



ÉTUDE SOCIO-
ÉCONOMIQUE
DE L'ÉDITION
INDÉPENDANTE
2023

Chiffres 2021



FÉDÉRATION DES
ÉDITIONS
INDÉPENDANTES



Table des matières

INTRODUCTION

Être indépendant - Postulat..... 3

Méthodologie 4

STRUCTURATION DU PANEL D'ANALYSE

Découpage du panel d'analyse 6

Répartition géographique des répondants..... 7

PROFIL DU PANEL D'ANALYSE

Genre des répondants 8

Formation initiale 8

Âge moyen des structures 9

Statut juridique 9

Emploi 10

LE CATALOGUE

Nature des fonds travaillés 13

Production annuelle et tirage médian 14

Nature des supports de publication 15

Politique d'auteurs..... 15

Traduction, achat de droits et domaine public..... 16

LES OUTILS DE L'ÉDITION INDÉPENDANTE

La communication web..... 18

La communication événementielle..... 19

Outil de gestion interne 20

La FEDEI et OPlibris 21

STRUCTURATION COMMERCIALE

La diffusion-distribution déléguée..... 22

Les flux 22

Consommation des tirages → projections 23

Titres actifs au catalogue 23

CONSTRUCTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

Poids du livre dans l'activité 24

Les principaux canaux de vente 24

Participation aux salons du livre 27

Ressources complémentaires : la vente de droits	28
Répartition des droits perçus par La Sofia	29
ÉCONOMIE DES STRUCTURES ÉDITORIALES	
Comparaison CA déclaratif questionnaire et CA panel comptes détaillés (moyennes).....	31
Poids des principales charges d'exploitation dans l'activité.....	31
Niveau de rentabilité	31
Projection : Édition indépendante → Total édition France	32
AU SEIN DE LA CHAÎNE DU LIVRE	
Relation avec les principaux points de vente (toutes catégories)	33
Relation avec les principaux acteurs de la chaîne du livre.....	34
Les partenariats "naturels"	34
Les partenariats à consolider	34
L'indépendance en question.....	35
" PORTRAIT-ROBOT " DES MAISONS D'ÉDITION	
Structure éditoriale de la catégorie A.....	36
Structure éditoriale de la catégorie B	37
Structure éditoriale de la catégorie C	38
Structure éditoriale de la catégorie D.....	39
PREMIÈRES OBSERVATIONS	40
CONCLUSION.....	42
BIBLIOGRAPHIE ET SITOGRAPHIE	43

INTRODUCTION

La France totaliserait – selon le Syndicat national de l'Édition – près de 10 000 entités éditoriales. Les structures régionales pour le livre en dénombrent quant à elles 1 500 sur leurs territoires (hors Île-de-France), et selon les données d'Electre environ 4 500 éditeurs publieraient au moins un titre par an. Cette incohérence des chiffres témoigne de la difficulté à définir le secteur. Si l'hétérogénéité du monde de l'édition indépendante (pluralité de formes juridiques, projets associatifs, personnels...) rend complexe la réalisation d'une étude, celle-ci s'avère pourtant nécessaire. C'est l'objet de ce document : proposer une photographie du secteur, aussi précise que possible, dans ses aspects sociaux et économiques.

Les chiffres clés du livre et de la lecture publiés chaque année par le ministère de la Culture, apportent quelques éclairages. Ainsi à l'exception d'une année 2021 hors normes portée par les phénomènes manga, BD et le Pass Culture, le secteur observe depuis plus de 20 ans une activité stable, dont les soubresauts n'excèdent que rarement plus de 2 % par an de hausse ou de baisse, pour un volume global tournant autour de 2,7 milliards d'euros en prix de vente éditeur. Avec près de 68 000 nouveautés annuelles, plus de 800 000 références disponibles sur le marché, dont 95 % se vendent au moins une fois dans l'année, les libraires prédisent de longue date un étouffement. Alors qu'une librairie indépendante – dont le fonds moyen est de 6 000 à 10 000 références – souffre déjà de cette surabondance, y imposer son identité éditoriale, convaincre ses interlocuteurs, exister, s'avère de plus en plus périlleux.

Les libraires jouent de leur capacité de retour pour permettre au plus grand nombre de titres possibles d'être visibles dans leur point de vente, mais le temps accordé aux livres sur table et en rayon se réduit d'autant.

Plus de 20 ans se sont écoulés depuis la dernière étude menée sur l'édition indépendante. 20 ans au cours desquels les techniques de production ont fortement évolué, le numérique s'est imposé dans les processus de commandes, suivi d'activité, communication... les formations se sont adaptées, les relations entre acteurs également. C'est pourquoi – en préparation des premières assises qui leur sont dédiées, à Aix-en-Provence les 2 et 3 février 2023 – la jeune Fédération des éditions indépendantes (FEDEI) a lancé une vaste étude, visant à mieux définir le concept d'«indépendance» et les problématiques propres des structures qui la composent.

Être indépendant - Postulat

La FEDEI considère, dans ses statuts, qu'une structure indépendante répond aux critères suivants :

- publier uniquement à compte d'éditeur,
- sans contrôle, direct ou indirect, ni de l'État, ni d'une collectivité territoriale ou d'un établissement public,
- sans avoir partie liée à un groupe d'édition ou un groupe financier,
- et sans excéder un chiffre d'affaires annuel de 10 M€.

Méthodologie

Les données présentées dans cette étude proviennent de deux sources principales.

La première consiste en des données déclaratives, obtenues grâce à la diffusion d'un questionnaire de 130 items entre juillet et octobre 2022. Ce questionnaire, qui avait pour objectif de comprendre modes de fonctionnement, catalogues, rythmes de production ou encore structuration des ventes des maisons d'édition indépendantes, a été diffusé sur tout le territoire national grâce au relai des associations régionales d'éditeurs indépendants, des structures régionales du livre, de la Fill (Fédération interrégionale du livre et de la lecture) ainsi que d'autres acteurs du livre tels que diffuseurs ou consultants.

Axée sur les données générales de la maison d'édition, la première section du questionnaire se terminait par l'interrogation suivante : *La structure est-elle libre de toute attache à une chaîne ou à un groupe éditorial ?* ; ainsi les structures rattachées à un autre acteur économique, premier critère fondamental de l'édition indépendante, ont-elles été écartées. Les données déclaratives de 280 répondants ont été regroupées. En se basant sur le nombre total de maisons d'édition indépendantes recensées par la Fill (1 500), ce panel représenterait près de 19 % des maisons d'édition en régions. Ramené aux adhérents de la Fédération, le panel serait de 70 %, offrant ainsi une représentativité tout à fait satisfaisante. On pourra toutefois regretter une homogénéité des réponses sur l'ensemble du territoire, comme le montre (p. 7) la répartition géographique du panel définitif.

Parallèlement au questionnaire, le message d'accompagnement demandait aux maisons d'édition de joindre leurs liasses fiscales et comptes détaillés de l'année 2021, dans l'objectif de mieux cerner la construction de leur résultat comptable, le poids des stocks et les postes de charges potentiellement mutualisables ; et plus généralement, de faire ressortir faiblesses et atouts économiques des structures, et ainsi construire un profil plus juste de l'édition indépendante. Cette collecte fut pour le moins décevante, seules 48 maisons ayant accepté de partager leurs documents comptables. Cette modeste contribution représente en elle-même une information intéressante, et montre le chemin qui reste à parcourir par la Fédération pour gagner la confiance des éditeurs et leur prouver l'utilité d'une étude détaillée de leurs chiffres.

Sur 48 envois, seuls 45 ont été exploitables, donc validés. En rapprochant les éléments comptables de ceux du questionnaire, en écartant les éditeurs n'ayant pas renseigné leur chiffre d'affaires livre empêchant ainsi toute classification, le panel a pu être affiné. Le panel final retenu est composé de 213 répondants.

Certains biais restent à préciser :

- ✓ Les données récoltées via les questionnaires relèvent du déclaratif et reflètent la vision des gérants des maisons d'édition.
- ✓ Le taux de participation est relativement peu élevé par rapport aux données de la Fill.
- ✓ La participation des éditeurs indépendants d'Île-de-France (740 selon les dernières données disponibles du Motif)¹ est de seulement 1 % du panel.

¹ "740 maisons d'édition repérées par le Motif en 2014". *Éditeurs indépendants d'Île-de-France*, Le Motif, 2015. <https://www.youscribe.com/BookReader/Index/2587828/?documentId=2685244>

- ✓ Les liasses et comptes détaillés recueillis ne représentent que 20 % du panel d'analyse. Compte tenu de ce faible taux de réponse, il a été décidé de ne s'attacher qu'à l'analyse des paliers de charges externes, masse salariale et rentabilité, puis de creuser les niveaux de sous-traitance et de droits d'auteur.

Sous la supervision de Léonor de Nussac, directrice de l'Agence régionale du Livre Provence-Alpes-Côte d'Azur et de Dominique Tourte, président de Fédération des éditions indépendantes, la réalisation de cette étude a été confiée à David Demartis, consultant édition, DSG Conseil, appuyé par Olivier Pennaneac'h, chargé de l'Économie du livre à l'Agence régionale du Livre Provence-Alpes-Côte d'Azur, et Céline Telliez, chargée de mission pour la Fédération des éditions indépendantes.

STRUCTURATION DU PANEL D'ANALYSE

Découpage du panel d'analyse

La ventilation des maisons d'édition par niveaux de chiffres d'affaires permet de dégager 4 groupes :

Panel	Nombre de répondants	Répartition
Structures A (CA > 250 K€)	40	19 %
Structures B (75 K€ < CA < 250 K€)	42	20 %
Structures C (25 K€ < CA < 75 K€)	60	28 %
Structures D (25 K€ < CA)	71	33 %
Ensemble	213	100 %

En nombre de répondants, la première catégorie (D) annonce un chiffre d'affaires inférieur à 25 000 € et correspond aux maisons d'édition – associatives ou micro-éditions – majoritairement autodiffusées et autodistribuées, sans salarié.

La seconde catégorie (C) se situe entre 25 000 € et 75 000 € de CA. Elle se compose aussi majoritairement d'associations ou de micro-entreprises, mais la production éditoriale devient plus régulière et la commercialisation commence à être déléguée.

Avec un chiffre d'affaires compris entre 75 000 € et 250 000 €, les maisons d'édition de la troisième catégorie (B) disposent d'une équipe salariée et d'une diffusion-distribution déléguée ; on note une quasi-disparition des statuts associatifs.

La quatrième catégorie (A) intègre des structures éditoriales dont le chiffre d'affaires dépasse 250 000 €, avec une diffusion-distribution déléguée structurée, une politique d'acquisition et/ou de vente de droits étrangers affirmée et une réduction des niveaux de charges portés par les flux d'activité.

L'analyse du panel sera menée à partir de ces quatre catégories de chiffre d'affaires.

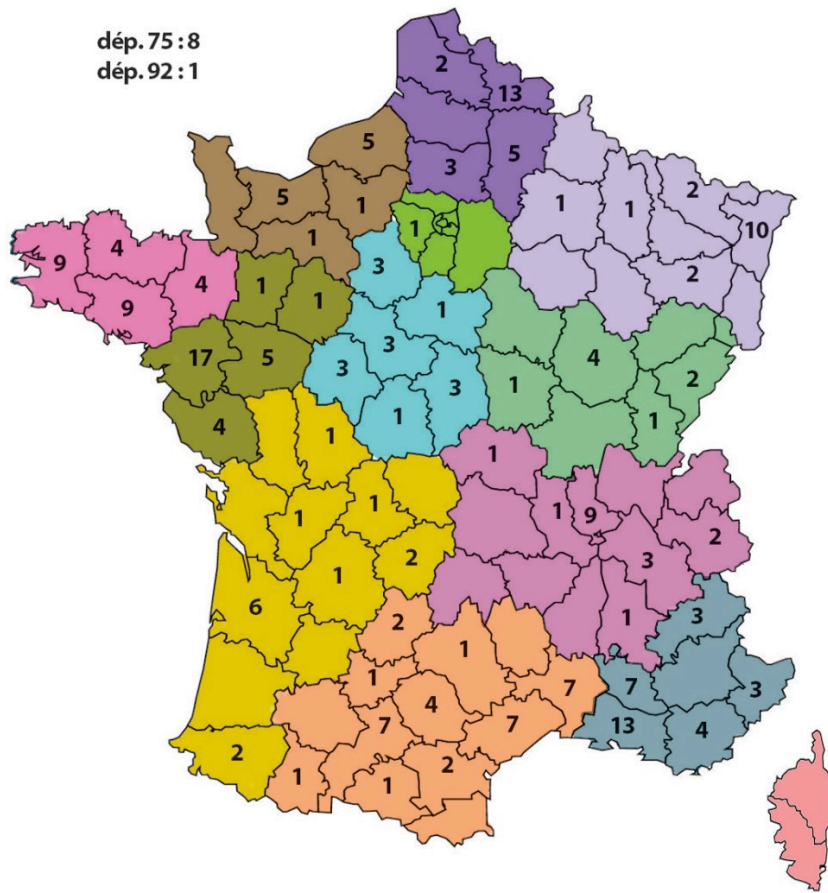
	Nbre par catégorie	CA TOTAL	CA total par catégorie	CA en % par catégorie	% acteurs par catégorie
Structures A	40	40 887 812 €	31 855 490 €	78 %	19 %
Structures B	42		5 347 234 €	13 %	20 %
Structures C	60		2 856 472 €	7 %	28 %
Structures D	71		828 616 €	2 %	33 %
Ensemble	213		40 887 812 €	100 %	100 %

Si la concentration observée dans l'édition au niveau national nous rappelle que 10 acteurs captent aujourd'hui 87 % du chiffre d'affaires réalisé², il en va différemment pour notre panel où 78 % du CA est réalisé par 19 % des acteurs.

Les éditeurs D représentent 1/3 des répondants mais ne pèsent que pour 2 % dans le CA total. Cœur du panel (48 % des répondants), les structures des catégories B et C complètent cette répartition avec 20 % restant.

