

Livres Hebdo numéro : 0715
Date : 04/01/2008
Rubrique : édition
Auteur : Hervé Hugueny
Titre : Vers la fin du Quid ?

Vers la fin du Quid ?

ENCYCLOPÉDIE. Robert Laffont n'a pas souhaité renouveler son contrat avec la Société des encyclopédies Quid. Les auteurs cherchent un nouvel éditeur.

En mai dernier, Fabrice Frémy, gérant du *Quid*, indiquait simplement être à la recherche d'une « nouvelle formule, plutôt autour de produits spécialisés et approfondis sur différents thèmes », sans rien laisser filtrer de la préparation de l'édition 2008 de l'ouvrage qu'il dirige. En fait, son sort était déjà réglé, la rupture avec Robert Laffont étant consommée et le procès entre les deux anciens partenaires engagé. La non-parution du millésime 2008 a depuis été interprétée comme la fin du *Quid*, nouvelle victime d'Internet dans l'édition de référence, après la disparition des encyclopédies en plusieurs volumes, à la charnière des années 2000.

L'ouvrage qui promet « tout sur tout, tout de suite » souffre assurément de la concurrence d'Internet. Mais les causes les plus immédiates de l'interruption d'une histoire démarrée en 1963 viennent aussi de la mésentente entre les deux partenaires qui s'en partageaient la réalisation jusqu'à maintenant. La rédaction et la mise à jour du contenu étaient assurées par la Société des encyclopédies Quid, créée par Dominique et Michèle Frémy, les concepteurs de l'ouvrage auxquels leur fils Fabrice a succédé. Robert Laffont se chargeait de l'édition, de l'impression et de la promotion de l'encyclopédie depuis 1975.

Impossibilité de couvrir l'avance. « Robert Laffont n'a pas respecté les termes du contrat, qui prévoyait un préavis de trois ans en cas de rupture. C'est la raison pour laquelle nous avons déposé une assignation à la fin du printemps, explique Fabrice Frémy. De plus, l'éditeur n'a pas réalisé le plan média prévu pour la dernière édition, sans nous en avertir, ce qui a accéléré la chute des ventes. Nous nous sommes trouvés dans une situation impossible dès le début de l'année 2007. »

« Nous avons toujours été très loyaux avec les responsables du Quid, affirme en revanche le P-DG de Robert Laffont. Nous avions un contrat de cinq ans, que j'avais moi-même renouvelé à mon arrivée, et dont l'échéance arrivait fin 2006 à la parution du Quid 2007. Il ne prévoyait ni préavis en cas de non-renouvellement, ni reconduction tacite. Un an avant la fin de ce contrat, j'ai demandé à la famille Frémy d'en revoir les conditions : les ventes avaient chuté de 150 000 exemplaires en cinq ans, nous ne pouvions plus continuer avec les clauses de 2002. Nous n'avons pas trouvé d'accord », regrette Leonello Brandolini. D'évidence, la négociation a coïncé sur le montant des à-valoir versés à Quid, qui serait resté constant en dépit du recul des ventes, allant jusqu'à représenter près de 25 % du chiffre d'affaires. Un montant qui pesait de plus en plus sur les comptes de Robert Laffont, incapable de couvrir son avance. L'éditeur déclarait sur son bilan 2005 quelque 4 millions d'euros de volume d'affaires en prix public pour le Quid, contre 5,2 millions d'euros en 2004.

La rupture avec Laffont et la non-parution du millésime 2008 a privé Quid de la quasi-totalité de ses recettes. Pour parer au plus pressé, Fabrice Frémy a ouvert Quid.fr en accès libre, pour favoriser le trafic et les recettes publicitaires du site. La publicité via Google avait déjà rapporté plus de 51 000 euros en 2006, en hausse de 117 % par rapport à 2005. En supposant qu'elles continuent sur le même rythme, Quid n'atteindrait au mieux que 10 % de ses recettes antérieures.

Un potentiel solide. « J'ai dû licencier une grande partie de l'équipe, déménager nos bureaux, trouver un entrepôt pour notre documentation, qui compte environ 200 000 ouvrages », explique Fabrice Frémy. L'entreprise se trouvait auparavant rue de l'Université, sur un plateau de 800 m². Elle employait une douzaine de permanents, s'étoffait jusqu'à 25 collaborateurs à l'approche du bouclage, et travaillait avec un réseau de 10 000 à 12 000 informateurs. Toute l'économie de cette organisation repose sur un travail fourni par des salariés, modèle très déstabilisé par l'univers étrange de la gratuité et du bénévolat propre à Wikipédia...

Même avec des ventes en érosion constante, tombées à 100 000 exemplaires environ en librairie, et à 20 000 exemplaires en clubs, selon les deux ex-partenaires, le *Quid* reste une marque forte qui dispose encore d'un potentiel intéressant : il génère à lui seul autant de chiffre d'affaires qu'une petite maison d'édition. « Il est possible de trouver de nombreuses déclinaisons thématiques »,

assure Fabrice Frémy, qui cherche maintenant un autre partenaire, et a bon espoir de relancer une nouvelle édition en 2008-2009. H. H.