

LEVENEMENT

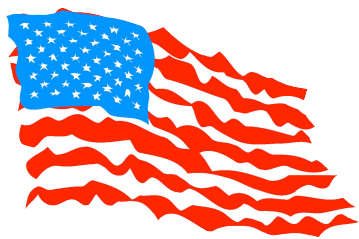
L'édition américaine

Redonnant un peu de tonus au monde américain du livre, BookExpo America a néanmoins accusé, du 29 au 31 mai à New York, une baisse de sa fréquentation. Les éditeurs, durement touchés par la récession, sont convaincus que leur industrie entre dans une nouvelle ère structurée par le numérique. Ils accélèrent la révision de tous les aspects de leur activité et redéploient leurs investissements.

Pour mesurer le traumatisme de l'édition américaine à BookExpo America (BEA), il fallait aller voir le stand du groupe Random House. Un stand? Voire. Le numéro un de la littérature générale occupe un minuscule kiosque d'information, avec deux comptoirs de dédicace. « *De la taille d'une bicyclette* », ironise une agente. Du 29 au 31 mai au centre de congrès de New York, la filiale de Bertelsmann a par ailleurs réservé une salle de réunion au sous-sol – un pis-aller pour accueillir ses clients. Elle n'est pas la seule. Houghton Mifflin Harcourt ou le groupe Macmillan (Farrar, Straus & Giroux; Henry Holt; St Martin's Press...) se sont aussi contentés d'un salon au fond d'un couloir sinistre, quand d'autres sont carrément absents de la grande manifestation professionnelle. Par rapport à sa dernière édition new-yorkaise, il y a deux ans, BEA a perdu 21 % de sa surface d'exposition,



BookExpo America 2009, New York.



en chantier

LES CHIFFRES DE LA CRISE

- 2,8%

La baisse en valeur des ventes de livres en 2008 selon l'association des éditeurs américains (AAP). Le Book Industry Study Group a enregistré + 1 % en valeur, mais - 1,5 % en exemplaires.

- 46,6%

La baisse moyenne de la valeur boursière des seize groupes d'édition et de librairies cotés en 2008, d'après *Publishers Weekly*, alors que le Dow Jones n'a chuté « que » de 33,8 %.

- 5,7%

Le recul du CA de Barnes & Noble, la première chaîne de librairies, au 1^{er} trimestre 2009. Books-A-Million : - 1,1 % ; Borders : - 12 %.

1200

Les licenciements dans l'édition en 2008, selon *Publishers Weekly*.

- 21%

La chute de la surface de BookExpo America 2009 par rapport à sa dernière édition à New York, en 2007. Visiteurs : - 11 %, à 29 923.

- 0,5%

Les prévisions 2009 des ventes de livres de *Publishers Weekly*/Institute for Publishing Research. Littérature hardcover : - 6,8 % ; religion : - 7,9 %. Seuls échapperaient au recul l'universitaire et le professionnel, les tests scolaires et les e-books.

- 11%

La baisse du nombre d'adhérents à l'ABA, l'association des libraires américains, avec 1 880 librairies en avril 2009, contre 2 117 un an plus tôt.

F. P.

et 11 % de visiteurs. Maigre consolation : la fréquentation a augmenté de 30 % par rapport à l'an dernier à Los Angeles. Mais la comparaison est hasardeuse avec une foire qui se tenait à 5 000 km de la place forte de l'édition américaine.

Une année d'anthologie. Un grand nombre d'éditeurs jouent pourtant le jeu de BEA qui reste « un lieu très important de rencontre avec les libraires », comme le rappelle David Steinberger, P-DG de Perseus. Son groupe, 8^e dans l'édition de littérature générale aux Etats-Unis et leader dans la distribution des éditeurs indépendants avec ses filiales Perseus Distribution, Publishers Group West et Consortium, se retrouve avec le plus gros stand. Hachette Book Group USA n'a rien changé non plus. « Le public apprécie que nous ayons un grand stand où l'on peut se rencontrer », souligne le P-DG, David Young. La filiale américaine d'Hachette Livre a réalisé en 2008 une année d'anthologie et affiche sur les quatre premiers mois de 2009 une croissance de... 50 % à un an d'intervalle. « Notre grande chance est d'avoir publié Stephenie Meyer en pleine crise », se félicite le P-DG du groupe mondial, Arnaud Nourry, en visite à BEA.

