

# Faut-il avoir peur de l'autoédition ?

Sujet encore quasi-méprisé il y a quelques années, l'autoédition fait aujourd'hui l'objet d'une attention à la mesure d'un succès grandissant. De quoi en tout cas prendre (très) au sérieux une tendance qui fait émerger de nouveaux modèles d'exploitation, en dépit de quelques regards encore méfiants. C'est à l'occasion du salon Cross Media Publishing que nous avons rencontré Noémie Derhan, chargée de relation pour Books on Demand, leader européen sur ce segment de marché. Et pour elle, c'est une certitude : l'autoédition n'est déjà plus une mode, mais bien une nouvelle offre répondant à une nouvelle demande.



Noémie Derhan,  
Books On Demand

L'autoédition a fait l'objet de critiques pour certaines largement recevables, c'est indéniable, mais toutes n'ont pas survécu à son succès. Toutes ne peuvent pas non plus décevoir se revendiquer du même niveau d'honnêteté intellectuelle, quand elles s'attachent à fustiger la qualité des ouvrages – encore logiquement béantes sur le fond, de moins en moins sensibles sur la forme – ou

quand elles visent à dénoncer une offensive à l'encontre du modèle dit « traditionnel ». Le fait est que la très nette percée de l'autoédition ces dernières années ne s'est pas accomplie au détriment des éditeurs traditionnels. Ce sont même plutôt les contre-exemples qui affluent, les succès basculant invariablement dans ce circuit que nous connaissons mieux, où les volumes sont rois. S'il reste quelques interrogations – Quid des petits éditeurs spécialisés dans les marchés de niche ? Quelle image pour le livre quand il en ressort perclus de fautes ? – le mot fort semble bien être « complémentarité ». Encore et toujours, pourrait-on dire, tant cette même notion ne cesse d'être martelée dès que l'on se penche sur les équilibres avérés ou potentiels entre le print et le numérique. Et ce n'est d'ailleurs pas un hasard si c'est à l'occasion du salon Cross Media Publishing que nous avons pu mener cette



interview. Car c'était bien là l'ADN de l'événement : mettre à jour des solutions diverses et complémentaires.



Loin de nous évidemment l'intention de faire la promotion d'une offre, mais l'étude de cas « BoD » offre des clés de compréhension précieuses, et permet certainement de mieux comprendre pourquoi l'autoédition a un avenir, au-delà du buzz actuel.

## ACTEURS : Books on Demand (BoD) existe depuis l'an 2000 en Allemagne, 2008 en France. Comment le marché de l'autoédition a évolué depuis ?

Il a énormément évolué, surtout sous l'impulsion des Etats-Unis où il a véritablement explosé. Il est important en Scandinavie et en Allemagne, et se développe en France depuis trois ans. BoD participe au Salon du Livre chaque année depuis 2009 et si à l'époque le sujet était encore un peu tabou, aujourd'hui on a clairement avancé. L'auteur comme le consommateur sait ce qu'il y a derrière l'autoédition et c'est un modèle qui génère de plus en plus d'intérêt. Le but, c'est de démocratiser le marché du livre. On ne cherche pas le best-seller et on ne se substitue pas au rôle de l'édition traditionnelle. De grands succès comme « Cinquante Nuances de Grey » sont certes nés de l'autoédition, mais ont justement été repris par des éditeurs traditionnels.

Une autre évolution concerne le nombre de prestataires sur le marché : les plateformes d'autoédition se sont



 **Le but, c'est de démocratiser le marché du livre. On ne cherche pas le best-seller et on ne se substitue pas au rôle de l'édition traditionnelle. De grands succès comme « Cinquante Nuances de Grey » sont certes nés de l'autoédition, mais ont justement été repris par des éditeurs traditionnels.** 

C'est l'auteur qui paramètre chaque donnée – choix de couvertures, illustrations, mise en page etc – et c'est à lui de définir son prix de vente, et donc sa marge. En général, nous leur conseillons une marge autour de 20 %, ce qui est déjà la moyenne de ce qui se pratique dans le monde de l'autoédition. Chose importante enfin : chaque auteur que nous autoéditons reste titulaire de ses droits.

multipliées, ce qui souligne à quel point il s'agit d'une tendance qui prend de l'ampleur.

#### **Que proposent toutes ces plateformes ?**

Leur rôle est à ne pas confondre avec l'édition à compte d'auteur puisque là, il s'agit en général de proposer à l'auteur, en ligne via une interface dédiée, de réaliser son projet de livre assez facilement, puis de l'imprimer et de le distribuer. Avec BoD, nous ne proposons pas seulement la production par l'impression à la demande, nous proposons également un véritable réseau de vente et de distribution, pour rendre chaque livre disponible.