² Chiffres-clés du livre et de la lecture 2017, ministère de la Culture.

Répartition géographique des répondants



Les résultats sont à percevoir à l'aune de ce panel (estimé à environ 10 % de l'ensemble des structures indépendantes en France) qu'il reste à conforter pour les études à venir. Ainsi par exemple, la région Île-de-France, n'ayant pas de structure fédératrice du livre, comptabilise un taux de réponses très faible et peu représentatif eu égard au grand nombre de maisons d'édition franciliennes.

PROFIL DU PANEL D'ANALYSE

Genre des répondants

Genre	Homme	Femme	Collectif	Neutre
Structures A	24	16	0	0
Structures B	30	11	1	0
Structures C	31	27	2	0
Structures D	31	37	2	1
Ensemble	116	91	5	1

À l'exception de la catégorie D, le panel se compose majoritairement d'éditeurs (55%) contre 45 % d'éditrices, une donnée qui tend à s'accroître lorsque le chiffre d'affaires grossit. Cette répartition des sexes à la tête d'une entreprise est toutefois plus égalitaire que celle des dirigeants d'entreprise tous secteurs confondus³.

On peut cependant s'étonner de la disproportion entre gérants et gérantes de la catégorie B, dont les répondants sont en grande majorité masculins. La surreprésentation masculine de ce groupe révèle peut-être un biais statistique.

Enfin, 5 répondants confient que la direction de la maison d'édition relève d'un collectif, et un seul, que le genre de la personne à l'initiative de la création est neutre.

Formation initiale

Formation initiale	Métiers du livre	Autres formations
Structures A	6	17
Structures B	6	18
Structures C	8	37
Structures D	12	40
Ensemble	32	112

Le taux de réponse à la question est de 67 % (144 répondants).

77 % des répondants disent avoir suivi une formation autre que métiers du livre.

Dans le détail, près de la moitié des répondants a effectué des études supérieures universitaires, avec une forte représentation des études liées au marketing et à la communication. Dans le groupe D, on trouve toutefois autant d'éditeurs et d'éditrices qui se déclarent autodidactes ou artistes que de personnes qui ont effectué des études universitaires.

Chiffre non négligeable : 32 éditeurs et éditrices ont suivi une formation initiale en lien avec les métiers du livre. On les trouve davantage dans les structures C (8) et surtout D (12), que dans les structures A (6) et B (6). Comme exposé ci-après, les catégories C et D sont composées de maisons d'édition plus

³ En 2018, 35 % des entreprises créées étaient dirigées par des femmes, un chiffre qui progresse peu.
<https://www.insee.fr/fr/statistiques/5229846>

jeunes en termes de date de création ; or les cycles de formation initiale aux métiers du livre dans les universités françaises et instituts universitaires de technologie, à quelques exceptions près, étaient encore assez rares il y a plus de 20 ans. Notons par ailleurs qu'au niveau national, ces formations intègrent la création d'entreprise à leur programme, d'où peut-être une appétence particulière de ces étudiants et étudiantes pour l'édition indépendante.

Âge moyen des structures

Âge moyen des structures	Âge moyen
Structures A	24
Structures B	13
Structures C	12
Structures D	9
Ensemble	14,5

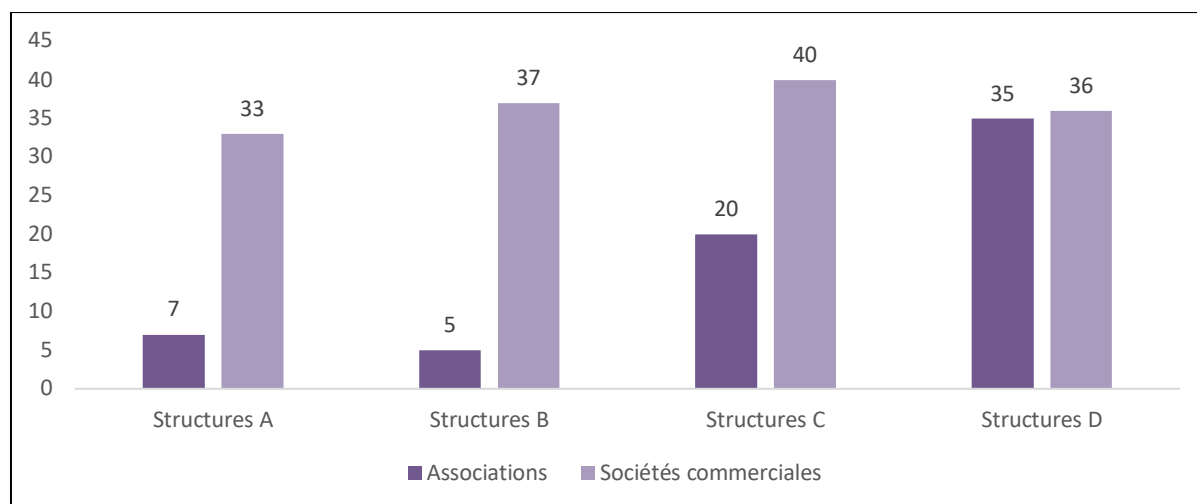
Logiquement, les maisons d'édition les plus anciennes ont consolidé leur activité et sont plus développées. Inversement, une maison qui a moins de 10 ans peine à dépasser 25 000 € de chiffre d'affaires.

En ce qui concerne les maisons qui ont entre 10 et 15 ans :

- ✓ soit elles ont trouvé une véritable dynamique économique et dépassé le plafond de 75 000 € de CA ;
- ✓ soit elles peinent à atteindre 75 000 € de CA et, au vu de la répartition des catégories, ce sont 3 maisons sur 5 qui n'y parviennent pas.

Statut juridique

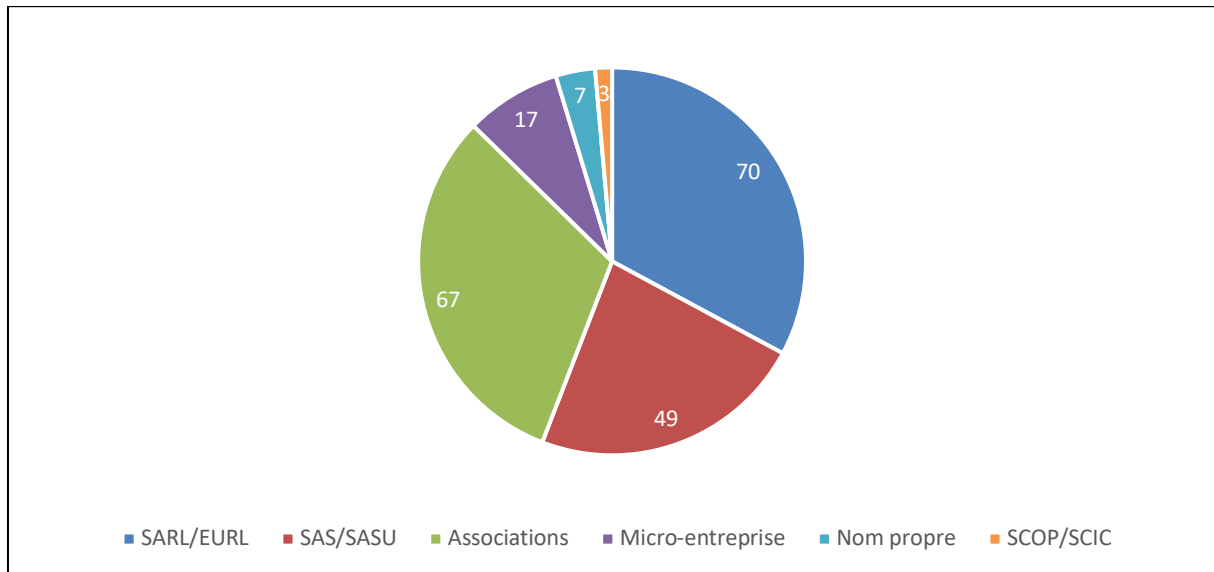
Répartition associations / sociétés commerciales



Les sociétés commerciales sont majoritaires. Elles représentent 69 % des répondants du panel, témoignant d'une structuration plus économique qu'attendue de l'édition indépendante. Elles ne sont à égalité avec les associations que pour la catégorie D.

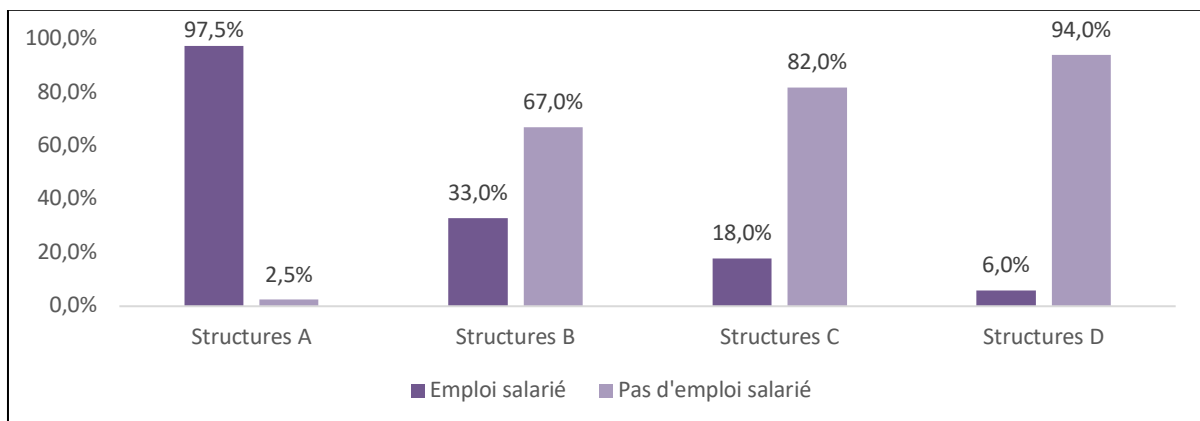
La corrélation entre niveau de CA et statut peut s'expliquer par des changements de forme juridique en cours d'activité.

Principaux statuts



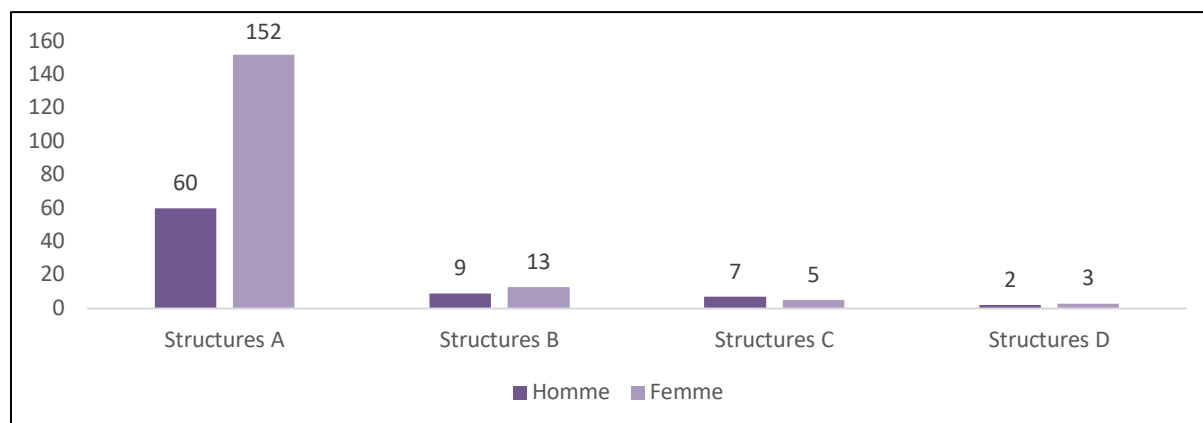
- ✓ Le statut de SARL/EURL et le statut associatif sont autant plébiscités par les éditeurs de ce panel. On constate cependant qu'1 maison d'édition sur 5 conserve un statut associatif dans les éditeurs A, statut qui, outre son régime fiscal, offre l'avantage de pouvoir plus facilement recevoir des subventions.
- ✓ Il est intéressant de noter la forte progression du statut SASU/SAS – pourtant récent – dans une égale proportion quelle que soit la catégorie dans laquelle la maison se place.
- ✓ Le statut en micro-entreprise / EURL n'apparaît que dans les catégories C et D car il apporte la souplesse administrative recherchée en lancement d'activité et ne sollicite pas d'investissements trop conséquents.
- ✓ Les statuts en SCIC et SCOP sont très faiblement représentés, à l'inverse de la tendance observée dans les analyses menées auprès des librairies.

Emploi



À la question *Employez-vous des salariés ?* seuls 32 % des éditeurs du panel répondent positivement. Il faut dépasser 75 000 € de chiffre d'affaires (catégorie B) pour observer la structuration significative d'une équipe, mais même dans cette catégorie, seulement 1/3 des répondants affirment salarier des collaborateurs ou collaboratrices, préférant probablement avoir recours à des prestataires lorsque leur expertise ou leur trésorerie trouve ses limites. Cela pose également la question du seuil de rentabilité de l'activité édition. Au-delà de 250 000 €, les maisons d'édition ont toutes des salariés. Le chiffre 2,5 % du groupe A s'applique à l'éditeur ayant déclaré avoir une partie de son capital détenu par un grand groupe.

Genre des salarié(e)s



Le panel emploie 251 ETP (emploi temps plein). Si 60 % des dirigeants de la catégorie A sont des hommes, les salariés sont à 72 % des femmes. On notera dans les groupes B, C et D une disproportion moins marquée.

Formation initiale des salarié(e)s

Formation initiale	Métiers du livre	Autres formations
Structures A	16	13
Structures B	5	6
Structures C	4	4
Structures D	2	2
Ensemble	27	25

52 profils ont été détaillés par les répondants.

