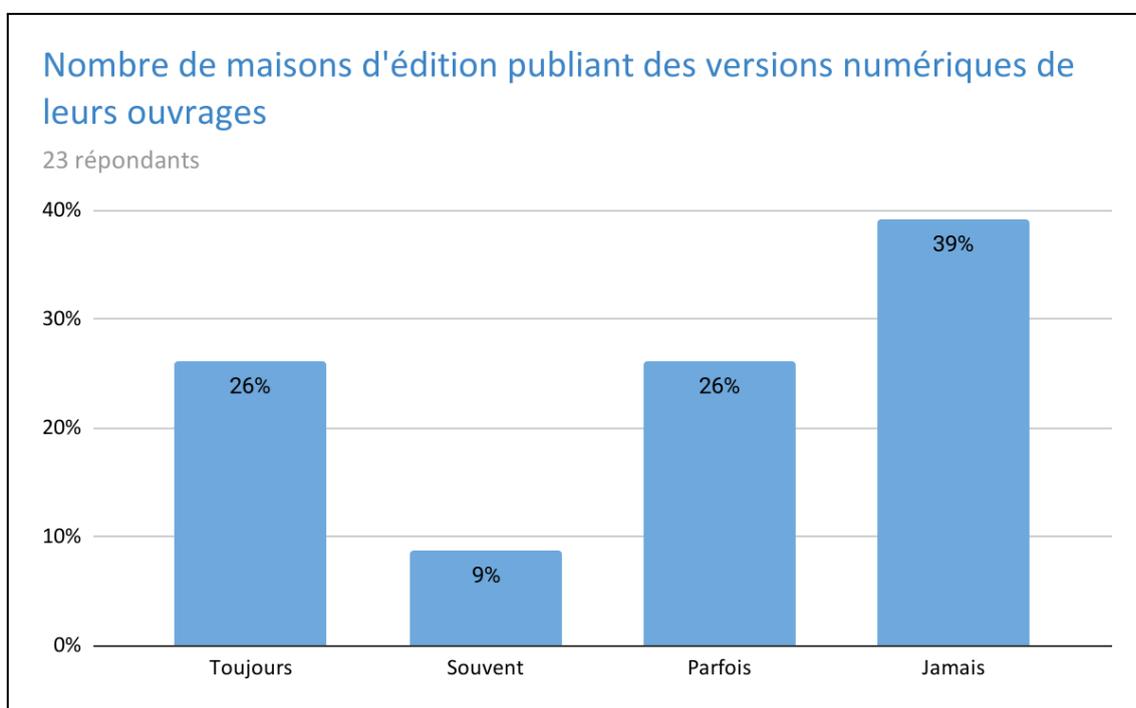
E. Les livres numériques : une pratique encore épisodique

1. Une production timide

48 % des maisons d'édition (13 sur 27 répondants) proposent déjà du livre numérique, une proportion similaire à celle constatée en 2016 (50 %). Rappelons qu'un *pure player* (non répondant) est implanté sur le territoire, il sert aussi de *e-diffuseur* à certaines maisons d'édition.

En outre, une maison d'édition de livres audio s'est créée en 2019 : son catalogue est encore modeste mais un fort développement est prévu en 2023. Une autre maison a également publié un titre en version audio.

En 2023, seul 32 % des maisons d'édition (9/28) ont indiqué prévoir de publier des versions numériques de leurs nouveautés, dont 18 % (5/28) systématiquement (même nombre de parutions en papier qu'en numérique ou plus). De façon générale, les maisons d'édition sont peu nombreuses à envisager régulièrement une version numérique de leurs publications. Il s'agit pratiquement uniquement de maisons d'édition de la famille 1.



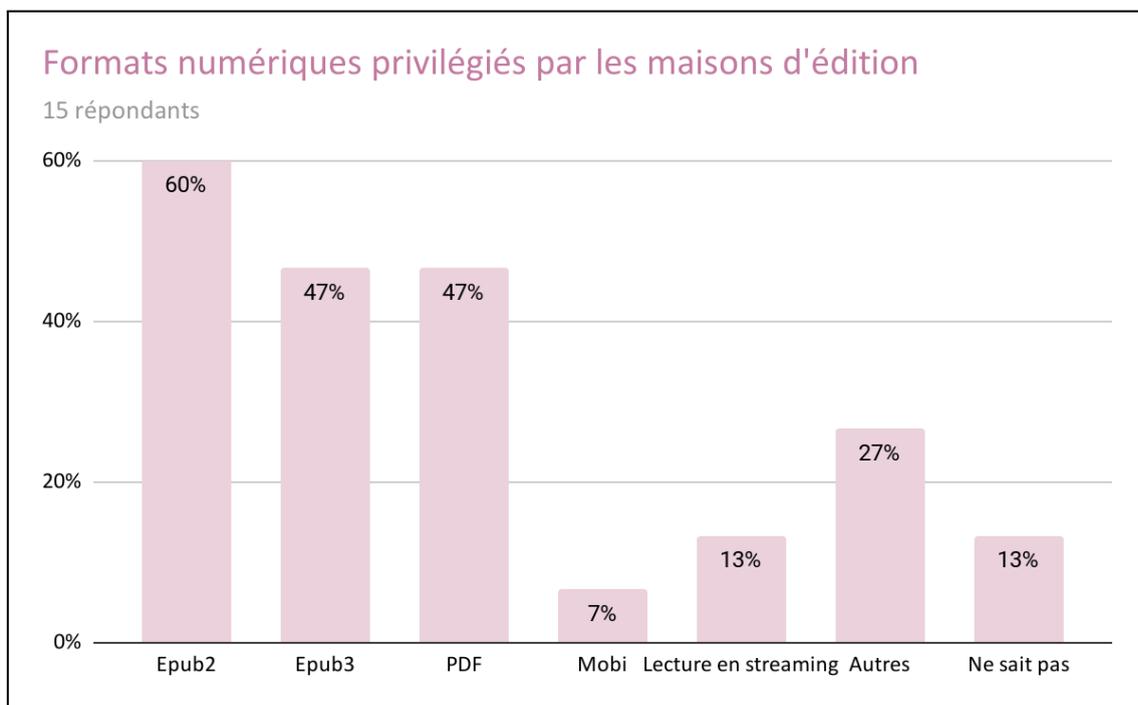
La plupart du temps, la parution numérique a lieu après la parution papier, sauf pour 22 % des maisons d'édition répondantes (5/23). Hormis l'éditeur de livres audios, seuls 2 maisons d'édition publient parfois des versions nativement numériques.

Ces pratiques encore hésitantes sont comparables à celles observées dans d'autres régions.

Par comparaison

En Bretagne 37 % des maisons d'édition publient leurs livres en version numérique. En Nouvelle-Aquitaine, une maison d'édition sur trois publie des livres numériques. Selon la FedEI, 40 % des maisons d'édition publient des livres numériques.

2. Les formats proposés



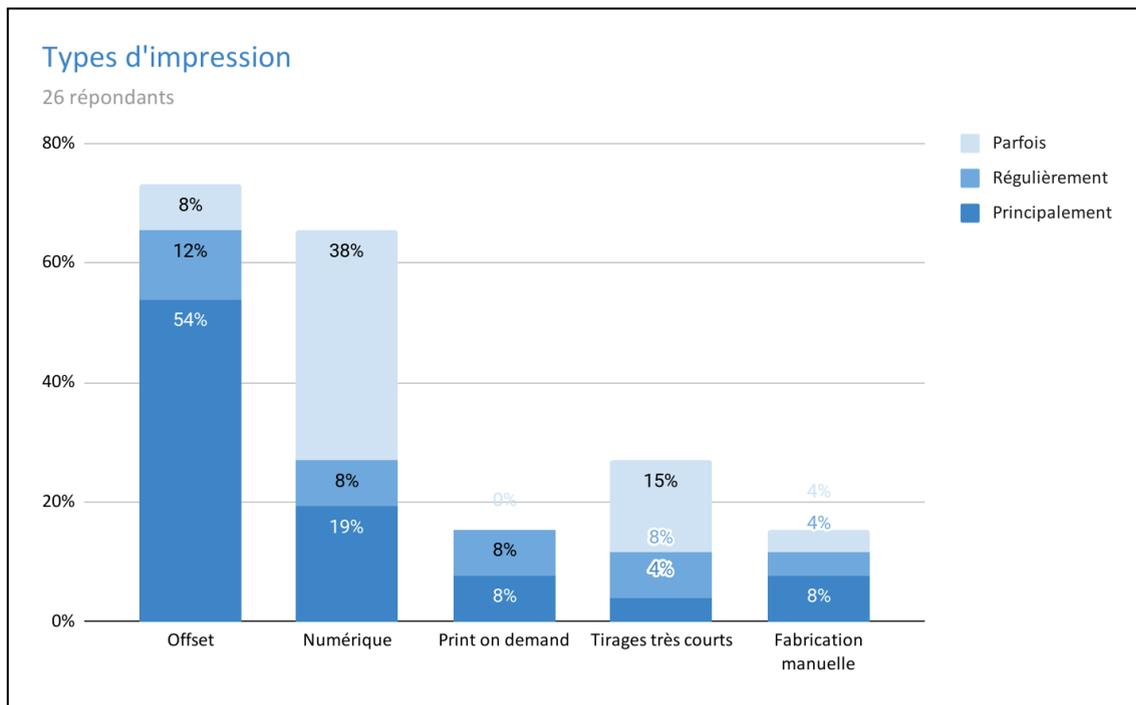
Depuis 2016 les formats ont évolué, mais 60 % des maisons d'édition répondantes (9/15) proposent plusieurs formats à leurs lecteurs. L'épub est le format le plus largement utilisé, suivi du pdf. Parmi les autres formats sont cités Kindle et Calaméo. Deux maisons d'édition proposent une offre spécifique pour les bibliothèques : il s'agit des Presses universitaires François Rabelais, via la solution OpenEditions et d'une maison d'édition jeunesse.

Les prix proposés en numérique marquent un écart moyen de 44 % avec le prix du livre physique. Les rares prix qui ont été indiqués sont généralement en-dessous de 10 €.