#### **Comment permettez-vous et organisez-vous cette distribution ?**

En France nous travaillons avec la SODIS, un des plus gros distributeurs de livres en France et filiale du groupe Gallimard. Nous sommes donc référencés sur les catalogues et bases de données permettant à n'importe quelle librairie traditionnelle de trouver nos titres. 50 % des ventes que nous générons se font d'ailleurs par leur biais. Nous sommes également présents en ligne, que ce soit sur Amazon, FNAC, Decitre ou autres.

L'important pour nous était d'être présent contractuellement, pas de démarcher au quotidien.


#### **Concernant les titres autoédités par BoD, il n'y a donc aucune sélection sur la base du contenu ?**

Aucune, dans les limites que définit toutefois la loi. Il n'y a pas de contrôle sur la qualité rédactionnelle ou sur des aspects plus commerciaux. Il y a uniquement un contrôle éthique car tout n'est pas légalement publiable. On peut donc trouver un peu de tout : des livres destinés à l'usage strictement familial que l'auteur ne souhaitera pas forcément vendre, mais aussi d'autres plus pointus sur des sujets techniques etc.

#### **Est-ce que vous êtes en mesure de définir un tirage moyen ?**

Non, c'est impossible à définir. Certains ouvrages ne seront jamais vendus et resteront donc à zéro, d'autres vont cumuler des tirages occasionnels sur une longue période et atteindre le millier d'exemplaires... De l'un à l'autre, on trouve toutes sortes de dynamiques qu'on aura du mal à chiffrer de façon arrêlée. Quand on imprime à l'unité, sur la base des ventes déjà enregistrées, la notion de « tirage moyen » n'a pas vraiment de sens.



**Quand on imprime à l'unité, sur la base des ventes déjà enregistrées, la notion de « tirage moyen » n'a pas vraiment de sens.** 

#### **Vous avez totalement internalisé l'impression au sein de votre structure, ou vous pouvez faire appel à des prestataires extérieurs ?**

Nous avons nos propres imprimeries et l'un des plus grands parcs d'impression numérique en Europe, situé près de Hambourg en Allemagne : 4000 mètres carré pour trois millions de livres imprimés par an. Cela représente 10 000 à 20 000 livres imprimés par jour, lesquels peuvent être envoyés partout dans le monde, mais bien sûr surtout là où nous sommes présents. Pour l'international, nous collaborons toutefois avec des imprimeurs sur place.

#### **A quelle technologie faites-vous appel pour répondre à cette demande ?**

Nous avons un partenariat avec Xerox, pour le moment uniquement sur de l'impression laser. Mais la prochaine grande étape pour nous, c'est de passer au jet d'encre.

#### **Les éditeurs traditionnels disent souvent que leur métier, c'est de dire « non », d'opérer une sélection particulièrement sévère parce que c'est là leur plus-value : ne garder que le meilleur. Vous n'avez pas peur que l'autoédition ait l'image d'un segment sous-qualitatif ?**

C'est une critique qui a été récurrente, mais elle l'est de moins en moins. Pour ce qui concerne d'une part la qualité d'impression, c'est exactement la même que celle du circuit traditionnel. Si je vous donne ce livre-là (elle nous tend un titre autoédité présenté sur l'étale BoD, ndr), vous ne vous direz jamais de vous-même que c'est un ouvrage issu de

l'autoédition. Parce qu'il n'y a aucune différence visible. Donc déjà là, il y a une vraie barrière qui est tombée : on ne parle plus de livres où la couverture se détache, où les pages s'abîment etc. Pour ce qui concerne d'autre part la qualité rédactionnelle ou littéraire, il est certain que nous n'aurons pas les mêmes critères d'exigence. À vrai dire, nous n'en avons aucun. Le fait est que nous nous positionnons sur un marché totalement différent et par conséquent, les éditeurs classiques n'ont pas à avoir peur de nous. Je ne pense d'ailleurs pas que l'autoédition puisse amener les éditeurs traditionnels à disparaître, et en tant qu'amatrice de livres, je suis évidemment heureuse qu'ils soient là : c'est un autre métier ! Eux visent le best-seller, c'est là que se fait leur chiffre d'affaires.