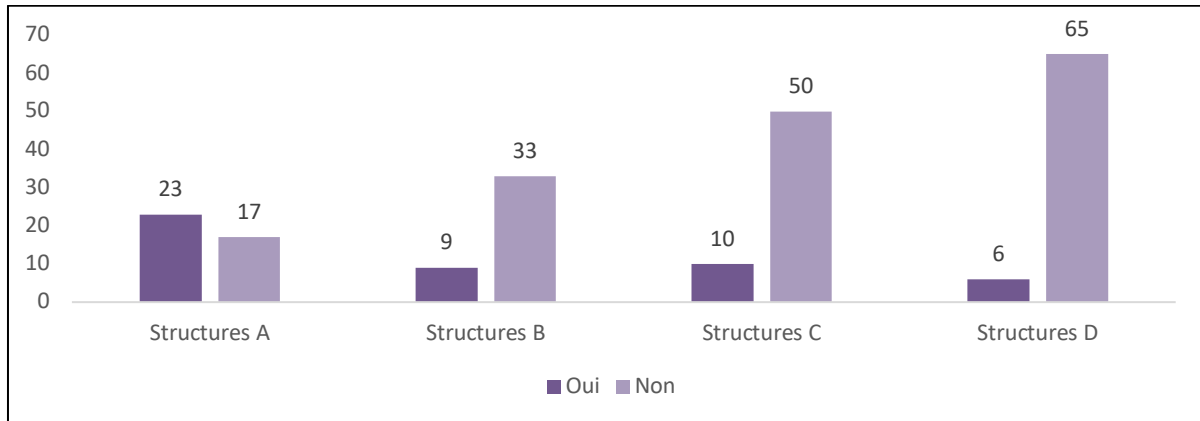
Si l'éditeur ou l'éditrice en poste n'est pas toujours issu(e) d'une formation initiale dédiée au livre, on remarque que plus la maison d'édition est développée, plus elle recrute des profils formés dans ces filières.

D'une manière générale, et quelle que soit la catégorie à laquelle l'éditeur appartient, quand un collaborateur intègre une structure, un sur deux a suivi une formation initiale Métiers du livre.

Quand la personne recrutée ne vient pas de ces filières, les compétences recherchées portent principalement sur les domaines du marketing et de la communication ou sur des profils administratifs et comptables. On note la popularité relative des études de journalisme.

L'apprentissage

Recours à l'apprentissage



Les structures de la catégorie A déclarent à près de 60 % faire appel à l'apprentissage. Cela tient à la plus grande diversité des tâches à proposer, une plus grande capacité d'encadrement et des locaux mieux équipés.

Le faible recours des éditeurs B et C à l'apprentissage questionne toutefois. Au vu de leurs difficultés économiques à recruter, cette forme d'emploi pourrait être bénéfique et permettre un développement plus rapide des structures. Encore faut-il avoir la capacité d'accompagner l'apprenti.e, et d'accepter de déléguer des responsabilités.

LE CATALOGUE

Nature des fonds travaillés

Une partie du questionnaire proposait à l'éditeur de classer les genres par ordre d'importance.

À la question *Quel est le premier champ éditorial que vous travaillez ?*, voici la réponse des éditeurs :

1. Romans/Nouvelles : 39 %
2. Jeunesse : 21 %
3. Poésie : 11 %
4. Beaux-arts et Bande dessinée : 6 % chacun
5. Sciences humaines : 4 %
6. Imaginaire : 3 %
7. Régionalisme : 2 %

Les romans/nouvelles sont le champ éditorial le plus plébiscité dans la globalité des réponses, mais si le genre l'emporte dans les catégories B, C et D, il est dépassé par la jeunesse dans la catégorie A.

Au-delà du triptyque de tête, constant pour toutes les catégories, la nature de champs éditoriaux travaillés varie sensiblement :

1. Romans/Nouvelles : 18 %
2. Jeunesse : 15 %
3. Poésie : 11 %
4. Beaux-arts : 9 %
5. Imaginaire et Polar : 8 % chacun
6. Bande dessinée : 5 %
7. Sciences humaines : 5 %
8. Témoignages, Biographies : 5 %
9. Livres pratiques : 2 %
10. Photographie et Régionalisme : 3 % chacun
11. Théâtre et Essai : 2 % chacun
12. Enseignement, Young Adult, Livre d'artiste et Développement personnel : 1 % chacun

La poésie occupe une place importante dans le catalogue des structures indépendantes, et notamment celles de la catégorie D. Un genre qui colore l'indépendance de ces éditeurs, garants de la bibliodiversité et parfois à contre-courant d'un marché marqué par la best-sellerisation⁴. Observons également que l'édition "régionaliste" est peu travaillée par les éditeurs régionaux du panel.

⁴ *Best-sellers*. O. Bessard Banquy, S. Ducas et A. Gefen, Armand Colin. Voir aussi *Baromètre. Les Français et la lecture 2021*, CNL - <https://centrenationaldulivre.fr/donnees-cles/les-francais-et-la-lecture-en-2021>

Production annuelle et tirage médian

Production annuelle et tirage médian	Production annuelle médiane	Tirage médian
Structures A	14	2 125
Structures B	10	1 000
Structures C	6	1 000
Structures D	3	500
Ensemble	8	1 156

Le rythme éditorial et le tirage médian augmentent à mesure que la maison d'édition franchit des paliers de chiffre d'affaires et consolide sa trésorerie. Pour sa part, le SNE mentionne en 2021 un tirage moyen global (nouveauautés + réimpressions) de 5 061 exemplaires⁵.

Avec 14 titres publiés annuellement, la médiane de la catégorie A peut sembler basse au regard de la médiane des structures B. Mais entre 75 k€ et 250 k€ (fourchette de CA de la catégorie B), le rythme de production est plus soutenu afin d'assurer une croissance et asseoir un catalogue ; passé le cap des 250 k€, la production augmente moins fortement pour contenir l'augmentation des tirages et des charges de fonctionnement (masse salariale notamment).

Ces chiffres soulignent peut-être aussi une spécificité de l'édition indépendante : éditer raisonnablement avec des tirages raisonnables. Livres, mais raisonnables.

Le catalogue cumulé du panel fait état de 21 932 titres pour 1 898 nouveautés sur l'année 2021.

Composition du catalogue en nombre de titres (moyennes)

Organisation du catalogue	Nb de titres moyens disponibles	Nb de collections	Nb de spécialités travaillées
Structures A	441	10	4
Structures B	130	5	4
Structures C	80	4	4
Structures D	30	3	3
Ensemble	103	4,5	4

Les éditeurs ne souhaitent pas se définir comme "généralistes" et disent tous travailler au moins 4 catégories éditoriales différentes. Rares sont les ceux à déclarer n'avoir qu'une spécialité.

Qu'il s'agisse du nombre de collections ou du nombre de spécialités travaillées, les éditeurs proposent une offre de livres resserrée afin de n'occuper que quelques segments de marché, parfois une niche éditoriale. Cela traduit l'attention particulière portée à la gestion interne de la maison d'édition et à la rationalisation des ressources en évitant une trop grande dispersion.

⁵ Les chiffres de l'édition 2021-2022. Synthèse du rapport statistique du SNE. France et international. Syndicat national de l'édition. <https://www.sne.fr/economie/chiffres-cles/>

Nature des supports de publication

	Livre papier	Livre numérique	Revue papier	Revue numérique	Livre audio	Autres
Structures A	100 %	53 %	15 %	8 %	5 %	8 %
Structures B	100 %	38 %	10 %	0 %	7 %	5 %
Structures C	97 %	38 %	7 %	7 %	8 %	3 %
Structures D	96 %	31 %	10 %	3 %	6 %	10 %
Moyenne	98 %	40 %	11 %	5 %	7 %	6 %

Le livre papier reste le premier support de publication, parfois suivi dans un deuxième temps et dans le cadre d'une réalisation homothétique, par le livre numérique. La conversion en livre numérique concerne environ 1/3 des publications pour les catégories B, C, D, et 1/2 pour la catégorie A.

Les publications "Autres" regroupent les Kamishibais, jeux et carterie, jeux de société, affiches, calameo, CDs, etc.

Politique d'auteurs

Nb et rémunération des auteurs	Nb moyen d'auteurs au catalogue	Moyenne des droits d'auteur contractuels	Droits d'auteur moyens versés par catégorie en 2021	Versement d'à-valoir
Structures A	162	8,8 %	142 k€	75 %
Structures B	83	9,1 %	15 k€	57 %
Structures C	39	9,7 %	5,5 k€	50 %
Structures D	19	12,2 %	1,3 k€	44 %
Ensemble	76	10 %	41 k€	56 %

Les pourcentages de droits d'auteur annoncés se situent dans la plage traditionnelle de droits, soit entre 8 et 12 %. En première analyse, les éléments déclaratifs des différentes catégories d'éditeurs montrent que plus la maison d'édition grossit, moins les droits d'auteur sont importants puisqu'ils passent d'un taux moyen de 12,2 % pour la catégorie D à un taux de 8,8 % pour la catégorie A. La tentative de fidélisation des auteurs semble plus forte pour les plus petites structures.

Plusieurs éléments viennent toutefois nuancer ces données.

À 75 %, les éditeurs A versent des à-valoir aux auteurs, c'est-à-dire une avance sur droits, alors que cette proportion tombe à 44 % pour les éditeurs D. La faiblesse des fonds propres en démarrage d'activité pour les petites structures peut expliquer cet écart, ainsi que la nature des textes réceptionnés. Plus les éditeurs développent leur activité, plus les commandes et les sollicitations se multiplient auprès de leurs auteurs, impliquant ainsi davantage d'à-valoir. Il faut souhaiter que cet usage puisse s'étendre auprès des catégories B, C et D.

Rappelons que les contrats poche sont spécifiques puisqu'ils rémunèrent les droits à moindre hauteur, de 5 à 7 %, et peuvent influencer le taux moyen présenté ici.

Enfin, on évoquera les contrats d'édition du secteur jeunesse, genre le plus travaillé par les éditeurs A, qui sont souvent des contrats collaboratifs où les auteurs (scénariste + illustrateur par exemple) se répartissent les droits souvent fixés à 10 % (6 et 4 % ou 5 et 5 % par exemple).

Traduction, achat de droits et domaine public

Titres traduits

Titres traduits	Titres traduits au catalogue	Moyenne par catégorie d'éditeurs	Poids dans le catalogue
Structures A	70 %	45	15 %
Structures B	67 %	21	23 %
Structures C	60 %	13	18 %
Structures D	38 %	6	28 %
Ensemble	59 %	21	21 %

Étant donné le coût de la traduction, le temps et les investissements nécessaires à la recherche de financements, on constate assez logiquement que plus la maison se développe, plus elle accueille dans son catalogue des ouvrages traduits. La part de titres traduits dans le catalogue varie de 28 % pour les structures D (une façon de développer les catalogues avec des compétences externes ou des traductions tombées dans le domaine public) à 15 % pour les structures A, plus à même d'investir de la trésorerie dans un travail éditorial initié ou proposé. Les catégories C et D se situent légèrement au-dessus de la moyenne relevée par le SNE en 2021⁶ – à savoir 15,9 % de livres traduits dans le total des titres reçus au dépôt légal –, avec respectivement à 18 et 23 %.

Achat de droits

Année 2021	Achats de droits	Moyenne acquisition annuelle par catégorie d'éditeurs	Moyenne des achats de droits
Structures A	43 %	4	4 500 €
Structures B	17 %	2	3 000 €
Structures C	20 %	2	3 700 €
Structures D	13 %	2	1 900 €
Ensemble	23 %	2,5	3 275 €

Pour la seule année 2021, si environ 13 à 20 % des acteurs éditoriaux des catégories D, C et B ont procédé à des acquisitions de droits de traduction, ce sont presque la moitié des acteurs les catégories A qui ont acheté au moins un titre.

Au regard du coût moyen des achats de droits par catégorie, on comprend aisément qu'un éditeur qui réalise moins de 25 000 € de CA peut difficilement investir plus de 2 000 € dans l'achat de droits auxquels s'ajoute le coût de la traduction.

En toute logique, le montant des achats est proportionnel au volume d'affaires de la maison : plus le CA est important, plus l'éditeur a des ressources pour investir dans des titres onéreux (notoriété du titre et de l'auteur).

⁶ Les chiffres de l'édition 2021-2022. Synthèse du rapport statistique du SNE. France et international. Syndicat national de l'édition. <https://www.sne.fr/economie/chiffres-cles/>

Domaine public

	Nb d'éditeurs publiant des titres du domaine public	Nb moyen de titres du domaine public au catalogue	Part du catalogue
Structures A	10 %	18	6 %
Structures B	19 %	10	11 %
Structures C	22 %	10	14 %
Structures D	17 %	12	54 %
Ensemble	17 %	12,5	21 %

On note un recours assez important aux titres du domaine public, à raison d'1 éditeur sur 5 pour les catégories B, C et D. Cette proportion dans le catalogue n'est pas négligeable, surtout pour les éditeurs D (1 titre sur 2 !) : ces ouvrages permettent de poser une intention ou de soutenir le lancement d'une collection.

LES OUTILS DE L'ÉDITION INDÉPENDANTE

La communication web

Site internet et site marchand

Les maisons d'édition sont unanimes : elles disposent toutes d'un site internet.

La moitié de la catégorie D possède un site marchand et/ou propose de la vente directe. Cette tendance s'affirme avec le développement de la maison pour atteindre 75 % dans la catégorie A. Cependant il faut garder à l'esprit que certains éditeurs refusent de développer un site marchand afin de ne pas faire de concurrence aux libraires, dont ils estiment que c'est à eux de vendre les ouvrages.

Pour les structures en diffusion-distribution déléguée, notons que certains contrats circonscrivent la vente des ouvrages au monopole exclusif du diffuseur-distributeur, obligeant l'éditeur à ne détenir qu'un site vitrine.

Les réseaux sociaux

Usage des réseaux sociaux	Utilise au moins un réseau social	A une chaîne YouTube
Structures A	100 %	68 %
Structures B	95 %	38 %
Structures C	90 %	32 %
Structures D	87 %	31 %
Ensemble	93 %	42 %

Les réseaux sociaux se sont imposés comme les principaux vecteurs d'information, tant auprès des professionnels que du grand public. Toutes les catégories y ont recours, avec des salariés dédiés ou des intervenants extérieurs.