Parmi les commentaires des maisons d'édition sur la question du numérique, 6 s'expriment sur leur attachement à l'objet livre ("Nous sommes amoureux de " l'objet " livre") ou du manque de pertinence du format numérique pour leur catalogue ("je ne publie presque jamais d'essai ou de livre de textes, je ne publie donc presque jamais de livres numériques"). Pour une autre, le numérique est un complément ("Je ne publie que de très courts textes en numérique qui n'ont pas de potentiel de vente et ont juste un intérêt documentaire."). Une personne mentionne Néobook. Une maison cède des droits pour des livres audio. **Une seule mentionne qu'elle va développer à court terme des publications numériques.**

F. Fabrication

1. L'impression numérique est bien installée



L'offset⁹ reste le mode d'impression privilégié par la majeure partie des maisons d'édition répondants. Mais le nombre de maisons d'édition ayant recours principalement à l'impression numérique a augmenté depuis 2016, passant de 10,5 % à 19 % des maisons.

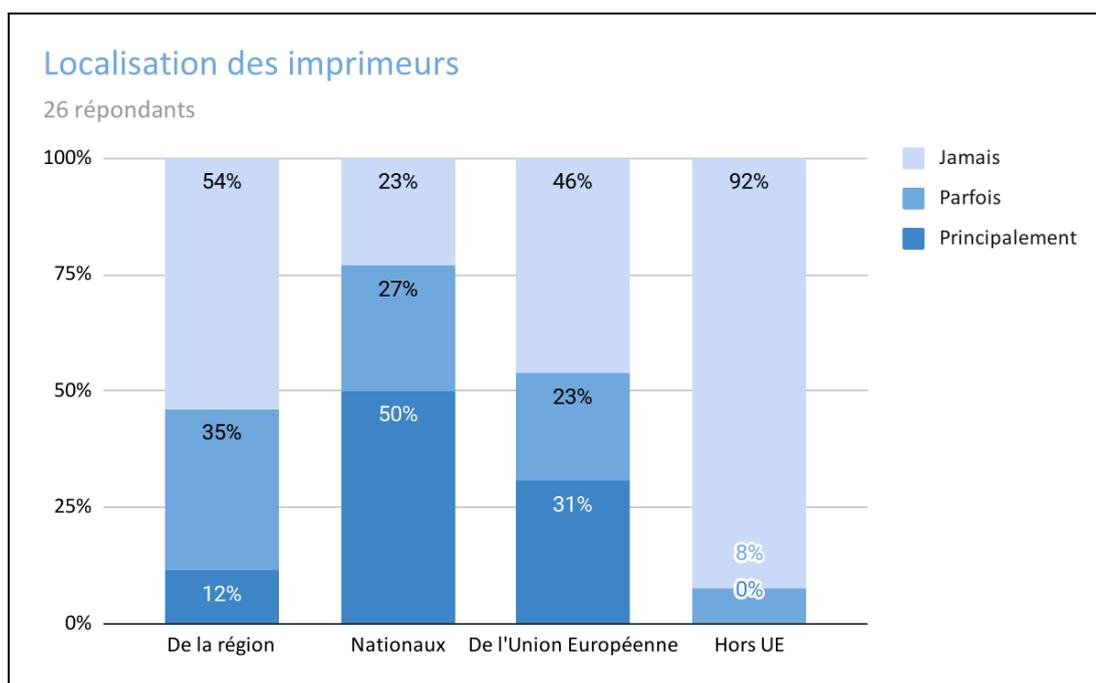
Par comparaison

En Nouvelle-Aquitaine, 10 % des maisons d'édition affirment avoir recours à de l'impression à la demande.

2. Localisation des imprimeurs: on ne sort plus de l'UE

62 % des maisons d'édition de la région (16/26) impriment principalement en France, mais 31 % (8/26) principalement en UE, bien que la tendance soit légèrement moins marquée qu'en 2016 (c'était alors 43 % des maisons qui publiaient hors de France). En revanche aucune des maisons d'édition répondante n'imprime plus hors UE (à part 2 parfois), malgré la présence de nombreuses maisons d'édition jeunesse ou BD : il est difficile d'évaluer si c'est lié à des préoccupations écologiques.

⁹ L'offset est un mode d'impression issu de la lithographie, fonctionnant par double décalque. C'est le mode traditionnel d'impression.



3. Face à la crise, on joue sur tous les fronts

Pour faire face à la crise énergétique et aux difficultés d'approvisionnement du papier, impactant directement les coûts de fabrication et de transport, **75 % des maisons d'édition ont augmenté leurs prix de vente (18/24)**, 54 % a baissé la production (13/24), 54 % cherché de nouveaux prestataires (13/24). Les solutions numériques, les coéditions ou la baisse de qualité du papier sont moins souvent mentionnées. 2 maisons d'édition estiment ne pas être impactées. En revanche un éditeur de bibliophilie explique :

Pour le livre d'artiste, moins d'exemplaires, moins de salons, moins de clients ; le contexte est en nette régression.

G. Des stocks lourds au bilan, mais surveillés

1. Poids du stock au bilan

Les stocks bruts (avant dépréciation) des 10 maisons d'édition observées sont majoritairement très lourds : ils représentent plus de 197 jours de chiffre d'affaires, contre 139 jours constatés par KPMG en 2013¹⁰.

C'est un résultat néanmoins meilleur que celui obtenu en 2016. Cependant 7 maisons d'édition sur 10 ont des taux particulièrement élevés (> 200 j.de CA), dont 2 dépassent les 3 ans !

Un stock important, bien qu'il indique la présence d'un fonds riche, doit néanmoins alerter l'éditeur quant à la politique commerciale mise en œuvre pour écouler ce stock ancien et à sa politique de tirage initial.

¹⁰ *Maisons d'édition, les chiffres 2013*, KPMG, janvier 2015 (analyse des principaux indicateurs économiques issus des bilans de 193 maisons d'édition, majoritairement en dessous de 5 millions d'€ de CA)

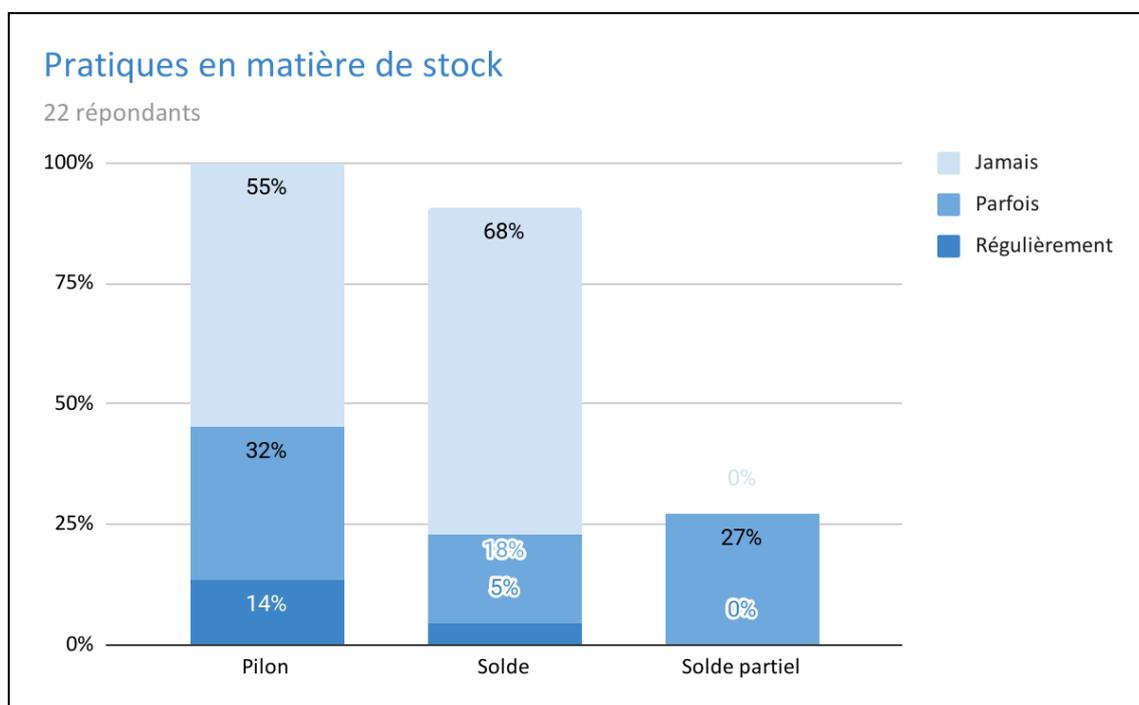
2. Des stocks pas assez dépréciés

52 % des répondants (14/27), disent déprécier leur stock. Au bilan, pour les 10 maisons d'édition exploitables, 7 ne déprécient pas leur stock. Là encore, les résultats sont très différents de ceux constatés en 2016 (80 % des maisons d'édition menaient une politique conforme aux données professionnelles). A l'échelle nationale, les chiffres 2015 de KPMG donnaient un taux de dépréciation moyen à 54,4% : 2 maisons d'édition seulement pratiquent une dépréciation conforme. Même parmi les maisons d'édition dépassant 100 000 € de CA, une majeure partie ne déprécie pas ses stocks.

