

PH13

Etude sur le métier d'éditeur



Table des matières

Introduction	3
I) Le métier d'éditeur : régulé et imprévisible	4
A. Description	4
a. Essence du métier	4
b. Typologie	4
B. Organisation	4
a. Prescription	4
b. Responsabilité face au collectif	5
C. L'imprévisibilité du succès littéraire	6
a. Crainte de rater un succès	6
b. Tout lire ou parti pris de ne lire que quelques pages ?	6
II) L'édition, au cœur des tendances	7
A. Choix du livre : coup de cœur ou décision commerciale ?	7
a. Les livres à potentiel commercial et la prise de risques	7
b. Tension (ce qui plait à l'éditeur et ce qui plait au lecteur)	8
B. Livres numérique et vente en ligne	9
III) La beauté du métier d'éditeur	12
A. Editeur : un métier de passion	12
B. Importance des relations humaines	12
a. Relation avec l'auteur	12
b. Relation avec le libraire et le lecteur	13
C. Production et créativité	13
a. Mise en page et travail du texte	13
b. Importance du medium	15
Conclusion	16
Annexes	17

« Être éditeur, c'est reconnaître le talent d'un auteur dans un manuscrit en le dissociant de son propre goût à soi. On s'incline devant la force d'un manuscrit. »
– Denis Gombert, éditeur chez Robert Laffont

Introduction

Les livres s'étalent dans les rayons des librairies et sur les étagères des bibliothèques, attendant d'être ouverts et de faire découvrir les histoires qu'ils renferment. Mais avant d'être entre les mains des lecteurs et de prendre vie dans leurs esprits, un texte nécessite d'être édité et publié. En effet, un manuscrit ne peut se contenter d'être rédigé par l'auteur, il lui faut aussi être mis en page, corrigé, révisé et imprimé. D'autre part, le récit doit susciter l'intérêt et passionner par son originalité et le style de son écriture.

L'éditeur a alors pour rôle de dénicher les futurs succès littéraires et de transmettre une histoire tout en s'engageant à promouvoir et à faire exister l'œuvre de l'auteur. Son métier présente ainsi de multiples facettes, car il est chargé de choisir les travaux qui seront publiés mais il lui faut aussi gérer les modifications portant sur le texte, déterminer l'esthétique de l'objet livre et assurer sa commercialisation.

L'édition apparaît comme un métier de passion, nourri par un amour de la lecture et par une envie de faire découvrir de nouveaux auteurs et de nouvelles histoires. Il s'agit alors de souligner la beauté d'un métier pourtant imprévisible, car s'il permet de vivre de mots et de poésie, il est néanmoins soumis à des contraintes organisationnelles parfois difficiles à respecter et à une profonde impuissance quant à l'accueil d'un ouvrage. L'éditeur joue, juge ses chances et tente de deviner ce qui plaira à son lectorat, prenant parfois des risques ou préférant se tourner vers des manuscrits à potentiel commercial.

De plus, le monde de l'édition et celui du livre sont en pleine transformation, adoptant le format numérique et faisant face à de nouvelles plateformes de vente en ligne qui doivent elles aussi être intégrées à la chaîne éditoriale. De nombreuses problématiques sont ainsi au cœur du métier d'éditeur et nous aimerions, grâce à cette étude, mettre en avant certaines d'entre elles et analyser la façon d'y faire face. Pour cela, nous nous appuyerons sur des entretiens passés avec différents éditeurs et sur les outils vus en PH13 qui permettront de souligner les tensions intrinsèques au travail présenté et de mieux comprendre le *réel* du métier.

Problématique

Etant donné que l'éditeur choisit des manuscrits, les corrige, les modifie avant de les publier et d'en assurer la promotion comment atteindre un succès littéraire alors qu'il doit refuser des œuvres, trouver un terrain d'entente avec l'auteur et prédire les attentes du lecteur ?