Près d'un tiers des éditeurs B, C et D ont développé une chaîne YouTube ; près de 70 % pour les éditeurs A, prompts à réaliser podcasts et films de présentation.

Parmi les réseaux utilisés par les éditeurs, on trouve en premier lieu Facebook (92 %), puis Instagram (77 %) et LinkedIn (43 %), et à la marge Twitter et TikTok. Pinterest ou Tumblr semblent écartés.

Si la communication relève désormais des tâches incontournables d'une maison d'édition et si les usages évoluent vers toujours plus d'intégration des réseaux sociaux, on peut noter le retard relatif des éditeurs sur des réseaux prescriptifs dans le domaine du livre, notamment pour des cibles plus jeunes mais pas seulement, à savoir TikTok et Mastodon.

La communication événementielle

Les animations en librairie

Année 2021	Animations en librairie	Moyenne par éditeur
Structures A	737	9
Structures B	480	6,5
Structures C	585	5
Structures D	259	3

Tout d'abord, on soulignera les 2 061 animations réalisées en librairie en 2021 par les 213 éditeurs retenus dans le panel, un nombre très important. Les animations, présentations de catalogue ou signatures en librairie, sont relativement soutenues, bien que plus modestement pour les éditeurs de la catégorie D ; les frais liés à l'invitation d'un auteur restent souvent à la charge de l'éditeur et ceux de cette catégorie disposent de peu de moyens.

Comme démontré ci-après, on observe naturellement un lien entre la part du CA réalisé en librairie par les quatre catégories et le nombre annuel d'animations qui s'y déroulent. De manière globale, en plus de générer 38 % du chiffre d'affaires des éditeurs (voir p. 24), la librairie est le premier partenaire de la communication événementielle de l'éditeur.

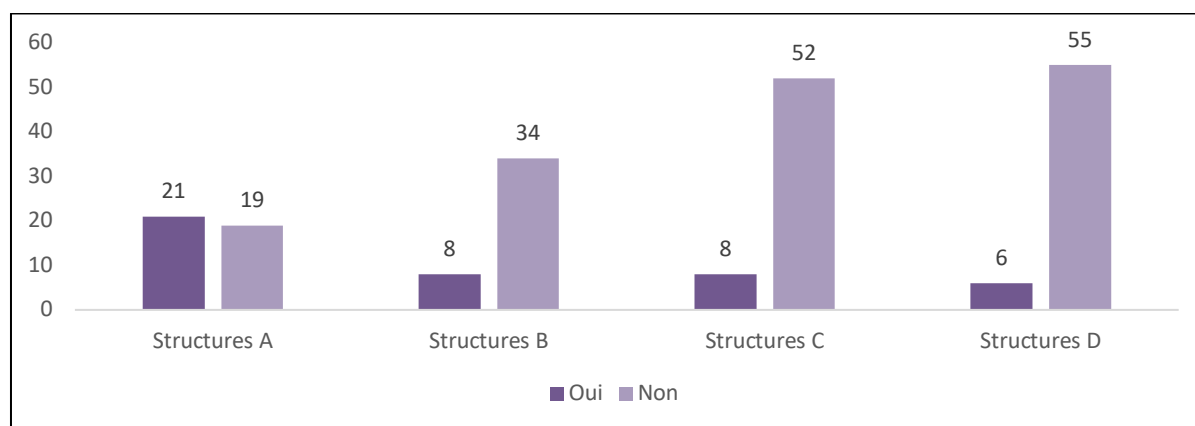
Soulignons toutefois que le contexte de l'année 2021 est celui d'une crise sanitaire sans précédent.

Les animations en médiathèque

Année 2021	Animations en médiathèque	Moyenne par éditeur
Structures A	314	8,4
Structures B	141	3,7
Structures C	186	3,4
Structures D	115	1,8
Ensemble	756	3,5

La part des animations en médiathèque est bien plus faible qu'en librairie pour les éditeurs B, C et D quand elle est presque identique pour les éditeurs A. Y-a-t-il plus de complexité à mobiliser les petits éditeurs ou cela reflète-t-il une moins grande curiosité ou connaissance vis-à-vis de leurs catalogues ? Une autre hypothèse serait que ces rencontres générant potentiellement moins de ventes, les éditeurs sont moins enclins à les organiser.

Outil de gestion interne



75 % des éditeurs ne disposent pas d'outil d'aide à la gestion de la structure : plus de 9 maisons sur 10 pour les structures D, mais de manière plus étonnante, 1 sur 2 pour les structures A.

Nature de l'outil	Logiciel libre	Logiciel sous licence	Développement en Interne
Structures A		20	1
Structures B	2	4	2
Structures C	3	4	1
Structures D	1	4	1
Ensemble	7	32	5

Dans la catégorie A, les maisons déclarant être équipées le sont avec des solutions propriétaires alors que les autres catégories ont parfois recours à des logiciels libres. Le développement de logiciels libres adaptés à la gestion d'une maison d'édition, ainsi que l'accompagnement des éditeurs sur ce point, sont sans aucun doute un chantier important à entreprendre à l'avenir.

La FEDEI et OPlibris :

vers un outil de gestion complet et ouvert au service des éditeurs indépendants

La bonne gestion d'une maison d'édition indépendante est, on le sait, une clef de réussite à ne surtout pas négliger dans la pérennisation et le développement de son activité mais également dans la consolidation de son indépendance. Éparpillement des informations, perte de temps, d'efficacité, complexité de la reddition des comptes, gestion approximative des stocks et de la production, distension des relations libraires, manque de pilotage de la trésorerie, gâche de papier, de transports, difficultés à développer les ventes en ligne, autant d'exemples venant pénaliser le travail d'éditeur.

Comment répondre à ces besoins ? Les solutions standardisées n'intègrent pas les spécificités métier, tandis que les solutions métiers sont parcellaires ou réservées à de très grosses structures et, dans tous les cas, basées sur des solutions propriétaires et des licences d'exploitation non libres. Le projet OPlibris, né de la volonté de quelques éditeurs souhaitant mutualiser le développement d'une solution à la fois efficiente, adaptée, évolutive et inscrite dans l'ensemble de l'écosystème du livre, voit le jour. Il sera structuré au sein d'une Société Coopérative d'Intérêt Collectif (SCIC) constituée de collègues d'éditeurs, d'auteurs, de libraires, d'imprimeurs et d'acteurs du monde du livre et sera porté au niveau national par la FEDEI.

L'objectif : donner accès à chaque structure éditoriale intéressée – dans des conditions avantageuses – à une solution ouverte, à des mises à jour et des enrichissements permanents, des modules spécifiques optionnels, dans une optique de renforcement des compétences et de mise en réseau des opportunités.

Plus d'infos : contact@oplibris.org

STRUCTURATION COMMERCIALE

La diffusion-distribution déléguée

Diffusion et distribution déléguées	Proportion d'éditeurs diffusés	Proportion d'éditeurs distribués
Structures A	83 %	85 %
Structures B	64 %	74 %
Structures C	60 %	68 %
Structures D	31 %	44 %
Ensemble	59 %	68 %

Les données correspondent aux tendances observées dans les études menées en régions : le passage à la diffusion déléguée témoigne à la fois d'une professionnalisation gagnée sur le moyen terme et d'un développement économique. Un premier palier est identifié à 25 000 € de chiffre d'affaires, puisqu'en dessous de ce seuil 2 éditeurs sur 3 sont autodiffusés. Au-delà, la majorité des éditeurs passent en diffusion déléguée, et le dernier palier est atteint par la catégorie A avec 83 % d'éditeurs diffusés.

Le caractère sélectif de l'entrée en diffusion l'est un peu moins concernant la distribution puisque presque la moitié des éditeurs D ont recours à un distributeur. Ce chiffre évolue progressivement à mesure que la structure se développe, pour atteindre 34 des 40 éditeurs du groupe A (il serait intéressant à l'avenir de connaître le fonctionnement des 6 éditeurs de la catégorie A qui assurent leur propre distribution).

À noter que les répondants ont cité 39 diffuseurs différents et 35 distributeurs, attestant du caractère mosaïque du circuit du livre en France.

Les flux

Mise en place, réassort et taux de retour, par rapport au stock imprimé	Mise en place	Réassort	Retours
Structures A	33 %	45 %	20 %
Structures B	30 %	30 %	15 %
Structures C	30 %	20 %	15 %
Structures D	23 %	10 %	5 %
Ensemble	29 %	26 %	14 %

La restitution de ces données a posé problème à de nombreux éditeurs, soit du fait de la difficulté à les obtenir auprès de leur diffuseur-distributeur, soit du fait de la méconnaissance même de ces ratios qui représentent pourtant le triptyque fondamental de tout livre commercialisé.

Les mises en place s'échelonnent du quart au tiers du stock initial, indépendamment de la taille de l'éditeur. On note tout de même une part très faible de mise en place (moins d'1 livre sur 4) pour les éditeurs D, avec un taux de réassortiment moyen de 10 %. Cela démontre le poids des ventes unitaires pour cette catégorie. Les A, B et C impriment trois fois plus que le niveau de mise en place, quand les

plus petites structures – du fait des contraintes de coût minimal et de prix à maîtriser – impriment presque 4 fois plus.

Les retours restent sous la barre des 20 %.

Consommation des tirages → projections

Au regard du tirage moyen par catégories d'éditeurs, il est possible de schématiser la consommation moyenne des tirages : attention, il ne s'agit là que d'une projection sur un panel très restreint d'éditeurs. À considérer avec beaucoup de précautions.

Consommation tirages moyens	Tirage initial moyen	Mise en place	Réassorts	Retours	Stocks restants en ex	Stocks restants en %
Structures A	2 125	33 %	45 %	20 %	327	15 %
Structures B	1 000	30 %	30 %	15 %	355	36 %
Structures C	1 000	30 %	20 %	15 %	455	46 %
Structures D	500	23 %	10 %	5 %	330	66 %
Ensemble	1156	29%	26 %	14 %	367	41 %

À l'heure d'une réflexion écologique partagée, l'application des ratios ci-dessus questionne la production éditoriale toute entière.

- ✓ Les structures A : impriment 15 % de stock en trop en moyenne
- ✓ Les structures B : impriment 35 % de stock en trop en moyenne
- ✓ Les structures C : impriment 45 % de stock en trop en moyenne
- ✓ Les structures D : impriment 65 % de stock en trop en moyenne

Il est impératif de rappeler que certaines finitions d'ouvrages ne sont envisageables qu'avec des niveaux de tirages plancher – les beaux-livres, certains titres jeunesse ou bien encore les BD –, puisqu'elles requièrent des technologies onéreuses ; force est de baisser le coût unitaire de l'ouvrage. Se pose aussi la question du choix de l'impression, en offset ou en numérique, et de l'évolution de ces technologies. L'impression numérique n'offrait jusqu'alors pas, ou peu, de liberté dans le choix des papiers, de la finition et des encrages.

Titres actifs au catalogue

Part de titres actifs au catalogue	Nbre moyen de titres au catalogue	Titres actifs (vendus au moins une fois dans l'année)	Proportion
Structures A	441	296	67 %
Structures B	130	91	70 %
Structures C	80	71	89 %
Structures D	30	21	72 %
Ensemble (médiane)	105	81	77 %

Les éditeurs C semblent mieux gérer leur catalogue avec près de 90 % des titres vendus au moins une fois dans l'année. Pour les autres structures, près d'un tiers des titres ne se vendent pas régulièrement mais servent l'image de la structure ou renforcent la relation avec les auteurs. Il convient toutefois d'être vigilant quant au poids des stocks dans l'activité.

CONSTRUCTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

Poids du livre dans l'activité

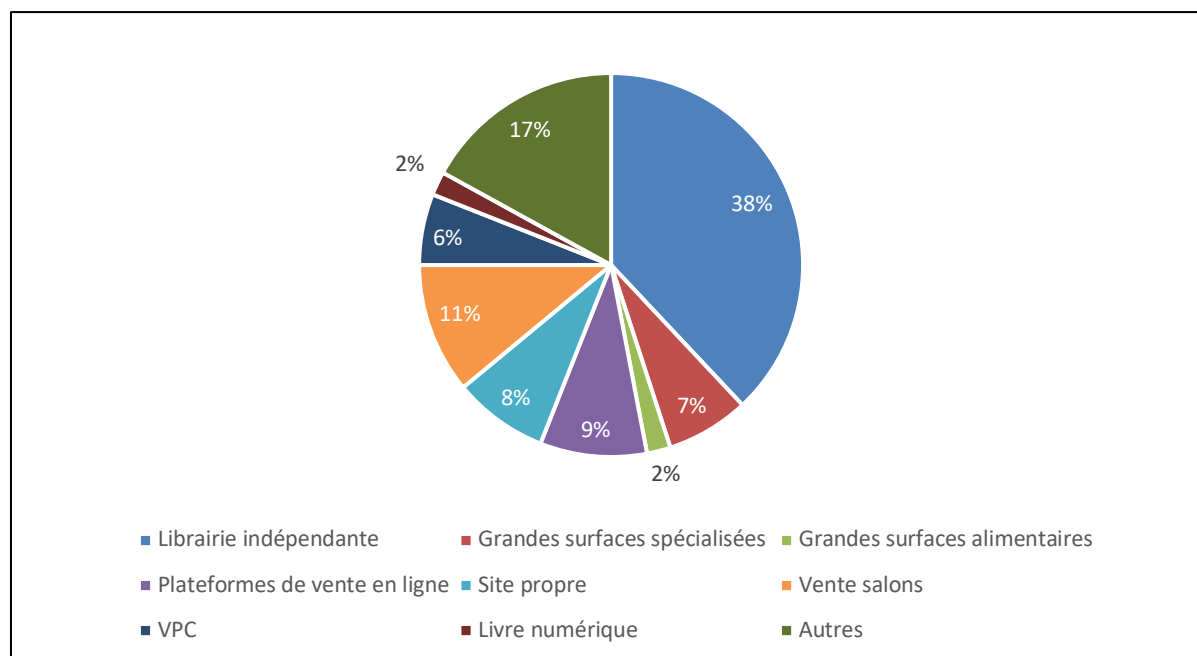
Moyennes 2021	CA global	CA livre	Poids du livre dans l'activité
Structures A	796 387 €	617 781 €	78 %
Structures B	127 315 €	101 477 €	80 %
Structures C	47 608 €	39 210 €	82 %
Structures D	11 671 €	9 005 €	77 %

Quelle que soit la catégorie à laquelle la maison d'édition est attachée, le chiffre d'affaires livre représente environ 80 % du CA global des structures.