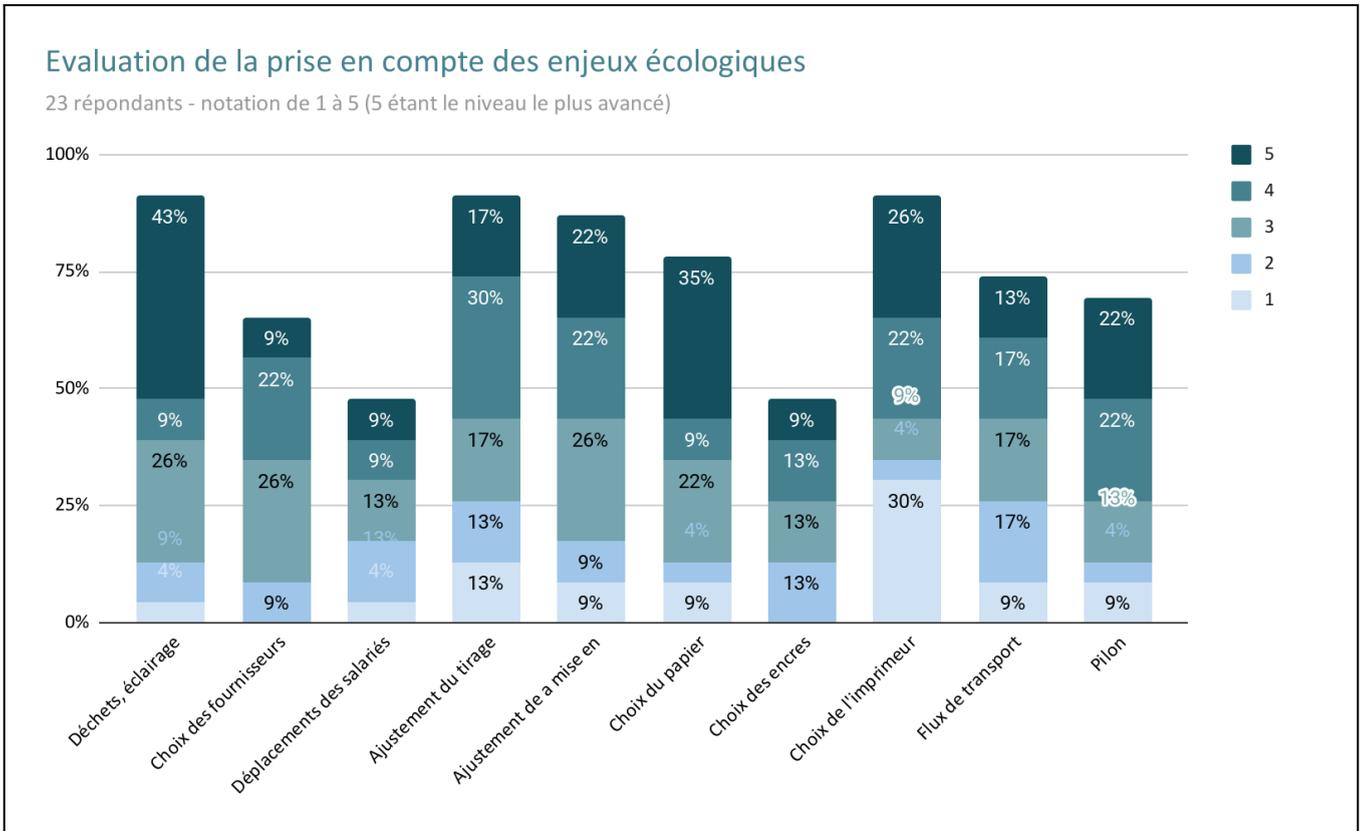
3. Le pilon et le solde

Les pratiques en matière de gestion de stock (pilon, solde) n'ont pas évolué depuis 2016 : 55 % des maisons d'édition ne pratiquent jamais le pilon (12/22). Cette pratique du pilon peut être rendue nécessaire lorsque les tirages ont été mal ajustés ou que la commercialisation n'a pas été optimum, pour éviter du surstock. Souvent, les petites maisons d'édition détestent pilonner leurs stocks. Aujourd'hui la question peut se poser d'un point de vue écologique, mais nécessite dès lors une gestion des tirages et des réimpressions au plus juste...

Concernant les soldes partiels, rappelons que lorsque la maison d'édition met en vente un livre à des prix différents au même moment (un prix chez un soldeur, un prix chez un libraire), elle est en contradiction avec la loi sur le prix unique. 27 % des structures (26/22) disent le pratiquer : il faudrait pouvoir vérifier ce qu'elles entendent précisément par là.



H. L'écologie : des maisons déjà sensibilisées



Peu de maisons d'édition ne répondent pas ou ne se disent pas déjà engagées dans une démarche tenant compte des enjeux écologiques : elles se situent davantage entre 3 et 5 pour la majeure partie des items.

Les actions les plus mises en œuvre concernent la gestion des déchets (recyclage) et le choix du papier (labels), mais également l'ajustement du tirage et de la mise en page. La politique de non pilon déjà mentionnée est également vécue comme écologique. Les pratiques restent très différentes d'un éditeur à l'autre et il est difficile de lire des lignes de force (en fonction d'une spécialité par exemple ou de l'âge des gérant.e.s...).

Lorsqu'on les interroge sur la façon d'aller plus loin, les réponses montrent que les leviers leur semblent assez limités :

–ajustement de la production : une politique mesurée de tirage et de nouveautés

Éviter les urgences et fluidifier la production pour un impact réduit et des coûts ajustés.

-le rôle de l'imprimeur: certains évoquent la nécessité d'un meilleur recyclage des matières utilisées en fabrication ou la possibilité de faire évoluer certaines techniques d'impression ou encore le choix d'un papier plus respectueux.

Augmenter la qualité écologique du papier et de l'eau utilisée pour l'impression et le recyclage des encres.

Les artistes-auteurs en bibliophilie évoquent des évolutions dans leur façon de travailler :

Fin de la typographie au plomb (prix exorbitant); impression numérique du texte sur papier d'art certifié écologique

-d'autres solutions sont évoquées: don de livres pour éviter les pilons, mutualisation des achats de papier et de la commercialisation, le choix de la proximité (notamment pour la fabrication)...

-Pour certaines personnes, c'est une sorte de **dilemme** : la fabrication nécessite du papier, ainsi que la promotion (marque-pages, catalogues...) et surtout plusieurs estiment ne pas avoir de marge de manœuvre compte tenu de leur réalité économique.

Je ne sais pas... on a besoin de catalogues papiers, de cartes postales... Je refuse ce monde virtuel et de l'édition dématérialisée où le meilleur risque d'être noyé dans le pire avec les risques d'une surabondance éditoriale chaotique.

-Quelques personnes ne se sentent pas concernées, ou évoquent une **réalité économique** qui leur laisse peu de choix :

J'ai choisi de ne pas répondre à cette question et au tableau volontairement, car l'écologie reste un critère mineur dans notre politique culturelle et dans le choix de telle ou telle prestation, le critère économique restant le plus capital. De plus, le choix de certains éléments n'a pas un grand impact écologique !

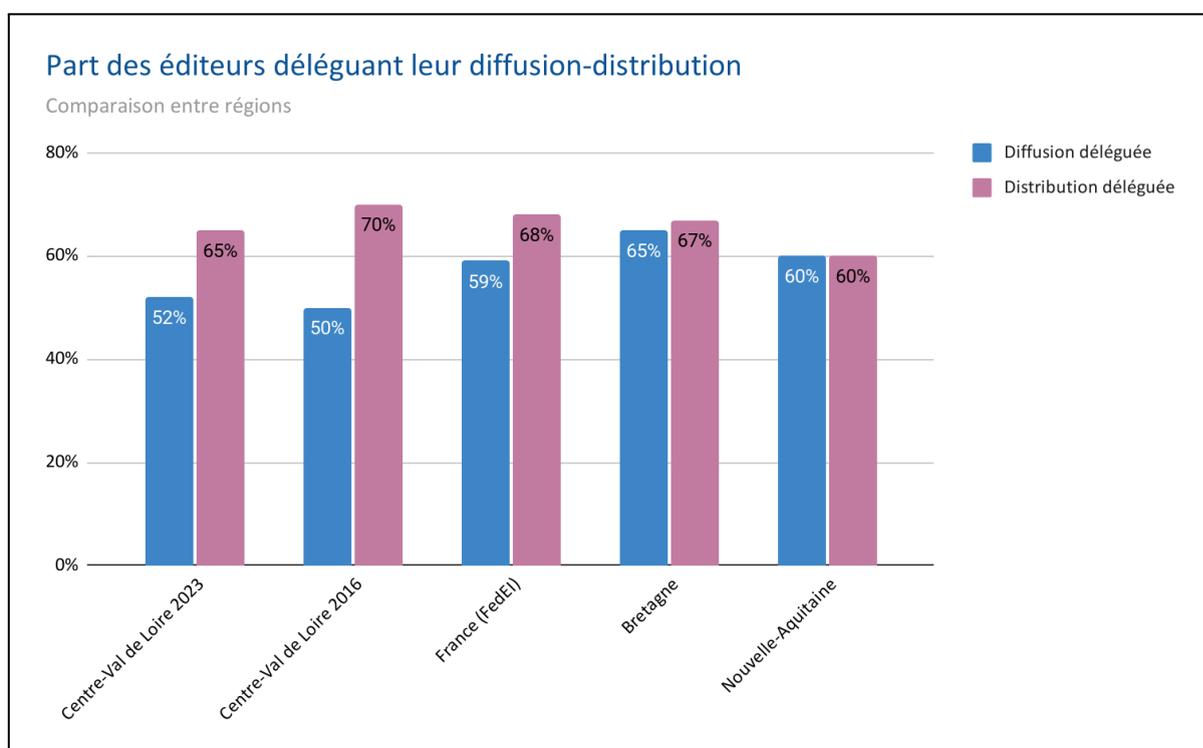
Quand j'en aurai les moyens!

7. La commercialisation

A. La moitié des maisons d'édition ont recours à des partenaires commerciaux professionnels

52 % des maisons d'édition (14/27) délèguent leur diffusion totalement ou partiellement. Comme en 2016, les maisons d'édition sont légèrement plus nombreuses à avoir délégué leur distribution : deux maisons d'édition autodiffusées ont confié la gestion des stocks et des flux à un distributeur.

Ces résultats sont tout à fait comparables à ceux trouvés dans d'autres régions ou au niveau national : la proportion de petites maisons explique la part légèrement inférieure de structures déléguant leur commercialisation.



Les prestataires France

Les diffuseurs sont tous (sauf pour 1 éditeur diffusé par le CDE) des petites ou moyennes entreprises de diffusion (Pollen, Makassar, Géodif, Harmonia mundi, Dod&cie, Delsol, Sofiadis). En terme de distribution, on retrouve des structures de taille moyenne (BLDD, Dilisco, Sofiadis), mais 4 maisons d'édition sont chez de gros distributeurs (Hachette, Sodis). Un éditeur a recours à Librest, un autre s'appuie sur de petites structures mutualisées de diffusion-distribution.

Rappelons que depuis la dernière étude, Daudin a revendu son activité de diffusion-distribution (devenue Dod&cie).

B. Auto diffusion et autodistribution : une visibilité limitée

Parmi les 15 maisons d'édition en autodiffusion totale (12/27, soit 44 %) ou partielle (3/27, soit 11 %), 2 seulement travaillent sur l'ensemble des départements de la région (7 % des répondants). La plupart ne visite que 1 à 3 départements du Centre-Val de Loire et 18,5 % des maisons d'édition (5/27) déclarent ne commercialiser leurs ouvrages qu'en dehors de la région.