**Nous nous positionnons sur un marché totalement différent et par conséquent, les éditeurs classiques n'ont pas à avoir peur de nous.**

**Il peut aussi exister des éditeurs spécialisés sur des marchés de niche. Dans ce cas-là, leur chiffre d'affaires résulte plus d'un positionnement et de choix éditoriaux, sans forcément chercher le best-seller...**

Oui, bien sûr. Après, c'est un modèle qui malgré tout, nécessite des résultats. L'autoédition vise autre chose. Démocratiser le marché du livre, c'est notamment permettre l'existence d'ouvrages qui n'ont pas forcément d'ambition commerciale. Et lorsque malgré tout, des succès se dessinent, les éditeurs traditionnels se frottent les mains parce qu'ils peuvent en tirer parti. Chez BoD nous avons ainsi plusieurs exemples d'auteurs dont personne ne voulait, et qui suite à une expérience positive en autoédition, se sont vus ouvrir des portes chez les éditeurs traditionnels, parce qu'il y a chez eux des efforts marketing que nous ne pouvons pas mener. Malgré tout, ces derniers prennent de moins en moins de risques et l'autoédition peut être une alternative pour des millions de gens. Pourquoi en effet ces livres n'auraient pas le droit d'exister ? D'autant qu'il y a aussi des talents qui n'ont pas forcément les bons contacts ou la capacité d'approcher un système dont ils se sentent exclus. Mais très souvent, nous permettons simplement à chacun de réaliser un ouvrage que offririez par exemple à vos proches à Noël. Il est évident

que sur ce type de cas, passer par un éditeur traditionnel n'aurait pas de sens. Par conséquent, il y a quelques années, il aurait fallu se débrouiller seul et être son propre fabricant pour parvenir à ses fins. Aujourd'hui, c'est quelque chose que nous rendons possible à moindres frais. Par ailleurs, on sait à quel point le simple fait de voir son livre exister en tant qu'objet est vecteur d'émotion. On sait également que de plus en plus de gens ressentent l'envie d'écrire et n'hésitent plus à le faire. Que l'on puisse le matérialiser me semble important.

**Vous imprimez à la demande et rationalisez donc les tirages au maximum. Or, limiter les invendus pour maîtriser les stocks devient un enjeu sensible dont les libraires eux-mêmes se font notamment l'écho. Mais parallèlement, nombre d'entre eux dénoncent également une rotation lourde de nouveautés qu'ils n'ont pas le temps de vendre. Ils disent souvent qu'une nouveauté en chasse une autre, alors que le livre est un produit de consommation**

**lent. Autrement dit : ils réclament plus de sélection... Est-ce que l'autoédition, en cela qu'elle permet d'éliminer les stocks mais multiplie les titres, ne porte pas un paradoxe ?**

C'est effectivement un défi. Le système que vous décrivez – impression, stockage, envois en masse aux librairies, retours importants etc – n'est en tout cas pas un système d'avenir. Ce sont d'ailleurs des points sur lesquels nous travaillons avec les éditeurs. Le modèle d'exploitation de BoD permet un ajustement précis, sur des volumes à quelques centaines d'exemplaires. On peut tout à fait imaginer une rentabilité sur ces courts tirages, qui seront de plus en plus fréquents. Il est certain que sur le coût à l'ouvrage, nous ne pourrions jamais rivaliser avec ce que permet l'offset sur des milliers d'exemplaires, mais le calcul doit être plus global et considérer qu'il y a des frais de gestion qui n'existent plus lorsque l'on imprime à la demande. Ces considérations vont amener l'éditeur traditionnel à changer, mais s'agissant de structures assez lourdes travaillant majoritairement sur de tout autres volumes, cela va prendre du temps. En premier lieu, il y aura probablement des parties catalogues plus spécialisées qui basculeront sur ce modèle. Ce qui est certain, c'est qu'il est possible de dégager un chiffre d'affaires sur des titres moins vendus, à condition de s'y prendre autrement et d'optimiser les coûts.

**Et l'ebook dans tout ça ?**

Nous le proposons depuis trois ans. Au départ ce n'était qu'une option pour l'auteur, maintenant c'est quasi-systématique dans la mesure où 90 % d'entre eux y souscrivaient quand on le leur proposait. Aujourd'hui, nous avons 13 000 ebooks disponibles sur BoD, même si ce n'est encore qu'une source de revenus mineure. ■



**Le simple fait de voir son livre exister en tant qu'objet est vecteur d'émotion. On sait également que de plus en plus de gens ressentent l'envie d'écrire et n'hésitent plus à le faire.**