I. Le métier d'éditeur : régulé et imprévisible

A. Description

a. Essence du métier

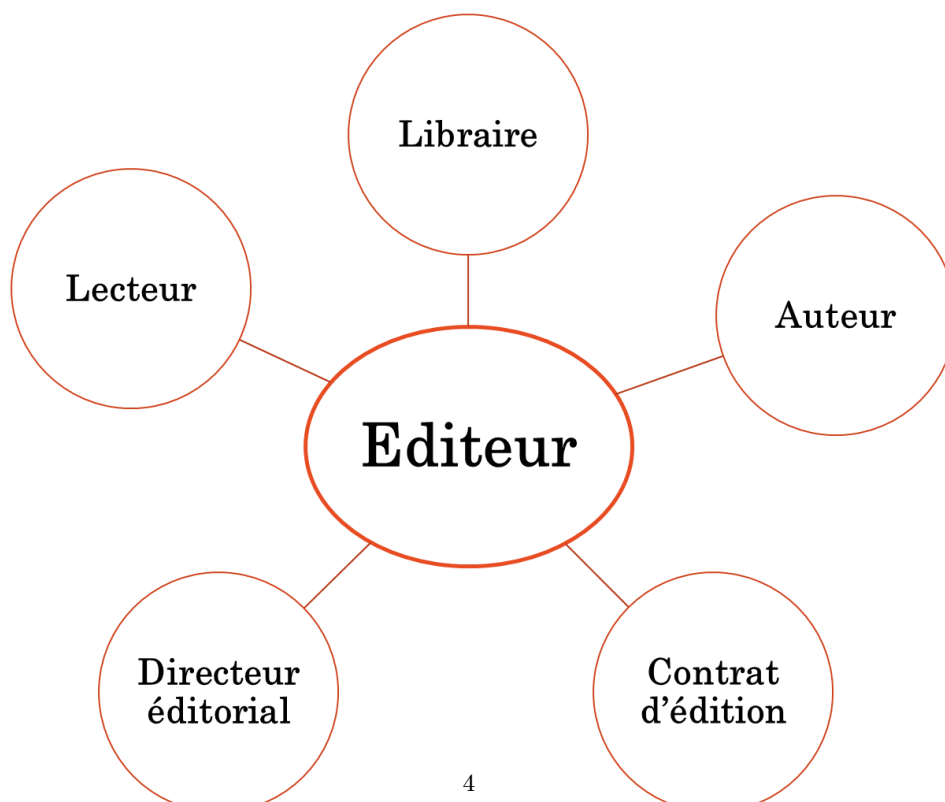
L'éditeur est, comme son titre l'indique, celui qui est habilité à éditer une œuvre. Il apparaît comme un garant du bon goût et de la qualité de l'ouvrage qu'il décide de représenter. Son métier consiste en différentes étapes allant du choix d'un manuscrit à sa publication (*cf.* annexe 1 : chronogramme) et il s'engage à les superviser afin d'assurer l'existence d'une œuvre finale dans sa matérialité propre. Le rôle de l'éditeur est de corriger et relire le texte qu'il reçoit et qu'il veut voir publié. Il effectue ensuite des modifications avec l'accord de l'auteur sur le fond de l'ouvrage avant de s'attaquer à la forme et de déterminer une mise en page, une couverture et un titre. Il crée ainsi l'objet livre. Par la suite, il assure l'impression et la diffusion de l'œuvre puis encadre les équipes commerciales pour que la promotion soit réalisée.

b. Typologie

En fonction du type d'éditeur étudié, le travail va légèrement différer. Nous allons en distinguer deux : l'éditeur dans une grande maison d'édition et l'éditeur indépendant – ce dernier étant souvent libraire également. Dans une grande maison d'édition, il travaille avec un comité de lecture et ne prend pas de décisions seul, de plus il gère des relations avec différents acteurs du livre dont les traducteurs. Quant à l'éditeur indépendant, il doit lui-même assurer la promotion de l'œuvre qu'il veut publier, organisant événements et dédicaces.

B. Organisation

a. Prescription



Au niveau étatique

- Le contrat d'édition prescrit à l'éditeur de publier l'œuvre dans un délai convenable.
- Le contrat d'édition prescrit à l'éditeur d'assurer au livre-papier et à sa forme numérique une exploitation permanente et suivie.

Au niveau de l'entreprise

- L'auteur prescrit à l'éditeur de respecter le texte.
- L'auteur prescrit à l'éditeur de publier son texte dans les meilleures conditions.
- Le directeur éditorial prescrit à l'éditeur de respecter le budget et le planning fixé.
- Le directeur éditorial prescrit à l'éditeur de vendre le livre dans les trois mois.
- Le lecteur prescrit à l'éditeur de choisir des ouvrages similaires à ceux qu'il apprécie ou en accord avec ses attentes.
- Le libraire prescrit à l'éditeur de choisir des ouvrages qui plairont aux lecteurs.

Au niveau de l'individu

- L'éditeur s'auto-prescrit d'anticiper les évolutions et les attentes du marché.
 - L'éditeur s'auto-prescrit de publier un ouvrage en accord avec les attentes de l'auteur.
- L'éditeur s'auto-prescrit de faire exister un livre et de le défendre.

b. Responsabilité face au collectif

La responsabilité pour un éditeur concerne principalement ceux étant dans des maisons d'édition. En effet, c'est avec le collectif que sont fixés les objectifs, les délais et la cible. Comme le dit C. Afonso : « Le collectif joue un rôle essentiel et ce, à toutes les étapes, en amont comme en aval du projet. Et pas seulement pour mener à bien les tâches, mais aussi pour se soutenir si le projet n'avance pas comme prévu. » On voit donc que, dans une maison d'édition, il existe un soutien important de la part des autres membres du collectif tant dans la préparation de l'édition d'un livre que dans le suivi (et donc la diffusion). C. Afonso considère donc que la responsabilité est « à la fois individuelle et collective », individuelle car si les ventes d'un livre qu'il a décidé d'éditer ne correspondent pas aux attentes et collective car les décisions concernant les livres sont également collectives. Cet argument des décisions collectives est d'ailleurs repris par C. Meegens qui évoque que le collectif travaille « en mode projet », chose bien plus stratégique quand plusieurs cerveaux s'attèlent à la même tâche.

