

MARS-MARÇ 2013

L'ÉDITION
DE LA LANGUE
OCCITANE
EN AQUITAINE



L'EDICION EN LENGA
OCCITANA EN AQUITÀNIA

Etude réalisée par :

Sèrgi Javaloyès, directeur de l'InÒc Aquitaine, en collaboration avec Lucia Albert, responsable du pôle « filière du Livre » de l'InÒc Aquitaine

SOMMAIRE

INTRODUCTION	5
I - CONTEXTE DE L'ÉTUDE.....	7
II - ÉTAT DES LIEUX.....	9
II.1. Type de structure éditoriale	9
II.2. La politique éditoriale	13
II.3. La concurrence.....	15
II.4. La politique éditoriale.....	16
II.5. Le calendrier des parutions.....	17
II.6. Les nouveautés.....	19
II.7. Les contrats d'édition.....	22
II.8. Les outils informatiques	23
II.9. Les formations.....	26
II.10. La diffusion et la distribution.....	26
II.11. La commercialisation et la promotion :.....	31
III - ÉTUDE COMPARATIVE 2008-2012 ET NOUVELLES PRÉCONISATIONS	37
III.1. La production.....	37
III.2. La Commercialisation.....	45
III.3. La Promotion, la communication.....	50
INDEX DES PRÉCONISATIONS PAR ORDRE DE PRIORITÉ.....	57

INTRODUCTION

PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE

Dans le cadre de la « Convention d'objectifs pluriannuelle 2012-2013 de l'InÒc Aquitaine » votée par la Région Aquitaine et signée par la DRAC Aquitaine et les cinq départements aquitains (Dordogne, Gironde, Landes, Lot-et-Garonne et Pyrénées-Atlantiques), l'InÒc Aquitaine, opérateur régional, s'est vu confier, à titre expérimental, une mission afin de structurer la filière du livre d'expression occitane en Aquitaine :

« [...] Occuper la fonction de structure relais dans le domaine de l'édition en langue occitane, sur un certain nombre d'actions concrètes qui resteront à valider par l'ensemble des partenaires. [...] »

Une précédente étude concernant l'édition en langues de France en Aquitaine a déjà été effectuée par l'ARPEL de 2008¹ à la demande la région Aquitaine. Afin de la réactualiser, l'InÒc a proposé aux partenaires publics membres de la Conférence Régionale de Coopération Institutionnelle de la Politique Linguistique Occitane de réaliser une nouvelle étude pour mettre en évidence les difficultés rencontrées par les acteurs de la filière et, tout particulièrement, par les éditeurs, et d'en dégager des préconisations prioritaires en faveur de ces mêmes acteurs. Cette étude a été réalisée auprès des éditeurs² occitans aquitains afin de comprendre leurs besoins et leurs attentes. Les conclusions de cette étude seront transmises aux membres de la Conférence.

MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE

En tout premier lieu, nous avons établi une nomenclature des acteurs de la chaîne du livre d'expression occitane. A partir de cette nomenclature nous avons déterminé le territoire cohérent sur lequel nous aurions à travailler ainsi que les interlocuteurs que nous aurions à rencontrer. Dans un second temps, un questionnaire permettant de mieux connaître la situation de chaque acteur a été élaboré. Ce questionnaire ciblait cinq grands thèmes : l'identité de la maison d'édition (ou de la structure de diffusion), sa politique éditoriale, ses outils, sa stratégie de commercialisation et ses ventes.

Il s'est agi d'étudier l'évolution de l'activité éditoriale en langue occitane sur les trois dernières années (2009, 2010, 2011) en faisant ressortir des chiffres clefs (chiffres d'affaires, évolution des ventes, etc.). Après la visite chez les acteurs de la filière, nous avons établi un diagnostic soutenant l'évaluation synthétique des besoins des acteurs de la filière du livre d'expression occitane. Enfin, les éléments conclusifs ont été comparés avec ceux de l'étude de 2008, menée par l'Agence ARPEL. Nous avons avancé, à partir de ce constat, une série de préconisations prioritaires permettant d'élaborer la future politique régionale de soutien à cette filière menacée.

1 L'édition en langues de France en Aquitaine, étude commandée par la région Aquitaine et réalisée par l'ARPEL : Agence Régionale pour l'Écrit et le Livre en Aquitaine devenue maintenant ECLA : Ecrit, Cinéma, Livres, Audiovisuel.

2 Deux diffuseurs-distributeurs ont également été associés à cette étude.

MISE EN PLACE D'UN QUESTIONNAIRE

Cette étude a duré 3 mois et a concerné :

Sept maisons d'éditions : Cap'Òc-CRPD Aquitaine, Fédérop, Letras d'òc-Camins, Novelum, Per Noste, Reclams, Vistedit, (la maison d'édition Oc Revista, n'étant pas concernée, elle n'a pas non plus été prise en compte).

Deux diffuseurs-distributeurs I.D.E.C.O. et Cairn.

Tous les éditeurs ont accepté de répondre au questionnaire ; lorsque l'entretien n'a pas été physiquement possible, il s'est déroulé par échange téléphonique. Ces entretiens ont duré entre 45 minutes et 2 heures 30, selon les éditeurs.

I. CONTEXTE DE L'ÉTUDE

Dans le cadre de sa mission expérimentale sur la structuration de la filière du livre, l'InÒc Aquitània s'est saisie de la problématique de l'édition en occitan en Aquitaine. Afin de mieux connaître son visage, elle a mené une étude accompagnée et encouragée par le Conseil Régional d'Aquitaine dans le cadre de la Conférence Régionale de Coopération Institutionnelle de la Politique Linguistique Occitane³ – réunie le 4 avril 2012 à l'Hôtel de Région à Bordeaux. L'objectif de cette étude est d'établir un état des lieux de la filière du livre d'expression occitane en Aquitaine sur ces trois dernières années (2009-2010-2011) et de permettre de replacer l'édition en langue occitane dans l'ensemble plus large de l'économie du livre en Aquitaine. La volonté exprimée lors de la réunion du 4 avril dernier était de soutenir cette filière fragilisée et donc menacée.

La littérature est un des éléments consubstantiels de la civilisation occitane ; elle a contribué sans discontinuer depuis le XII^{ème} siècle et contribue encore aujourd'hui à sa survie et à sa reconnaissance universelle. Elle est un maillon fort et pourtant fragile de son possible renouveau et développement. Sa spécificité linguistique (la pluri-dialectalité) nous a contraints à prendre en compte son large territoire, sa complexité, son histoire et ses réalités actuelles. Cette filière rassemble, en effet, peu de structures professionnelles sur le territoire aquitain.

La Région Aquitaine a impulsé cette étude après avoir pris conscience que les propositions de l'étude de 2008 « *nécessitent un sérieux toilettage* ». Cette première étude a été réalisée par l'agence régionale ARPEL du Conseil Régional d'Aquitaine, devenue ECLA, qui intervient dans le domaine du livre et de la lecture mais aussi de l'image et du cinéma.

La Région Aquitaine et son agence régionale avaient alors clairement exprimé leur volonté d'améliorer l'accompagnement de l'édition en langue occitane et basque. Cette première étude émettait, dans ce dessein, un certain nombre de préconisations à réaliser. Aujourd'hui, la Région Aquitaine et ses partenaires publics souhaitent faire un bilan d'étape pour voir ce qui peut être aujourd'hui proposé : les nouvelles préconisations et leur hiérarchisation dans l'échelle de l'urgence.

L'InÒc Aquitània est donc missionné dans le cadre des « missions prioritaires » de la « Convention d'objectifs pluriannuels 2012-2013 », afin de mettre en place des actions « pour soutenir le processus de professionnalisation des acteurs de la filière du livre en occitan (à titre expérimental) ».

L'InÒc Aquitània développe déjà, depuis plusieurs années, des actions d'accompagnement de la dite filière. Afin de déterminer les actions à venir et leur portée, l'étude s'est centrée sur toutes les étapes de l'élaboration d'un livre : « de l'auteur jusqu'à sa vente ». Elle a en outre étudié les problématiques touchant les autres acteurs de la filière concernée.

L'étude a porté essentiellement sur les maisons d'édition occitanes d'Aquitaine afin de mieux connaître et d'évaluer les problèmes de la filière du livre en occitan. Il nous a semblé – l'association des éditeurs que nous avons rencontrée, l'exprimait alors aussi –, qu'il serait pertinent de développer « inter régionalement » cette étude aquitaine afin d'envisager des politiques communes aux régions occitanes et tout particulièrement celles qui travaillent déjà ensemble : Aquitaine, Midi-Pyrénées et Languedoc-

³ Composée de la Région Aquitaine, la Drac Aquitaine et des cinq Départements aquitains.

⁴ OBISPO Jérémie, Compte-rendu de la Conférence régionale de coopération institutionnelle de la politique linguistique occitane, 4 avril 2012, Conseil Régional d'Aquitaine - Bordeaux.

Roussillon. À ce jour, il n'existe pas d'outil professionnel interrégional pour impulser et suivre ce type de travail.

Huit maisons d'éditions :

- Cap'Òc, Fédérop, Letras d'òc & Camins, Novelum, Per Noste, Reclams, Vistedit⁵ et deux diffuseurs-distributeurs : I.D.E.C.O. sis à Puylaurens dans le Tarn & Cairn-diffusion à Pau dans les Pyrénées-Atlantiques.

Deux maisons d'édition sont situées en Dordogne (24) : Novelum et Fédérop, cinq en Pyrénées-Atlantiques (64) : Letras d'Òc⁶ & Camins, Cap'Òc, Per Noste, Reclams, Vistedit, Revue & Editions Oc, gérée depuis peu par une nouvelle équipe ; son siège social est désormais à Bordeaux. Il n'en existe pas dans les Landes, en Gironde et en Lot-et-Garonne.

Il n'en demeure pas moins qu'il nous a semblé intéressant, sous réserve de l'accord des commanditaires, de la voir rendue aux quatre autres départements cosignataires de la « Convention d'Objectifs pluriannuelles ».

Il en ressort que nous ne connaissons pas, comme c'est le cas pour d'autres langues minoritaires, la quantité et la qualité des lecteurs d'ouvrages rédigés en langue occitane. Bien qu'elle semble primordiale, l'étude de l'offre et la demande reste incertaine et non qualifiée.

⁵ Oc revista, n'a pas été prise en compte dans cette étude, considérée comme hors cadre, parce qu'elle ne bénéficie plus du soutien de la région Aquitaine et que son activité est interrégionale, voire européenne.

⁶ Les éditions Letras d'òc sont domiciliées à Toulouse mais sont gérées par le même éditeur que l'autre maison d'édition Camins, située, elle, en Béarn, dans les Pyrénées-Atlantiques.

II. ETAT DES LIEUX

■ ■ ■ II.1. TYPE DE STRUCTURE ÉDITORIALE

Les éditions Fédérop (24) est une E.U.R.L. (entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée : c'est une SARL constituée d'un seul associé) ; les éditions Vistedit (64) une Scop de presse ; le Cap'Òc (64) agissant pour le compte du C.R.D.P.⁷ et dépendant ainsi du Ministère de l'Éducation Nationale. Les autres maisons d'édition – Letras d'oc & Camins (31et 64), Novelum (24), Per Noste (64), Reclams (64), sont des associations régies par la loi de 1901.

LES MAISONS D'ÉDITION SONT MAJORITAIREMENT GÉRÉES PAR DES ASSOCIATIONS RÉGIES PAR LA LOI DE 1901.

D'une façon générale, ces associations sont gérées par une ou deux personnes salariées et aidées par une dizaine de bénévoles.

Sur les sept maisons d'édition interrogées (en fait huit, si l'on prend en compte Letras d'Oc et Camins) une seule, le CAP'Òc, – service d'atelier d'édition en occitan – exerce une fonction de maître d'ouvrage déléguée du C.R.D.P. : un « service public » d'édition d'ouvrages en direction des enseignants et du public scolarisé.

Les maisons d'édition recensées n'ont pas de salariés ou de bénévoles possédant un diplôme de la spécialité ou ayant reçu une formation ad hoc, pour gérer une maison édition. Pour le CAP'Òc, les salariés sont des enseignants mis à disposition par l'Éducation Nationale.

9 salariés équivalents temps-plein travaillent aujourd'hui dans les 7 maisons d'édition consultées : ils concernent essentiellement :

- le Cap'Òc (2 enseignants mis à disposition + 1 infographiste à temps-plein)
- Per Noste (1,5 équivalent temps-plein)
- Vistedit (3,5 équivalents temps-plein)
- Novelum (1/4 temps)

Reclams rémunère un prestataire de service (auto-entrepreneur) pour assurer le secrétariat et la comptabilité, les demandes de subventions de la revue et des éditions, ainsi que le suivi de la diffusion.

35 bénévoles travaillent dans les structures associatives possédant des salariés et dans celles n'en possédant pas, à l'accomplissement des tâches éditoriales dans les maisons d'édition associatives.