Les conditions commerciales

Les conditions commerciales proposées aux libraires sont dans l'ensemble moins avantageuses et encourageantes pour les libraires qu'en 2016 : le dépôt est pratiqué systématiquement ou parfois par 66 % des maisons autodiffusées (10 répondants sur 15), la moyenne des remises consenties est de 34,5 % (12 réponses) et les délais de paiement sont plutôt à 30 j. Il serait intéressant de comprendre pourquoi les pratiques ont évolué dans ce sens.

Je propose 45 % en ferme [et 35 % en dépôt] mais très peu [de libraires] acceptent. Les commandes libraires sont à 95 % des commandes clients à l'unité.

Quelques maisons d'édition se sont exprimées sur les conditions d'expédition et regrettent, à large majorité, les tarifs pratiqués par La Poste.

L'auto diffusion élargie

2 maisons d'édition diffusent d'autres livres que les leurs lorsqu'ils démarchent les libraires (elles étaient 4 dans le panel de 2016). Il s'agit d'une maison régionaliste (qui diffuse dans la région Centre-Val de Loire et dans les départements limitrophes) et d'un éditeur spécialisé dans une niche (qui diffuse partout en France et à l'étranger).

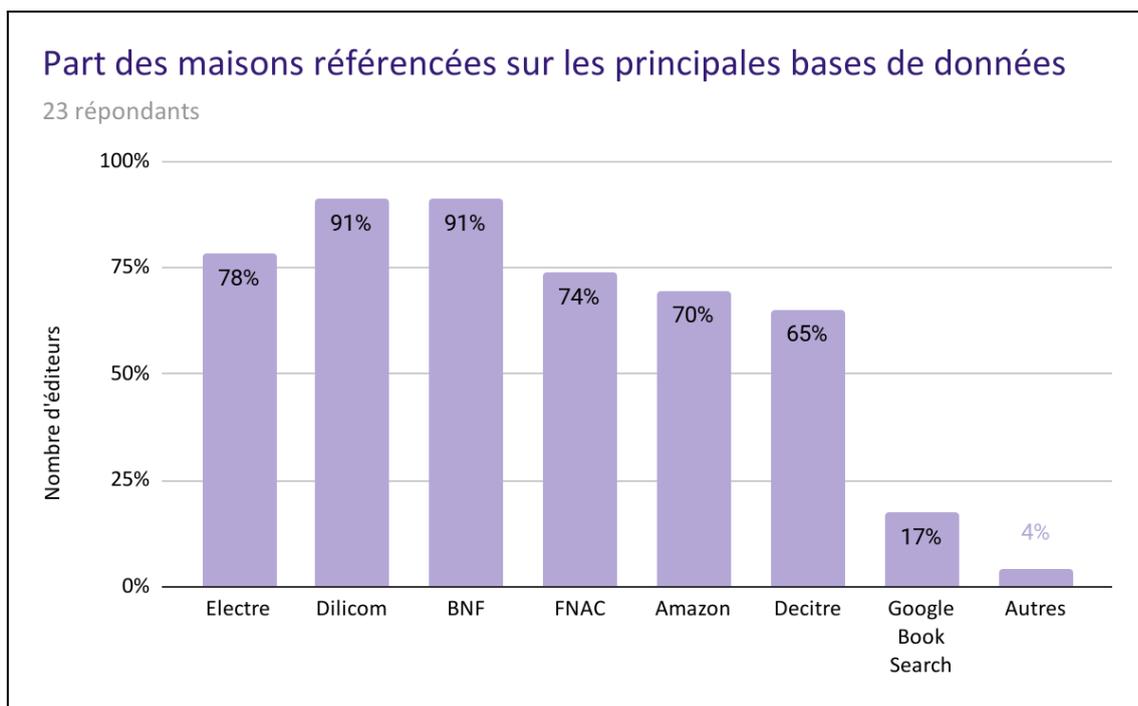
C. L'export, partie congrue

Sur cette question encore, on voit que les maisons d'édition répondant en 2023 ne fonctionnent pas exactement comme celles de 2016 : alors qu'elles étaient 60 % à être diffusées à l'export, principalement par leur diffuseur, elles ne sont plus que 31 % à l'être en 2023. 12 maisons d'édition (contre 3 en 2016) gèrent elles-mêmes leur diffusion dans les pays francophones. La part que l'export représente dans la constitution du CA est très anecdotique pour la plupart des maisons d'édition.

D. Le référencement

Si la majeure partie des maisons d'édition sont présentes sur les principales et incontournables bases professionnelles, Dilicom en tête, on remarque là encore que les maisons d'édition sont moins fréquemment présentes sur les bases qu'en 2016, peut-être en partie parce que les répondants sont plus "jeunes".

Notons que 2 maisons d'édition (dont l'un édite de la littérature) ne sont pas référencées sur Dilicom. Dans les "autres bases" mentionnées, il s'agit de lalibrairie.com et Amalivre (site de vente pour les bibliothèques).



E. La diffusion-distribution numérique : un développement lent

26 % des répondants (7/27) seulement s'appuient sur un diffuseur ou un distributeur numérique. Les prestataires cités sont très variés (Numilog, Openéditions, e-Dante, Primento, Néobook, Dilisco). 5 maisons d'édition s'autodiffusent numériquement, dont l'éditeur de livres audio.

On voit que la question numérique reste assez mal prise en compte commercialement par les maisons d'édition, même quand elles mettent des ebooks à disposition.

Très peu de maisons d'édition ont indiqué le coût de la diffusion-distribution numérique et les taux indiqués sont très variables (entre 20 et 66 % du prix public).

F. Les ventes

1. Un taux de retour très faible

Parmi les 15 répondants, la moitié a un taux de retour¹¹ très faible (inférieur à 10 %) : il s'agit de maisons d'édition en autodiffusion, répondant majoritairement à des commandes clients ou n'autorisant pas toujours les retours. Les 5 maisons d'édition ayant des taux de retour plus proches des taux moyens constatés dans la profession sont des maisons d'édition diffusées : leur taux s'échelonnent entre 23 et 40 %.

Par comparaison

En Nouvelle-Aquitaine, le taux de retour moyen est de 19 % pour les maisons d'édition répondants. Selon la FedEI, le taux de retour en moyenne est de 14 %.

¹¹ Le taux de retour indique la part des livres retournés par les points de vente sur l'ensemble des livres mis en place en magasin sur une année.

2. Le fonds en force

Seule la moitié des maisons d'édition a pu donner la part que les nouveautés représentent dans leur chiffre d'affaires. Parmi eux, 62 % réalisent moins de 50 % de leur CA avec les nouveautés (10/16), 19 % entre 51% et 70 % (3/16) et 19 % plus de 70 % (3/16). Une part du fonds très intéressante car elle est stabilisante économiquement. Cette tendance est tout à fait à l'inverse de celle constatée en 2016, puisque 60 % des maisons faisaient plus de 50 % de leur CA avec les nouveautés ! Une variation liée à la typologie des maisons répondantes, mais sans doute également à une évolution des pratiques.

Les maisons d'édition qui font au moins 50 % de leur CA avec le fonds sont issues de toutes les familles et publient dans des domaines très variés.

On ne peut qu'encourager les maisons d'édition à s'intéresser à ce ratio, essentiel pour la gestion des stocks et pour la rentabilité de la maison.

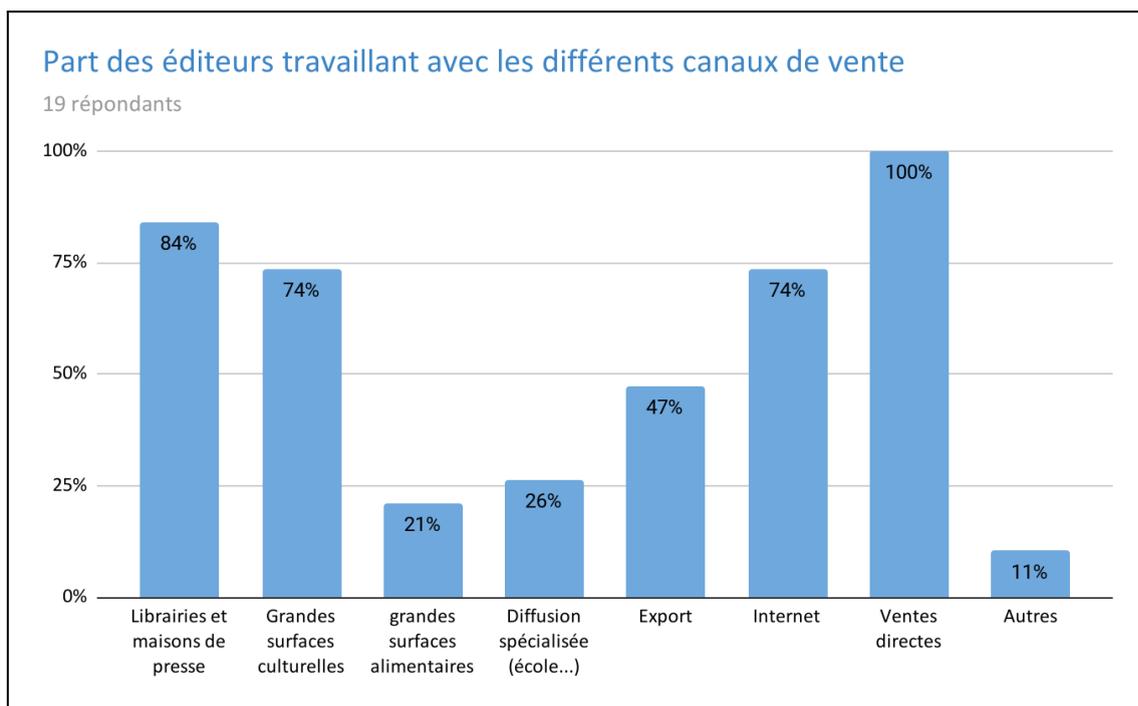
Par comparaison

En Nouvelle-Aquitaine à l'inverse, 57 % des ventes en moyenne sont faites avec les nouveautés.

3. La vente directe : premier canal de vente des maisons d'édition

68 % des maisons d'édition (19/28) ont pu fournir des données sur la répartition du chiffre d'affaires par canal de vente (librairie, internet, grandes surfaces culturelles, vente directe...). Un taux de réponse à cette question bien meilleur qu'en 2016 (50 %), rassurante sur l'attention portée par les maisons d'édition au suivi de leur activité.