Pour les éditeurs indépendants, la vision du collectif n'est pas forcément identique à ceux travaillant dans les maisons d'édition. En effet, selon P. Marchant, le collectif rassemble les diffuseurs et les membres de son association, tous deux étant « d'excellentes aides » selon lui car « le collectif est la clé pour pouvoir vivre ». Cependant, pour P. Leleu, le comité de lecture (et donc le collectif) est inexistant car limité à lui et ses proches. Il se fit surtout à ce qui attire, les tendances du moment. Ces éléments lui sont facilement identifiables car il est également libraire, lui permettant d'être en contact direct avec les lecteurs pour savoir quels sont leurs centres d'intérêt. La responsabilité qu'il a est donc vis-à-vis de lui seul. C'est donc lui qui détermine si un livre sera édité ou non. Le but est que le livre trouve des lecteurs, qu'importe son style. Ce n'est pas parce qu'un livre ne correspond pas aux attentes actuelles qu'il faut le refuser pour une édition car il marchera peut-être mieux dans le futur, quand le public sera plus sensible à ce style d'écriture, ce thème ou autre élément pouvant influencer sur la considération du livre.

Il est probable que la vision (et l'importance) du collectif varie selon les expériences de chacun des auteurs. Cependant, il est visible à travers ces quatre exemples, que les collectifs paraissent essentiels pour un éditeur, tant pour se fixer des objectifs, réfléchir sur un même sujet, ou même avoir des retours, des avis sur un élément précis. Le collectif peut donc, comme vu précédemment, être composé de plusieurs personnes : les autres membres de sa maison d'édition, d'autres éditeurs-libraires (si vous l'éditeur est indépendant) et les diffuseurs.

C. L'imprévisibilité du succès littéraire

a. Crainte de rater un succès

Il semblerait que l'une des craintes de l'éditeur, une des causes d'anxiété serait la possibilité de passer un côté d'un succès, de le voir lui échapper. Il est impossible de prévoir une réussite littéraire : les tendances sont en constante modification et les goûts des lecteurs ne cessent de changer. En effet, un lecteur grandit et a besoin de nouvelles histoires qui mûrissent avec lui, un éditeur ne peut donc pas le suivre durant toute sa vie mais doit choisir un public précis. Néanmoins, les lecteurs d'un genre donné sont également très différents et ne seront pas intéressés par les mêmes récits. L'éditeur doit donc choisir les œuvres en fonction de plusieurs variables : ce qui plait déjà, les thèmes appréciés, les auteurs connus et ses propres préférences. Il tend vers la découverte d'une œuvre qui sera un succès littéraire mais ne peut le prévoir. Pourtant, l'exercice de son métier peut rendre plus simple la possibilité de reconnaître un manuscrit d'exception qui trouvera un lectorat.

b. Tout lire ou parti pris de ne lire que quelques pages ?

L'éditeur peut choisir de ne pas lire tout le texte. Il reçoit un grand nombre de manuscrits et parfois quelques pages suffisent pour qu'il sache si l'œuvre conviendra à sa collection ou non, si elle est bien écrite ou non, si elle mérite d'être éditée ou non. L'éditeur se place ici en grand juge, mais P. Marchant précise bien que ce n'est pas le cas mais qu'il doit accepter le fait que son métier c'est aussi refuser les œuvres de certains auteurs au profit d'autres ouvrages. C'est donc un choix que peut faire chaque éditeur, tout en prenant en compte cette crainte de passer à côté d'un succès si on lit pas l'ensemble du texte.

II. L'édition au cœur des tendances

Le métier d'éditeur est en pleine transition, il connaît de nombreuses évolutions qui touchent le format du livre mais aussi sa vente et sa transmission. L'éditeur doit alors intégrer ces changements rapides à son travail car pour lui, il ne s'agit pas seulement d'un métier de passion destiné à publier des manuscrits qu'il apprécie car il lui faut aussi être en accord avec son temps et avec ce qui fait vendre.