De fait, dans les allées finalement plutôt animées de la foire, le climat est plutôt à l'optimisme et à l'« énergie », le mot clé de cette édition 2009, qui en a bien besoin. Les éditeurs sont confrontés à un gros enjeu de redynamisation du marché. « Il y a un an, personne ne prévoyait de telles difficultés », rappelle Oren Teicher, le nouveau directeur général de l'ABA, l'association des libraires américains, et la période de Noël a été la pire que nous ayons jamais connue. » Oscillant de + 1 %, selon le Book Industry Study Group, à - 2,8 %, selon l'association des éditeurs américains (AAP), en passant par - 0,5 %, selon l'US Census Bureau, le bilan des ventes de livres en 2008 est jugé mauvais par tous. Sur le segment de la littérature adulte grand format (« hardcover »), le recul tourne autour de 10 %, et les prévisions 2009 sont à peine meilleures (voir ci-contre).

« La situation est plus difficile que jamais »,

admet le P-DG de Chronicle Books, Jack Jensen. Pas encore remis d'avoir dû procéder, en septembre dernier, à des licenciements pour s'adapter à l'évolution du marché, il note que « les difficultés sont liées à la faiblesse du commerce de détail en général, et non du livre en particulier ». « Chaque vente est plus difficile à faire qu'avant, observe de son côté David Steinberger. La fréquentation des librairies chute, les clients rechignent devant les prix, les ventes baissent, les libraires réduisent leur assortiment, et cette mesure fait encore plus baisser les ventes ! » Pour lui aussi, « les problèmes viennent de la situation économique. Ils n'ont rien à voir avec le développement du numérique, qui nous apporte au contraire plus d'outils pour nous rapprocher de nos lecteurs ». De même, la P-DG de Simon & Schuster, Carolyn Reidy, juge la crise conjoncturelle. « Les libraires devraient retrouver leur activité avec la fin de la récession », estime-t-elle.

Les indépendants préservés. Si les mé- ventes touchent l'ensemble du secteur, les maisons indépendantes apparaissent moins affectées que les grands groupes. « Nous sommes plus flexibles », souligne le P-DG de Grove/Atlantic, Morgan Entekin, qui se flatte de n'avoir licencié personne, se contentant d'être plus prudent

sur les avances sur droits et de réduire certains coûts. Nous tenons parce que nous ne sommes pas trop gros, que nous ne versons pas trop d'à-valoir, que nous faisons la moitié de notre CA avec le fonds et que la maison nous appartient à nous, et non à des investisseurs qui en attendraient un gros rendement financier. » En mars dernier, notre confrère *Publishers Weekly* citait les cas d'une dizaine de maisons dont l'activité avait progressé au cours des deux dernières années de 9 à plus de 300 %, telles Turner, Tantor, Greenleaf, Peace Hill ou encore Square One.

Tout en procédant fin 2008 à des licenciements massifs (au moins 1 200 postes, d'après l'estimation de *Publishers Weekly*), les éditeurs ont multiplié les mesures d'économie. De grands groupes comme HarperCollins ou Penguin ont renoncé à distribuer des ca- >>>

« Les difficultés sont liées à la faiblesse du commerce de détail en général, et non du livre en particulier. »



Le mini-stand du méga-éditeur Random House.

EVENEMENT

L'édition américaine en chantier

« SANS L'ACCORD AVEC GOOGLE, L'ÉDITION COURT AU DÉSASTRE »

Trois questions au P-DG de Macmillan, John Sargent.

La décision de la justice américaine de reporter à la rentrée la validation de l'accord sur les droits d'auteurs conclu par Google avec les auteurs et les éditeurs (1), inquiète ces derniers. Résultant la position de ses confrères, John Sargent, P-DG de Macmillan (Farrar, Straus & Giroux; Henry Holt; St Martin's Press; etc.), branche américaine du groupe allemand Holtzbrinck, juge cet accord « vital ».

Pourquoi soutenez-vous autant l'accord avec Google ? Sans lui, Google et les grandes bibliothèques partnaires disposeront de toutes les copies numériques de nos livres sans qu'il y ait les moindres règles sur leur utilisation. Nous pouvons certes poursuivre les procédures engagées. Mais, en attendant que la justice tranche, ce qui

F. PAUL/CH



John Sargent.

peut prendre au moins six ans, ils pourront faire ce qu'ils veulent. Les étudiants auront accès à 11 millions de documents sans aucun contrôle. L'accord n'est certes pas parfait mais, sans lui, l'édition aux Etats-Unis comme en France et en Europe court au désastre.