Les modèles décrits à travers ces chiffres sont très variés : certaines s'appuient sur l'ensemble des canaux de façon plus ou moins répartie, 37 % réalisent leurs ventes essentiellement en direct, 31,5 % essentiellement par les libraires, 16 % essentiellement via les plateformes de vente en ligne de type Amazon.



La totalité des maisons d'édition vend en direct : c'est de loin le canal de vente le plus important en part des ventes (> 50 % du CA pour 37 % des maisons d'édition, soit 7/19, 1^{er} canal de vente pour 42 % des maisons, soit 8/19). La librairie est le 2^e canal de vente le plus important (1^{er} canal de vente pour 31,5 % des maisons d'édition, soit 6/19). Internet représente en moyenne 17 % des ventes des maisons d'édition et n'est le premier canal de vente que pour 3 maisons d'édition (16 % des répondants).

Un éditeur a le sentiment de ne pas pouvoir être défendu par les libraires :

Les grands groupes empêchent l'édition indépendante de défendre des talents exceptionnels. Il faut une chance incroyable pour être défendu par les libraires.

Par comparaison

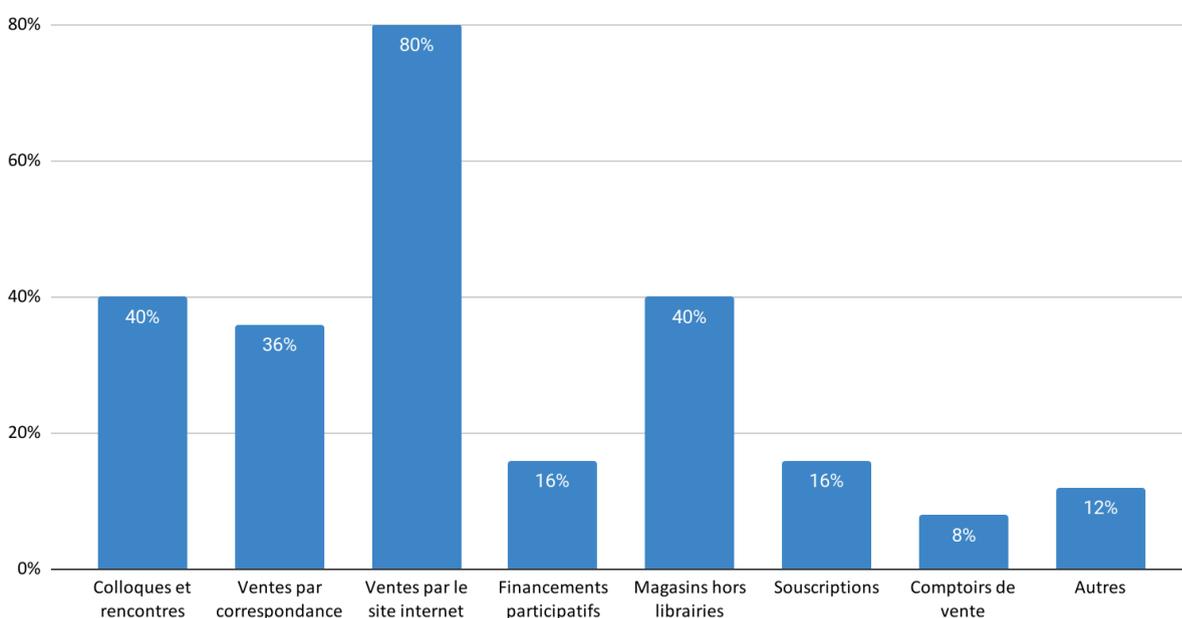
Selon l'étude de la FedEI, le canal de la librairie domine de manière franche les autres canaux puisque 38 % du CA du panel est réalisé en librairie.

Les 9 maisons d'édition ayant répondu travaillent en moyenne avec 14 libraires de la région.

Les résultats constatés en région Centre-Val de Loire sont très différents de ceux constatés en 2016 : la vente directe semblait moins prépondérante dans la constitution du chiffre d'affaires des maisons. La crise du Covid a sans doute changé en partie les modalités de commercialisation des maisons d'édition. Elles ont recours à des modes très variés de vente directe : le site Internet pour la majeure partie d'entre elles, mais également des colloques ou les ventes auprès d'autres points de vente que la librairie.

Les modes de vente directe des éditeurs

Part des maisons ayant recours à chaque type de vente - 25 répondants



G. Les cessions de droits : une stratégie à construire

28,5 % des maisons d'édition (soit 8/28) ont cédé des droits sur les dernières années, dont 3,5% (1) gratuitement. Elles étaient 40 % en 2016 à avoir cédé des droits. Il s'agit pour l'essentiel de droits de traduction, mais également de poche et parfois d'adaptation, club, produits dérivés.

Par comparaison

En Nouvelle-Aquitaine, elles étaient 45 % à avoir effectué des cessions de droits au cours des 5 dernières années. Selon l'étude de la FedEI, la proportion des maisons d'édition cédant des droits est de 20 %.

Ce sont deux maisons d'édition spécialisées (BD et jeunesse) qui mentionnent le plus grand nombre de pays de traduction, mais globalement les 8 maisons d'édition ont vendus des droits dans des pays très variés (Allemagne, Etats-Unis, Brésil, Chine, Corée, Italie, Espagne, Russie, Taiwan, Japon, Pologne, "Amérique du Sud").

Les maisons d'édition expriment plutôt ne pas avoir de stratégie en la matière. Deux maisons d'édition passent par un agent, l'un évoque la visibilité offerte par les foires internationales... Mais globalement l'activité n'est pas au cœur des stratégies des maisons d'édition qui ont souvent peu de temps à y consacrer.

8. La promotion et l'animation

A. Les outils de communication

1. Le catalogue reste un outil incontournable

75 % des maisons d'édition de la région éditent un catalogue papier, relayé pour la plupart d'entre eux également sur le site en version numérique. Ce taux n'a pas varié depuis 2016.

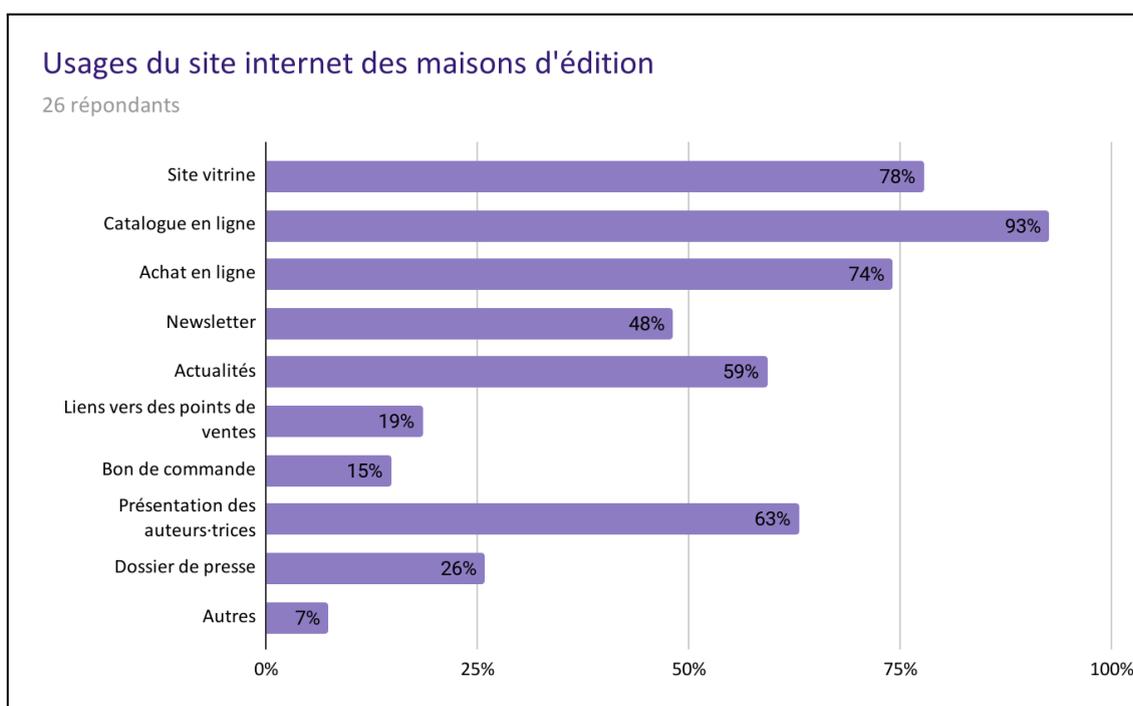
2. La vente en ligne, un réflexe acquis avec la crise sanitaire

100 % des maisons d'édition de la région Centre-Val de Loire disposent d'un site Internet, et 77 % (20/26) proposent de la vente sécurisée en ligne. La part des maisons d'édition ayant développé un site marchand est plus importante qu'en 2016 (le taux était de 60 %), les maisons d'édition se sont équipées, pour certaines sans doute poussées par la crise sanitaire. La part des sites marchands est plus importante que ce qui est constaté ailleurs et explique en partie la part importante des ventes directes dans la constitution du CA.

Par comparaison

En Nouvelle-Aquitaine, 94 % des maisons d'édition publient du contenu de manière ponctuelle ou forte sur le site internet. En Bretagne, toutes les maisons d'édition possèdent un site internet dont une moitié à la fois marchand et informatif. Il en ressort de même pour l'étude 2023 de la FedEI.

En général, les sites proposent bon nombre de services différents (accès aux dossiers de presse, rubrique actualités, biographie d'auteurs...). Mais on voit qu'on est vraiment passé de sites vitrine à un outil complet de vente en ligne.