A. Choix du livre : coup de cœur ou décision commerciale ?

a. Les livres à potentiel commercial et la prise de risques

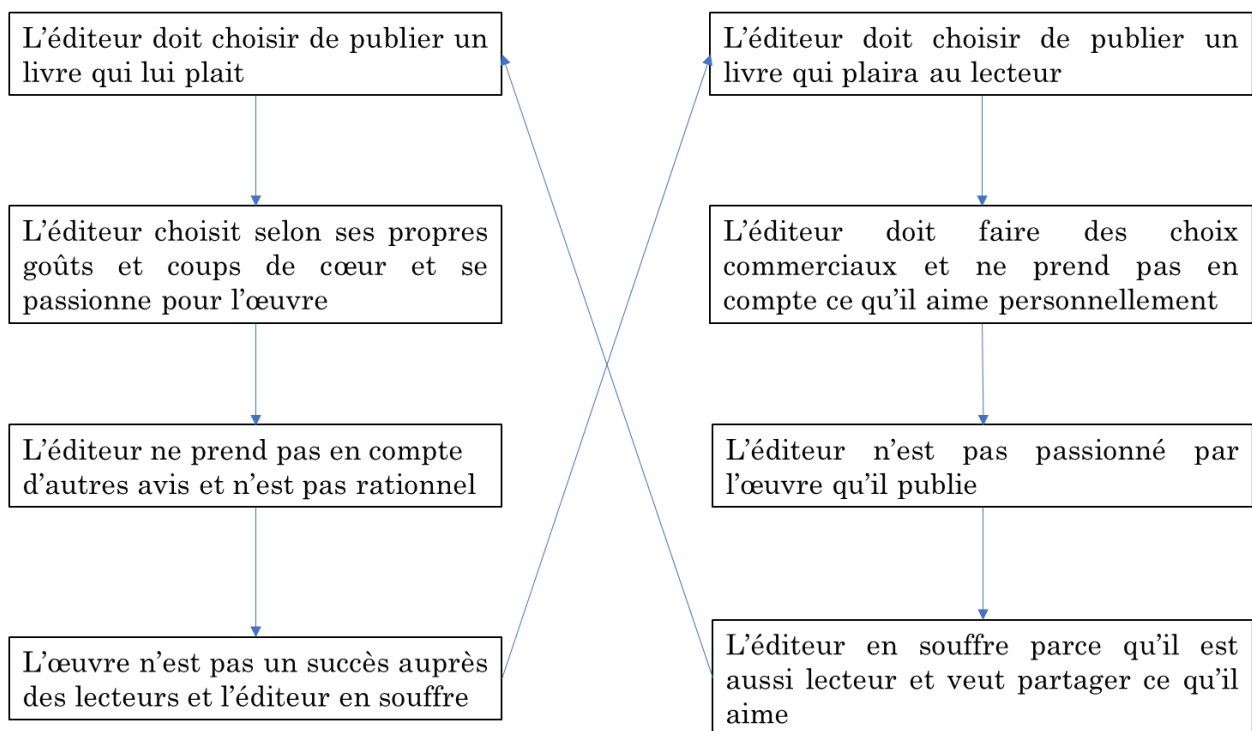
Le métier d'éditeur consiste, comme nous l'avons vu, dans la correction et la modification des textes qu'il reçoit afin d'aboutir à leur publication. Mais l'éditeur est aussi un vendeur, et en tant que tel il doit comprendre son lectorat et lui offrir ce qu'il désire afin de voir son travail fructifier. Les grandes maisons d'édition peuvent alors se tourner vers la traduction d'œuvres déjà populaires dans d'autres pays. La concurrence est rude et les enchères pour obtenir les droits peuvent monter assez vite alors que le succès du livre en France n'est pas garanti. Des « scouts » sondent les marchés étrangers à la recherche des futurs bestsellers, ainsi, le choix ne se fait pas toujours suivant les réceptions de l'éditeur et ses choix personnels. Il lui faut parfois prendre en compte des conseils extérieurs qui peuvent aussi venir de bloggeurs et il doit considérer les différentes œuvres proposées afin qu'elles correspondent à sa collection et à son lectorat tout en ayant le potentiel d'être un succès. Cela peut alors conduire à la publication d'œuvres comme *Le labyrinthe*, *Hunger Games* ou encore *Une braise sous la cendre* qui, au moment de leur sortie française, avaient un avenir incertain. L'idéal pour un éditeur est de tomber sur un livre qui se vendra tout en étant bien écrit et intéressant. En effet, il est capable de reconnaître une œuvre commerciale par des caractéristiques précises dans le style d'écriture et le type d'histoire et de personnages. Il développe ces savoir-faire en lisant, en publiant et en remarquant les réactions des lecteurs. Néanmoins, il peut toujours choisir d'éditer un livre seulement pour son potentiel commercial afin de pouvoir prendre des risques par la suite en publiant des auteurs moins connus ou des récits plus atypiques.