N'y a-t-il pas un risque de monopole de Google, comme le relèvent ses détracteurs ? Ceux-là sont en fait ceux qui défendent le tout gratuit. Or dès lors que notre matériel est aisément piratable, et que

Google, Amazon ou Microsoft mettent en ligne tout ce qui est dans le domaine public, les gens s'habituent au gratuit. C'est très dangereux. Il faut absolument que se développent aussi en ligne des modèles payants si on ne veut pas que notre marché disparaisse comme celui de la musique.

Que vous inspire la réticence des éditeurs européens ?

Nous n'avons pas fait assez d'efforts pour les convaincre. Il est vrai que, fondé sur la « class action », l'accord est difficile à comprendre en Europe où elle n'existe pas juridiquement. Mais il est vital, y compris pour les éditeurs européens, dont je crains qu'ils ne mesurent pas leur degré d'exposition au piratage à travers leurs fonds numérisés dans les bibliothèques.

PROPOS RECUEILLIS PAR F. P.

(1) Voir notre analyse pp. 53-55.

» catalogues à BEA, préférant orienter leurs clients sur un site Internet. « Nous avons passé en revue tous nos coûts, reconnaît Carolyn Reidy chez Simon & Schuster. Nous avons supprimé des millions de dollars de dépenses dans la production, la vente, la manière de faire les livres, les catalogues... et nous avons légèrement reporté l'ouverture d'une filiale en Inde. Mais, précise-t-elle, nous n'avons reporté aucun investissement numérique, car rien n'arrêtera une évolution pour laquelle il faut se tenir prêts. »

Les mesures d'économie des éditeurs américains sont ainsi conçues comme un instrument de réorientation des investissements vers le numérique.

« Toute notre activité – le rôle des représentants, les catalogues, les salons, etc. – doit être réexaminée à la lumière de cette mutation de l'édition », plaide John Sargent, le P-DG du groupe Macmillan, filiale américaine de l'allemand Holtzbrinck.

Le numérique est d'abord, via Internet, un vecteur de promotion des livres indispensable alors que « l'effondrement de la presse de critique littéraire est pour nous une catastrophe et un défi », insiste Morgan Entrekin, de Grove/Atlantic. Perseus « pousse ses livres à tous les niveaux en s'intégrant à des réseaux de dialogue », dit David Steinberger, qui cite l'exemple du journal d'un témoin de la crise de 1929 publié en feuilleton sur le site Slate, qui paraîtra à l'automne sur papier en s'appuyant sur les nombreuses réactions suscitées en ligne. « Nous partons des pratiques des lecteurs plutôt que de rester dans notre tour d'ivoire », dit-il encore.

« Une dizaine d'années d'instabilité. »

Les éditeurs américains admettent que beaucoup d'inconnues subsistent. L'émergence des nouveaux « readers », en pleine évolution, laisse augurer « une dizaine d'années d'instabilité », selon John Sargent chez Macmillan. Mais chez Grove/Atlantic, Morgan Entrekin voit le marché du e-book « doubler chaque trimestre », pour atteindre probablement 1 % de son chiffre d'affaires à la fin de l'année. David Young pronostique que « les ventes d'e-books d'Hachette seront à 2 ou 3 % de [leur] chiffre d'affaires en fin d'année, contre moins de 1 % il y a un an ». Carolyn Reidy, qui a d'abord pensé que le marché du livre numérique progresserait lentement, est maintenant convaincue qu'il représentera pour Simon & Schuster, « d'ici à cinq ans, 25 % du chiffre d'affaires ». Pour cela « tous nos livres sont numérisés et nous nous sommes donné des capacités de marketing numérique et la possibilité technique de présenter nos livres chez tous les types de détaillants numériques ».

D'autres sont plus prudents. « Même avec la migration inexorable vers le numérique, il y a une réelle demande de livres, en particulier en jeunesse, où nous enregistrons une pro-



UN DÉFI POUR LES FRANÇAIS

Un quart des éditeurs américains francophones ont été licenciés par leur employeur.