Les éditeurs indépendants, notamment les C et D, ont besoin de générer des ressources complémentaires en diversifiant leur activité (relecture, graphisme, conseil, enseignement, animation d'ateliers, etc.) pour dégager suffisamment de trésorerie et pouvoir produire à nouveau. Le rythme des ventes et des encaissements est en effet souvent plus long que celui de la fabrication. Les éditeurs B et A peuvent davantage compter sur la diversification des revenus annexes, notamment ceux tirés des droits dérivés (voir p. 28).

Les principaux canaux de vente

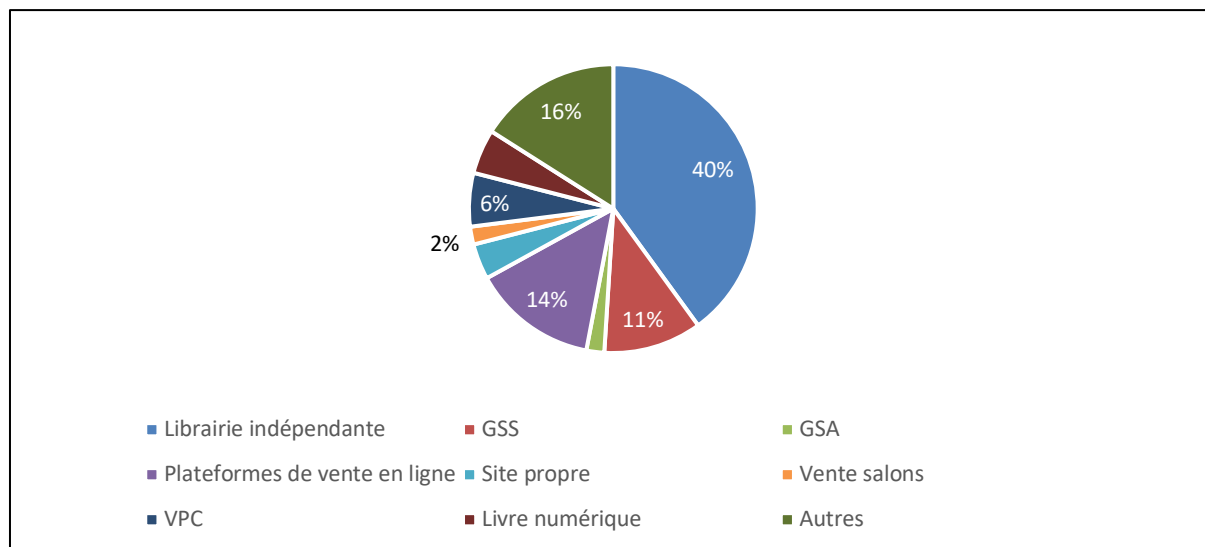
Répartition du CA livre pour l'ensemble du panel



Avec 38 % du CA du panel, le canal de la librairie domine de manière franche les autres canaux. Si les éditeurs déclarent la librairie comme étant leur premier canal de vente, il est étonnant de constater que l'option "autres" (par exemple plateformes de financement participatif ou concept stores), accède à la seconde position en volume, juste devant les plateformes en ligne et les salons du livre.

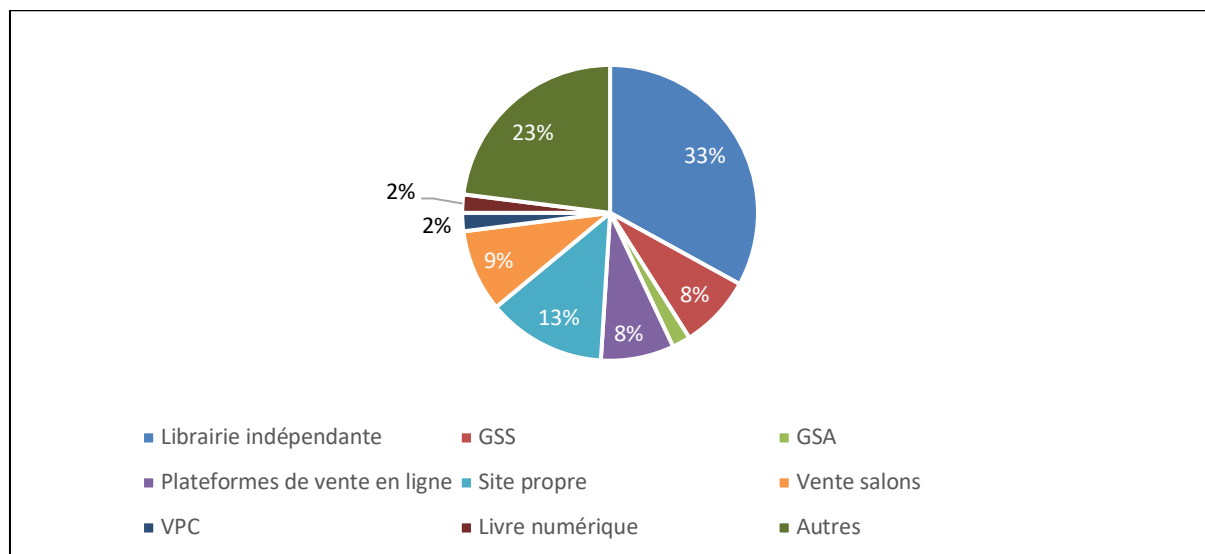
Si les salons représentent respectivement 17 % et 15 % des ventes pour les éditeurs des groupes C et D, cette position recule pour les groupes B et A au profit du site marchand de l'éditeur puis des plateformes en ligne. Une notoriété suffisante permet de fidéliser une clientèle qui sera capable de se procurer les ouvrages sans médiation particulière, via le site de l'éditeur ou une plateforme en ligne. On pourra enfin s'étonner de la part relativement faible des grandes surfaces spécialisées, qui peinent à dépasser 11 % pour la catégorie A et tombent à 3 % pour la catégorie C, alors que les chiffres 2021 du SNE estiment la part des GSS à 27,7 %⁷ des circuits de vente. Si les GSS laissent pour l'instant peu de place à l'édition indépendante, la marge de progression est intéressante.

Répartition du CA livre - Structures A



Les éditeurs A travaillent majoritairement avec les librairies indépendantes et les plateformes de vente en ligne. Malgré l'intérêt des éditeurs, le poids économique des salons est faible dans leur activité.

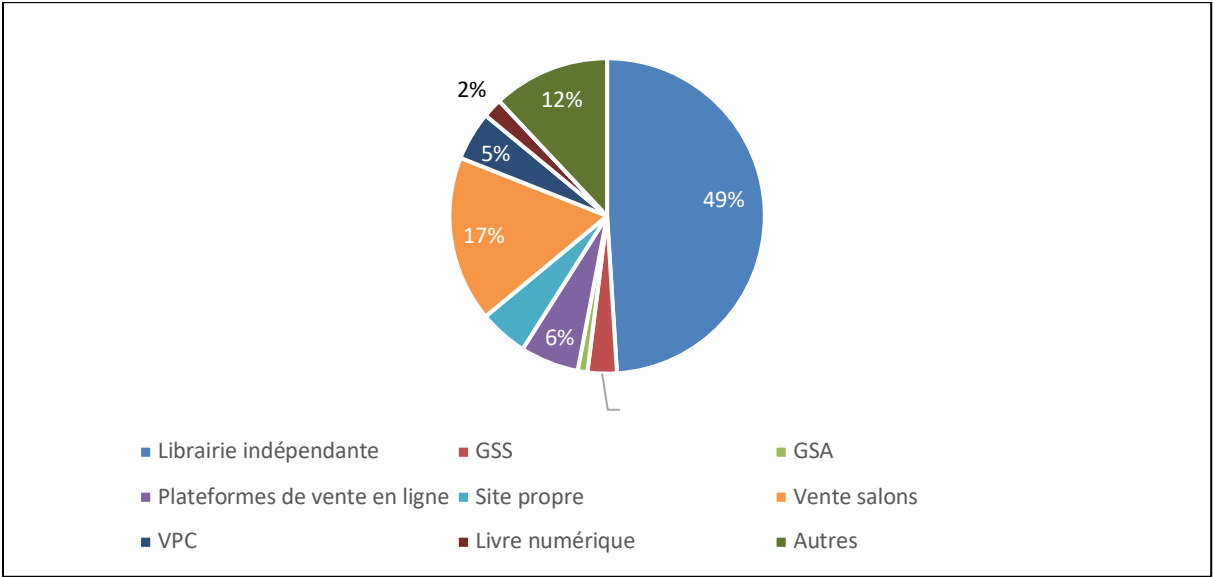
Répartition du CA livre - Structures B



⁷ Les chiffres de l'édition 2021-2022. Synthèse du rapport statistique du SNE. France et international. Syndicat national de l'édition. <https://www.sne.fr/economie/chiffres-cles/>

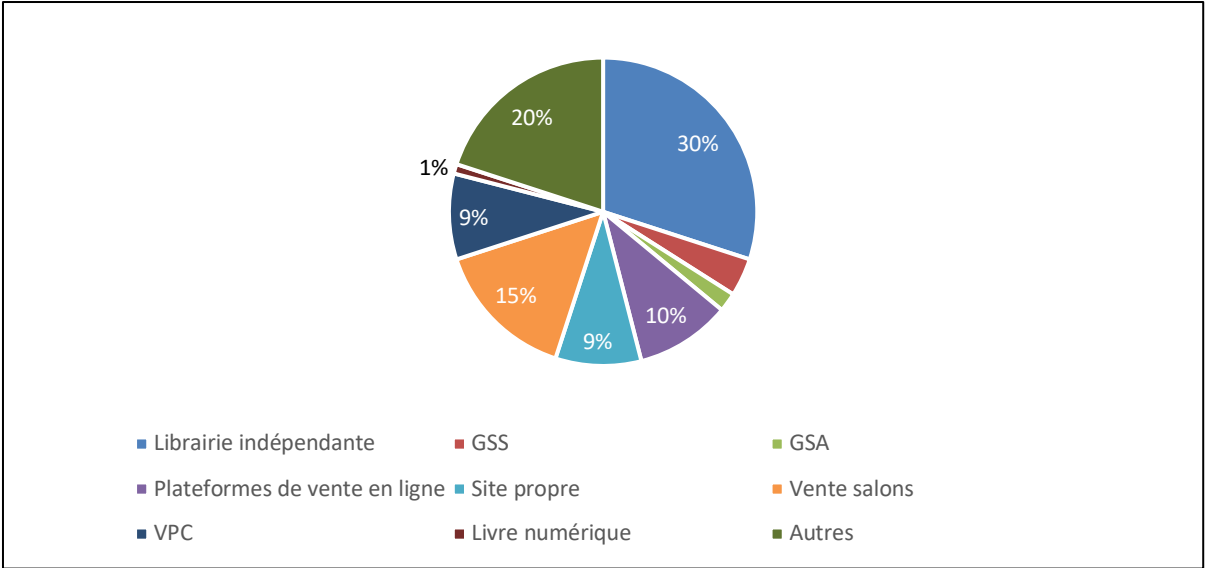
Chez les éditeurs B, le canal de la librairie indépendante représente le tiers du chiffre d'affaires. Les autres canaux de vente en composent le quart (23 %) quand les ventes directes se hissent à 13 %.

Répartition du CA livre - Structures C



Les éditeurs C sont ceux qui s'appuient le plus sur la librairie indépendante, où ils réalisent près de la moitié de leur CA. Les ventes dans les salons en assurent ensuite 17 %. Le poids des GSS et GSA compte peu dans leur activité.

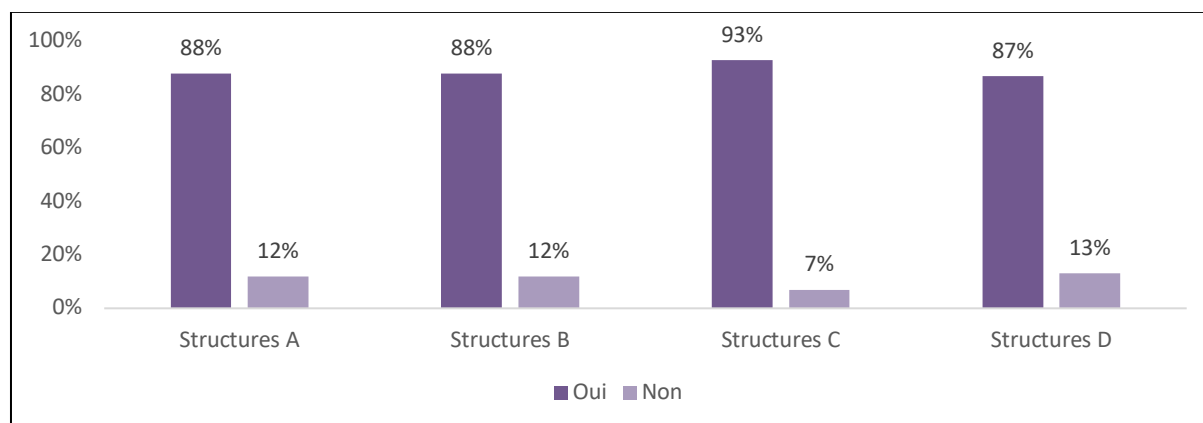
Répartition du CA livre - Structures D



La librairie indépendante représente moins d'un tiers des ventes des plus petites structures éditoriales. C'est essentiellement par elles-mêmes, via les salons du livre, leur site ou des plateformes en ligne qu'elles arrivent à vendre et à générer leur CA. L'absence de structuration d'une diffusion-distribution pèse sur la commercialisation en magasin.