Le choix du livre semble alors se faire suivant plusieurs critères : la qualité de l'écriture, les goûts de l'éditeur mais aussi le potentiel commercial de l'œuvre. Ainsi, la traduction est une bonne option car les succès littéraires, en particulier aux Etats-Unis, peuvent amener à des adaptations cinématographiques et donc à un grand intérêt porté à l'œuvre littéraire – il est possible de citer *Divergente* ou *Nos étoiles contraires*. D'autre part, certains thèmes appréciés peuvent être réinvestis dans d'autres histoires et toucher le même lectorat tant qu'il existe une part d'originalité. *Le labyrinthe*, *Hunger Games* et *Divergente* sont tous trois des dystopies, un genre très apprécié sur la scène Young Adult. La mise en avant de certains genres littéraires en science-fiction et en fantasy a également permis la publication d'auteurs français s'attaquant à ces thèmes à fort potentiel commercial, comme Victor Dixen avec sa saga *Phobos* et Christelle Dabos qui écrit *La Passe-Miroir* – deux séries littéraires qui ont d'ailleurs été traduites en anglais. Par conséquent, une autre technique de vente est la publication de sagas : les lecteurs ayant apprécié le premier tome achèteront les suivants. Cela permet à un auteur d'être connu et permet alors aux maisons d'édition d'avoir une « valeur sûre » en publiant des écrivains déjà aimé du public.

Le métier d'éditeur apparait donc comme celui d'un vendeur qui doit savoir ce qui plaira au lecteur et ce qui sera fructifiant. Pourtant, il travaille avant tout au coup de cœur. Il peut évidemment se tromper et même passer à côté d'un succès, néanmoins il apprend à reconnaître le talent et à voir l'intérêt d'un texte. S'il prend en compte le potentiel commercial d'un manuscrit, il sait également choisir les œuvres pour ce qu'elles lui font ressentir personnellement et prendre des risques parce qu'il est enthousiasmé par la pensée d'un auteur.

b. Tension (ce qui plait à l'éditeur et ce qui plait au lecteur)

L'une des principales sources de souffrance que l'éditeur ressent dans son métier réside dans cette tension entre ce qui lui plait et ce qui plaira au lecteur. Lorsqu'il choisit un manuscrit, en prenant en compte les caractéristiques de sa collection, il décide le plus souvent de laisser ses propres goûts prendre le dessus. Car même s'il est vendeur, il est avant tout lecteur et aime publier un texte qui a été un coup de cœur. Au moment où il reconnaît le génie d'un texte, il devient un être passionné, pris d'un désir de défendre l'auteur et son œuvre. Il se retrouve donc dans l'incompréhension lorsque le public ne réagit comme il l'aurait souhaité. Il s'agit d'un point sensible pour Pierre Marchant qui déclare : « lorsqu'un manuscrit me plaît, j'ai toujours du mal à penser qu'il peut ne pas plaire aux lecteurs ». Ainsi, l'éditeur peine à saisir les raisons du lecteur parce qu'un coup de cœur littéraire ne se traduit pas rationnellement, ce qui explique que le rejet d'une œuvre ne fasse pas sens pour lui. Christian Afonso vit la tension de manière similaire en disant : « je vis très mal le fait de trouver un manuscrit passionnant et que ce soit un échec auprès des lecteurs ». Les deux éditeurs interrogés avouent tous deux avoir du mal à trouver un équilibre et à faire la part des choses entre ce qui leur plait et ce qui sera un succès littéraire.



Tension entre ce qui plait à l'éditeur et ce qui plaira au lecteur

L'éditeur reste pourtant conscient qu'il ne peut publier qu'un récit qui résonnera avec le lecteur et qui n'est pas seulement utile pour lui-même mais aussi pour ceux qui l'auront entre les mains. Même s'il reconnaît le talent d'un auteur et la beauté du texte, l'éditeur sait qu'un livre a besoin de plus pour être publié. Pourtant, cela ne l'empêche pas de prendre des risques et de se tourner vers des œuvres inattendues qu'il veut voir exister même si cela peut être source de souffrance et d'incompréhension.

B. Livres numérique et vente en ligne

Le livre numérique est pour la première fois apparu en 1971 avec la numérisation de la Déclaration de l'indépendance des Etats Unis grâce au projet Gutenberg et de Michael Hart. Un an plus tard, c'est la Déclaration des droits américaine qui sera numérisée. Au début considéré comme des tâches administratives, le nombre de livres numérisés atteint 250 000 dès 1990, en parallèle avec l'évolution du web. Cette « coévolution » a permis, au fur et à mesure que le web se développait et donc devenait plus fluide, d'atteindre un nombre beaucoup plus important de publications de livres numériques. Ainsi, dès les années 90, la démocratisation d'internet a permis une hausse considérable du nombre de textes numérisés en circulation. En 1994, le projet Gutenberg a d'ailleurs fêté la numérisation de son centième livre, œuvres complètes de William Shakespeare. A partir de là, le développement sera exponentiel jusque 2015. Tous les éditeurs et libraires que nous avons interviewés notent l'importance de cette évolution. Aux Etats-Unis, depuis 2011, les ventes de livres numériques ont dépassé celles des ventes de livres physiques.