L'élégance du hérisson campe fièrement au 17^e rang des meilleures ventes de livres brochés dans le palmarès du *New York Times* du 31 mai. Le succès du roman de Muriel Barbery, traduit chez Europa, est plutôt réjouissant, car le livre français n'est pas franchement à la fête aux Etats-Unis. Dans l'édition américaine, seules trente personnes « n'ont pas peur de recevoir un livre en français », décrit avec humour Lucinda Karter, la directrice de l'agence du Bureau international du livre français (Bief) à New York, et une quinzaine lisent vraiment le français. Or un quart de ceux-ci ont été licenciés à la

faveur de la récession. Parallèlement, le niveau des à-valoir baisse. Une part croissante des contrats signés par le Bief ne porte que sur des nouvelles ou des extraits pour des anthologies. Beaucoup d'éditeurs du centre et de l'ouest des Etats-Unis ne sont pas venus à BEA cette année : « Nous avons eu moins de rendez-vous », regrette Lucinda Karter. L'agence a pourtant développé son activité en 2008 avec 44 contrats, dont les deux derniers romans d'Atiq Rahimi (*The Other Press*) et *Zone*, de Mathias Enard (*Open Letter*). Elle vient aussi de conclure avec HarperCollins un bel accord pour l'au-

tobiographie spirituelle du dalai-lama (Presses de la Renaissance).

La petite trentaine d'éditeurs et de responsables des droits français qui se sont déplacés à New York sont pourtant plutôt contents de leurs contacts, « surtout en jeunesse », note Christine Karavias, responsable du stand du Bief. « Les grands projets mettent un peu plus de temps à se concrétiser, mais il n'y a pas d'effondrement », se félicite Jean-François Richez (Larousse). Pour Solène Chabanais (Albin Michel), « il est important d'aller à BEA car depuis la récession les Américains viennent moins à Londres et à Francfort ». F. P.

gression à deux chiffres depuis plusieurs années », note Jack Jensen, pas convaincu que les ouvrages de Chronicle, essentiellement illustrés, feront l'objet d'un transfert rapide sur des lecteurs comme le Kindle d'Amazon. Mais lui aussi s'est donné les moyens de répondre à toute demande en numérisant l'ensemble des processus éditoriaux. « *Nous sommes prêts* », souligne-t-il. Les grossistes, qui jouent un rôle majeur sur l'immense marché américain, ne sont pas en reste. Ingram vient d'intégrer sa nouvelle activité de distribution numérique Ingram Digital au sein d'un pôle qui comprend sa société d'impression à la demande Lightning Source. Baker & Taylor vient de signer coup sur coup, fin mai, un accord de partenariat pour la distribution numérique avec OverDrive et un accord pour l'impression à la demande avec Donnelley.

S'adapter. Les libraires s'efforcent de même de s'adapter. L'ABA continue d'aider les libraires à construire leur site de vente en ligne à partir d'une plateforme commune développée dans le cadre du programme « Indiebound », qui a remplacé « Booksense » il y a un an (1). Surtout, avec les outils de communication d'Indiebound, elle accompagne une évolution du profil des librairies. « *Alors qu'il y a eu par le passé une tendance à la spécialisation, liée aux difficultés à se procurer des titres pointus, Internet a changé la donne, et la plupart des 75 nouvelles librairies qui ont ouvert l'an dernier sont généralistes* », note Oren Teicher. Pour le directeur général de l'ABA, dans le contexte numérique, « *une bonne librairie est à la fois une event bookstore et un community center* », c'est-à-dire un lieu d'animation profondément inséré dans sa zone de chalandise.

La récession économique aussi bien que les transformations dans les stratégies des acteurs du monde du livre conduisent également Reed-Expo, l'organisateur de BEA, à en revoir le concept dans le sens d'un événement « *plus concentré et plus actif* » autour des livres et des auteurs, indique son directeur, Lance Fensterman. Déjà, cette année, BEA a accueilli pour la première fois, au sein même de l'espace d'exposition, deux « Forums des auteurs » qui ont rencontré un vif succès, avec des conférences, des débats, des présentations de livres. « *L'an prochain, nous en ferons plus* », annonce Lance Fensterman, qui a aussi prévu d'aménager au cœur de la foire un grand centre consacré aux médias.

Surtout, pour accompagner les efforts de rationalisation des éditeurs, la manifestation traditionnellement itinérante sera sédentarisée à New York, au moins jusqu'en 2012, et organisée sur trois jours ouvrables, un choix que les Français aussi accueillent favorablement. Sa prochaine édition est prévue du mardi 25 mai au jeudi 27 mai 2010. Des conférences occuperont le premier jour, où le hall d'exposition n'ouvrira que de 16 heures à 18 heures avant de fonctionner à plein les deux jours suivants.