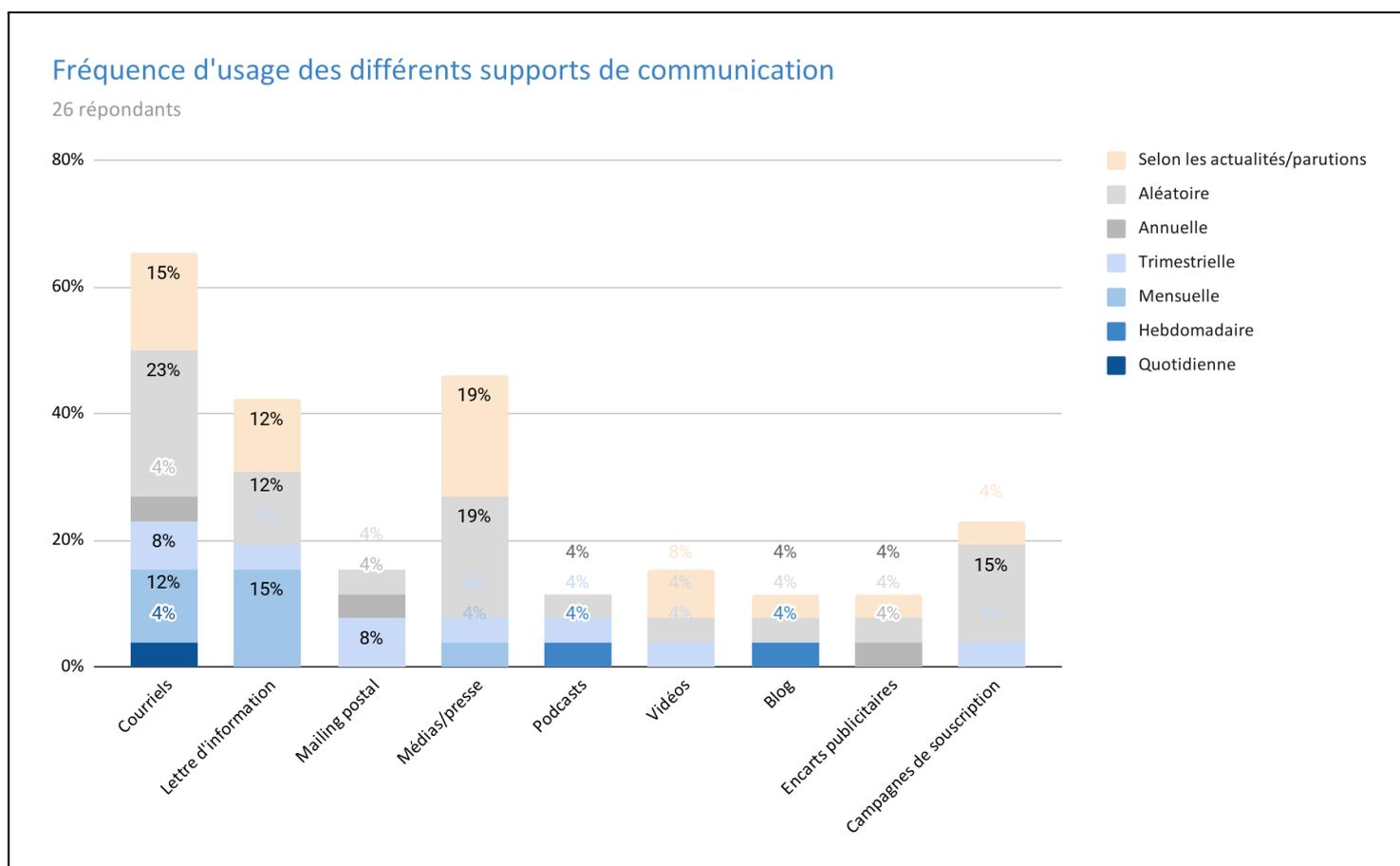
3. Des outils de communication assez classiques

Les principaux outils utilisés par les maisons d'édition sont les mails (65 % des répondants), les lettres d'information (42 % des répondants) et la presse (46 % des répondants). Néanmoins, leur usage est assez aléatoire et dépend surtout du rythme des sorties des nouveautés. L'information est donc essentiellement liée aux parutions.

Par comparaison

En Nouvelle-Aquitaine, 84 % des maisons d'édition publient une newsletter et 68 % développent leurs relations presse.

Le recours à des campagnes de crowdfunding devient beaucoup plus courant : 22 % des maisons d'édition (6/26) y ont recours de temps en temps.



4. Les réseaux sociaux : Facebook et Instagram

88 % des maisons d'édition (23/26 répondantes) sont présentes sur les réseaux sociaux, notamment sur Facebook, qui est utilisé par toutes les maisons présentes sur les réseaux dans la région. Instagram est le 2^e utilisé par 65 % des maisons (17/26), les autres réseaux sont beaucoup plus anecdotiques en nombre de pratiquants. Les maisons d'édition sont donc présentes sur peu de réseaux différents.

En nombre de followers, Facebook et Instagram apportent chacun 1100 followers (nombre médian) mais les réalités s'échelonnent de 50 à 8000 abonnés sur Facebook et de 100 à 4129

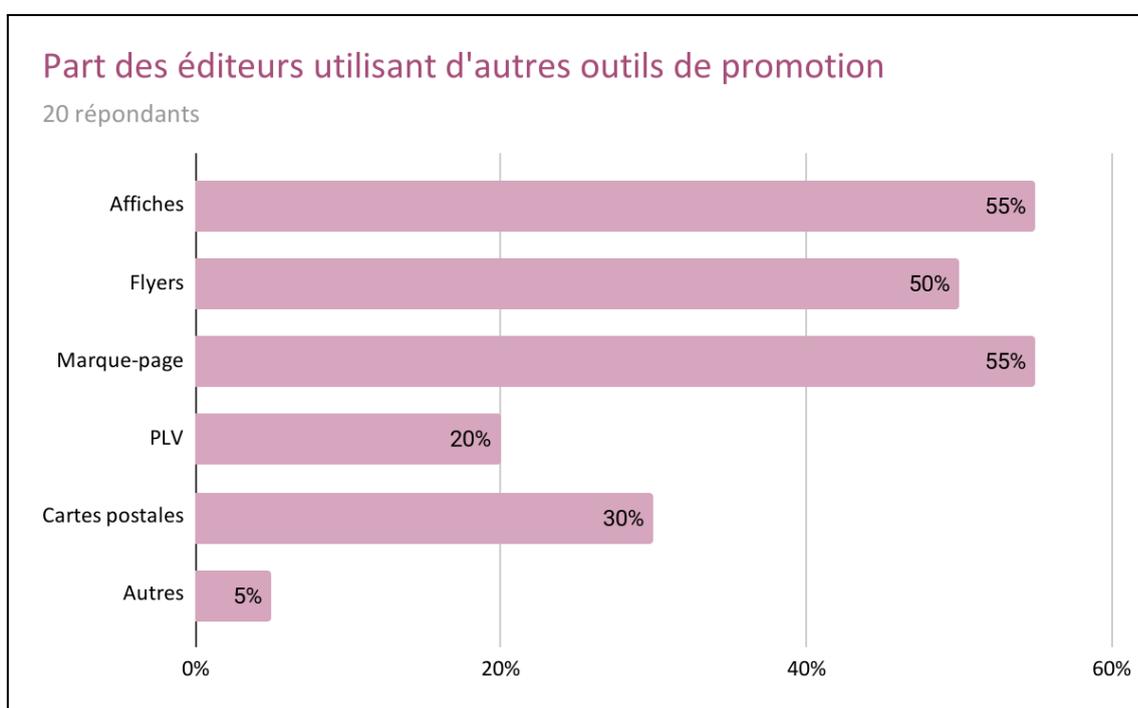
sur Instagram. Tiktok n'est mentionné que par une maison, qui fédère 1600 abonnés.

Par comparaison

En Nouvelle-Aquitaine, 96 % des maisons d'édition sont présentes sur les réseaux sociaux. En Bretagne, 87 % des maisons d'édition déclarent être présentes sur les réseaux sociaux. Selon la FedEI, 93 % des maisons d'édition utilisent au moins un réseau social.

5. Les autres outils papier

77 % des maisons (20/26) produisent des outils de promotion de type ILV (information sur le lieu de vente). Elles étaient 85 % en 2016. Les marques-pages restent des outils très demandés notamment sur les salons.



B. Les salons : une présence soutenue pour une partie seulement des maisons d'édition

81 % des maisons d'édition participent à des salons, soit 20/26. Elles étaient 95 % en 2016.

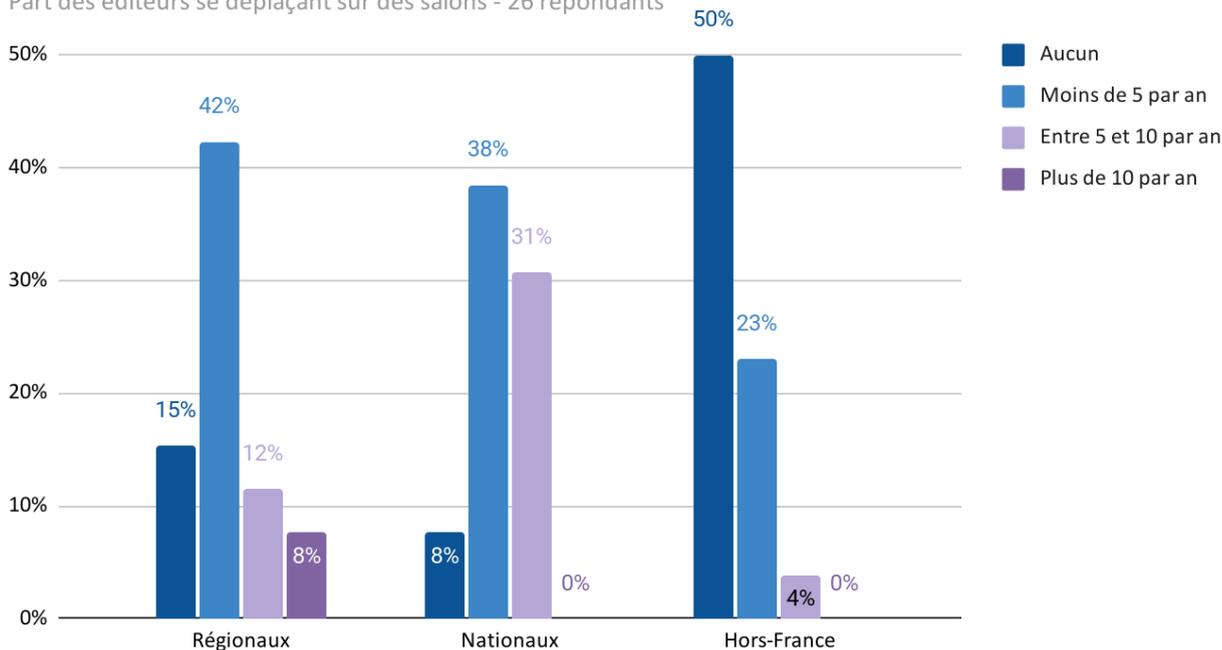
Les maisons d'édition ne participant pas à des salons indiquent qu'elles manquent de temps ou que cela ne les intéresse pas. L'une se dit trop jeune pour avoir développé cette activité.