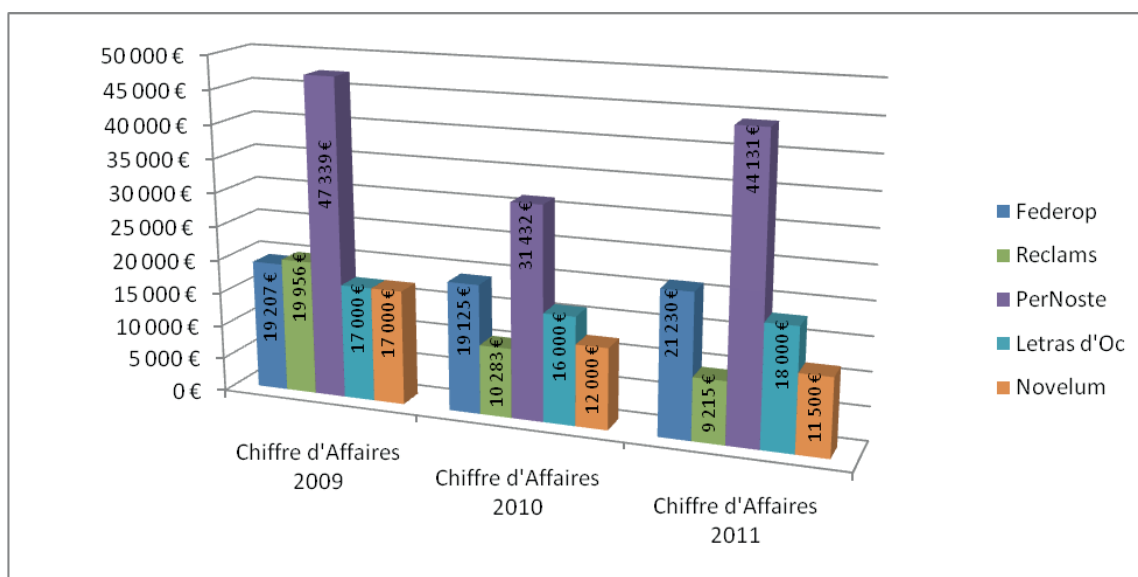
Il faut aussi noter que les dirigeants de ces structures ne comptent pas leurs heures de travail pour faire fonctionner leur maison d'édition.

⁷ Centre Régional de Documentation Pédagogique

COMMENTAIRES / Ces maisons d'édition ont été créées entre 1969 et 2005, sauf une – Reclams – qui date de février 1897. Leur âge n'a aucune incidence sur leur chiffre d'affaires. Pour autant, la plus ancienne, les éditions & revue Reclams, a été dans l'obligation de revoir sa politique éditoriale lorsque l'équipe a constaté, fin 2009, une baisse substantielle des ventes d'ouvrages (-40 %) et un non paiement encore plus remarquable des abonnements (-60%) à sa revue trimestrielle, ajouté à une baisse drastique de la subvention du département des Pyrénées-Atlantiques : la revue se voyait ainsi menacée de disparaître. Les responsables de Reclams nous ont déclaré : « (...) Nous avons alerté nos soutiens : les écrivains d'expression occitane, les abonnés de longue date de la revue, le Pen-Club Occitan. Ensuite, nous avons réduit notablement nos charges de fonctionnement, pour sauver l'essentiel ; ce qui a été fait. Cela a été nécessaire, pour nous permettre de sauver la revue et les éditions et donc de nous renouveler (...) ».

■ II.1.2. LE CHIFFRE D'AFFAIRES H.T. POUR 2009, 2010, 2011

Le chiffre d'affaires des éditeurs consultés sur les exercices comptables de 2009, 2010 et 2011.



LES CHIFFRES D'AFFAIRES ANNUELS VONT DE 10 000 À 190 000€⁸ SELON LES ÉDITEURS. CERTAINES MAISONS N'ONT PAS SOUHAITÉ NOUS COMMUNIQUER LEUR CHIFFRE D'AFFAIRES.

Ce sont les maisons d'édition organisées en entreprise de droit commercial (S.A.R.L. SCOP) – les éditions Fédérop et Vistedit – qui réalisent le plus fort chiffre d'affaires mais elles ont de facto plus de charges d'exploitation que les autres, notamment au niveau de la masse salariale (T.C.C.) Ce sont elles aussi qui accusent une baisse de leur chiffre d'affaires sur les trois derniers exercices comptables.

L'Éducation Nationale met à disposition 2 enseignants auprès du Cap'Òc pour ce faire ; il n'en demeure pas moins que l'association rémunère des salariés permanents et occasionnels pour son activité éditoriale : une infographiste, des auteurs, illustrateurs, traducteurs, etc.

⁸ Le C.A. le plus élevé est « faussé » par l'apport d'une autre activité de l'entreprise coopérative : en l'occurrence, l'édition d'un journal hebdomadaire. C'est pour cela que le C.A. de cette structure n'apparaît pas dans le tableau ci-dessus, car il modifie à la hausse la moyenne.

Pour les autres maisons d'édition à statut associatif, la hausse du chiffre d'affaires est due, en général, à un changement notable dans leur politique éditoriale : une nouvelle édition très avantageuse ou un renouvellement de leur catalogue, voire la construction d'un site internet performant comme celui de Per Noste (64), par exemple.

Seules les éditions & revue Reclams (64) peinent encore à redresser la barre : en 2011, leur chiffre d'affaires a baissé. En revanche, la revue éponyme nouvelle manière (deux parutions annuelles) a retrouvé le nombre de ses abonnés d'avant 2009, année du pic de la crise (140 abonnés).

COMPARAISON 2008 / 2012 : L'étude de 2008 montrait qu'une forte majorité des éditeurs consultés avait un chiffre d'affaires compris entre 10 000 et 50 000 €. Aujourd'hui, un seul a son chiffre d'affaires compris entre 200 000 et 300 000€.

■ II.1.3. LES ÉDITEURS BÉNÉFICIENT-ILS DE SUBVENTIONS PUBLIQUES ?

TOUTES REÇOIVENT DES SUBVENTIONS DE LA RÉGION AQUITAINE ET DE LEUR DÉPARTEMENT DE RÉSIDENCE, VOIRE DU C.N.L.⁹

Deux maisons d'édition reçoivent des subventions de leur commune de résidence. L'échelle des subventions est variable : les maisons d'édition situées en Pyrénées-Atlantiques perçoivent des subventions du Conseil Général des Pyrénées-Atlantiques dans le cadre du schéma d'aménagement linguistique en faveur du béarnais-gascon-occitan « Iniciativa » et du Conseil régional d'Aquitaine dans le cadre de son règlement d'intervention.

Aucune maison d'édition périgourdine n'a évoqué une subvention du Conseil général de la Dordogne spécifique aux activités éditoriales¹⁰. Il s'avère, également, que les maisons d'édition sises en Midi-Pyrénées reçoivent des subventions de la région Midi-Pyrénées et du Département de l'Aveyron. Le C.N.L. ou la D.R.A.C. Midi-Pyrénées octroient des subventions occasionnelles pour des projets bien ciblés.

Nous n'avons pas pu obtenir le détail de l'ensemble des sommes octroyées aux éditeurs consultés, nous n'avons que des réponses partielles :

- Les éditions Fédérop : 3 000 euros en 2011 du Conseil régional d'Aquitaine et 5 319 euros de l'Institut Ramon Lull, Barcelona - Catalogne ;
- Les éditions & revue¹¹ Reclams ont reçu en 2011, 4 000 euros du Conseil général des Pyrénées-Atlantiques et 8 500 euros du Conseil régional d'Aquitaine (cette dernière subvention a été ramenée à 5 500 euros en 2012) ;

9 Centre National du Livre – Ministère de la Culture & de la Communication

10 L'aide accordée par le Conseil Général de la Dordogne à l'association IEO24/ Novelum, concerne la globalité des activités de l'association et non pas uniquement l'édition.

11 La subvention est octroyée autant pour la revue que pour les éditions

- Letras d'Oc-Camins (31-64) 4 500 euros du Conseil régional Midi-Pyrénées et une subvention du C.N.L. dont nous n'avons pas le montant ; 3000€ en 2010, 3000 € en 2011 et 4500€ en 2012 du Conseil Régional d'Aquitaine.
- Novelum (24) 2 500 du Conseil régional d'Aquitaine mais aussi du Conseil Général de Dordogne ;
- Per Noste (64) 9 000 + 950 euros du Conseil Général des Pyrénées-Atlantiques, 9 000 euros du Conseil régional d'Aquitaine et 1 600 euros de la Commune d'Orthez.

DANS L'ÉTUDE DE 2008, 77% DES ÉDITEURS CONSULTÉS DISAIENT RECEVOIR DES SUBVENTIONS PUBLIQUES DES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES ET DU C.N.L.

Aucun éditeur n'a fait appel à des prêts bancaires. Un seul, les éditions & revue Reclams, a obtenu une facilité de caisse¹² de sa banque. Certains éditeurs nous ont aussi fait part du peu de moyens financiers dont ils disposent : certains renoncent même à publier ou ne publient qu'un seul ouvrage par an, faute de moyens.

■ ■ ■ II.2. - LA POLITIQUE ÉDITORIALE

■ II. 2.1. LA LANGUE

EN QUELLE(S) LANGUE(S) ÉDITEZ-VOUS VOS OUVRAGES¹³ ?

6 ÉDITEURS ÉDITENT EN OCCITAN DONT 5 PUBLIENT ÉGALEMENT DES OUVRAGES BILINGUES ; 1 EST, EN PREMIER LIEU, ÉDITEUR DE LITTÉRATURE FRANÇAISE (LES ÉDITIONS FÉDÉROP (24) QUI A CRÉÉ DÈS SON LANCEMENT UNE COLLECTION CONSACRÉE À LA LITTÉRATURE OCCITANE).

Tous les éditeurs consultés reconnaissent que les ouvrages bilingues se vendent très bien : l'étude n'a pas permis, car elle n'est pas allée plus en avant dans l'étude de ce point, d'établir des éléments probants concernant cette problématique. En effet, l'étude aurait dû effectuer un comparatif exact entre les ventes d'ouvrages bilingues et les ventes des ouvrages monolingues en occitan.

Les éditeurs associatifs déclarent que « la défense et le développement de la langue occitane » sont pour eux un objectif majeur, voire une priorité, ce qui les pousse à privilégier l'édition monolingue occitane. Généralement, les ouvrages bilingues concernent les ouvrages didactiques : dictionnaires, grammaires, ouvrages d'apprentissage de la langue, qui sont très souvent rédigés en français rarement en occitan. Même s'ils se vendent bien, ils ne sont pas, eu égard à l'impérieuse nécessité de « défendre la langue occitane », pour la grande majorité des éditeurs consultés, une priorité : « [...] sinon les lecteurs ne font pas l'effort de lire en occitan [...] ». Le livre bilingue est une piste volontairement peu exploitée.

¹² Une facilité de caisse : c'est une avance de trésorerie

¹³ Plusieurs réponses étaient possibles

■ II. 2.2. LE « PUBLIC CIBLE »

L'étude sociolinguistique « *Présence, pratiques et représentations de la langue occitane en Aquitaine* » d'avril 2009, réalisée en maîtrise d'ouvrage public Région Aquitaine, DRAC Aquitaine et les cinq départements aquitains sur un échantillon de 6002 Aquitains traite rapidement d'une question sur la lecture et ses supports des locuteurs occitan d'Aquitain.

A la question « VOUS LISEZ L'OCCITAN ? » 70% RÉPONDENT NE PAS SAVOIR OU TRÈS DIFFICILEMENT. 3,2 % DES INTERROGÉS DISENT LIRE « FACILEMENT » TOUTES THÉMATIQUES.

8 % ASSEZ FACILEMENT

18,5 % ASSEZ DIFFICILEMENT.

C'est dans le département des Pyrénées Atlantiques qu'est la majeure partie des lecteurs aisés (5,8%) et en Gironde qu'est la majeure partie de ceux qui ne savent pas ou très difficilement (76 %).

Le lectorat aisé à « peu initié » est situé majoritairement dans la tranche d'âge de 60 ans et plus. Cette tranche d'âge représente également la majeure partie de locuteurs aquitains. 63% des locuteurs sont compris dans cette tranche d'âge.

77 % DES SUPPORTS DE LECTURE SONT LES JOURNAUX.

22% LA LITTÉRATURE (ROMAN, CONTE, POÉSIE)

ET 13% LES PAROLES DE CHANSONS OU POCHETTES DE CD.

Les brochures, magazines ou BD sont lus majoritairement par les 15-29 ans, ce sont également eux les plus grands lecteurs de littérature (roman, contes, poésie...). Enfin, la tranche 30-44 ans lit sur internet ou les paroles de chansons.

MAIS LA LECTURE D'ARTICLES EN OCCITAN DANS LES JOURNAUX RESTE LE SUPPORT LE PLUS USITÉ.

Ce sont ailleurs les articles en occitan du journal « *Sud Ouest* », présent dans les 5 départements interrogés qui sont les supports les plus lus (42%) ; vient ensuite le journal « *La République* », présent uniquement en 64.

