

« Chaque auteur est libre d'aller voir un autre éditeur »

ENTRETIEN

A lors que s'ouvre la Foire du livre de Francfort (Allemagne), mercredi 10 octobre, Arnaud Nourry, PDG d'Hachette Livre, analyse les grands enjeux du secteur de l'édition. Circonspect quant à la croissance du livre numérique en France, il estime que l'autoédition n'est en rien une menace et que la rémunération des auteurs ne peut s'effectuer qu'au cas par cas. M. Nourry envisage aussi d'importantes acquisitions d'éditeurs de langue anglaise.

Le jury du Renaudot a-t-il eu raison de présélectionner au premier tour le livre autoédité de Marco Koskas, non vendu en librairie ?

Je comprends l'émotion des libraires. Ces prix font partie de l'écosystème du livre en France et ont pour vocation de booster la carrière des auteurs sélectionnés ou primés. Qu'un livre autoédité, donc non disponible, sauf en numérique et sur une seule plateforme, soit sélectionné m'a semblé insensé. Au deuxième tour, la raison l'a emporté.

L'autoédition menace-t-elle l'édition ?

Notre métier, c'est le contraire de l'autoédition : lorsque nous refusons énormément de projets, l'autoédition consiste à dire oui à tout le monde. De façon marginale, une poignée de textes émergent dans l'autoédition. Mais leurs auteurs ont besoin de nous pour obtenir l'audience, le prestige, la reconnaissance et l'argent.

L'autoédition consiste, en effet, à lancer des livres à 99 centimes ou 1,99 euro uniquement en format numérique. Même avec 10 000 exemplaires, cela ne pèse rien. Travailler avec un éditeur traditionnel est rapidement plus intéressant. L'autoédition ne constitue pas une menace. C'est une source d'approvisionnement très intéressante. On observe et on récupère.

D'ailleurs, les confrères qui s'étaient lancés dans l'autoédition ont tous arrêté. Celui qui détenait la plate-forme Author Solutions l'a revendue pour une livre symbolique. Il est inutile de faire de la main gauche le contraire de ce qu'on fait de la main droite.

Vous avez dit en février, en Inde : « Le livre numérique est

un produit stupide. » Maintenez-vous cette affirmation ?

Je me suis promis de ne plus employer d'expressions aussi abrasives... j'aurais dû dire : « à faible valeur ajoutée ». Chez les Anglo-Saxons, le livre numérique représente 20 % du marché. Ce n'est ni marginal ni stupide. Simplement, l'e-book est la réplique numérique trop fidèle du livre papier.

Le prix du livre numérique a décroché par rapport à celui du papier dans les pays anglo-saxons. D'abord en 2008 lors de l'apparition des liseuses, puis entre 2011 et 2014, quand la justice américaine a permis de vendre les best-sellers à 99 centimes. Cela a fait décoller le marché, mais les GAFAs [Google, Apple, Facebook et Amazon] allaient détruire l'écosystème. Depuis 2014, le prix des e-books a été augmenté (ils restent 30 % moins chers que le papier) et la courbe des ventes s'est inversée. Leur part de marché est passée de 25 % à 20 %.

Le livre est une exception. En dix ans, son chiffre d'affaires est resté stable malgré l'avènement du numérique, contrairement à la presse, à la musique et à la vidéo, qui ont souffert. En France, le prix des e-books n'a pas été écrasé. Le numérique, là où il n'y a pas eu de discount, reste modeste et croît un peu chaque année. Pour la littérature en 2017, la part de marché était de 4 %. On n'arrivera jamais à 50 % du marché.

L'e-book montre son intérêt dans la mobilité, en avion, dans le métro et permet de lire au lit sans déranger son voisin. Le livre papier, on peut le prêter et le lire pendant des siècles. Dans une dizaine d'années, les normes changeant sans cesse et les tablettes n'étant pas pérennes, personne ne pourra lire un e-book acheté en 2018.

Quelle réponse apportez-vous aux auteurs qui estiment que leur pouvoir d'achat se dégrade ?