DE NEW YORK, FABRICE PIAULT

(1) LH 737, du 6.6.2009, pp. 6-9.

PROGRAMMES. Ted Kennedy, James Patterson et une kyrielle de gros vendeurs figurent dans le solide menu de fin d'année des éditeurs.

Rayon blockbusters

Les éditeurs américains ont mobilisé un bataillon de poids lourds de la littérature pour tenter de relever l'activité en fin d'année. Hachette Book Group lance en septembre un nouveau « blockbuster » de James Patterson sur Toutankhamon, *The Murder of King Tut* (Little, Brown),

James Patterson signe à BEA.



John Irving en vedette sur le « Forum des auteurs ».

Toute l'attention se porte sur *The Magician's Elephant*, de Kate DiCamillo, qui sera lancé à 500 000 exemplaires chez Candlewick.

suivi plus tard dans la saison de titres de sa série *Alex Cross*. Dans le peloton, Stephen King (Scribner, novembre), Patricia Cornwell (Putnam, octobre), Harlan Coben (Delacorte, octobre), Ruth Rendell (Scribner, octobre), Robert Harris (Simon & Schuster, novembre), James Ellroy (Knopf, septembre), Michael Connelly (Little, Brown, octobre), Deon Meyer (Atlantic Monthly, septembre), Martin Cruz Smith (Simon & Schuster, décembre), John Saul (Ballantine, octobre), David Baldacci (Grand Central, novembre), Sue Grafton (Putnam, décembre), avant Robert Ludlum (Grand Central, janvier).

Dans une veine plus littéraire, on attend Paul Auster (*Invisible*, Henry Holt, octobre), John Irving (Random House, novembre), Pat Conroy (Nan A. Talese, septembre), Thomas Pynchon (Penguin, août), Nick Hornby (Riverhead, septembre), Margaret Atwood (Doubleday/Talese, septembre), Jonathan Safran Foer (Little, Brown, novembre) ou E.L. Doctorow (Random House, septembre) et la compilation de cinq nouvelles de Wil-

liam Styron (*The Suicide Run*, Random House, octobre). A noter aussi, un dernier volume de correspondance du « Gonzo journalist » Hunter S. Thompson (Simon & Schuster, octobre) et un recueil de textes (1954-2008) de Nadine Gordimer (Norton, décembre).

En « non-fiction », Edward « Ted » Kennedy, patriarche du clan éponyme, dominera avec ses *Mémoires*, le 6 octobre chez Twelve, une marque d'Hachette. La récession suscite une analyse du prix Nobel Joseph E. Stiglitz (Norton, janvier) et un livre d'Alan « Ace » Greenberg sur la crise du crédit (*The Rise and Fall of Bear Stearns* (Simon & Schuster, octobre). Le patron de Forbes Media, Steve Forbes, explique *How Capitalism Will Save Us* (Crown, octobre). Le journaliste du *Wall Street Journal* David Wessel publie *In FED We Trust*, sur le rôle de la réserve fédérale américaine (Crown, octobre), Mary Buffett et David Clark livrent *Warren Buffett's Management Secrets* (Scribner, novembre). A noter aussi une biographie de l'entrepreneur et maire de New York Mike Bloomberg (Public Affairs, septembre).

Parmi les documents, on relève aussi un *Mandela's Way*, du journaliste de Time Richard Stengel (Crown, octobre), une biographie de Clint Eastwood, par l'expert du *New York Times* Marc Eliot (Harmony, septembre), des *Mémoires de la tenniswoman Serena Williams* (Grand Central, septembre), sans oublier *Where Men Win Glory*, le nouveau livre de Jon Krakauer (*Into the Wild*) sur le parcours d'un militaire américain mort en Afghanistan (Doubleday, septembre).

La Genèse selon Crumb. En BD, la Genèse illustrée (*The Book of Genesis illustrated*) par Robert Crumb (Norton) est attendue avec gourmandise dans les milieux post-underground pour octobre, où il est aussi annoncé en France (Denoël). En jeunesse, toute l'attention se porte sur *The Magician's Elephant*, de Kate DiCamillo, qui sera lancé à 500 000 exemplaires (Candlewick), et sur *Catching Fire*, de Suzanne Collins (Scholastic, septembre, 250 000 exemplaires). A la recherche du Harry Potter perdu.

F. P.