Les journaux et revues des éditeurs interrogés n'apparaissent qu'en milieu voire en fin de classement des journaux lus en occitan (*Païs Gascons* 1% de lecteurs de journaux en oc, *La Setmana* 1,8% des lecteurs de journaux en occitan).

La question de la graphie de la langue n'a pas été posée.

Enfin l'enquête sociolinguistique révèle également que la lecture est, selon les personnes interrogées, un moyen de faire de l'auto-formation.

16,8%, DES INTERROGÉS, AYANT ENVIE D'APPRENDRE OU DE SE PERFECTIONNER PENSENT POUVOIR LE FAIRE PAR LE BIAIS DE LA LECTURE et de l'écoute (45,4% pensent pouvoir se perfectionner en prenant des cours, 44% en échangeant plus souvent dans cette langue).

■ **ARRIVEZ-VOUS À INTÉRESSER VOTRE PUBLIC CIBLE ?**

4 éditeurs sur 7 disent réussir à intéresser le public ciblé, et donc cibler leur offre. 3 déclarent qu'ils n'y arrivent pas. Ceux qui disent ne pas arriver à toucher leur « public-cible », constatent avoir de grandes difficultés à renouveler leur clientèle.

Aujourd'hui, la clientèle potentielle des éditeurs en langue occitane est fort mal connue (comme nous pouvons le constater dans l'encart plus haut). Les maisons d'édition qui publient en Dordogne (Fédérop et Novelum) savent que leur département de résidence est un territoire où la pratique de la langue est encore très vive (c'est aussi le cas des Landes) – l'enquête sociolinguistique menée en Aquitaine en M.O.P.-Région Aquitaine, Drac Aquitaine et les cinq départements aquitains, en avril 2009, le montre clairement, même si la question de l'alphabétisation des locuteurs reste entière. Les lecteurs connus de ces éditeurs viennent, semble-t-il, des zones rurales ou appartiennent au « 3ème âge»... En outre, on constate une appétence des enfants, parents, et enseignants des écoles laïques Calandreta et des écoles bilingues du secteur public.

NOUS NE POSSÉDONS PAS DE DONNÉES FIABLES SUR LE LECTORAT POTENTIEL : TYPOLOGIES, BESOINS, NIVEAUX, LOCALISATION, QUANTITÉ SONT INDÉFINISSABLES.

■ **QUELLES SONT LES TRANCHES D'ÂGE QUE VOUS CIBLEZ ?**

TOUS CHERCHENT À TOUCHER UNE CLIENTÈLE DE TOUT ÂGE ET DE TOUT MILIEU.

Les éditeurs consultés rappellent que la situation de la langue occitane (la diglossie constatée par nombre d'études sociolinguistiques réalisées en Aquitaine et ailleurs) ne leur permet pas d'élaborer une politique éditoriale qui répondrait aux besoins exprimés par les « lecteurs » potentiels : en effet, nulle étude de marché n'a été jusqu'alors effectuée pour mieux les appréhender.

Les maisons concernées par l'étude cherchent à « toucher » tous les « publics », sans distinction. En outre, certaines publient des revues ou des périodiques destinés à un large public qui s'intéresse aux autres publications de la maison d'édition. La maison d'édition de service public (le Cap'Òc) publie des ouvrages pédagogiques à destination de l'ensemble des acteurs de l'école et du collège.

C'EST LE PUBLIC ADOLESCENT ET "JEUNES" (13-17 ANS ET 18-25 ANS) QUI ÉCHAPPE À CE CONSTAT.

Ils constatent néanmoins qu'il est difficile de trouver des auteurs pour ce public-cible (adolescents et jeunes). Certains pensent d'ailleurs qu'il faudrait se rapprocher des enseignants ; d'autres pensant que des jeunes pourraient écrire pour les jeunes : « (...) puisque ce sont eux qui vont acheter les livres et pas leurs parents. (...)».

Les éditeurs interrogés, sur ce sujet, ne sont pas certains de la rentabilité de cette nouvelle démarche éditoriale.

Le choix d'une ligne éditoriale « adolescents et jeunes adultes » n'a été le parti pris d'aucune maison d'édition jusqu'alors, exception faite, pour partie, du Cap'Òc.

11.3. LA CONCURRENCE

■ **SELON VOUS, Y A-T-IL DE LA CONCURRENCE ENTRE LES ÉDITEURS D'EXPRESSION OCCITANE ?**

6 éditeurs sur 7 considèrent que la concurrence n'existe pas en l'état. Bien sûr, on relèvera que le CAP'Òc soulève encore quelques interrogations de la part de certains éditeurs, mais rien de déterminant quant aux rapports qu'entretiennent les éditeurs entre eux : les éditeurs de publications enfantines n'ont pas exprimé à ce sujet de récriminations particulières.

Chaque éditeur publie des ouvrages sur des sujets différents et complémentaires, sans pour autant interférer dans les éditions des autres. Certains pensent que cette concurrence serait même à développer, ne serait-ce que pour faire évoluer leur catalogue et donner une véritable valeur sociale à leurs publications, et enfin dynamiser le marché non captif.

COMMENTAIRES : désormais, plus aucune coédition n'est pratiquée par les éditeurs consultés, exception faite d'un ouvrage publié par les éditions I.E.O et Reclams en 2010, car même si cela réduit les coûts de P.A.O. et d'impression, il faut partager les frais de promotion et les recettes : « [...] Cela ne s'avère pas très rentable [...] »

11.4. LA POLITIQUE ÉDITORIALE

■ **PARMI LES GENRES LITTÉRAIRES PRÉSENTÉS CI-DESSOUS, INDIQUEZ LES SPÉCIALITÉS DOMINANTES DE VOTRE PRODUCTION ÉDITORIALE ? (PLUSIEURS RÉPONSES ÉTAIENT POSSIBLES)**

1 éditeur, la Scop Vistedit (64) à travers *La Setmana*, le journal qu'il porte, traite essentiellement de l'actualité ; elle publie aussi de la B.D comme Per Noste (64) qui a publié nombre de B.D. essentiellement en direction des enfants et pré-adolescents.

Le roman, la poésie et la linguistique sont privilégiés par l'ensemble des éditeurs concernés ; viennent ensuite l'histoire et le théâtre, le scolaire et le parascolaire, puis la littérature policière. Des publications minoritaires concernent la science-fiction, le sport, les biographies et témoignages, la montagne, la photographie, la religion. En outre, la plupart d'entre eux éditent de la littérature jeunesse. On constate malgré tout un manque évident concernant les publications touchant les sciences sociales, la philosophie et les sciences dites « dures ».

Une grande part d'entre eux éditent des ouvrages de littérature jeunesse mais ils peinent à créer une démarche cohérente sur le moyen-long terme. D'autres genres sont encore peu exploités. Des manques sont constatés dans les ouvrages consacrés à la musique et à la chanson, aux chants, ou encore des livres humoristiques, ou enfin la bande dessinée. Pourtant, ce sont des ouvrages qui, généralement, se vendent bien selon les dires des éditeurs interrogés. Il y a une offre de livres assez large grâce aux catalogues existants, mais, a contrario, aucune exploitation de la demande n'est effectuée.

Même en connaissance d'un public existant (enfants scolarisés en bilingue ou en immersion), la revue jeunesse éditée par la Scop Vistedit, « Plumalhon », constate une forte différence entre les potentialités de ventes et la réalité du marché.

COMMENTAIRES : Les maisons d'éditions ne prennent pas souvent le risque de diversifier leur catalogue. Le peuvent-elles ? Elles manquent de moyens financiers pour ce faire.

La « clientèle » n'est pas vraiment étudiée, pas plus que les demandes des lecteurs. On constate très peu de retours des lecteurs, mis à part des demandes précises pour des ouvrages didactiques. Il n'y a pas non plus de renouvellement de la création ; la recherche de jeunes auteurs est fort réduite ce qui entraîne une faible sollicitation pour faire naître de nouveaux créateurs. Le choix des manuscrits se fait sur « différents critères » établi par chaque maison d'édition ; il semble que la plupart ne réussit pas à ouvrir leur catalogue à de nouveaux écrivains.

En ce qui concerne les auteurs, d'aucuns acquièrent une première notoriété littéraire par leurs textes publiés dans une revue occitane (Lo Gai Saber, Ôc, País Gascons & Reclams). C'est cette très modeste notoriété qui nourrit souvent le choix éditorial des maisons d'édition occitanes concernées.

LA TENDANCE LOURDE EST POURTANT DE PUBLIER DES AUTEURS DÉJÀ EXPÉRIMENTÉS ET RECONNUS : CELA RESTE UN GAGE DE RENTABILITÉ IMMÉDIATE.

11.5. LE CALENDRIER DES PARUTIONS

■ **AVEZ-VOUS UN CALENDRIER DE PARUTIONS ?**

Les catalogues proposés par les éditeurs consultés comportent une quantité très variable d'ouvrages : cela va de 20 à plus de 500.

6 ÉDITEURS SUR 7 ÉTABLISSENT UN CALENDRIER DE PARUTIONS, MAIS PEU TIENNENT COMPTE DU CALENDRIER DES RENTRÉES LITTÉRAIRES FRANÇAISES.

Les éditions Fédérop dont le catalogue comporte nombre d'ouvrages en langue française établissent chaque année un calendrier de parutions qui s'efforce de suivre le calendrier des rentrées littéraires françaises. Leur diffuseur Arcadia est bien sûr leur partenaire pour ce faire. En ce qui concerne les autres éditeurs, ils publient des livres tout les deux ou trois mois. Pour un ouvrage occitan – la chose est aujourd'hui entendue¹⁴ – la communication doit de surcroît se doter de supports supplémentaires accompagnés de fiches de présentation en français et d'un discours adapté à un public souvent rétif ou ignorant de la réalité linguistique occitane. Nombre de livres ne paraissent pas à la date prévue, ce qui engendre des retards conséquents pour leur diffusion et surtout pour leur mise en rayon dans les librairies.

LES RETARDS SONT UNE CONSTATATION COMMUNE À TOUS LES ÉDITEURS.

Un calendrier cohérent permettrait en outre aux éditeurs, qui n'éditionnent qu'un ou deux livres par an, de mieux pénétrer le marché du livre, de ne pas être oubliés dans la masse des publications que l'on constate à chaque rentrée littéraire.

¹⁴ Le nombre de librairies acceptant des ouvrages en occitan en Aquitaine a fortement baissé ces dernières années aux dires de Jean-Luc Kerébel, directeur de Cairn diffusion.

LES PUBLICATIONS SONT FORT IRRÉGULIÈRES DANS LE TEMPS ET DANS L'ANNÉE LITTÉRAIRE.

■ DÉCLINEZ-VOUS LES OUVRAGES SUR D'AUTRES SUPPORTS ?

Certains ouvrages sont déclinés sur d'autres supports. 4 éditeurs : Novelum, Letras d'Oc, Cap'òc, ont édité des livres-CD, mais cette pratique est encore minoritaire. Seul le Cap'Òc publie systématiquement des CD accompagnant leurs albums dans un but pédagogique pour accompagner les parents dans leur démarche. Cette maison d'édition propose également des ouvrages sur son site internet¹⁵. En outre, plusieurs éditeurs envisagent de mettre en place des « ouvrages-audio » à télécharger sur leur site, afin de rendre plus accessible les publications et de favoriser la lecture.

■ ■ ■ II.6. LES NOUVEAUTÉS

■ COMBIEN Y A-T-IL EU DE TITRES NOUVEAUX PUBLIÉS EN 2009, 2010, 2011 ?

En ce qui concerne le livre en langue occitane, il faut nuancer le terme de « nouveauté » : en effet, il y a bien sûr, comme dans toute littérature des livres nouveaux mais cette nouveauté est trop souvent méconnue des libraires et des lecteurs-acheteurs potentiels ; de surcroît, la nouveauté occitane dure bien plus que l'on ne croit. En effet, dans l'édition française, la durée de vie d'un livre est généralement de 3 mois à 2 ans, alors que pour le livre occitan sa durée de vie est de 5 à 10 ans. Il faut noter que les prix littéraires dont le nombre est aujourd'hui réduit à sa plus simple expression puisque les prix d'importance comme le « Joan Bodon » octroyé à Rodez (12) et le « Jaufrè Rudel » qui était remis chaque année au et par le Conseil régional d'Aquitaine à Bordeaux, ont bel et bien disparu. Ils jouaient pourtant un rôle essentiel dans la médiatisation des auteurs et des ouvrages récompensés ; qui plus est, ils permettaient aux ouvrages primés de gagner un nouveau lectorat bien au-delà de leurs frontières « dialectales ».