Il faut se méfier des sentiments et regarder les chiffres. Le marché du livre a baissé de 2 % à 3 % sur deux ans. Tous les maillons de la chaîne du livre en subissent les conséquences : les auteurs, les éditeurs, les imprimeurs, les distributeurs, les diffuseurs et les libraires, qui, eux aussi, disent que c'est difficile.

La plupart des maisons d'édi-

Rémunération des écrivains, numérique... Arnaud Nourry, PDG d'Hachette Livre, passe en revue les débats qui agitent l'édition

tion littéraire ont un équilibre économique fragile. J'entends dire la même chose chez nos concurrents. Où prendrions-nous des ressources pour donner plus aux auteurs ? La « best-sellarisation » concentre aussi davantage de droits sur un tout petit nombre d'auteurs. Il faut faire confiance au jeu de l'offre et de la demande. Chaque auteur négocie avec son éditeur et est libre d'aller en voir un autre.

Pour les auteurs jeunesse, il y a une particularité : ces livres sont vendus moins chers que les romans et les taux de droits sont moins élevés. En BD, on essaie

« La "best-sellarisation" concentre davantage de droits sur un tout petit nombre d'auteurs »

de donner des avances pour que les auteurs passent l'année à créer leur œuvre. Ce débat doit se régler auteur par auteur. Je ne crois pas au statut d'intermittent de l'édition.

Comment voyez-vous le rôle des agents littéraires ?

En France, les agents sont des « coachs financiers », dont le rôle consiste à aider les auteurs installés à gagner davantage moyennant 10 à 15 % de commission. Dans les pays anglo-saxons, ce sont des entreprises qui, comme les éditeurs en France, reçoivent les manuscrits, les lisent, les soumettent aux maisons d'édition et organisent les transactions, avec ou sans enchères. Ces dernières induisent un effet réducteur sur la diversité puisque les éditeurs américains payent un premier roman jusqu'à 1,5 million de dollars [1,3 million d'euros]. En France, il n'y a pas d'agent et on publie beaucoup plus de premiers romans. J'ai tendance à préférer le système français.

Arnaud Lagardère, PDG de votre maison mère, a désigné l'édition et les magasins d'aéroports comme les secteurs prioritaires. Quels sont vos projets d'acquisition ?

Notre métier, c'est l'édition de li-

vres, de jeux, de livres audio, de fascicules. Certains éditeurs ont acheté des écoles de commerce, pas nous. En 2018, nous avons acquis des maisons d'édition comme La Plage et bientôt une maison de livres religieux pour enfants à Nashville (Etats-Unis).

Après nos trois petites structures de développement de jeux pour téléphones mobiles, j'irais bien un peu plus loin dans les jeux vidéo d'entraînement cérébral. Pour aller chercher le temps de loisirs des gens qui lisent un petit peu moins.

Le soutien d'Arnaud Lagardère nous permettra d'envisager des acquisitions substantielles si des maisons de langue anglaise sont mises en vente. Depuis 2003, en effet, Bruxelles, pour des raisons de concentration, nous bloque toute opération de grande envergure en France.

Depuis quinze ans on génère un résultat opérationnel stable, on redécouvre aujourd'hui la solidité de notre métier. Vivendi arrive à la même conclusion et Bertelsmann s'est renforcé dans le capital de Penguin Random House. Je constate un appétit mondial pour le livre et je m'en félicite. ■

PROPOS RECUEILLIS PAR
NICOLAS VULSER

LES CHIFFRES

2,28 MILLIARDS

C'est, en euros, le chiffre d'affaires réalisé en 2017 par Hachette Livre, permettant au groupe, numéro un en France, de générer 210 millions de résultat net.

84 000

C'est le nombre de titres convertis au format numérique l'an dernier. Ils proviennent des 150 marques d'édition de la maison (Grasset, Fayard, Stock, Lattès, Le Livre de Poche, Hatier, Audiolib, mais aussi Headline, Perseus Books, Grand Central Publishing ou Little, Brown and Company...).

34 %

C'est la part de l'activité réalisée par Hachette Livre en France (contre 26 % aux Etats-Unis, 21 % au Royaume-Uni et 7 % en Espagne).