À toutes fins utiles, rappelons que les outils Cyber Scribe (pour le référencement) et Dilicom (pour la gestion des échanges de données nécessaires aux flux commerciaux et logistiques) existent. Leur utilisation, même en diffusion-distribution internalisée, est un préalable à toute tentative de développement : impératifs de référencement des ouvrages pour faciliter (voire permettre) aux points de vente de passer commande⁸.

Participation aux salons du livre



Pratique ancrée dans l'ADN de l'éditeur, la participation à des manifestations du livre est un moment important de sa vie professionnelle. Outre le chiffre d'affaires qui y est réalisé et la rencontre avec le public, il s'agit d'un moment où l'information circule, laisse place aux échanges entre confrères et aux rencontres interprofessionnelles.

Participation aux salons et fréquence d'invitation des auteurs	Nb de salons en 2019 (moyenne)	NB de salons en 2021 (moyenne)	Moyenne invitations auteurs
Structures A	4	6	10
Structures B	4	5	5
Structures C	4	5	3
Structures D	3	4	2
Ensemble	3,75	5	5,5

La fréquence de participation à des salons est assez homogène, et ce quelle que soit la catégorie à laquelle l'éditeur appartient. On notera pour tous une augmentation en 2021 par rapport à 2019. Pour beaucoup d'éditeurs autodiffusés, les salons sont des moments privilégiés où ils peuvent accompagner leurs auteurs à la rencontre des lecteurs.

⁸ Diffusion et distribution. Guide pratique. Agence régionale du livre Provence-Alpes-Côte d'Azur, 2021.

Ressources complémentaires : la vente de droits

Cession de droits annexes ou dérivés⁹

Cessions de droits	Proportion d'éditeurs cédant des droits	Nb moyen de titres cédés par éditeur	Volume des cessions en % dans le catalogue
Structures A	50 %	8,9	2 %
Structures B	31 %	3,5	3 %
Structures C	12 %	2,1	3 %
Structures D	8 %	1,3	5 %
Ensemble	20 %	4	3 %

Ce sont majoritairement les éditeurs de la catégorie A qui vendent des droits. Ce revenu complémentaire, qui demande une expertise souvent externalisée et une démarche professionnelle tournée vers les salons internationaux, reste peu accessible aux éditeurs des catégories C et D. Il participe pourtant à la bonne santé financière de certains éditeurs des deux premières catégories et permet de diversifier leurs revenus.

Cession de droits audiovisuels

	Proportion d'éditeurs cédant des droits audiovisuels	Coût moyen d'une cession
Structures A	10 %	10 825 €
Structures B	7 %	5 667 €
Structures C	0 %	
Structures D	0 %	

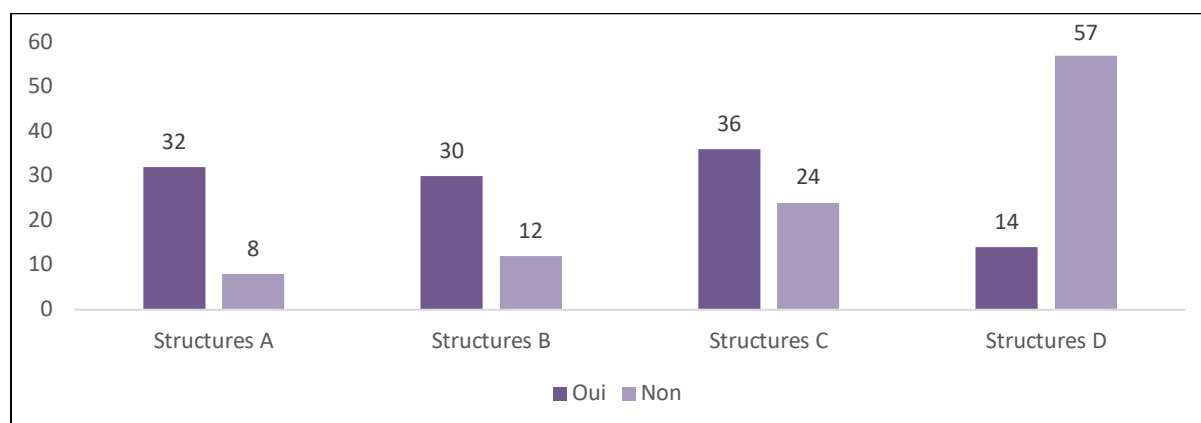
Très peu d'éditeurs parviennent à céder des droits audiovisuels et les quelques-uns qui accèdent à cette source de revenus très intéressante – sans charges supplémentaires d'exploitation – ne se trouvent que dans les catégories A et B du panel. Les produits perçus peuvent représenter jusqu'à 1,5 % voire 3 % de leur CA global.

La cession audiovisuelle tient autant de la diversité d'un catalogue patiemment construit que de sa visibilité, autant d'une connaissance d'un marché et de ses moments forts (rencontres SCELf, etc.) que de la nature des domaines travaillés (notamment le segment jeunesse prisé par les éditeurs A).

⁹ Les droits annexes correspondent notamment aux éditions de poche, aux cessions dans d'autres pays, aux éditions en grands caractères, etc. On parle de droits dérivés lorsqu'un texte est reproduit ou adapté sur un support autre que graphique : adaptation théâtrale, lecture radiophonique, mise sur support numérique, etc.

Répartition des droits perçus par La Sofia

Perception d'une rétribution La Sofia



Si la perception de droits Sofia est assez faible dans la catégorie D (20 % d'éditeurs concernés), elle augmente avec la taille de la maison, démontrant que la plupart des catalogues C, B et A sont appréciés des bibliothèques et médiathèques du territoire et intégrés aux marchés publics d'acquisition. Il est également probable que de nombreuses petites structures ne pensent pas à s'enregistrer auprès des services de la Sofia¹⁰.

La rétribution des éditeurs D correspond peu ou prou aux animations en médiathèque pour ces éditeurs et pointe à nouveau un problème de visibilité de leurs catalogues dans les établissements de lecture publique (...)

Part Sofia reversée aux auteurs	Part reversée par les éditeurs aux auteurs	Part restante éditeur
Structures A	50 %	1 160 €
Structures B	50 %	1 105 €
Structures C	50 %	412 €
Structures D	16 %	900 €

(...) ainsi qu'une mauvaise connaissance des règles de rétribution. Ceci se vérifie ci-dessus dans la part reversée aux auteurs : si les 3 premiers groupes ont parfaitement intégré les règles en vigueur, la part de réversion aux auteurs se situe à 16 % pour les éditeurs du groupe D. Un peu de pédagogie semble nécessaire pour rétablir l'équilibre.

¹⁰ La Sofia, Société française des intérêts des auteurs de l'écrit, est un organisme de gestion collective, administré à parité par les auteurs et les éditeurs, dans le domaine exclusif du livre. Elle est notamment chargée de percevoir les droits générés au titre du droit de prêt en bibliothèque, à destination des éditeurs et de leurs auteurs.

ÉCONOMIE DES STRUCTURES ÉDITORIALES

Comme expliqué dans la méthodologie en début d'étude, les éditeurs étaient invités à communiquer leurs liasses fiscales pour les exercices 2020-2021 et 2021-2022. La collecte a été maigre car seuls 45 éditeurs ont communiqué leurs données pour l'année 2020-2021. Ramené au nombre d'éditeurs membres de la FEDEI, cela représente moins de 12 % de répondants – et par rapport aux données de la Fill, moins de 3 %.

Le choix a cependant été fait de travailler sur cette collecte, avec un double espoir :

D'une part rassurer les éditeurs, en démontrant que ces indicateurs n'ont pas vocation à faire intervenir l'administration fiscale, ni à construire des dossiers, ni à juger telle ou telle activité, mais bien à confirmer ou infirmer, analyser, informer des problèmes nombreux et récurrents rencontrés par les éditeurs indépendants : manque de trésorerie, difficultés à investir, à se rémunérer, à embaucher, problématique des frais postaux, des coûts de fabrication, niveau de rentabilité... tant d'éléments sur lesquels il est impossible de convaincre la puissance publique en l'absence d'éléments objectifs.

D'autre part, établir de premiers indicateurs de l'activité économique des éditions indépendantes.

Il aurait par ailleurs été incorrect vis-à-vis des répondants de ne pas tenir compte de leurs données.

Le panel (très) restreint concerné se répartit ainsi :

- ✓ Structures A : 14 réponses
- ✓ Structures B : 12 réponses
- ✓ Structures C : 11 réponses
- ✓ Structures D : 6 réponses

Si les premiers résultats imposent une immense prudence, ils permettent néanmoins d'observer certaines complexités de lecture (qui parleront principalement aux amoureux de la comptabilité) :

- ✓ Selon les comptables, les ventes de livres sont ventilées soit en "Vente de marchandises", soit en "Produits vendus" et peuvent même apparaître en "Autres produits".
- ✓ Parallèlement, si les ventes sont notées en "Ventes de marchandises", le stock est parfois comptabilisé en "Produits finis". Ce qui complexifie la lecture comptable et l'application des ratios.
- ✓ Les cessions de droits sont fréquemment intégrées aux "Autres produits", mais parfois en "Production de service".
- ✓ Les coûts d'impression apparaissent en charges externes ou en coûts de production.
- ✓ Les frais postaux sont parfois intégrés aux "Coûts de transport sur livraison", plutôt que dans les "Charges externes" en "Transport sur vente". Aucune distinction n'apparaît pour les services de presse.

Ces quelques exemples démontrent déjà qu'une uniformité de traitement comptable serait à travailler, pour permettre – au-delà de la collecte – au moins une lecture unifiée et claire de la comptabilité des structures éditoriales.

Seuls 4 indicateurs ont été retenus et isolés.

Comparaison CA déclaratif questionnaire et CA panel comptes détaillés (moyennes)

Niveau de CA (moyennes)	CA déclaratif questionnaire	CA comptes détaillés
Structures A	796 387 €	932 970 €
Structures B	127 315 €	126 799 €
Structures C	47 608 €	45 718 €
Structures D	11 671 €	23 482 €

Un panel plutôt cohérent par rapport aux données du questionnaire.

Poids des principales charges d'exploitation dans l'activité

Principales charges d'exploitation (médianes)	Poids des charges externes	Poids de la masse salariale
Structures A	41 %	30 %
Structures B	53 %	14 %
Structures C	64 %	13 %
Structures D	77 %	10 %

Le poids cumulé des CE et MS représente entre 67 % et 87 % du CA des éditeurs.

Dans le détail des charges externes, l'impression représente environ 25 % du CA quelle que soit la catégorie, quand les droits d'auteurs pèsent environ pour 7 % du CA total de l'ensemble des catégories. À l'exception des catégories D (5 % du CA), les frais postaux représentent entre 1,5 % et 2,5 % du CA.

Niveau de rentabilité

Niveau de rentabilité	Résultat net / CA
Structures A	-1,0 %
Structures B	-1,4 %
Structures C	-4,8 %
Structures D	9,7 %

Hors subvention publique pour soutien à l'activité (fonds Covid), toutes les structures apparaissent déficitaires, sauf la catégorie D, non soumise aux impératifs de masse salariale ou d'encours de production.

Relativisons tout de même ces 9,69 % de résultat net qui, en valeur absolue, représentent environ 1000 €.

Projection : Édition indépendante → Total édition France

Avec toutes les précautions d'usage, nous pouvons risquer les projections suivantes.

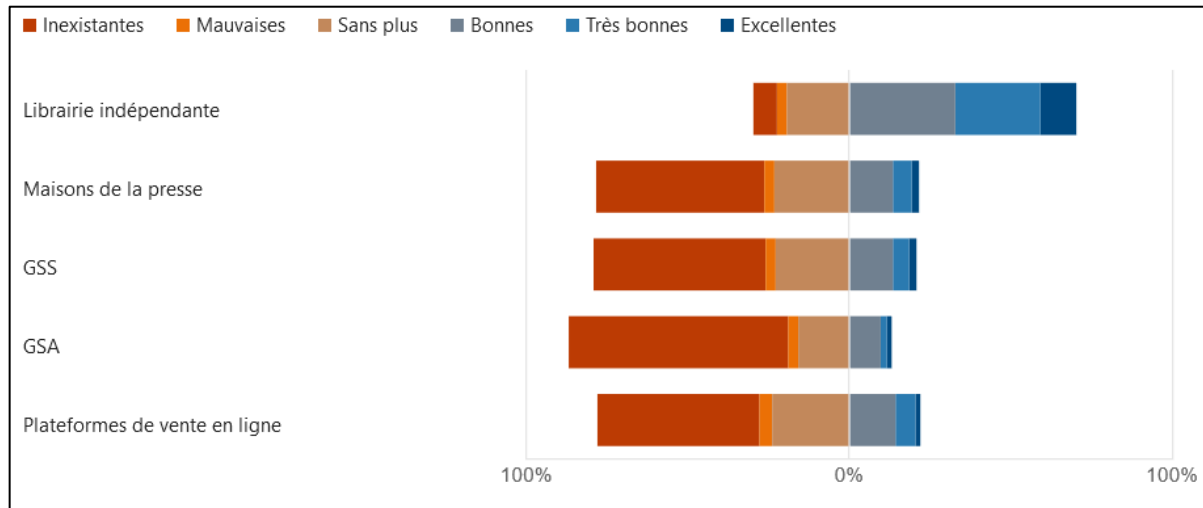
Au regard des 2 240 éditeurs indépendants estimés, l'édition indépendante représenterait :

- 337 M€ de CA environ, soit **11,5 % du CA** tous éditeurs en 2021 (2 913 M€ - données SNE 2022)
- 2 635 salariés, soit environ **20 % de l'emploi salarié** au niveau national (les dernières données nationales disponibles font état de 13 300 salariés – *Chiffres clés du livre et de la lecture 2020*, ministère de la Culture)
- 20 000 nouveautés annuelles, soit **30 % du nombre total de nouveautés**
- 230 000 références disponibles, soit **28 % du nombre total de titres disponibles**

AU SEIN DE LA CHAÎNE DU LIVRE

À différents degrés, les éditeurs indépendants entretiennent des relations avec tous les acteurs de la chaîne du livre.

