

Dur, dur, l'édition de nos jours

Livres Témoignage d'un éditeur liégeois professionnel, Edi-pro, dans un secteur en difficulté.

Edi.pro, maison d'édition indépendante fondée en 1998 par Luca Venanzi et la Chambre de commerce et d'industrie de Liège, sait quelles stratégies adopter pour s'imposer et faire face aux difficultés du secteur. *"Près de 1500 livres en français sortent tous les mois en librairie"* énonce Luca Venanzi, administrateur-délégué d'Edi.pro. C'est pourquoi celui-ci a fait le choix dès le début de se positionner dans une niche pointue et peu occupée jusqu'alors, celle des ouvrages pratiques et concrets s'adressant aux entreprises, aux professions libérales et aux étudiants. Aujourd'hui, Edi.pro compte plus de 200 auteurs et propose des ouvrages répartis en seize collections, essentiellement distribués dans les pays francophones.

Le métier d'éditeur de nos jours

Travail de prospection, sélection, correction, mise en page, publication, le métier d'éditeur se compose de plusieurs facettes. Avec une niche définie, l'éditeur tente de sélectionner les ma-

nuscrits qui correspondent le mieux aux attentes des lecteurs selon les tendances ou l'actualité. Par ailleurs, afin de garantir des ouvrages pertinents, Edi.pro fait le choix de publier des auteurs qui sont tous actifs et experts dans leur domaine, et reconnus par leurs pairs (avocat, fiscalistes, comptables, ingénieurs, architectes,...).

Si l'éditeur publie environ 35 ouvrages par an à raison d'un ouvrage par semaine, Luca Venanzi confie néanmoins vendre de moins en moins en librairie. *"À présent, nous ne pouvons plus attendre que les lecteurs viennent vers nous, nous devons aller les trouver là où ils sont : dans les salons, sur les réseaux sociaux, dans les espaces de co-working, etc. C'est un gros changement. En outre, le public a maintenant l'habitude de recevoir l'information gratuitement, donc nous devons vraiment nous efforcer d'apporter une haute valeur ajoutée."*

Avec 70 % des livres "papier" vendus en Belgique et 30 % à l'exportation, Edi.pro a pour ambition d'amplifier ses ventes en ligne, de développer des e-books (un tiers des ouvrages actuellement) ou encore d'assurer une présence proactive sur les réseaux sociaux et aux grands événements du secteur (foires, salons...), etc. Pour 2016, 25 projets d'ouvrages sont déjà en cours.

A.Q.