En effet, Claire Meegens, directrice commerciale et marketing scolaire aux éditions Hatier, souligne : « L'intégration des problématiques numériques sont devenues essentielles ». De même, Christian Afonso, chargé de projet aux éditions Atlande, nous a confié : « Au départ, j'ai résisté à l'intégration du numérique, je ne voulais même pas d'ordinateur ! Je ne vous parle même pas des liseuses qui me faisaient bondir. Mais avec le temps, je me suis aperçu que les gens ne désertaient pas du tout les librairies et que le numérique n'allait pas détruire le livre papier. C'est complémentaire. L'intégration du numérique m'a donc semblé obligatoire. J'ai même acheté l'été dernier une liseuse car je partais en voyage et je ne pouvais pas me charger des livres papier. J'ai donc pu lire durant mes vacances. Je vous avoue quand même qu'à mon retour, j'ai repris immédiatement un livre papier dans mes mains, car je trouve que cela n'est pas pareil. J'aime toucher les livres et sentir leur odeur. Et les gens viennent toujours dans ma librairie. Dans mon métier d'éditeur, je n'ai pas eu le choix d'intégrer ou non le numérique. J'ai donc suivi le mouvement ». Il apparaît donc que dans les années 90, le mouvement est lancé, révolutionnant le métier d'éditeur. En 2000, au salon du livre de Paris, la société Cytale présente une innovation majeure, le CyBook, première liseuse numérique. Même si son lancement a été soldé par un échec, le livre électronique poursuit son expansion, en multipliant les formats possibles et en élargissant la gamme de liseuses proposées.

Selon le Syndicat National de l'Edition qui établit le baromètre des usages du livre numérique, en 2017, 21 % des Français lisent des livres numériques, contre 5% en 2012. Les supports de lecture évoluent, en délaissant la liseuse et en privilégiant les tablettes et surtout les smartphones. Pour les ouvrages peu spécialisés ou les livres scolaires, le numérique occupe donc une place prépondérante. Le magazine *Lire* note qu'en 2017, les e-books représentaient un tiers des ventes pour le grand public. Dans un article de *Télérama*, on peut lire que 40% des professionnels présents sur la foire de Francfort considèrent que, d'ici quelques années, la vente de livres électroniques sera supérieure à la vente de livres classiques. Cela signifierait à terme un nombre très restreint de livres

papier. Christian Afonso des éditions Atlante note que « des changements très importants ont eu lieu ces 3 dernières années, liés aux nouvelles technologies. Je les ai beaucoup ressentis en travaillant sur les ouvrages dédiés à la préparation de concours car les étudiants attendaient des ouvrages numériques et interactifs. [...] Le numérique est indispensable. Pour les ouvrages de préparation aux concours, le numérique a beaucoup aidé les étudiants. Cela a permis d'intégrer de l'interactif et de rendre l'apprentissage beaucoup plus vivant. Pour mon autre poste pour la nouvelle collection « Coups de gueule et engagement », cela est beaucoup moins essentiel pour le côté interactif qui n'existe pas. Mais de pouvoir découvrir ces livres sur une liseuse, cela permet de toucher un public beaucoup plus large ».

La co-évolution entre le développement du livre numérique et le web soulève des questions. En effet, les géants comme Amazon posent problème aux libraires indépendants. Comme le souligne Philippe Leleu, éditeur indépendant de La Librairie du Labyrinthe : « Depuis les manuscrits par Gutenberg, y a eu la révolution de l'offset après toute l'évolution de la typographie. Cela a été une révolution technique vraiment importante. La révolution là, c'est le numérique. Pour le livre on vit le temps des révolutions, y a le support numérique qui fait disparaître l'objet. Pour ce qui est de la librairie, c'est la vente en ligne, ce sont les « monstres » Amazon. Mais ça ne touche pas seulement les librairies, c'est quelque chose qui est en train de détruire nos sociétés, aussi bien dans le rapport au travail que dans le rapport à la consommation, que les liens que peuvent créer les commerces. Même au niveau urbanistique ça change tout. C'est une révolution destructrice. Acheter les produits sur Amazon aujourd'hui c'est se mettre une balle dans le pied. C'est la paresse d'esprit, c'est ne pas être conscients de ce que l'on fait. On détruit, son emploi, son salaire parce que ce sont des « monstres » qui détruisent et qui ne contribuent absolument pas à la richesse commune. Donc ça touche l'édition aussi parce que les éditeurs sont obligés maintenant de passer par ces « monstres » là de ventes par internet qui les tiennent par la remise qui est concédée par les libraires, donc eux ils sont toujours au maximum ». Dans un article du Monde intitulé Amazon continue de dominer le marché du livre numérique, Alain Beuve-Méry explique cette domination en précisant que les magasins d'application sont implantés dans près de 200 pays. Jeff Bézos, fondateur et président d'Amazon, a fait la remarque suivante qui est très révélatrice : « Nos 10 meilleures ventes sont toutes numériques ». D'ailleurs, en 2013, Amazon a acheté Goodreads, un réseau social de partage de lectures qui regroupe plus de 20 millions d'américains.