Relation avec les principaux points de vente (toutes catégories)



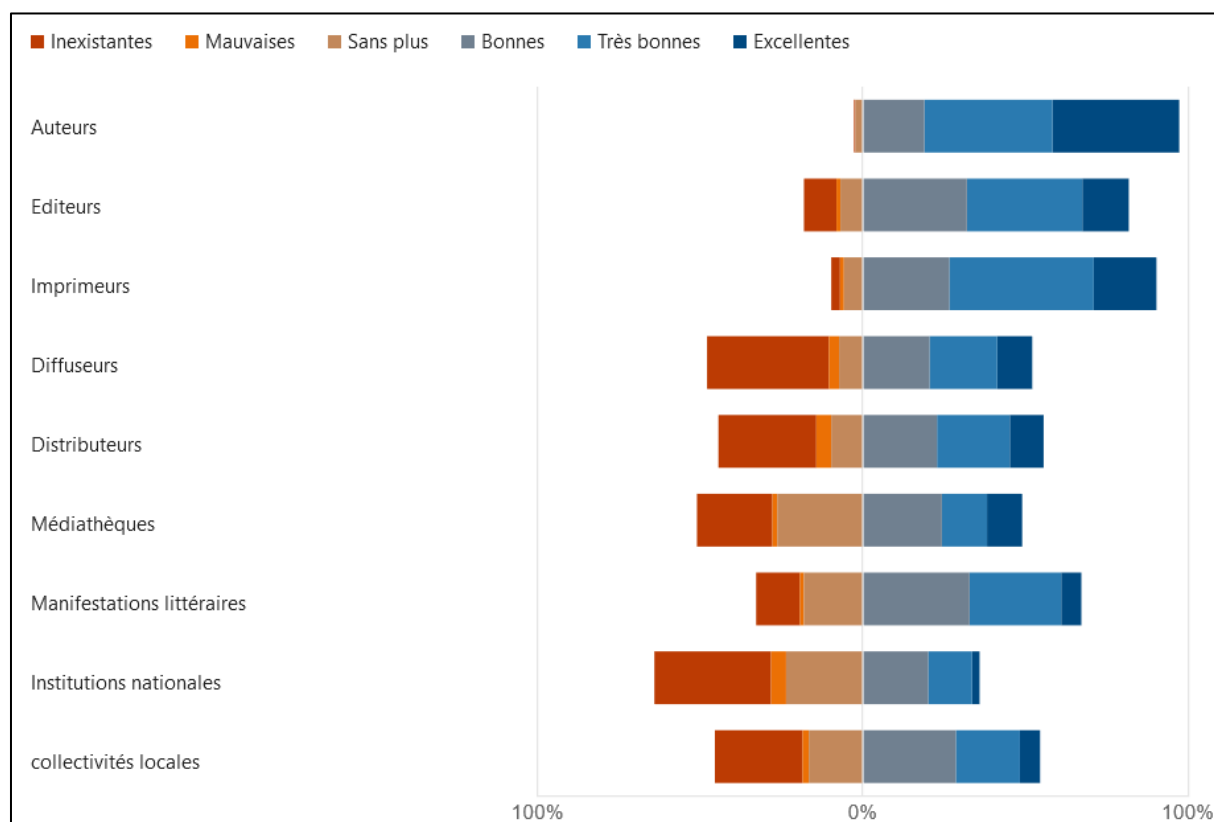
Ces déclarations pourraient se résumer à : il n'existe de relations, et de bonnes relations, qu'AVEC les librairies indépendantes.

Les données confirment bien la qualité des relations que les éditeurs indépendants entretiennent avec les libraires indépendants.¹¹

À l'inverse, ces données témoignent, pour la moitié des éditeurs, de l'absence de liens avec les autres points de vente (maisons de la presse, GSS et plateformes de vente en ligne), comme s'ils étaient des maillons "déshumanisés" de la chaîne du livre.

¹¹ Cf. l'étude réalisée en 2022 par les étudiants de la formation Info-Com filière Métiers du livre de l'IUT de Lille, site de Tourcoing, sur la perception de l'édition indépendante par les librairies indépendantes. Disponible sur www.fedei.fr.

Relation avec les principaux acteurs de la chaîne du livre



Les partenariats "naturels"

Les relations confraternelles semblent bonnes !

Les relations avec les imprimeurs sont, à l'exception d'une réponse, décrites en termes avantageux, voire élogieux.

Le rapport au diffuseur-distributeur est plus tempéré. Quand l'éditeur n'est ni autodiffusé ni autodistribué, la relation avec son diffuseur et/ou distributeur est décrite comme étant plutôt très bonne ; on peut supposer qu'il y a alors une adéquation, une même sensibilité sur les catalogues.

Les relations des éditeurs avec les manifestations littéraires reflètent un sentiment d'appartenance à une même dynamique.

Les partenariats à consolider

La relation semble plus ombrageuse avec les établissements de lecture publique, notamment pour les éditeurs des catégories C et D. L'absence de reconnaissance du travail éditorial et le manque d'intérêt porté aux collections des "petits éditeurs" font partie des ressentiments partagés par ces éditeurs. Les relations sont malgré tout correctes avec les bibliothèques mais soulignent la difficulté des éditeurs à bien les connaître et savoir y présenter leurs ouvrages.

Si les relations s'avèrent équilibrées avec les instances locales, les institutions nationales recueillent le moins bon score du baromètre. En cause les difficultés des petits acteurs à intégrer les dispositifs nationaux d'aides, renforçant ainsi ce sentiment de distance.

L'indépendance en question



À la question *Que signifie pour vous être une maison d'édition indépendante ?* l'outil d'analyse propose ce nuage de mots. Pour plus de la moitié des répondants, l'indépendance c'est avant tout la liberté. Liberté économique, liberté de publier, voilà ce qui définit avant tout, telle une revendication, l'édition indépendante aux yeux de ses acteurs. En plébiscitant également l'alternative aux grands groupes, alternative de création et de choix éditoriaux, elle se fait le porte-parole et le garant de la bibliodiversité.

Vers une Charte de l'édition indépendante ?

Une telle unanimité ne dit pourtant pas l'entière de ce qu'est l'indépendance, trop souvent réduite en opposition aux structures qui dominent le marché et/ou réussissent, lesquelles, une fois écartées, laissent place à une unité plus rassurante, pourtant hétérogène sous bien des aspects.

En premier lieu, la notion de liberté ou d'indépendance économique traduit diverses réalités, car aucune entreprise ne peut absolument s'en targuer. Chaque acteur se renverra à ses dépendances respectives, l'un aux subventions publiques ou privées, l'autre à ses actionnaires, cercles d'amis ou partenaires. Il faut donc avancer à pas mesurés, en considérant que certaines structures ont un degré plus ou moins important d'indépendance économique, et que cet aspect ne peut suffire à définir l'indépendance revendiquée.

Libertés éthique et esthétique revêtent également plusieurs aspects. Pourrait se dire "indépendante" la structure éditoriale qui conserve une entière liberté de ton en tout domaine, qu'il soit moral, politique, écologique. Elle ne souffrirait ni de censure, ni-même d'autocensure, déciderait d'un contenu, d'une création, sans plier à des codes, des formats, ou à une attente supposée du public.

Ces valeurs peuvent concourir à former un premier ensemble, pluriel, respectant cette singularité qui est un des enjeux fondamentaux de l'édition "indépendante".

Portée par la Fédération, l'idée de composer une Charte ne viserait donc pas à figer (à tuer) nos métiers, mais à les cartographier dans leur complexité, afin de mieux les mettre en lumière ; à ne pas définir un modèle de maison d'édition qu'il faudrait dupliquer, mais à donner un visage aux multiples facettes, comme autant de voies possibles, passées, présentes et à venir.

" PORTRAIT-ROBOT " DES MAISONS D'ÉDITION

Synthèse des principales données recueillies présentées sous forme d'autoportraits par catégories de chiffre d'affaires.

Structure éditoriale de la catégorie A

- ④ Ma maison d'édition réalise un chiffre d'affaires supérieur à 250 000 € ; elle est en activité depuis 24 ans. Les statuts sont de nature commerciale. Elle n'est rattachée à aucun groupe ou chaîne et je détiens la majorité des parts du capital.
- ④ 80 % de mon chiffre d'affaires vient de la vente de livres, le reste vient de la cession ou la vente de droits. Dans cette année 2021 exceptionnelle, sans le soutien des pouvoirs publics, j'obtiens un résultat net de -1 %.
- ④ Je suis un homme. Ma formation initiale vient d'un autre secteur que les Métiers du livre.
- ④ J'emploie des salariés : ce sont majoritairement des femmes qui ont suivi une formation initiale Métiers du livre. J'ai également recours à l'apprentissage.
- ④ Je dispose d'un outil propriétaire d'aide à la gestion pour la maison d'édition.
- ④ Je publie des ouvrages jeunesse et romans/nouvelles. Mon rythme éditorial est de 14 titres/an, pour un tirage moyen de 2 125 exemplaires par titre. Mon catalogue de 441 titres se décline en 10 collections ; 45 titres sont des traductions. J'achète régulièrement des droits. Je ne publie pas d'œuvres du domaine public. Je cède régulièrement des droits de publication et quelques rares fois des droits audiovisuels.
- ④ Tous mes ouvrages sont publiés sur support papier et un titre sur deux est converti en livre numérique.
- ④ Je publie 162 auteurs et mes contrats proposent en moyenne 8,8 % de droits d'auteur. Trois fois sur 4, je propose des à-valor. Je perçois des droits Sofia dont je reverse 50 % aux auteurs concernés.
- ④ Ma diffusion et ma distribution sont déléguées : ma mise en place correspond au tiers de mon stock initial, mon réassort à la moitié, et mon taux de retour est de 20 %.
- ④ J'entretiens de très bonnes relations avec la librairie, qui est mon principal canal de vente.
- ④ Je nourris également de très bonnes relations avec mes auteurs, mon imprimeur et les autres structures éditoriales.
- ④ Je possède un site marchand et j'utilise au moins un réseau social pour communiquer.
- ④ Je participe en moyenne à 9 animations en librairie et 8 en bibliothèque chaque année, ainsi qu'à 6 salons où j'invite une dizaine d'auteurs.

Structure éditoriale de la catégorie B

- ☉ Ma maison d'édition réalise un chiffre d'affaires compris entre 75 000 € et 250 000 € ; elle est en activité depuis 13 ans. Ses statuts sont de nature commerciale. Elle n'est rattachée à aucun groupe ou chaîne et je détiens la majorité des parts du capital.
- ☉ 80 % de mon chiffre d'affaires vient de la vente de livres, le reste vient de la cession ou de la vente connexe. Dans cette année 2021 exceptionnelle, sans le soutien des pouvoirs publics, j'obtiens un résultat net de -1,4 %.
- ☉ Je suis un homme. Ma formation initiale vient d'un autre secteur que les Métiers du livre.
- ☉ Je n'emploie pas de salariés. Je n'ai pas recours à l'apprentissage.
- ☉ Je ne dispose pas d'un outil d'aide à la gestion pour la maison d'édition.
- ☉ Je publie des romans et nouvelles. Mon rythme éditorial est de 10 titres annuels pour un tirage moyen de 1 000 exemplaires par titre. Mon catalogue de 130 titres se décline en 5 collections ; 21 titres sont des traductions. Je n'achète pas régulièrement de droits. Je ne publie pas d'œuvres du domaine public. Je cède parfois des droits de publication et quelques rares fois des droits audiovisuels.
- ☉ Tous mes ouvrages sont publiés sur support papier et un titre sur trois est converti en livre numérique.
- ☉ Je publie 83 auteurs et mes contrats proposent en moyenne 9,1 % de droits d'auteur. Une fois sur deux, je propose des à-valoir. Je perçois des droits Sofia dont je reverse 50 % aux auteurs concernés.
- ☉ Ma diffusion et ma distribution sont déléguées : ma mise en place correspond au tiers de mon stock initial, mon réassort au tiers, et mon taux de retour est de 15 %.
- ☉ J'entretiens de très bonnes relations avec la librairie, qui est mon principal canal de vente.
- ☉ Je nourris également de très bonnes relations avec mes auteurs, mon imprimeur et les autres structures éditoriales.
- ☉ Je possède un site marchand et j'utilise au moins un réseau social pour communiquer.
- ☉ Je participe en moyenne à 7 animations en librairie et 4 en bibliothèque chaque année, ainsi qu'à 5 salons où j'invite 5 auteurs.