NOMBRE DE PARUTIONS PAR ANNÉE PAR ÉDITEUR :

- Cap'Òc (64) ▼ — 2009 : 12 ; 2010 : 10 ; 2011 : 9. (- 25 %)
- Fédérop (24) ▼ — 2009 : 6 ; 2010 : 6 ; 2011 : 4. (-33 %)
- Letras d'Oc - Camins (31-64) — 2011 : 8. (Nous n'avons pas les chiffres pour 2009 & 2010)
- Novelum (24) ↗ — 2009 : 1 ; 2010 : 1 ; 2011 : 4. (+ 400 %)
- Per Noste (64) ↗ — 2009 : 5 ; 2010 : 5 ; 2011 : 11. (+120 %)
- Reclams (64) ▼ — 2009 : 2 ; 2010 : 1 ; 2011 : 1. (- 50%)
- Vistedit (64) = — 2009 : 0 ; 2010 : 0 ; 2011 : (0)

TOTAL : 2009 : 16 - 2010 : 23 — 2011 : 37 (+118,75%)

¹⁵ Il s'agit du Cap'Òc.

On constate une réelle augmentation – en valeur absolue – des parutions depuis 2008 due pour l'essentiel à la hausse notable des publications aux éditions Novelum, également à Letras d'Oc-Camins et aux éditions Per Noste qui ont fortement augmenté le nombre de leurs publications. En ce qui concerne les autres maisons d'édition, nous constatons une baisse relative mais tendancielle.

COMMENTAIRES : Une maison d'édition n'a pu exceptionnellement éditer de livres ces trois dernières années (les éditions Vistedit). Incontestablement, les difficultés financières, les retards accumulés dans l'élaboration et la « fabrication » des livres à paraître, font généralement obstacle à la publication de nouveaux ouvrages. Ce manque de moyens financiers souvent endémique pousse nombre de maisons d'édition à attendre des « jours meilleurs » et à réduire la voilure de leurs publications. Ainsi, elles s'efforcent de ne pas prendre de risques démesurés : publier, par exemple, des livres « avant-gardistes ».

Les subventions octroyées par les collectivités territoriales viennent incontestablement atténuer les effets négatifs de leur fragilité financière. En effet, peu de maisons d'édition ont pu constituer un fonds de roulement conséquent qui leur permettrait d'affronter des crises de trésorerie soudaines, dues à des méventes.

■ ***D'OÙ PROVIENNENT LES OUVRAGES QUI SONT PUBLIÉS ? (PLUSIEURS RÉPONSES ÉTAIENT POSSIBLES)***

Les livres de commande sont rares. 26% ouvrages proviennent de manuscrits originaux, 20% proviennent de traductions et 16% proviennent de rééditions. Très peu de maisons d'édition publient des manuscrits originaux. La plupart du temps les ouvrages à paraître sont choisis à l'occasion de rencontres avec des auteurs. Il est rare qu'un manuscrit envoyé à une maison d'édition soit publiable en l'état, car généralement il ne correspond pas à la politique éditoriale de l'éditeur ou bien le niveau de la langue employée n'est pas assez bon eu égard aux critères d'exigence linguistique demandés par ces mêmes éditeurs.

Si les livres ne sont pas des manuscrits originaux, ce sont des rééditions. Ces rééditions prennent du temps car les éditeurs ne souhaitent pas faire du « copier/coller » du texte original. Le texte est repris, retravaillé, augmenté d'introductions, de préfaces, de glossaires, etc.

De la même façon, les traductions sont une activité très chronophage : elles entraînent souvent des retards conséquents. En outre, il est difficile de trouver des traducteurs compétents et le coût en est élevé.

■ ***QUEL EST LE TIRAGE MOYEN POUR UNE NOUVEAUTÉ ?***

LE TIRAGE HABITUEL ET MOYEN DES 7 ÉDITEURS CONSULTÉS OSCILLE ENTRE 100 À 500 EXEMPLAIRES. LE TIRAGE POUR UNE NOUVEAUTÉ NE DÉPASSE QUE RAREMENT LES 1.000 EXEMPLAIRES.

« Ce n'est pas rentable, disent-ils, car si le livre ne se vend pas, ils nous faut le stocker et stocker coûte cher ! »

Ces chiffres modestes permettent de se rendre compte qu'il est difficile pour une maison d'édition occitane associative de prendre des risques avec les ouvrages qu'elle édite. La seule maison d'édition pouvant se permettre de faire des tirages à plus de 1.000 exemplaires est le Cap'òc. Elle édite, en effet, chaque livre ou album dans les trois variantes de l'occitan existant en Aquitaine (gascon, languedocien et limousin). Elle adapte ainsi le tirage eu égard au nombre de lecteurs qu'elle pense intéresser : 1.000 exemplaires pour le gascon, 500 exemplaires pour le languedocien, 200 exemplaires pour le limousin.

COMPARAISON 2008 : Dans l'étude de 2008, les 2/3 des éditeurs consultés disaient publier moins de 1.000 exemplaires pour un ouvrage : la moyenne (très relative) était alors de 680 exemplaires par éditeur.

■ **LES ÉDITEURS PROCÈDENT-ILS À DES RÉIMPRESSIONS ?**

6 éditeurs sur 7 procèdent occasionnellement à des réimpressions ; 1 seul pratique régulièrement la réimpression, le dernier ne l'utilise jamais. En raison du faible tirage qu'elles pratiquent, elles se voient parfois obligées de pratiquer des réimpressions car les ventes des ouvrages, comme nous l'avons déjà dit, se font sur le moyen long-terme.

■ **CÈDENT-ILS LES DROITS DES OUVRAGES « PHARES » DE LEUR CATALOGUE ?**

Très peu de droits sont cédés à d'autres éditeurs qu'ils soient d'expression occitane ou française. Un éditeur nous a expliqué que même si les droits sont cédés à une maison d'édition d'expression française, la mention « traduit de l'occitan » n'est que rarement apposée sur l'ouvrage traduit.

« Céder des droits n'aide pas vraiment à la promotion de la littérature en langue occitane ! » disent-ils.

Cette déclaration est, nous semble-t-il, à vérifier : nombre d'exemples démontrent le contraire¹⁶.

■ ■ ■ II. 7. LES CONTRATS D'ÉDITION

■ **FAITES-VOUS SIGNER DES CONTRATS D'ÉDITION AUX AUTEURS ? AUX TRADUCTEURS ?**

TOUS LES ÉDITEURS CONSULTÉS RESPECTENT CETTE EXIGENCE.

Même si par le passé cette exigence fut ignorée par nombre d'éditeurs occitans, aujourd'hui les mêmes font signer des contrats d'édition pour chaque ouvrage à paraître à tous leurs auteurs. En revanche, le paiement des droits est, semble-t-il, plus aléatoire. Pour les traducteurs, tous ne sont pas forcément sous contrat avec les éditeurs car certains sont bénévoles et ne demandent pas à être rémunérés. La question des droits du traducteur est parfois laissée à la marge car le coût d'une traduction est fort élevé parfois inaccessible à ces éditeurs modestes.

¹⁶ La publication des traductions en français de Bernat Manciet, de Max Rouquette, de Jean Boudou a démontré le contraire.

■ ■ ■ II.8 : LES OUTILS INFORMATIQUES

■ II.8.1. LA P.A.O.¹⁷

■ **QUI RÉALISE LA P.A.O. POUR LA MAISON D'ÉDITION ?**

3 éditeurs sur 7 (Fédérop, Letras d'Òc-Camins, Reclams) font appel à un prestataire professionnel extérieur ; 3 d'entre eux font aussi appel à des bénévoles (Per Noste, Novelum, Letras d'Òc-Camins) ; 2 (Cap'Òc - Vistedit) ont parmi leurs salariés des infographistes capables d'effectuer la mise en page des ouvrages à paraître.

Pour la mise en page et le design de leurs livres à paraître, trois maisons d'édition associatives sont aidées par des bénévoles, membres de l'association gestionnaire qui ont, semble-t-il, appris à utiliser les logiciels de mise en page existant sur le marché. Cependant, les éditeurs reconnaissent que cette activité est très chronophage et qu'ils ne sont pas toujours satisfaits des prestations bénévoles qui sont, il faut bien le dire, bien en deçà des prestations professionnelles. D'aucuns, de surcroît, pensent qu'ils ne sont pas qualifiés pour effectuer ce type de travail. Pour autant, ils ne font pas appel à des professionnels car ce type de prestation leur semble trop cher.

L'illustration et la P.A.O. sont encore trop négligées par nos interlocuteurs, exception faite de deux maisons d'édition qui ont fait appel, très tôt, à un atelier graphique professionnel.

L'image des livres publiés s'en ressent. Ils se voient ainsi pénalisés lorsqu'ils sont commercialisés. Les libraires et les diffuseurs en font le constat : « Le livre est un « bel objet », voyez les livres publiés par les maisons d'édition françaises... » nous a-t-on dit. La qualité des ouvrages publiés ces dernières années s'est néanmoins notablement améliorée sous la pression, sans doute, des diffuseurs-distributeurs et des libraires. Le recours à des illustrateurs pour réaliser les couvertures est donc encore assez exceptionnel.

■ II.8.2. INTERNET

■ **POSSÉDEZ-VOUS UN SITE WEB ?**

TOUS LES ÉDITEURS POSSÈDENT UN SITE INTERNET ; 5 SONT BILINGUES OCCITAN/FRANÇAIS ; UN UNIQUEMENT EN FRANÇAIS ET UN AUTRE UNIQUEMENT EN OCCITAN. ENFIN, TOUS POSSÈDENT UN CATALOGUE EN LIGNE.

Même si les sites web des éditeurs sont parfois un peu trop rudimentaires, certains se diversifient et proposent, en plus de la présentation des ouvrages et des auteurs, des exercices interactifs, des livres en ligne, des documents audio et vidéo, des informations en ligne, etc.

■ **EST-IL POSSIBLE DE FAIRE DES COMMANDES EN LIGNE SUR LES SITES DES ÉDITEURS ?**

5 éditeurs ont installé un système informatisé permettant aux internautes occasionnels ou réguliers de commander leurs ouvrages sur leur site ; deux autres ne l'ont pas encore fait. L'un d'eux est en passe de lancer son site qui le permettra (Reclams). Il l'est depuis mars 2013.

¹⁷ Publication Assistée par Ordinateur

CERTAINS S'AVOUENT DÉÇUS DU RÉSULTAT DES COMMANDES EN LIGNE QU'ILS ENREGISTRENT : MOINS DE 10% DES VENTES EN GÉNÉRAL POUR LES ÉDITEURS SAUF UN (PER NOSTE) QUI RÉALISE, SUR SON SITE, ENTRE 150 ET 210 COMMANDES PAR AN¹⁸.

La vente par Internet n'est pas assez valorisée par les sites existants des éditeurs interrogés. Elle est moins rentable que ce qu'elle devrait normalement être eu égard aux chiffres annoncés par certaines maisons d'édition (Per Noste, par exemple). Souvent, selon les dires de certains éditeurs consultés, le procédé pour installer la commande en ligne est très complexe et cher, surtout quand on passe à la phase « bancaire ». « Cela demande un véritable investissement financier, un matériel et des logiciels adéquats et enfin et surtout une personne présente in situ capable de gérer l'arrivée des commandes ! » disent-ils.

Il n'existe aucun site de vente en ligne mutualisé, à part ceux des libraires et d'IDECO. La promotion de la vente en ligne est très peu développée, pourtant la vente par internet doit permettre aux éditeurs de valoriser d'anciens ouvrages qu'ils possèdent en stock. C'est parfois, pour le client occasionnel, étranger, le seul moyen de se procurer un livre qui n'est plus publié, ou présent en librairie.

■ ***DIFFUSEZ-VOUS UNE LETTRE ÉLECTRONIQUE ?***

2 éditeurs sur 7 diffusent une lettre électronique ; les autres ne le font pas faute de moyens financiers ou humains. En réalité, ces lettres électroniques ne sont diffusées qu'à l'occasion des parutions (Per Noste, Fédérop), ce qui implique que si la maison d'édition publie un seul ouvrage, une seule lettre électronique est diffusée. Ce nouveau média n'est pas pensé comme un outil de communication et de promotion. Nombre d'entre eux regrettent de ne pas pouvoir diffuser une lettre d'information régulière, le plus souvent par manque de temps et de moyens humains.

INTERNET EST UN OUTIL ENCORE TROP PEU EXPLOITÉ PAR LES ÉDITEURS INTERROGÉS EXCEPTION FAITE SANS DOUTE DES ÉDITIONS PER NOSTE. CELA REQUIERT DES CAPACITÉS D'INNOVATION ET DE GESTION IMPORTANTES DE LA PART DES ÉDITEURS; EN OUTRE, INTERNET DEMANDE DES RESSOURCES HUMAINES ASSURANT UN SUIVI ET UNE ANIMATION PERMANENTE. LES RELAIS ENTRE LES SITES SONT TROP PEU UTILISÉS.

■ ***ÊTES-VOUS ABONNÉ À ELECTRE ? UTILISEZ-VOUS DILICOM ?***

5 éditeurs sont abonnés à « Electre » et 2 seulement utilisent « Dilicom ».