Il est cependant important de noter que cette évolution ne touche pas forcément les ouvrages très spécialisés, comme par exemple certains livres d'histoire qui ciblent un public particulier. Ainsi, Pierre Marchant, libraire, écrivain et éditeur indépendant à Strasbourg, membre de l'Association des Editeurs d'Alsace, a répondu très précisément à nos questions et il souligne : « Il y a eu des évolutions importantes, notamment depuis 10 ans. Ceci est notamment lié au numérique et aux liseuses avec la possibilité de copies sans acheter les livres. [...] Tout le monde pense que le principal changement et difficulté sont liés aux achats sur Internet notamment Amazon. C'est vrai pour tout le domaine des livres scolaires, mais ceci a un impact très limité pour les ouvrages spécialisés. En effet, pour le scolaire, il y a un prescripteur et il n'y a donc pas du tout besoin de conseil ni d'accueil. Les ventes par internet progressent constamment, mais cela impacte moins les grandes librairies et les librairies spécialisées. Les gens viennent alors pour le choix et le conseil, la rencontre avec des professionnels spécialisés ». Ainsi, l'article du Monde intitulé « Amazon continue de dominer le marché du livre numérique » souligne qu'Amazon n'est pas efficace pour orienter un lecteur indécis : « Internet n'aide pas à choisir un livre ».

MIMOUNI Melissa
FRANCESCHI Nicolas

En effet, la possibilité de feuilleter électroniquement un livre apparaît encore aujourd'hui comme un gadget, mais ne permet pas déclencher un achat. Les deux moyens les plus efficaces sont le conseil par un autre lecteur ou via un libraire.

En outre, l'article du *Monde* souligne que : « Les français boudent le livre numérique » car les français sont attachés au livre papier et ils estiment aussi que les livres numériques sont trop onéreux. En effet, un ouvrage numérique coûte seulement environ 30% de moins qu'un livre physique, alors que le coût de revient d'un e-book est très faible.

III. La beauté du métier d'éditeur

Le travail, même s'il est source de souffrance et de contradiction, permet de se produire et de se définir comme acteur de la société et comme acteur de sa propre vie. En effet, il devient possible de s'inscrire dans un processus de création et de trouver du sens par l'exercice de son imagination et de son zèle. Travailler n'est alors plus seulement cause de nouvelles compétences et d'expériences durement acquises mais également à l'origine de soi, de nos valeurs et de notre émancipation. Il s'agit alors de se libérer par le travail et non de lui échapper.

A. *Editeur : un métier de passion*

Choisir un métier dans l'édition semble découler d'un désir de travailler au contact des livres et de vivre de sa passion pour la lecture. Même si les compétences requises apparaissent plus étendues que le simple choix d'un ouvrage suite à un coup de cœur, le métier d'éditeur vit de la production d'art et d'un amour de la langue. Ainsi, l'éditeur ne cherche pas à séparer son métier et sa vie privée mais accepte les voir fusionner sans avoir à les compartimenter. Les histoires inscrites sur papier le suivent et ne peuvent quitter son esprit, elles sont marques de la continuité entre son lieu de travail et son lieu de vie. L'éditeur s'attache à un texte et en devient le défenseur, choisissant de lui donner vie à travers une matérialité qui lui est propre et de le diffuser. Sa souffrance peut ainsi s'expliquer par son envie de voir un ouvrage devenir un succès – et donc par son zèle – mais la possibilité de faire découvrir un récit et une pensée originale sont avant tout sources d'accomplissement. L'éditeur peut présenter un auteur, un livre à un lecteur et est donc capable de provoquer une rencontre qui se fait par l'intermédiaire d'un objet qui l'a captivé et qu'il a mis en forme. Il parvient ainsi à se construire autour d'un métier qui le nourrit et qui, en modifiant sa relation à la lecture, la rend plus intéressante et inattendue. En effet, il apprend à ouvrir son esprit et à voir la beauté dans ce qui ne l'attire pas tout de suite, dans ce qui ne l'interpelle pas toujours et il peut discerner de nouvelles subtilités dans un texte. Il sait alors confronter un manuscrit sans pour autant perdre sa capacité à se plonger dans une histoire. Il semble ainsi faire de sa passion un métier, tout en développant de nouvelles capacités et de nouvelles sensibilités tout au long de son parcours.