Le livre pratique ne suscite pas l'intérêt du public dans les salons du livre généralistes.

Celles qui participent à des salons sont très mobiles, à raison de 5,75 salons en moyenne par an, (3,5 en nombre médian), principalement en France. 8 maisons d'édition participent à plus de 10 salons par an, un nombre très conséquent.

Fréquence de déplacement des éditeurs dans des salons selon leur localisation

Part des éditeurs se déplaçant sur des salons - 26 répondants



Par comparaison

En Nouvelle-Aquitaine, 96 % des maisons d'édition participent à au moins 1 salon annuel et 30 % des maisons d'édition prennent part à au moins 7 salons par an. En Bretagne, 90 % des maisons d'édition participent à des salons. Selon l'étude 2023 de la FedEI, entre 87 et 93% des maisons d'édition participent à des salons.

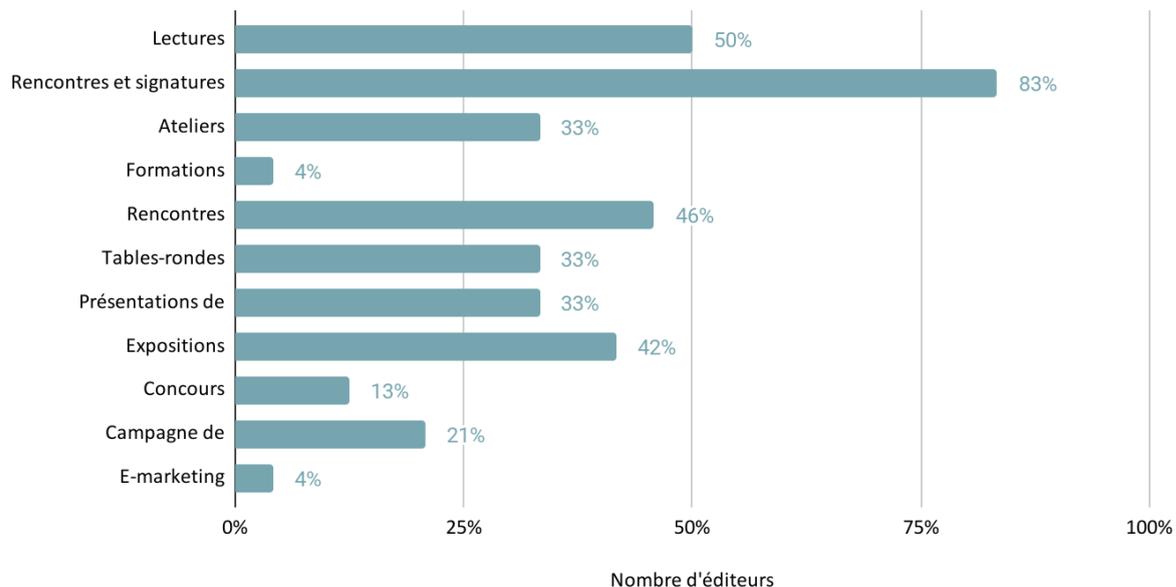
C. Les animations

1. Aller au-devant du public, une nécessité

Les maisons d'édition sont très impliquées dans l'animation : 83 % d'entre elles proposent des rencontres et signatures (soit 20/24). Elles montent plus qu'avant des actions de type ateliers ou lectures, fortement mobilisatrices. Ces animations ne sont pas particulièrement réalisées dans la région Centre-Val de Loire (seulement "parfois" pour la moitié des répondants).

Part des éditeurs menant des actions d'animations

24 répondants



2. Les partenaires

Comme en 2016, les libraires sont les premiers partenaires des maisons d'édition pour les animations (à 91 %, soit 20/22 répondants), suivis des établissements culturels (50 %) puis des médiathèques (45 %). Les établissements scolaires ne sont quasiment jamais cités.

Par comparaison

En Nouvelle-Aquitaine, 56 % des maisons d'édition mènent des actions auprès des bibliothèques et médiathèques. Selon la FedEI, en moyenne, 4 animations sont réalisées en bibliothèque chaque année. En Nouvelle-Aquitaine, 32 % des maisons d'édition le font avec d'autres structures relevant de la scène culturelle.

9. La santé économique des maisons d'édition

20 maisons d'édition nous ont confié leur bilan/compte de résultat. Mais 17 seulement ont pu être utilisés, pour certains de façon très incomplète, car il s'agissait parfois plutôt de balance comptable que d'un bilan au sens strict. Les structures sont très variées, leur CA s'échelonne de 3600 € à 570 000 €.

Les résultats sont donc très peu fiables car basés sur un trop petit nombre de données et un groupe hétéroclite. Ils donnent simplement à voir quelques tendances.

A. Des maisons d'édition à faible rentabilité

1. Poids des charges

Les achats externes. Ils n'ont pu être isolés que dans 15 bilans et représentent 49 % du CA. Un poids très élevé.

La masse salariale. C'est le 2^e poste de charge. Au global des 15 maisons d'édition pour lesquelles les données sont exploitables, la masse salariale représente 14 % du CA. 1/3 éditeur n'a pas de masse salariale. En 2016, 25 % des maisons d'édition observées n'avaient pas de masse salariale et pour les autres, elle pesait 26 % du CA.

La promotion. Nous n'avons pu observer la part des dépenses affectées à la promotion que dans 13 bilans : elle représente 4 % du CA, un poids similaire à celui que l'on trouve dans l'édition de façon générale. Elle pesait 3,1 % en 2016.

Par comparaison

Selon l'étude de la FedEI, le poids cumulé des charges externes et de la masse salariale représente entre 67 % et 87 % du CA des maisons d'édition. Ces charges sont un peu moins élevées en Centre-Val de Loire pour les maisons d'édition observées. En Nouvelle-Aquitaine, la masse salariale représente 26 % des charges d'une maison d'édition.

2. Des résultats d'exploitation plutôt bons

Le résultat d'exploitation (EBIT *earnings before interest and taxes*) permet de constater le résultat lié à l'activité, avant prise en compte des opérations financières et exceptionnelles, et avant les impôts sur le bénéfice.

Les 7 résultats d'exploitation observés représentent au global 3 % du CA, quand il était de 0,4 % pour les maisons de moins de 5 millions d'€ de CA en 2015¹². Un seul éditeur a un EBIT négatif, 2 un EBIT positif mais inférieur à 5 %, les autres présentent des résultats plutôt très bons, mais sur de très petits montants. Un résultat similaire à celui observé en 2016 (2,9 % du CA une fois retirés deux éditeurs fortement déficitaires).

¹² En 2015, le Syndicat national de l'édition avait produit des chiffres clés qui sont à ce jour les seuls chiffres nationaux disponibles (*Maisons d'édition, les chiffres 2013*, KPMG, janvier 2015) (analyse des principaux indicateurs économiques issus des bilans de 193 maisons d'édition, majoritairement en dessous de 5 millions d'€ de CA).

3. Des résultats nets¹³ corrects, mais qui ne permettent pas l'investissement

Les 17 maisons d'édition observées ont un résultat net global de -2 % en tenant compte de 2 maisons d'édition assez fortement négatifs. Hors ces maisons d'édition, **le résultat net est à 3 % du CA**. En 2016, le résultat net était de -1,3 % en tenant compte d'un éditeur fortement négatif, 1,6% une fois cet éditeur écarté.

Si 4 maisons d'édition ont des résultats nets négatifs, les autres réalisent des bénéfices, mais ils sont globalement modestes, et ne permettent pas d'envisager sereinement des investissements.

Par comparaison

En Nouvelle-Aquitaine, sur les 41 répondants, 6 ont des résultats négatifs.

B. Le suivi de gestion

55 % des maisons d'édition (15/27) indiquent tenir une comptabilité analytique et 63 % faire des comptes d'exploitation prévisionnel (CEP) de leurs titres.

78 % des maisons d'édition (21/27) disent établir un budget prévisionnel de l'activité.

C. Le financement de l'activité

Pour financer l'activité, les maisons d'édition ont recours à de l'apport personnel : 7 (sur les 9 bilans pour lesquels l'information était collectable) ont un compte courant d'associés. 5 ont recours à l'emprunt bancaire (ils sont 26 % à déclarer avoir contracté un emprunt bancaire dans le questionnaire, soit 7/27). Le taux d'endettement est assez faible.

Dans le questionnaire, 14 maisons d'édition ont décrit leurs modes de financement :

- 57 % ont eu recours au PGE (8) ;
- 50 % remettent de l'argent via leur compte courant (7) ;
- 14 % ont utilisé du financement participatif (2);
- 7 % a fait appel à des dons (1).

Si le recours à l'emprunt reste rare, en revanche, 88 % des répondants (15/17) ont bénéficié de subventions de fonctionnement, qui représentent globalement l'équivalent de 7 % de leur CA, mais qui pour certains est une condition sine qua non de poursuite d'activité :

-pour 47 % d'entre elles (8), les subventions ont constitué le résultat (leurs résultats auraient été négatifs sinon) et pour 35 % d'entre elles (6), à hauteur d'au moins la moitié des résultats nets ;

-pour 3 maisons d'édition, les subventions ne suffisent pas à combler les pertes mais auront réduit d'autant la casse.

¹³ Le résultat net est le bénéfice ou la perte réalisé dans l'année par l'entreprise. Il traduit l'enrichissement ou l'appauvrissement de l'entreprise au cours de l'exercice.

D. Les aides publiques et l'action de Ciclic

1. Les maisons d'édition connaissent les dispositifs

68 % des répondants (19/28) ont sollicité des aides. Les maisons d'édition se tournent en priorité vers Ciclic (44 demandes en 3 ans pour 18 structures, soit 64 % des répondants) et le CNL (36 demandes en 3 ans pour 5 structures, soit 18 % des répondants).