Ce sont deux outils professionnels utilisés par l'ensemble de la profession. Ils sont dits « indispensables » par l'ensemble des acteurs de la filière du livre d'expression française. Ces deux organismes connus et reconnus référencent les ouvrages de l'ensemble de l'édition nationale pour faciliter leur diffusion et leur vente. Les éditeurs en langue occitane ne semblent pas vraiment satisfaits par ces outils mal adaptés à leurs catalogues respectifs. En ce qui concerne « Dilicom », il arrive que ce soit le diffuseur qui s'en charge lui-même car cela lui permet de faire des commandes. Stratégiquement, ces deux outils pourraient aider

18 Nous ne connaissons pas les chiffres moyens de vente pas internet d'une maison d'édition d'expression française.

à développer la vente des ouvrages d'expression occitane mais nombre de problèmes sont à résoudre avec ces deux outils pour que leur prestation soit réellement efficace pour les éditeurs occitans.

II.9. LES FORMATIONS

■ ***AVEZ-VOUS DÉJÀ PARTICIPÉ AUX FORMATIONS PROPOSÉES PAR ECLA ?***

SEULEMENT 3 ÉDITEURS SUR 7 ONT DÉJÀ SUIVI UNE FORMATION DONNÉE PAR ECLA.

Certains n'ont pas pu y assister par manque de temps car ils sont pour l'essentiel bénévoles et travaillent par ailleurs. D'autres considèrent que ces formations ne s'adressent pas directement à leur activité éditoriale mais plutôt aux maisons d'édition professionnelles d'expression française, et, donc, ne s'adaptent pas au fonctionnement des petites maisons d'édition associatives comme les leurs :

« [...] Très peu d'enseignements en sont retirés pour le peu que nous apprenons, ces formations ne sont pas bonnes pour nous [...] ».

L'étude réalisée par l'ECLA en 2008 le préconisait pourtant, la formation était une « haute priorité » pour l'édition occitane.

Faut-il revoir les formations proposées en les adaptant aux contraintes qui sont les leurs ? Demander les besoins de formation aux éditeurs ?

■ ***AVEZ-VOUS PARTICIPÉ À D'AUTRES FORMATIONS PROFESSIONNELLES ?***

Là-aussi 3 éditeurs sur 7 ont participé à des formations professionnelles. Elles concernaient essentiellement la P.A.O. ou encore la comptabilité. Certains éditeurs choisissent de se former par eux-mêmes et se servent de leur propre expérience pour effectuer des tâches surtout liées au design et la mise en page des ouvrages à paraître.

II.10. LA DIFFUSION ET DISTRIBUTION

La diffusion est une des étapes essentielles de la chaîne du livre. Pour les petits éditeurs concernés la diffusion et la distribution sont sources de grandes difficultés. De surcroît, leur coût élevé (entre 40 et 55 % du coût H.T. des ouvrages vendus), les « retours » et leur coût, les questionnent voire les voient refuser ce mode de diffusion professionnelle.

Est ici en jeu, sans doute, pour eux, la défense d'une certaine gestion associative qu'ils veulent garder « autonome ».

■ ***LA MAISON D'ÉDITION ASSURE-T-ELLE ELLE-MÊME SA DIFFUSION ?***

Sur les sept maisons d'édition que nous avons rencontrées, trois structures s'auto-diffusent et s'auto-distribuent ; 3 des éditeurs assurent totalement leur diffusion, et 3 s'en chargent pour partie.

COMPARATIF 2008 /2012 : Dans l'étude de 2008, 3 éditeurs interrogés avaient recours à un diffuseur-distributeur professionnel ; 1 s'auto-diffusait et s'auto-distribuait et 3 s'auto-diffusaient et s'auto-distribuaient partiellement.

■ **LA STRUCTURE A-T-ELLE DES ACTIVITÉS AUTRES QUE L'ÉDITION ?**

1 d'entre elles n'a pas d'autres activités que l'édition (Fédérop); 3 pratiquent la diffusion dont 2 y compris la distribution ; 2 autres ont d'autres activités liées à la défense de la langue occitane.

En ce qui concerne les autres activités éditoriales, le plus souvent les associations gestionnaires d'une maison d'édition (elles sont majoritaires) agissent aussi pour la défense et le développement de la langue occitane. En outre, certaines maisons d'éditions publient une revue mensuelle ou trimestrielle, qui vient soutenir leur activité éditoriale (Per Noste, Reclams, Vistedit).

■ **TRAVAILLEZ-VOUS AVEC IDECO ?**

4 éditeurs interrogés travaillent avec IDECO : Letras d'Oc-Camins, Novelum, Reclams, Vistedit ;

2 éditeurs travaillent aussi avec Cairn diffusion : Per Noste et Reclams ;

2 éditeurs travaillent avec des diffuseurs nationaux : Cap'òc avec le réseau C.N.D.P.¹⁹ et Fédérop avec Arcadia.

100% DES ÉDITEURS SE DISENT SATISFAITS DE LEURS DIFFUSEURS-DISTRIBUTEURS.

IDECO ne fait que du démarchage téléphonique. Aucun(e) commercial(e) n'y rencontre les libraires ; ce qui est, semble-t-il, préjudiciable à la progression régulière des ventes des éditeurs interrogés travaillant avec IDECO. D'autant plus que les « sorties livres » des éditeurs diffusés par IDECO ne sont que partiellement programmées et se font donc trop souvent en retard (problème déjà évoqué).

IDECO achète des ouvrages aux éditeurs et les diffuse et redistribue aux antennes départementales de l'I.E.O.²⁰. Nul contrat d'exclusivité n'est signé avec les maisons d'édition qu'il diffuse et distribue, mis à part I.E.O éditions. Leur catalogue comporte une vingtaine d'éditeurs avec environ un millier d'ouvrages en catalogue.

IDECO rencontre actuellement de graves difficultés qui pourraient remettre en cause son activité de diffusion.

SEUL LE DIFFUSEUR-DISTRIBUTEUR CAIRN SE DÉPLACE EN PERSONNE POUR PRÉSENTER LES OUVRAGES AUPRÈS DES LIBRAIRES ET ON DOIT RECONNAÎTRE QUE SES RÉSULTATS SONT PROBANTS.

¹⁹ Centre National de Documentation Pédagogique

²⁰ Centre National de Documentation Pédagogique

■ FAITES-VOUS DES FICHES DE PRÉSENTATION DES OUVRAGES POUR LE DIFFUSEUR ?

5 ÉDITEURS SUR 7 NE FONT PAS DE FICHES²¹ DE PRÉSENTATION DES OUVRAGES QU'ILS CONFIENT AU DIFFUSEUR.

Chaque éditeur est diffusé sur 3 à 6 points de vente en Aquitaine voire en Midi-Pyrénées. Faut-il redire que le nombre de ces points de vente est en baisse régulière depuis 2007.

Certains éditeurs, implantés en zone linguistique gasconne, publient des auteurs qui ne sont pas gascons. Les éditeurs concernés ne rencontrent pas de problème majeur pour vendre ces auteurs hors de leur zone linguistique habituelle, mais il reste difficile de « pénétrer » les réseaux de diffusion-distribution situés aux extrémités de l'espace linguistique occitan entre autres en Provence, en Limousin, dans le Cantal, etc.

C'est un problème de stratégie commerciale constaté d'une façon récurrente : les maisons d'édition sont trop petites pour financer un(e) commercial(e). Il n'existe pas non plus d'outil internet pour faciliter ce type de commercialisation.

COMMENTAIRES : Les maisons d'édition sont-elles dans le cadre de l'association nouvellement créée, à mutualiser leurs moyens, avec l'aide des collectivités territoriales concernées, pour créer ce type de démarche ?

Il manque indéniablement un(e) commercial(e) véritablement formé(e) pour faire valoir leurs ouvrages auprès de l'ensemble des libraires se trouvant dans les régions occitanes Aquitaine, Midi-Pyrénées, Languedoc-Roussillon, P.A.C.A., etc. Les éditeurs relèvent qu'il leur manque aussi des contacts avec les associations ou les institutions concernées par la langue et la culture occitane présentes sur ces territoires ; structures qui pourraient aider à créer des événements littéraires : signatures, lectures, etc.

■ ■ ■ II.11. LA COMMERCIALISATION ET LA PROMOTION

Pour la vente de livres, il est important de signaler un problème d'ordre conjoncturel que nombre d'éditeurs rencontrés ont noté. En effet, la plupart des éditeurs déplorent le fait qu'il y ait un terrible turn-over²² du livre chez les libraires : en effet, la durée de vie d'un livre d'expression française chez un libraire est actuellement de 3 mois, avant de disparaître bel et bien alors que la durée de vie d'un livre occitan est très longue (de 5 à 10 ans) comme nous le signalions plus haut dans notre étude. L'ouvrage occitan a ainsi du mal à trouver sa place dans les circuits de vente habituels, et les éditeurs interrogés ajoutent même : « La filière de vente classique n'est pas adaptée aux livres en occitan ».

21 Fiches de présentation en français

22 Turn Over : Roulement

■ II.11.1. LA VENTE

Tous les éditeurs admettent qu'il y a une baisse des ventes de livres pour la filière du livre (toutes expressions comprises), mais ce phénomène n'est pas ressenti par tous les éditeurs consultés. Certains arrivent à augmenter notablement leurs ventes. Le plus souvent c'est le fruit d'un changement caractéristique de la composition de leur catalogue : soit il s'est diversifié, soit il s'est ouvert à des œuvres plus originales ou des œuvres plus populaires et accessibles à un large panel de lecteurs ; par exemple à des traductions d'ouvrages connus et très médiatisés (exemple : Harry Potter, édité par Per Noste) ayant remporté un franc succès.

SUR L'ENSEMBLE TOTAL DE VOS VENTES, COMMENT SE RÉPARTISSENT LES DIFFÉRENTS MOYENS ET LIEUX ?

LA VENTE DE LIVRES OCCITANS EST RÉALISÉE MAJORITAIREMENT EN LIBRAIRIE, MAIS AUSSI PAR CORRESPONDANCE ET DANS LES SALONS DU LIVRE.

Comme nous l'avons déjà montré, la vente par Internet n'est pas la plus usitée. En 2008, 64% des ventes ont été effectuées de façon directe (souscriptions, ventes par correspondance, salons, etc.).

Internet est, à ce jour, le moyen le moins usité par nos éditeurs, exception faite du site des éditions Per Noste qui marche bien. Elle progresse néanmoins régulièrement pour l'ensemble des éditeurs concernés.

Répartition des lieux de ventes, en moyenne sur l'ensemble total de vos ventes : (Plusieurs cases pouvaient être choisies).

- En librairies : 83%²³
- Par correspondance : 67%
- En grandes surfaces (Fnac, Virgin, ...) : 17%
- Sur Internet : 83%
- Salons du livre : 50%

■ SELON VOUS EST-IL PLUS FACILE DE VENDRE DES LIVRES ?

- En librairie : 33%
- En vente directe : 67%

Il faut différencier clairement la vente en librairie de la vente directe. Si la vente directe est celle qui rapporte le plus (car les diffuseurs ne sont pas rémunérés), c'est aussi celle qui est la plus chronophage pour les éditeurs, celle qui mobilise aussi le plus de personnel salarié ou de bénévoles, le plus de moyens matériels et financiers.

²³ Les utilisateurs pouvaient cocher plusieurs cases : le total des pourcentages est donc supérieur à 100 %.

■ **QUELLES SONT LES CATÉGORIES D'OUVRAGES QUI SE VENDENT LE MIEUX ?**

Ce sont les ouvrages didactiques, supports à l'apprentissage de la langue, qui se vendent le mieux : dictionnaires, précis de grammaire, grammaires, méthodes d'apprentissage, etc. D'autres ouvrages ont un réel succès auprès d'un public large comme les dictionnaires toponymiques, les lexiques illustrés. Les livres, albums destinés au jeune public se vendent très bien également.

Plus généralement, les livres en prose se vendent bien mieux que la poésie. Désormais, la poésie est proposée en un format bilingue et, trouve, semble-t-il, un nouveau lectorat. Incontestablement, le livre bilingue se vend bien. En outre, les petits livres de proverbes ou de chants sont très populaires et rencontrent facilement leur public. Le théâtre ne trouve pas toujours son public comme d'ailleurs dans les autres langues « minoritaires » de France.

Néanmoins, et d'une façon générale, la littérature et la poésie particulièrement sont les « genres » qui se vendent le plus difficilement, même lorsque les éditeurs consultés essaient de prendre des risques et de sortir des œuvres dites « avant-gardistes », les lecteurs ne les suivent pas. « Comment trouver un public lorsqu'on ne le connaît pas ? » oserait-on dire. Une nouvelle fois, la question du rapport entre l'offre et la demande se pose.

« Ils n'aiment pas trop ce genre de modifications brutales et préfèrent les valeurs sûres et donc quelque peu conformistes » disent d'aucuns, éditeurs aux publications régulières.

■ **QUELLE EST VOTRE POLITIQUE DE PRIX ?**

- < 10 euros : 4 éditeurs
- De 10 à 15 euros : 6 éditeurs
- De 15 à 20 euros : 5 éditeurs
- De 20 à 25 euros : 2 éditeurs
- > 25 euros : 2 éditeurs

LES PRIX SE SITUENT GÉNÉRALEMENT ENTRE 6 ET 20 EUROS.