Structure éditoriale de la catégorie C

- ④ Ma maison d'édition réalise un chiffre d'affaires compris entre 25 000 € et 75 000 € ; elle est en activité depuis 12 ans. Les statuts sont de nature commerciale. Elle n'est rattachée à aucun groupe ou chaîne et je détiens la majorité des parts du capital.
- ④ 80 % de mon chiffre d'affaires vient de la vente de livres, le reste vient de la cession de droits ou de prestations. Dans cette année 2021 exceptionnelle, sans le soutien des pouvoirs publics, j'obtiens un résultat net de -4,8 %.
- ④ Je suis un homme. Ma formation initiale vient d'un autre secteur que les Métiers du livre.
- ④ Je n'emploie pas de salariés. Je n'ai pas recours à l'apprentissage.
- ④ Je ne dispose pas d'un outil d'aide à la gestion pour la maison d'édition.
- ④ Je publie des romans et nouvelles. Mon rythme éditorial est en moyenne de 6 titres annuels pour un tirage de 1 000 exemplaires par titre. Mon catalogue de 80 titres se décline en 4 collections ; 13 titres sont des traductions. J'achète peu de droits. Je ne publie pas d'œuvres du domaine public. Je cède rarement des droits.
- ④ Tous mes ouvrages sont publiés sur support papier et un titre sur trois est converti en livre numérique.
- ④ Je publie 39 auteurs et mes contrats proposent en moyenne 9,7 % de droits d'auteur. Une fois sur deux, je propose un à-valoir. Je perçois des droits Sofia dont je reverse 50 % aux auteurs concernés.
- ④ Ma diffusion et ma distribution sont déléguées : ma mise en place correspond au tiers de mon stock initial, mon réassort au cinquième, et mon taux de retour est de 15 %.
- ④ J'entretiens de très bonnes relations avec la librairie, qui est mon principal canal de vente.
- ④ Je nourris également de très bonnes relations avec mes auteurs, mon imprimeur et les autres structures éditoriales.
- ④ Je possède un site marchand et j'utilise au moins un réseau social pour communiquer.
- ④ Je participe en moyenne à environ 5 animations en librairie et 3 en bibliothèque chaque année, ainsi qu'à 5 salons où j'invite 3 auteurs.

Structure éditoriale de la catégorie D

- ④ Ma maison d'édition réalise un chiffre d'affaires inférieur à 25 000 € ; elle est en activité depuis 9 ans. Les statuts sont de nature commerciale ou associative à l'équilibre. Elle n'est rattachée à aucun groupe ou chaîne et je détiens la majorité des parts du capital.
- ④ 80 % de mon chiffre d'affaires vient de la vente de livres, le reste vient de prestations. Dans cette année 2021 exceptionnelle, sans le soutien des pouvoirs publics, j'obtiens un résultat net de 9,7 %.
- ④ Je suis une femme. Ma formation initiale vient d'un autre secteur que les Métiers du livre.
- ④ Je n'emploie pas de salariés. Je n'ai pas recours à l'apprentissage.
- ④ Je ne dispose pas d'un outil d'aide à la gestion pour la maison d'édition.
- ④ Je publie des romans et nouvelles, et de la poésie. Mon rythme éditorial est de 3 titres annuels pour un tirage de 500 exemplaires par titre. Mon catalogue de 30 titres se décline en 3 collections ; 6 titres sont des traductions. Je n'achète pas régulièrement de droits. Un titre sur deux est issu du domaine public. Je ne cède pratiquement jamais de droits.
- ④ Tous mes ouvrages sont publiés sur support papier et un titre sur trois est converti en livre numérique.
- ④ Je publie 19 auteurs et mes contrats proposent en moyenne 12 % de droits d'auteur. Moins d'une fois sur deux, je propose un à-valoir. Je ne perçois pas de droits Sofia.
- ④ Ma diffusion et ma distribution sont internalisées : ma mise en place correspond au quart de mon stock initial, mon réassort au dixième, et mon taux de retour est de 5 %.
- ④ J'entretiens de très bonnes relations avec la librairie, qui est mon principal canal de vente.
- ④ Je nourris également de très bonnes relations avec mes auteurs, mon imprimeur et les autres structures éditoriales.
- ④ Je possède un site marchand et j'utilise au moins un réseau social pour communiquer.
- ④ Je participe en moyenne à environ 3 animations en librairie et 2 en bibliothèque chaque année, ainsi qu'à 4 salons où j'invite 2 auteurs.

PREMIÈRES OBSERVATIONS

Avec 11,5 % du CA du marché de l'édition, 20 % de l'emploi, 30 % des nouveautés et de la production nationale disponible les éditeurs indépendants jouent leur rôle de découvreurs de talents, d'innovation, de passeurs, et ce, malgré la difficulté à vendre et faire connaître leur production, une très faible rentabilité et des charges de fonctionnement importantes.

Si les relations avec les différents points de vente sont globalement très bonnes, dès que les taux de mise en place et réassort sont questionnés, la réalité exprimée par le panel apparaît tout autre : jugés trop faibles, ils rendent difficile un équilibre financier par titre.

Pourtant, dans ce panel, certains éditeurs parviennent à trouver un équilibre, essentiellement par un travail de terrain, des outils de suivi, des catalogues resserrés, une maîtrise de leur diffusion distribution, un fort niveau de communication auprès des points de vente et un travail important en cession de droits, clarifiant d'autant les pistes à travailler :

En termes de production, l'analyse des différents dispositifs d'aide démontre un soutien important des instances publiques :

- dispositifs proposés par les Conseils régionaux,
- possibilité pour des collectivités territoriales de réaliser des préachats d'ouvrages (marginal),
- assouplissement des critères d'éligibilité (CA et réseaux de diffusion) aux aides à la publication et à la traduction par le CNL ; ces aides permettent de soutenir de nombreuses publications, quelle que soit la taille des éditeurs.

Ces dispositifs apparaissent efficaces, connus et opérationnels, bien que parfois lourds dans leur mobilisation.

Pourtant, les résultats obtenus à travers les différentes projections – avec toutes les réserves émises quant à la représentativité du panel – soulignent encore une fois ce grand écart entre part de la production nationale des éditeurs indépendants et part du CA national qui en découle. Ces résultats devraient en toute logique inciter à un resserrement des tirages moyen, que rendrait possible l'impression à la demande si celle-ci n'était pas aussi onéreuse.

En termes économiques, la capacité d'investissement questionne. Avec des niveaux de rentabilité souvent négatifs hors subvention, difficile de développer des outils de suivi de l'activité ou d'investir dans du matériel. Il semble à cet endroit y avoir un angle mort dont certaines instances pourraient peut-être s'emparer, en effet miroir des aides pour la librairie qui soutiennent le développement d'outil de gestion, investissement en matériel informatique ou développement de site de vente en ligne (part importante du CA des éditions indépendantes selon l'étude). Le CNL pourrait soutenir les éditeurs A et B – qui correspondent mieux à ses critères – et participer aux côtés des Régions ou des DRAC au développement de dispositifs à destination des éditeurs. Et pourquoi pas faciliter l'accès à des crédits à taux 0 % pour les structures éditoriales de plus petites tailles : le CNL le permet déjà pour les structures réalisant au moins 100 k€ de CA, une simple révision des seuils permettrait à d'autres structures d'y prétendre.

La question de la diversification des sources de revenus est également posée, notamment celle des cessions de droits ; un vaste plan de formation pour les éditeurs pourrait leur permettre de mieux se positionner sur ces marchés.

En termes de commercialisation, le défi relève aussi bien

- de la qualité des productions, dont seuls les points de vente et les lecteurs sont juges,
- de la relation nouée par l'éditeur avec les points de vente, qui nécessite un vrai travail de terrain en amont, en aval et pendant la commercialisation d'un titre,
- d'une politique commerciale différenciée et soutenue – il est difficile de séduire les points de vente avec des conditions commerciales moins avantageuses que celles des grands groupes,
- d'outils de communication régulièrement enrichis, adaptés et personnalisés à destination de ses clients et de ses lecteurs.

En termes de relations interprofessionnelles, les réseaux de médiathèques apparaissent les plus éloignés de l'édition indépendante. Des opérations d'envoi de catalogue par des groupements d'éditeurs se pratiquent, des projets naissent sur certains territoires pour tenter un rapprochement à travers des actions d'animation conjointes, de présentation de catalogue, de temps d'échange. Cette relation aux réseaux des médiathèques devrait être accompagnée par une action pédagogique envers les services des marchés des collectivités.

CONCLUSION

À l'aune de tous ces éléments, apparaît une profession bien plus structurée que d'aucuns pourraient le croire, forte d'une grande diversité, lucide sur les enjeux colossaux auxquels la concentration de la chaîne du livre comme la surproduction les exposent, consciente de ses difficultés économiques. Si les écarts entre structures d'un bout à l'autre du spectre économique que nous avons identifié (nos catégories A à D) ne peuvent être effacés ou minimisés, et sont même parfois revendiqués, ils révèlent la nécessité de mieux se connaître et mieux se regrouper, afin de développer des modèles adaptés à leurs besoins et aux nouveaux enjeux écologiques, dont ces structures sont souvent les chefs de file.

De cette étude, menée dans les conditions exposées en introduction, la Fédération des éditions indépendantes tire de précieux enseignements. Parmi eux, le poids significatif de l'édition indépendante dans la production nationale et l'écosystème du livre en France, la nécessité de renforcer les liens avec certains partenaires mais aussi la difficulté à mobiliser les actrices et acteurs concernant la transmission d'éléments essentiels à une analyse irréfutable.

D'ores et déjà, dans une perspective post-assises 2023, plusieurs actions à mener par la Fédération se profilent.

À destination des éditeurs :

- ✓ La conception de modules d'information/formation concernant le rôle de la Sofia au service des auteurs, et la façon dont elle nous oblige dans ce process vertueux.
- ✓ La conception de modules d'information/formation concernant l'achat et la cession de droits, les rendez-vous incontournables, les bonnes pratiques...
- ✓ Une meilleure connaissance des prérequis en bibliothèque et l'élaboration d'une "stratégie de conquête" : la communication, les intermédiaires ...

Et point fort de notre feuille de route :

- ✓ La création d'un observatoire, empruntant au modèle de celui de la librairie créé et piloté par le Syndicat de la librairie française¹², afin de répondre à l'impérieuse nécessité d'une vision précise et régulièrement actualisée de l'économie des maisons d'édition indépendantes.

Rendez-vous aux prochaines assises pour mesurer ensemble le chemin qui aura été parcouru !

¹² <https://www.syndicat-librairie.fr/nos-actions/proposer-aux-libraires-un-observatoire-de-la-librairie>

BIBLIOGRAPHIE ET SITOGRAPHIE

Quelques études et travaux portant sur l'édition française réalisées ces dernières années :

Les Chiffres de l'édition 2021-2022, publication annuelle du Syndicat national de l'édition
(<https://www.sne.fr/economie/chiffres-cles/>)

Le livre en Occitanie, Chiffres clés 2021, Occitanie livre et lecture (tous les 2 ans, en année impair)

Les chiffres clés du livre en PACA, 2017-2019, ArL Provence-Alpes-Côte d'Azur, 2020

Assises du livre numérique, SNE, 2020

Le Baromètre régional de l'économie du livre, données 2017, Agence du livre Auvergne Rhône-Alpes, 2020

Les chiffres clés du livre en PACA, 2016-2017, ArL Provence-Alpes-Côte d'Azur, 2018

Chiffres clés du secteur du livre 2015-2016, Direction générale des Médias et des Industries culturelles, 2017

Cartographie des métiers de l'édition, SNE, 2017

Chiffres clés du secteur du livre 2014-2015, Direction générale des Médias et des Industries culturelles, 2016

Éditeurs indépendants d'Île-de-France, Le Motif, mai 2015

Fondamentaux et mutations du secteur de l'édition : les ressorts de l'économie de la création, SNE, 2015

Observatoire du dépôt légal : reflet de l'édition contemporaine, BNF, 2015

Éditeur et numérique en PACA, 2013-2014, ArL Provence-Alpes-Côte d'Azur, décembre 2015

Baromètre régional de l'économie du livre 2016, données 2014, ARALD

Enquête Édition et numérique en Rhône-Alpes, ARALD, 2014

Les modèles économiques de l'édition de livre accessible, ministère de la Culture, 2014

Le secteur du livre : chiffre clés 2013-2014, Direction générale des Médias et des Industries culturelles, 2015

Le cabinet GFK publie régulièrement des chiffres sur l'édition :

https://www.gfk.com/fr/insights?industries3=industriesM%C3%A9dias+et+divertissement&sort=-publication_display_date&searchInput=&page=2

"L'édition française en quelques chiffres", Sophie Kloetzli, Actualitté.com, juin 2016
<https://actualitte.com/article/33148/archives/l-edition-francaise-en-chiffres>

"Le champ de l'édition indépendante critique", Sophie Noël, in *L'édition indépendante critique : engagements politiques et intellectuels*, chap. 3, Esssib, Lyon, 2012

Regards sur l'édition, Vol. 1 & 2, Bertrand Legendre, ministère de la Culture - DEPS, 2007

Regards sur les petits éditeurs, Bertrand Legendre, DEPS, avril 2007

Les associations constitutives de la Fédération des éditions indépendantes :



Éditeurs du Sud
editeursdusud.com



Jedi SUD
jedipaca.unblog.fr



COLLECTIF d'ÉDITEURS en PAYS de LA LOIRE

Collectif d'Éditeurs
en Pays de la Loire
coll-libris-paysdelaloire.fr



ÉDITEURS
HAUTS-DE-FRANCE

Association des éditeurs
des Hauts-de-France
associationdesediteurs.com



ÉDITIONS INDÉPENDANTES EN RHÔNE-ALPES ET AUVERGNE

Éditions Indépendantes
Rhône-Alpes & Auvergne
editions-independantes.org



Association des Éditeurs de Nouvelle-Aquitaine

Association des Éditeurs
de Nouvelle-Aquitaine
facebook.com/assoaena



La Fabrique Ô livres
(Normandie)
lafabriqueolivres.fr



Éditeurs de la Région
Occitanie
editeursregionoccitanie.fr

Collectif Grand Est

Association des Maisons
d'Édition en Bretagne
helloasso.com/associations/ameb

Éditeurs au Centre



FÉDÉRATION DES
ÉDITIONS
INDÉPENDANTES

15, place du Maréchal-Leclerc
59000 LILLE
contact@fedei.fr
www.fedei.fr

Direction de la publication : Dominique Tourte et Léonor de Nussac
Réalisation de l'étude : DSG Conseil, David Demartis
Coordination : Céline Telliez pour la FEDEI et Olivier Pennaneac'h
pour l'Agence régionale du Livre Provence-Alpes-Côte d'Azur
Conception graphique : Patrick Cova et Valérie Dussart
Relecture : Élise Deblaise
© 2023, Fedei