En 2022, le CNL a aidé 8 maisons d'édition de la région pour un montant de 38 413 €.

| | CNL | |
|----------------------|----------|---------------|
| | Demandes | Aides perçues |
| Famille 1 | 31 | 11 |
| Famille 2 | 1 | NR |
| Famille 3 | 4 | 3 |
| NR ou mal renseigné | 0 | 1 |
| Nombre de structures | 5 | 3 |

| | CICLIC | |
|----------------------|----------|-----------------------|
| | Demandes | Aides perçues |
| Famille 1 | 20 | 17 |
| Famille 2 | 12 | 10 |
| Famille 3 | 12 | 9 (plus 1 en attente) |
| NR ou mal renseigné | 2 | 2 |
| Nombre de structures | 18 | 16 |

18 % (5/28) structures se sont également tournées vers le Conseil départemental, les communes ou d'autres organismes. 46 % (13/28) maisons d'édition ne sont tournées que vers un seul organisme (en général Ciclic), quand 18 % ont sollicité plus de 2 structures différentes.

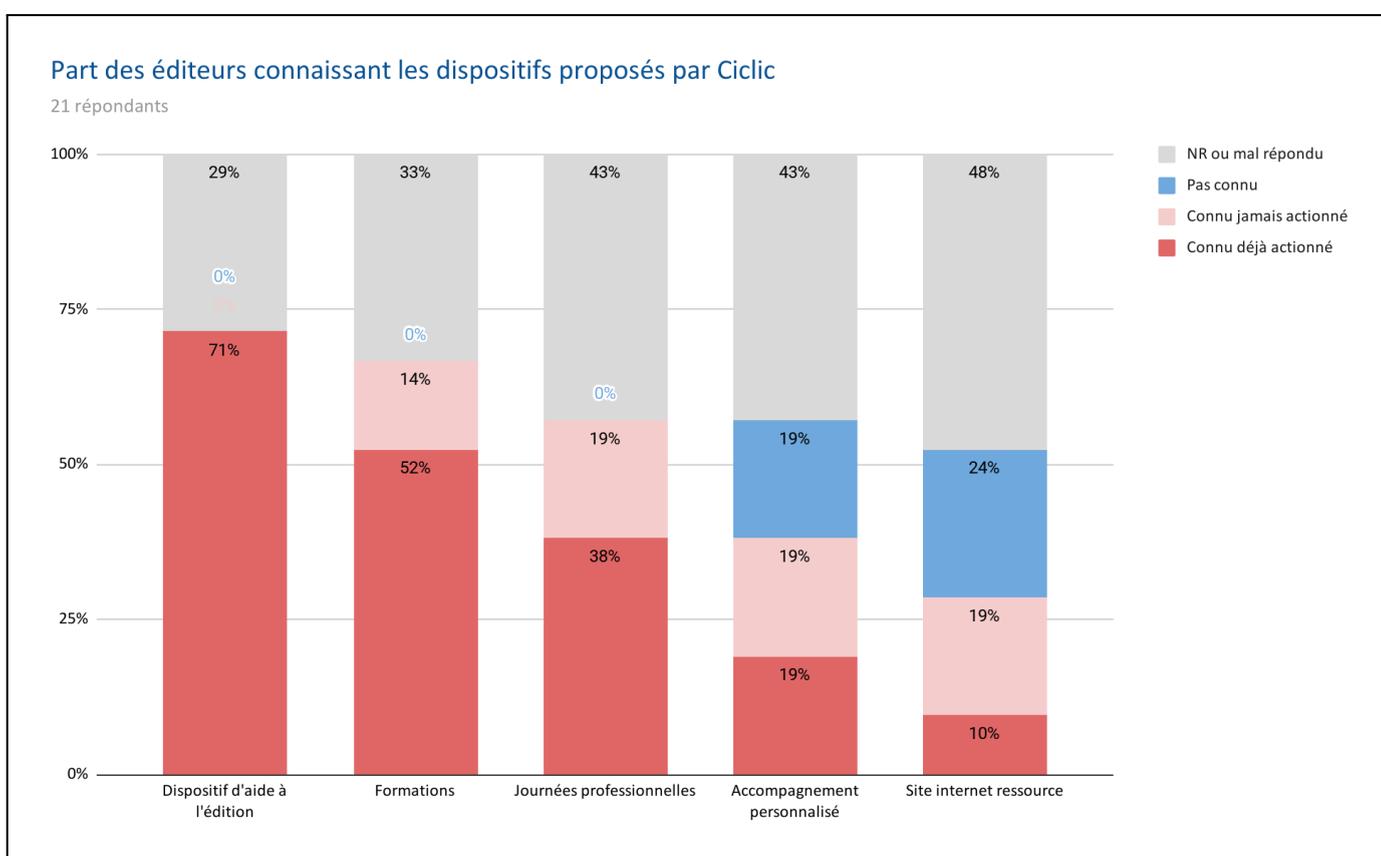
2. Un montant d'aide moyen attribué plus élevé qu'avant

En 3 ans, 454 300 € ont été alloués via Ciclic sous forme de subventions et 17 521 € sous forme d'accompagnements, correspondant à 70 dossiers. La moyenne de montants attribués par éditeur, toute forme d'aide confondue, est de 6 740 €, soit une augmentation de 40 % en moyenne des montants attribués, comparés à ceux octroyés sur la période 2013-2015.

| | Nombre de dossiers soutenus (subvention et/ou accompagnement) | Montant total des subventions accordées | Montant des accompagnements |
|------|---|---|-----------------------------|
| 2021 | 27 | 172 500,00 € | 2 995,50 € |
| 2022 | 24 | 146 000,00 € | 3 086,30 € |
| 2023 | 19 | 135 800,00 € | 11 440,00 € |

3. Les professionnels attendent surtout des aides financières

Les maisons d'édition connaissent surtout les dispositifs d'aide financière et les formations. Les accompagnements individuels et le site ressource sont beaucoup moins repérés.



Les maisons d'édition ont pu exprimer leurs attentes vis-à-vis de l'agence : la principale demande est liée à la visibilité offerte aux maisons d'édition et à leur production dans la région, mais également des soutiens financiers, notamment pour les plus petits CA.

Mise en relation entre les différents acteurs de la filière (maisons d'édition, libraires, bibliothécaires, organisateurs d'événements, etc.). Diffusion d'infos vers les autres acteurs.

Pour le livre d'artiste, avoir un peu plus de visibilité et de reconnaissance - par exemple un reportage sur une chaîne TV régionale - pouvoir exister auprès des bibliothèques et médiathèques qui ne font

presque plus rien pour nous intégrer dans leurs collections patrimoniales, sous prétexte de budget réduit - pourtant des expositions au moins devraient être suscitées - l'artiste ne peut tout faire lui-même, il lui faut des relais.

Toute aide financière est la bienvenue, surtout en ces périodes d'incertitude. L'année sans subvention annoncée par Ciclic est un coup dur pour notre structure.

Essentiellement des offres de formation ciblées.

10. Les lignes de force et les points d'attention

A la lecture des résultats obtenus lors de cette étude, certains points méritent attention et peuvent donner lieu à des dispositifs ou actions spécifiques.

Accompagner les mouvements

La période a vu beaucoup de changements parmi les maisons d'édition : création de nombreuses maisons, disparitions de certains catalogues historiques, rachat ou prises de participation de groupes dans des maisons importantes du territoire... La question de la transmission est tout particulièrement sensible et demande à être préparée très en amont.

- > Mettre en place un dispositif spécifique d'accompagnement à la transmission
- > Sensibiliser et former les gérant·es à cette question
- > Accompagner les jeunes créateurs dans leur professionnalisation (beaucoup de famille 3)
- > Mettre en place un incubateur

Améliorer les conditions des auteurs et autrices

La dégradation des conditions faites aux auteurs (niveau de droits, recours au forfait...) mérite qu'on s'y attarde et que des actions de sensibilisation/formation soient mises en œuvre pour changer les choses.

- > Former les maisons d'édition
- > Former les auteurs

Favoriser l'emploi

Les structures génèrent peu d'emplois et les équipes et/ou les gérant·es ont du mal à développer l'activité.

- > Favoriser le recours à l'emploi partagé
- > Mettre en place un dispositif d'aide à l'embauche

Continuer les formations

Peu de maisons d'édition se sont donné les moyens de se former ces dernières années: au-delà des apports techniques de la formation, il s'agit aussi de précieux espaces d'échanges entre professionnels.

- > Muscler le programme de formation régional
- > Sensibiliser fortement les maisons d'édition à l'intérêt de se former

Mettre l'accent sur la gestion

L'étude montre que la gestion des stocks (dépréciation notamment) mérite d'être approfondie, ainsi que l'analyse de rentabilité et la structure de financement des activités.

> Former les maisons d'édition

Renforcer l'action commerciale

La part plus faible représentée par les libraires, la faible diffusion numérique ainsi que la cession de droits peu développée alertent sur la capacité des maisons d'édition à se développer commercialement.

> Former les maisons d'édition

> Mettre en place des actions d'accompagnement

> Faire connaître la production des maisons d'édition de la région (catalogues régionaux thématiques, petits déjeuners avec les bibliothécaires, actions en librairie...)

Développer les réflexes autour de l'écologie du livre

Les maisons, quoique sensibilisées et déjà en action, se sentent souvent un peu impuissantes. Structurer des outils d'information, de formation et des groupes de travail sur le sujet peut les aider à imaginer d'autres possibles.

> Former les maisons d'édition

> Mettre en place un groupe interprofessionnel de travail sur le sujet

Favoriser l'interprofession

La création récente de l'association des maisons d'édition est un signe encourageant pour le territoire. Les maisons d'édition gagneront à créer des espaces d'échanges de pratiques, d'information et de mutualisation. Ciclic peut contribuer à favoriser ces espaces et à faire se rencontrer régulièrement les acteurs du livre de la région.

Etat des lieux de l'édition indépendante en région Centre-Val de Loire est coordonné par Ciclic avec le soutien du Conseil régional, de la DRAC Centre Val-de-Loire et du Centre national du livre.

Directeur de la publication : Philippe Germain

Propriété : Ciclic, agence régionale du Centre pour le livre, l'image et la culture numérique, 24 rue Renan, CS70031, 37110 Château-Renault, tél. 02 47 56 08 08, www.ciclic.fr

Rédaction en chef : Clémence Hedde

Réalisation : Mathilde Rimaud et Lola Couprie, Axiales avec Le Troisième Pôle

édition Ciclic, 2023

Ciclic est un établissement public de coopération culturelle créé par la Région Centre-Val de Loire et l'Etat.