Les ouvrages chers — au-delà de 20 euros — se vendent mal, exception faite, comme nous le disions plus haut, des ouvrages didactiques, souvent onéreux.

■ II.11.2. LA PROMOTION

■ **UTILISEZ-VOUS VOTRE SITE INTERNET POUR PROMOUVOIR VOS NOUVEAUTÉS ?**

INTERNET

6 ÉDITEURS SUR 7 FONT LA PROMOTION DE LEURS NOUVELLES PARUTIONS SUR LEUR SITE INTERNET. UN DES ÉDITEURS CONSULTÉS NE PRATIQUE JAMAIS CE TYPE DE COMMUNICATION.

Malgré les efforts indéniables qui ont été faits, cela reste un des points les plus problématiques de l'édition occitane actuelle.

Tous les éditeurs déplorent le peu de communication et de promotion dont bénéficient leurs ouvrages. Ils disent manquer de moyens financiers et techniques pour ce faire et constatent que la presse écrite, audio et télévisée ignore leurs publications.

Peu d'entre eux entament une campagne de communication ciblée à chaque publication. Les sites Internet, les relais coutumiers d'information (la presse occitane La Setmana, Le Jornalet) et éventuellement les revues (Lo Gai Saber, Òc, Reclams, País Gascons, Occitans), la presse quotidienne régionale sont les seuls outils de promotion qu'ils utilisent.

■ **FAITES-VOUS DES SERVICES DE PRESSE ?**

Des services de presse sont envoyés à chaque parution par 3 éditeurs et souvent par les autres ; le plus souvent auprès de journaux spécialisés d'expression occitane ou française. 1 éditeur ne fait aucune démarche de ce type.

« Les résultats commerciaux ne semblent pas vraiment se vérifier » disent-ils. En effet, nombre d'entre eux déplorent le fait que ce type de communication n'ait que peu d'effet sur leurs ventes. D'aucuns s'essaient à d'autres supports de communication : ils envoient des flyers ou leur catalogue à leur « fichier-clients ». D'autres encore font de la publicité — c'est le terme employé — par « fichier-mail ». D'autres enfin sollicitent des sites relais Aquitaine pour ce faire. Par exemple, la rubrique bilingue « *la libreria occitana de l'InÒc* », ses « *abracadas* » (lettres électroniques) et ses « *clinhets* » (flashes d'information) mais aussi les lettres électroniques de La Setmana, Lo Jornalet, l'Ostau Bearnès, Ràdio País, de MJV & celle de la FELCO, etc.

LES SALONS

LA PARTICIPATION AUX « SALONS DU LIVRE »

Réaliser des ventes : 3 éditeurs

Faire de la promotion et de la publicité : 2 éditeurs

Être visibles : 2 éditeurs

Action militante en faveur de la langue : 0

3 ÉDITEURS S'Y RENDENT DANS LE BUT DE FAIRE DES VENTES : C'EST POUR EUX UN OUTIL À LA FOIS DE PROMOTION ET DE VENTES. 2 ÉDITEURS ADMETTENT S'Y RENDRE POUR FAIRE DE LA PROMOTION, AINSI QUE POUR ÊTRE VISIBLES D'UN PUBLIC PLUS LARGE QUI FRÉQUENTE CE TYPE DE MANIFESTATION.

« (...) C'est un bon endroit pour se faire connaître et nouer des relations avec le milieu. C'est un « outil » qui marche bien : une bonne présence procure une bonne rentabilité mais aussi de la visibilité. Les Salons du livre sont une aide précieuse pour la vente des ouvrages occitan (...). » disent-ils.

Il peut arriver que ce soit un autre opérateur qui se charge de vendre des livres pour l'éditeur : l'InÛc Aquitaine, dont c'est l'une de ses missions prioritaires, ECLA ou IDECO (à l'occasion de « Pau fête le livre », pour l'InÛc Aquitaine, en novembre 2011). Cela peut être une bonne alternative – cela reste à vérifier – lorsque l'éditeur ne peut se déplacer.

Les ventes effectuées dans les salons sont variables selon les éditeurs ; la typologie des salons influence sans doute les ventes : cela peut aller d'une dizaine à une cinquantaine d'ouvrages. La rentabilité semble ne pas être visée ici en tout premier lieu par l'ensemble des éditeurs interrogés. Certains considèrent qu'un salon est rentable lorsqu'ils réalisent un chiffre d'affaires de 300 euros ; d'autres lorsque la location du stand est remboursée.

D'UNE MANIÈRE GÉNÉRALE, LES VENTES SONT MEILLEURES LORSQU'IL Y A DES ANIMATIONS AUTOUR DU STAND OU PROGRAMMÉES DANS LE CADRE DU SALON (LECTURES, SIGNATURES, CONFÉRENCES, SPECTACLES, ETC.) ET, SURTOUT, LORSQUE LES AUTEURS DES OUVRAGES PRÉSENTÉS SONT PRÉSENTS SUR LE STAND.

Lors des salons, les éditeurs constatent une difficulté plus circonstancielle. En effet, actuellement, les salons enregistrent une baisse de fréquentation notable : ils deviennent des endroits très médiatiques avec la présence des grandes stars de la littérature française ou internationale où les petits éditeurs et donc les éditeurs de littérature occitane s'en trouvent délaissés par le public. En outre, toutes les grandes et petites villes veulent, aujourd'hui, avoir leur salon du livre : ainsi, les petits salons, et surtout ceux qui sont très spécialisés, perdent de leur originalité et donc une part importante de leur public. C'est une difficulté supplémentaire pour la filière du livre occitan.

III. ÉTUDE COMPARATIVE 2008-2012 ET NOUVELLES PRÉCONISATIONS

PRÉALABLES :

NOUS VOULONS RAPPELER ICI LE NOMBRE D'ÉDITEURS CONSULTÉS — 7 — QUI CONSTITUE DE FACTO UN ÉCHANTILLON FRAGILE. L'ABSENCE DE CHIFFRES SUR LE LECTORAT (EXISTANT OU POTENTIEL), NE NOUS A PAS PERMIS DE CROISER LES RÉSULTATS RELATIFS À L'ÉDITION ET CEUX RELATIFS AU LECTORAT. DES DONNÉES INDISPENSABLES POUR ALLER PLUS EN AVANT DANS LA CONNAISSANCE DE CETTE « FILIÈRE ».

SEULE L'ÉTUDE SOCIOLINGUISTIQUE « *PRÉSENCE, PRATIQUES ET REPRÉSENTATIONS DE LA LANGUE OCCITANE EN AQUITAINE* » D'AVRIL 2009, RÉALISÉE EN MAÎTRISE D'OUVRAGE PUBLIC RÉGION AQUITAINE, DRAC AQUITAINE ET LES CINQ DÉPARTEMENTS AQUITAINS SUR UN ÉCHANTILLON DE 6002 AQUITAINS TRAITÉ RAPIDEMENT D'UNE QUESTION SUR LA LECTURE ET SES SUPPORTS DES LOCUTEURS OCCITANS D'AQUITAINE. NOUS EN FAISONS ÉTAT À LA PAGE 11.

QUID DE LA RUPTURE GÉNÉRATIONNELLE ENTRE LES PRIMO « LOCUTEURS-LECTEURS » ET LES NOUVEAUX « LOCUTEURS-LECTEURS » AYANT REÇU LA LANGUE OCCITANE ET SA LITTÉRATURE À L'ÉCOLE, AU COLLÈGE ET AU LYCÉE PUIS À L'UNIVERSITÉ ?

ENFIN, NOUS NOUS SOMMES EFFORCÉS DE RESPECTER LA PAROLE DE CHACUN, PRIS DANS UN ENSEMBLE DE VOIX PARFOIS DISSONANTES, POUR LA RECHERCHE D'UNE ÉVENTUELLE SYNTHÈSE. C'EST LE MOINS QUE NOUS PUISSONS DIRE ET FAIRE.

■ ■ ■ III-1. LA PRODUCTION

MAÎTRISER LA CONCEPTION ÉDITORIALE ET LA PARUTION DE L'ŒUVRE [PRÉCONISATION III-1-A]

2008 : OBJECTIFS ET PRÉCONISATIONS

PREMIÈRE ÉTAPE : Maîtriser, de la conception éditoriale à la parution de l'œuvre, les différentes étapes de la production. Structurer son offre, la rendre lisible pour le lectorat, à travers, notamment, une ligne graphique claire, encourager la création, savoir anticiper la gestion de son activité sont autant d'atouts pour assurer la pérennité de sa structure.

INTITULÉS DES ACTIONS PRÉCONISÉES

- 1 - Formation : Concevoir un projet éditorial / Choix des techniques et analyse de l'offre / P.A.O.
- 2 - Développer les aides aux traductions du Français vers les langues de France
- 3 - Encourager les traductions des langues de France vers le Français.

ÉVALUATION DES PRÉCONISATIONS 2008 ET PRÉCONISATIONS 2012

FORMATION « CONCEVOIR UN PROJET ÉDITORIAL » : 3 éditeurs ont déjà suivi une formation donnée par ECLA. Certains considèrent que ces formations ne s'adressent pas à leur problématique éditoriale mais plutôt aux très grandes maisons d'édition. Elles ne sont pas adaptées à leur fonctionnement de petites maisons d'édition associatives qui publient des ouvrages dans une langue minorée.

2 - DÉVELOPPEMENT ET AIDES À LA TRADUCTION : pour l'instant, cette préconisation n'a pas été mise en œuvre.

3 - ENCOURAGER LES TRADUCTIONS DES LANGUES DE FRANCE VERS LE FRANÇAIS :

Très peu de droits sont cédés à d'autres éditeurs d'expression française. Lorsque les droits sont cédés, la mention « traduit de l'occitan » n'est que rarement apposée par les éditeurs d'expression française sur l'ouvrage traduit²⁴.

Les éditeurs de littérature française ignorent trop souvent ou ne sont pas intéressés par ce type de traductions. Les exceptions, rares, – la publication par exemple de *L'Enterrament a Sabres*, de Bernard Manciet chez Poésie-Gallimard ou de *Vent Paradis*, chez Actes Sud, – viennent hélas confirmer la règle.

²⁴ Les éditions Fédérop publient régulièrement dans leur collection occitane des ouvrages, romans, nouvelles d'auteurs occitans. Les éditions « L'escampette » ont en fait de même pour l'œuvre poétique de Bernard Manciet.

PRÉCONISATIONS 2012 :

Les objectifs professionnels et donc pédagogiques des formations à venir **DEVRAIENT TENIR COMPTE DES BESOINS DES PROFESSIONNELS, PRENANT MIEUX EN COMPTE LEUR RÉALITÉ ET LEUR PROBLÉMATIQUE. IL FAUT RAPIDEMENT TROUVER UN MOYEN DE MIEUX CONNAÎTRE LEURS ATTENTES ET LEURS BESOINS.**

2 & 3- Il faut mener des actions de **VALORISATION** de la littérature occitane (meilleure visibilité des œuvres et meilleure vulgarisation, par des outils de médiation et de communication : fiche livre complète, présente sur internet et sur les logiciels professionnels, actions de promotion de l'écrit d'expression occitane) et donc des ouvrages occitans majeurs de la littérature contemporaine auprès des éditeurs français pour qu'ils puissent s'en saisir.

ÉTUDE DE MARCHÉ [PRÉCONISATION III-1-B]

2008 : OBJECTIFS ET PRÉCONISATIONS

PREMIÈRE ÉTAPE : Une étude du marché offrirait aux éditeurs un gain en visibilité du marché, une capacité à se projeter, des moyens pour se structurer. Elle permettrait aux partenaires institutionnels d'adapter les dispositifs d'aides.

INTITULÉS DES ACTIONS PRÉCONISÉES

Étude de marché : Quelle capacité de développement à venir ?

ÉVALUATION DES PRÉCONISATIONS 2008 ET PRÉCONISATIONS 2012

1 - OFFRIR AUX ÉDITEURS UNE VISIBILITÉ DU MARCHÉ :

L'étude que nous venons de réaliser montre bien que les éditeurs consultés mais aussi les autres acteurs de la filière connaissent peu leur « lectorat ».

PRÉCONISATIONS 2012 :

Une **ÉTUDE DE MARCHÉ** concernant le livre d'expression occitane devrait être lancée en tout premier lieu, auprès des libraires aquitains, voire des autres régions occitanes, sans oublier les responsables du secteur de la lecture publique qui possèdent nombre d'indications factuelles quant à la demande sociale en la matière. Pourrait lui succéder ou la compléter une étude qui verrait des clients habituels de ces mêmes librairies et médiathèques-bibliothèques exprimer leurs attentes, leurs besoins, voire leurs rejets.

ENCOURAGER LA CRÉATION ET LES RAPPORTS AVEC LES AUTEURS.

[PRÉCONISATION III-1-C]

2008 : OBJECTIFS ET PRÉCONISATIONS

PREMIÈRE ÉTAPE : Développer une sensibilisation aux langues de France et encourager la création. Il est indispensable pour les éditeurs aujourd'hui d'agir en toute légalité. Signer un contrat avec un auteur, c'est protéger les deux parties, en distinguant le droit moral du droit commercial.

INTITULÉS DES ACTIONS PRÉCONISÉES

- 1 - Sensibilisation à la langue : développer les rencontres auteurs/public scolaire
- 2 - Créer de nouveaux lieux de résidence pour les auteurs occitans
- 3 - Mettre à l'honneur les gagnants des bourses d'écriture et de prix littéraires et scientifiques
- 4 - Résidence de traduction
- 5 - Initier des ateliers de traduction vers l'occitan avec les scolaires
- 6 - Formation : le contrat d'éditeurs

ÉVALUATION DES PRÉCONISATIONS 2008 ET PRÉCONISATIONS 2012

1 - Sensibilisation à la langue : développer les rencontres auteurs/public scolaire :

N'A PAS ÉTÉ MISE EN ŒUVRE.

2 - Créer de nouveaux lieux de résidence pour les auteurs occitans :

N'A PAS ÉTÉ MISE EN ŒUVRE.

3 - Mettre à l'honneur les gagnants des bourses d'écriture et de prix littéraires et scientifiques :

N'A PAS ÉTÉ MISE EN ŒUVRE (PARTIELLEMENT MISE EN ŒUVRE).

4 - Résidence de traduction :

N'A PAS ÉTÉ MISE EN ŒUVRE.

5 - Initier des ateliers de traduction vers l'occitan pour les ouvrages destinés aux scolaires (et avec les scolaires) :

N'A PAS ÉTÉ MISE EN ŒUVRE.

6- Formation : le contrat d'éditeur :

A ÉTÉ MIS EN ŒUVRE PAR L'ENSEMBLE DES ÉDITEURS CONSULTÉS.

PRECONISATIONS 2012 :

Un **BUDGET RÉGIONAL** devrait être consacré aux résidences d'auteurs et de traducteurs d'expression occitane (la possibilité est donnée à la résidence de la Prevôté, mais il faudrait y encourager la présence d'écrivains ou de traducteurs d'expression occitane). Faut-il rappeler que **NOMBRE DE TRADUCTIONS INDISPENSABLES** – les chefs d'œuvre de la littérature mondiale par exemple, que les Catalans du Sud et Basques du Sud ont très rapidement fait traduire dès les années 80 – sont aujourd'hui encore en panne, faute de moyens conséquents.

DES PRIX LITTÉRAIRES POUR TOUS LES GENRES LITTÉRAIRES SONT ENCORE À CRÉER OU À RELANCER (LES GRANDS PRIX DE LITTÉRATURE OCCITANE ANTIGONE, JAUFRE RUDEL ET JOAN BODON AYANT TOUS BEL ET BIEN DISPARU. CES PRIX INCITERAIENT, COMME POUR TOUTES LES LITTÉRATURES, À LA CRÉATION ET TOUT PARTICULIÈREMENT CHEZ LES PLUS JEUNES.

IL N'Y A PAS DE LITTÉRATURE DIGNE DE CE NOM SANS PRIX LITTÉRAIRES.

Il faudrait créer des **LIEUX DE RENCONTRES DE JEUNES ET D'AUTEURS CONFIRMÉS** accompagnés d'ateliers d'écriture qui manquent cruellement.

ÉVOLUTION DES SUPPORTS DE PARUTION : LE NUMÉRIQUE [PRÉCONISATION III-1-D]

2008 : OBJECTIFS ET PRÉCONISATIONS

PREMIÈRE ÉTAPE : Maîtriser les enjeux de la protection des œuvres.

INTITULÉS DES ACTIONS PRÉCONISÉES

- 1 - Formation : Droit et édition numérique :
- 2 - Veille de l'évolution des techniques et de la commercialisation des contenus numérisés

ÉVALUATION DES PRÉCONISATIONS 2008 ET PRÉCONISATIONS 2012

1 - FORMATION :

Droit et édition numérique : elle a été proposée à l'ensemble des éditeurs concernés et elle a été peu suivie. Ils ne se sentent pas concernés, d'autres problématiques pour eux semblent prioritaires.

2 - Veille de l'évolution des techniques et de la commercialisation des contenus numérisés :

POUR L'INSTANT NUL NE L'EFFECTUE.

PRÉCONISATIONS 2012 :

En ce qui concerne la formation « Droit et numérique », peut-être faut-il la repenser eu égard aux difficultés rencontrées et exprimées par les éditeurs consultés ?

Cette démarche de formation pourrait, nous semble-t-il, être destinée aussi à un(e) commercial(e) qui serait appelé(e) à diffuser l'ensemble des catalogues des éditeurs occitans qui en accepteraient le principe.

LA GESTION [PRÉCONISATION III-1-E]

2008 : OBJECTIFS ET PRÉCONISATIONS

PREMIÈRE ÉTAPE : Notions de gestion et de comptabilité, lecture de bilan, bâtir un prévisionnel, calcul du seuil de rentabilité.

INTITULÉS DES ACTIONS PRÉCONISÉES

Formation : Gestion, les outils de base

ÉVALUATION DES PRÉCONISATIONS 2008 ET PRÉCONISATIONS 2012

1 - FORMATION :

La formation a été proposée aux éditeurs et quelques uns ont répondu ; ils sont par ailleurs toujours en demande de formations relatives à la gestion et au droit. D'une façon générale, la maîtrise de la gestion semble acquise.

PRÉCONISATIONS 2012 :

Formation adaptée aux petites structures associatives concernant le droit, et précisément les droits d'auteurs et du traducteur.

■ ■ ■ III.2. LA COMMERCIALISATION

LA DIFFUSION [PRÉCONISATION III-2-A]

2008 : OBJECTIFS ET PRÉCONISATIONS

PREMIÈRE ÉTAPE : Renforcer les relations éditeurs/clients (libraires, diffuseurs, grossistes) : les rencontrer, bâtir des catalogues et des argumentaires bilingues ou trilingues. Les libraires, même s'ils ne parlent pas la langue, doivent pouvoir défendre les livres d'expression occitane. Développer les ventes par des outils mutualisés.

INTITULÉS DES ACTIONS PRÉCONISÉES

- 1 - Formation : Les relations avec le libraire
- 2 - Le métier de diffuseur

ÉVALUATION DES PRÉCONISATIONS 2008 ET PRÉCONISATIONS 2012

1 & 2 - FORMATION :

Eu égard aux chiffres énoncés dans l'étude (Chap.I.4 - p.24 à 26), la diffusion des ouvrages occitans semble pâtir de nombre de handicaps qui relèvent de la problématique « sociolinguistique » déjà énoncée et d'un manque de « compétences » de la part des éditeurs associatifs. Les diffuseurs interrogés ne possèdent pas tous les outils nécessaires pour ce faire.

En outre, les actions de formation préconisées par l'étude de 2008 ont été effectivement mises en œuvre par ECLA mais les éditeurs n'ont pas participé à ces formations, et, par voie de conséquence, les actions pouvant améliorer et donc renforcer les relations avec les libraires, diffuseurs, grossistes n'ont guère porté leurs fruits.

PRÉCONISATIONS 2012 :

Cette démarche de formation pourrait, nous semble-t-il, être aussi à un(e) commercial(e) mutualisé qui serait appelé(e) à diffuser l'ensemble des catalogues des éditeurs occitans si les financements adaptés étaient trouvés et mobilisés pour ce faire.

LA VENTE, MUTUALISER LES OUTILS : CONNAÎTRE LES LIEUX DE VENTES ET Y VALORISER LA PRODUCTION [PRÉCONISATION III-2-B]

2008 : OBJECTIFS ET PRÉCONISATIONS

PREMIÈRE ÉTAPE : Il faut renforcer les liens avec les libraires. L'objectif est de mieux connaître les lieux de vente et de valoriser les libraires qui défendent un fonds en occitan.

INTITULÉS DES ACTIONS PRÉCONISÉES

- 1 - Une meilleure visibilité des points de ventes
- 2 - Reconnaître les librairies défendant leur fonds occitan
- 3 - Formation : comprendre la langue et la culture
- 4 - Formation : valoriser un fonds en librairie

ÉVALUATION DES PRÉCONISATIONS 2008 ET PRÉCONISATIONS 2012

- 1 - Ceci n'a pas été mis en œuvre ;
- 2 - La nomenclature de ces librairies reste encore à faire ;
- 3 & 4 - Les libraires sont-ils prêts à suivre ce type de formation ? Formations à mettre en œuvre ou développer des outils efficaces permettant la sensibilisation et la formation à un premier niveau.

RAPPEL : Chaque éditeur est distribué entre 3 et 6 points de vente en Aquitaine. La vente de livres occitans se réalise à 83% en librairie, sinon elle s'effectue par correspondance et dans les salons du livre. La vente par Internet en est aux balbutiements.

PRÉCONISATIONS 2012 :

Il nous faut bâtir un prototype « **RAYON OCCITAN** » et l'expérimenter dans une librairie par département. À ce jour, une seule expérience de ce type, a été réalisée par l'InÒc Aquitaine, à la demande express du directeur de la **LIBRAIRIE ELKAR** sise à Bayonne. Au bout de deux ans, l'expérience semble concluante aux dires de son directeur.

Pour généraliser cette première expérience dans chaque département aquitain, la chose semble pour l'instant difficile à mettre en place. Elle exigerait un travail important en amont – convaincre chaque libraire de la faisabilité de l'opération – et un soutien financier des collectivités territoriales partenaires pour réussir l'opération sur l'ensemble de l'Aquitaine.

Les éditeurs et les diffuseurs consultés s'accordent pour dire que cette action ne serait pas rentable pour les libraires en l'état actuel de leur gestion malmenée par les méfaits constatés de la crise qu'ils subissent.

Une formation des libraires à la langue occitane et à sa littérature pour qu'ils puissent gérer ce « fonds » et acquérir ainsi les clefs de compréhension d'une œuvre en occitan, semble pour l'instant « irréalisable ». En outre, un des diffuseurs consultés – Cairn diffusion – qui « visite » réellement l'ensemble des libraires aquitains et « midi-pyrénéens » ne sait pas lire la langue mais arrive néanmoins à « placer » nombre d'ouvrages d'expression occitane ; l'autre, IDECO, n'a pas de commercial. Enfin, la plupart des libraires ne lisent pas l'occitan, certains n'en connaissent même pas l'existence...

POUR INFORMATION :

Une formation a déjà été faite en 2011 par l'InÒc Aquitaine auprès des responsables du Réseau des médiathèques de la C.A.P.P.²⁵ et, déjà, des résultats intéressants certes modestes sont constatés. Une première mission lui a été confiée par le C.G.64 pour la constitution d'un fonds occitan-gascon conséquent pour la bibliothèque d'Anglet et la Bibliothèque Départementale de Prêt (B.D.P) ; bientôt par le département des Landes. Peut-être faudrait-il par transfert méthodologique appliquer ce type de démarche aux libraires aquitains ?

Il est en outre envisagé de développer des animations dans les bibliothèques où les auteurs et éditeurs d'expression occitane seraient invités. De la même façon, une numérisation des fonds patrimoniaux en occitan a été lancée en collaboration avec le CIRDOC.

OPTIMISER LA DIFFUSION : DÉVELOPPER LES VENTES AVEC UN COMMERCIAL [PRÉCONISATION III-2-C]

2008 : OBJECTIFS ET PRÉCONISATIONS

PREMIÈRE ÉTAPE : Pour des raisons stratégiques de développement à long terme, il serait opportun d'aider à la consolidation de la structure IEO-IDECO qui diffuse une quarantaine d'éditeurs en occitan, et ayant un rayonnement international.

INTITULÉS DES ACTIONS PRÉCONISÉES

- Développer les ventes des œuvres en occitan : Aide à l'embauche d'un commercial.

²⁵ Communauté d'Agglomération Pau-Pyrénées

ÉVALUATION DES PRÉCONISATIONS 2008 ET PRÉCONISATIONS 2012

IDECO EST AUJOURD'HUI EN GRANDE DIFFICULTÉ ET NUL NE SAIT, POUR L'INSTANT, QUEL SERA SON AVENIR PROCHE. L'AIDE À L'EMBAUCHE D'UN COMMERCIAL N'A PAS ÉTÉ PROGRAMMÉE.

L'idée d'une **MUTUALISATION** de la diffusion reste un **SUJET PROBLÉMATIQUE**. En effet, les éditeurs réunis cet été à Rodez lors de Estivada 2012 dans le cadre de l'association des éditeurs occitans, créée pendant Estivada 2011 et présidée par Jean Eygun, doutent fortement de la fiabilité de ce type de mesures d'accompagnement. Cette démarche leur semble fort complexe à mettre en place pour eux et leur catalogue respectif.

De surcroît, vendre les ouvrages des auteurs dans leur territoire dialectal est relativement efficace. En revanche, les éditeurs disent avoir de grandes difficultés pour toucher d'autres réseaux de diffusion des autres régions occitanes aux variantes linguistiques différentes de la première.

Les éditeurs consultés sont en **DEMANDE FORTE** d'un développement de leur diffusion dans les réseaux interrégionaux : l'association des éditeurs occitans en fait la demande depuis sa création. Il semble difficile de pouvoir développer une diffusion « pan-occitane », vu que pour le moment il n'y a aucune structure professionnelle interrégionale capable de lancer aujourd'hui cette action sans un travail de réflexion avec l'association des éditeurs occitans.

PRÉCONISATIONS 2012 :

L'idéal serait d'installer un(e) salarié(e), chez un opérateur capable de faire la diffusion occitane visitant les libraires et autres donneurs d'ordre de la lecture publique au bénéfice de l'ensemble des éditeurs d'expression occitane d'Aquitaine.

■ ■ ■ III.3. LA PROMOTION, LA COMMUNICATION

OUTILS DE PROMOTION : FORMATION ET UTILISATION DES OUTILS [PRÉCONISATION III-3-A]

2008 : OBJECTIFS ET PRÉCONISATIONS

PREMIÈRE ÉTAPE : Comprendre que c'est du ressort de l'éditeur d'accompagner les œuvres jusqu'au bout; de prolonger la vie du livre après sa parution et de renforcer sa commercialisation. Tous les outils doivent être bilingues ou trilingues.

INTITULÉS DES ACTIONS PRÉCONISÉES

1 - Formation : bâtir des outils multilingues promotionnels

ÉVALUATION DES PRÉCONISATIONS 2008 ET PRÉCONISATIONS 2012

LA FORMATION N' A PAS ÉTÉ MISE EN ŒUVRE.

PRÉCONISATIONS 2012 :

Pour organiser ce type de formation, il nous semble indispensable de se rapprocher de « L'Association des éditeurs occitans » créée à l'Estivada de Rodés 2011, pour bâtir avec elle une formation adaptée à leur problématique. A ce jour, en effet, c'est la seule organisation interrégionale existante. Les outils mis en place seront partagés et répartis. C'est un interlocuteur qui est maintenant incontournable et qu'il faut, nous semble-t-il, consulter et aider. L'association des éditeurs devrait être un outil pour mutualiser les informations et les actions.

Pour mettre en place cette démarche professionnelle, il faut aussi accepter de se conformer aux règles coutumières présidant à toute commercialisation efficace.

ACCESSIBILITÉ DES ŒUVRES ET VISIBILITÉ DE LA PRODUCTION [PRÉCONISATION III-3-B]

2008 : OBJECTIFS ET PRÉCONISATIONS

PREMIÈRE ÉTAPE : Rendre plus accessible au public les œuvres en occitan.

INTITULÉS DES ACTIONS PRÉCONISÉES

- Aide à la visibilité des œuvres occitanes sur internet

ÉVALUATION DES PRÉCONISATIONS 2008 ET PRÉCONISATIONS 2012

Les éditeurs interrogés ont, en règle générale, développé leur site internet respectif. D'aucuns même ont réussi à augmenter notablement leur chiffre d'affaires. Hélas, ce qui manque à l'édition occitane, c'est un site internet inter-régional mutualisé qui pourrait rendre visible et lisible l'ensemble de la production occitane de ces trente dernières années. Il n'existe pas.

C'est une urgence absolue qu'il faudra tôt ou tard réaliser en collaboration avec l'association des éditeurs occitans et les structures professionnelles reconnues.

PRÉCONISATIONS 2012 :

UN SITE COMMUN – un portail : le portail de l'édition occitane – à tous les éditeurs occitans d'Aquitaine et plus largement de l'ensemble d'oc, est aujourd'hui la priorité absolue énoncée par

les éditeurs consultés mais aussi par l'association des éditeurs occitans. Tous les acteurs pourraient y trouver un référencement exhaustif des éditeurs et de leur catalogue respectif ; il serait associé au portail de ECLA, voire aussi des autres agences régionales pour le livre et/ou à un opérateur régional ou inter-régional (CIRDOC, InÒc) habilité à faire par les membres de la Conférence Inter régionale qui pourrait accueillir aussi le(a) commercial (e).

2 - Il permettrait de **PROMOUVOIR** l'ensemble de la production occitane d'hier et d'aujourd'hui. Des critiques, vidéos, interviews d'auteurs, calendriers de parutions en ligne, etc. viendraient soutenir son impact. **CE SITE NE COMMERCIALISERAIT PAS LES OUVRAGES.**

3 - Ce portail doté d'une « lettre électronique mensuelle » permettrait de centraliser les infos et les événements concernant l'actualité de l'édition occitane. Ces lettres électroniques devraient, à terme, être de vrais relais promotionnels pour les éditeurs, les lecteurs et les partenaires publics.

4 - Ce portail permettrait, en outre, d'autres actions promotionnelles : un calendrier de sorties ; des critiques de livres ; des vidéos ; etc.

5 - Une personne attachée à ce site, chargée de « visiter » les libraires et donneurs d'ordre, devrait gérer impérativement ce portail en qualité de webmaster.

PRÉSENCE SUR LES SALONS [PRÉCONISATION III-3-C]

2008 : OBJECTIFS ET PRÉCONISATIONS

PREMIÈRE ÉTAPE : Structurer la présence sur les salons et festivals promouvant la langue occitane, Valoriser les langues de France sur un stand commun spécifique.

INTITULÉS DES ACTIONS PRÉCONISÉES

- 1 - Structurer la présence sur les salons et festivals promouvant la langue occitane.
- 2 - Etre présent au salon du livre de Paris.

ÉVALUATION DES PRÉCONISATIONS 2008 ET PRÉCONISATIONS 2012

Les éditeurs interrogés participent aux salons aquitains et sont généralement satisfaits de leur présence mais constatent que ces manifestations sont chronophages en mobilisant nombre de leurs membres bénévoles ou salariés. Leurs ventes y sont certes importantes mais pas déterminantes.

POUR INFORMATION :

L'InÒc Aquitaine tient un stand au Salon du livre de Paris dans le cadre du stand ECLA de la Région Aquitaine : il y représente la majorité des éditeurs aquitains qui acceptent d'y voir leurs ouvrages vendus (on constate encore quelques réticences)... Les ventes en 2012 ont notablement augmenté. Cette prestation est financée sur le budget « fonctionnement » de la structure lui même financé par la Région, la Drac Aquitaine et les 5 départements aquitains.

PRÉCONISATIONS 2012 :

Les éditeurs occitans **MANQUENT DE MOYENS FINANCIERS ET HUMAINS** pour participer à l'ensemble des salons existants. Pour amplifier leur présence sur les salons, les éditeurs devraient mutualiser des moyens importants et pourraient se faire représenter par une structure professionnelle en charge de ce type de mission « publique » : ECLA ? Le CIRDOC ? InÒc Aquitaine ?

Il faudrait développer ce type de prestation mutualisée dans les autres salons en Aquitaine mais aussi en Midi-Pyrénées voire en Languedoc-Roussillon, en collaboration avec d'autres opérateurs institutionnels existants. Une **MUTUALISATION** des moyens des éditeurs aquitains et plus largement des autres régions concernées semble aujourd'hui indispensable pour rendre plus visible l'édition occitane dans un maximum de lieux et d'évènements littéraires.

De la même manière, les animations autour des ouvrages récemment parus – signatures, lectures, spectacles, etc. – permettraient un développement certain des ventes : il faut donc systématiquement « enrôler » les auteurs et les traducteurs, meilleurs défenseurs de leurs livres.

RELATIONS AVEC LES BIBLIOTHÈQUES [PRÉCONISATION III-3-D]

2008 : OBJECTIFS ET PRÉCONISATIONS

PREMIÈRE ÉTAPE : Informer les bibliothèques. Générer des liens avec les bibliothèques en multipliant les formations des employés de bibliothèque pour les aider à valoriser un fonds et à le numériser. Développer les actions d'animation dans les bibliothèques.

INTITULÉS DES ACTIONS PRÉCONISÉES

- 1 - Formation : comprendre la langue et la culture
- 2 - Formation : Valoriser un fonds en bibliothèque
- 3 - Numériser les fonds patrimoniaux
- 4 - Informer les librairies et bibliothèques des nouveautés

ÉVALUATION DES PRÉCONISATIONS 2008 ET PRÉCONISATIONS 2012

1 & 2. Ces formations ont été mises en œuvre et continuent de l'être par l'Université de Bordeaux III, Montaigne. (Médiaquitaine)

En outre, et pour information, l'InÒc Aquitaine expert-associé des Départements des Pyrénées-Atlantiques, des Landes et de La Gironde devrait en 2013 aider ces trois départements, dans le cadre de leur politique en faveur de la lecture publique en langue occitane, à constituer une bibliothèque de référence occitane (celle du CG64 a été réalisée et en est en passe d'être acquise par la B.D.P.A.) pour leur bibliothèque départementale de prêt respective. Une première mission confiée par le C.G.64 pour la constitution d'un fonds occitan-gascon conséquent pour la Médiathèque d'Anglet. Cette action est, depuis plusieurs années, privilégiée par le pôle Culture & Société de l'InÒc en collaboration avec le Cirdoc, opérateur public de la région Languedoc-Roussillon.

PRÉCONISATIONS 2012 :

1 & 2. Il nous semble que cette expérience devrait être étendue à l'ensemble des médiathèques aquitaines dans le cadre de la formation continue que reçoivent les responsables et salariés des médiathèques aquitaines.

ÉLARGIR LE PUBLIC [PRÉCONISATION III-3-E]

2008 : OBJECTIFS ET PRÉCONISATIONS

PREMIÈRE ÉTAPE : Donner une résonance plus large aux œuvres.

INTITULÉS DES ACTIONS PRÉCONISÉES

- Valoriser les œuvres en occitan.

ÉVALUATION DES PRÉCONISATIONS 2008 ET PRÉCONISATIONS 2012

Une première action modeste de valorisation a été, pour partie, réalisée par l'InÒc Aquitaine, notamment avec la « *Libreria de l'InÒc* » dans ses *abracadas et clinhets* ; des présentations d'ouvrages en collaboration du réseau des médiathèques de la C.A.P.P. (Café-Béarn).

Les éditeurs consultés voient là, comme ailleurs, les limites de leur action très souvent bénévoles.

PRÉCONISATIONS 2012 :

Le portail bilingue interrégional « édition occitane » à créer devrait répondre à cette exigence, et permettre de toucher le public plus largement en diversifiant l'offre et en donnant une possibilité d'accès plus importante, donnant un contenu attractif et accessible à tous.

INDEX DES PRÉCONISATIONS PAR ORDRE DE PRIORITÉ (SUGGÉRÉES PAR INÒC AQUITÀNIA)

TRÈS HAUTE

[PRÉCONISATION III-3-B] ACCESSIBILITÉ DES ŒUVRES ET VISIBILITÉ DE LA PRODUCTION : DÉVELOPPEMENT D'UNE PLATEFORME WEB DE COMMUNICATION ;

[PRÉCONISATION III-2-C] OPTIMISER LA DIFFUSION : DÉVELOPPER LES VENTES AVEC UN COMMERCIAL.

HAUTE

[PRÉCONISATION III-1-B] ÉTUDE DE MARCHÉ : OFFRIR AUX ÉDITEURS UNE VISIBILITÉ DU MARCHÉ DES OUVRAGES OCCITANS ;

[PRÉCONISATION III-2-A] COMMERCIALISATION, DIFFUSION : UN TRAVAIL MUTUALISÉ DE DIFFUSION AUPRÈS DES LIBRAIRES AVEC UN COMMERCIAL ;

[PRÉCONISATION III-2-B] LA VENTE, MUTUALISER LES OUTILS : CONNAÎTRE LES LIEUX DE VENTES ET Y VALORISER LA PRODUCTION ;

[PRÉCONISATION III-3-A] PROMOTION, COMMUNICATION : OUTILS DE PROMOTION : FORMATION À L'UTILISATION DES OUTILS ;

[PRÉCONISATION III-3-E] ÉLARGIR LE PUBLIC.

MOYENNE

[PRÉCONISATION III-3-D] RELATIONS AVEC LES BIBLIOTHÈQUES ;

[PRÉCONISATION III-1-C] ENCOURAGER LA CRÉATION ET LES RAPPORTS AVEC LES AUTEURS ;

[PRÉCONISATION III-1-A] MAÎTRISER LA CONCEPTION ÉDITORIALE ET LA PARUTION DE L'ŒUVRE ;

PRÉCONISATION [III-3-C] PRÉSENCE SUR LES SALONS.

[PRÉCONISATION III-1-D] ÉVOLUTION DES SUPPORTS DE PARUTION : LE NUMÉRIQUE

[PRÉCONISATION III-1-E] LA GESTION.

Il nous semble qu'une préconisation supplémentaire et urgente serait de constituer un fonds de « première bibliothèque de référence » – sans doute comme nous le demande le Conseil Général des P.A. et celui des Landes pour leur B.D.P. – dans un certain nombre de bibliothèques municipales et départementales, susceptible de représenter un appel d'air important pour les éditeurs et auteurs aujourd'hui malmenés.