B. *Importance des relations humaines*

a. Relation avec l'auteur

Les éditeurs interrogés, qu'ils soient dans de grandes maisons d'édition ou indépendants, soulignent tous que le dialogue avec l'auteur est primordial. Le métier d'éditeur est avant tout un métier humain même si la production finale est matérielle car il s'agit de développer une relation de confiance avec l'écrivain et d'instaurer des conversations intéressantes et constructives. Ces interactions amènent l'éditeur à développer de nouvelles sensibilités et aptitudes sociales ainsi qu'une meilleure façon de débattre et de défendre les modifications qu'il pense importantes. Néanmoins, il apprend également à écouter et à prendre en compte le point de vue de l'auteur, remettant en cause son raisonnement lorsque les arguments de l'écrivain sont convaincants. Ainsi, le rapport qu'entretient l'éditeur avec l'auteur d'une œuvre est au centre de son métier car il choisit de mettre en avant la pensée d'un artiste et qu'il a besoin de mieux la comprendre et de connaître la personne qui la développe. De plus, l'éditeur passionné par un texte veut aider son écrivain à transmettre son histoire et la faire découvrir au monde. En effet, il ne

cherche pas seulement à vendre mais bel et bien à exposer un talent et à le diffuser car pour l'éditeur, la découverte est « la manifestation de son autorité, ce par quoi lui sont reconnus le mérite de la révélation et le privilège de la propriété¹. » Cela permettrait également d'expliquer sa passion pour son métier car il permet aux lecteurs de remarquer des œuvres qu'autrement ils n'auraient peut-être jamais eu l'occasion de lire. Il crée un objet qui n'aurait pas eu d'existence sans lui et présente par la même occasion le génie derrière le texte. Il accompagne un auteur dans la réalisation de son rêve et révèle également un artiste qui, une fois reconnu, pourra publier encore. L'éditeur apparaît ainsi comme celui qui argumente, écoute, découvre et crée, tout cela en compagnie de l'auteur qui lui offre la matière de son travail.

b. Relation avec le lecteur²

Un rapport plus complexe et moins stable est celui que l'éditeur entretient avec le lecteur car, contrairement à l'auteur, il ne le connaît pas personnellement et ignore ses pensées et préférences. Lorsqu'il travaille pour une grande maison d'édition, il doit passer par un intermédiaire pour atteindre le lecteur. Il s'agit le plus souvent du libraire, même si aujourd'hui, les plateformes numériques de vente peuvent également apparaître comme des médiateurs. D'autre part, pour diffuser un ouvrage et faire en sorte qu'il atteigne un lectorat, l'éditeur peut envoyer des services presse – des colis contenant le livre, une fiche résumée avec la présentation de l'auteur et parfois même des *goodies* – à des journalistes mais aussi à des bloggeurs. Ce sont aussi des lecteurs, mais des lecteurs particuliers car ils sont capables d'influencer les habitudes d'achat du public à une échelle plus ou moins importante.

Ceci montre que la relation avec le lecteur est indirecte, ainsi l'éditeur doit la plupart du temps prévoir les envies du public en fonction de ses propres coups de cœur, de ce qui a déjà plu et de ce qui est à *la mode*. Le libraire-éditeur n'est pas plus chanceux, car même s'il dialogue plus avec son lectorat, il ne peut pourtant pas tous les satisfaire ni atteindre l'ensemble de leurs exigences. Le résultat de cette interaction, en général indirecte, est la principale source de souffrance pour l'éditeur qui ne comprend pas qu'une œuvre qui l'a touchée n'ait pas engendré les mêmes émotions chez le lecteur. Néanmoins, en tant que *découvreur* et *révélateur*, l'éditeur peut faire voir au lecteur une beauté qui lui serait restée cachée sans le travail de publication. En effet, il est capable d'offrir une œuvre esthétiquement réfléchie et choisie pour la qualité de son écriture au lecteur. Ce dernier peut alors faire la rencontre d'un texte qui l'interpelle, de mots qui le touchent, d'idées qui résonnent en lui et plus qu'une rencontre avec un inconnu, il se retrouve lui-même dans l'expérience de la lecture. L'éditeur permet à l'auteur de réaliser son rêve mais donne aussi l'occasion au lecteur de trouver un ouvrage qui met ses émotions sur papier et qui l'amène à ouvrir son esprit à d'autres idées. Parfois un paragraphe suffit, une phrase lue et relue par l'éditeur, corrigée ou non, modifiée ou non, et le lecteur se sent compris, il se sent entendu et moins seul dans un univers de l'image et dans une vie complexe qui nécessite d'être explicitée.

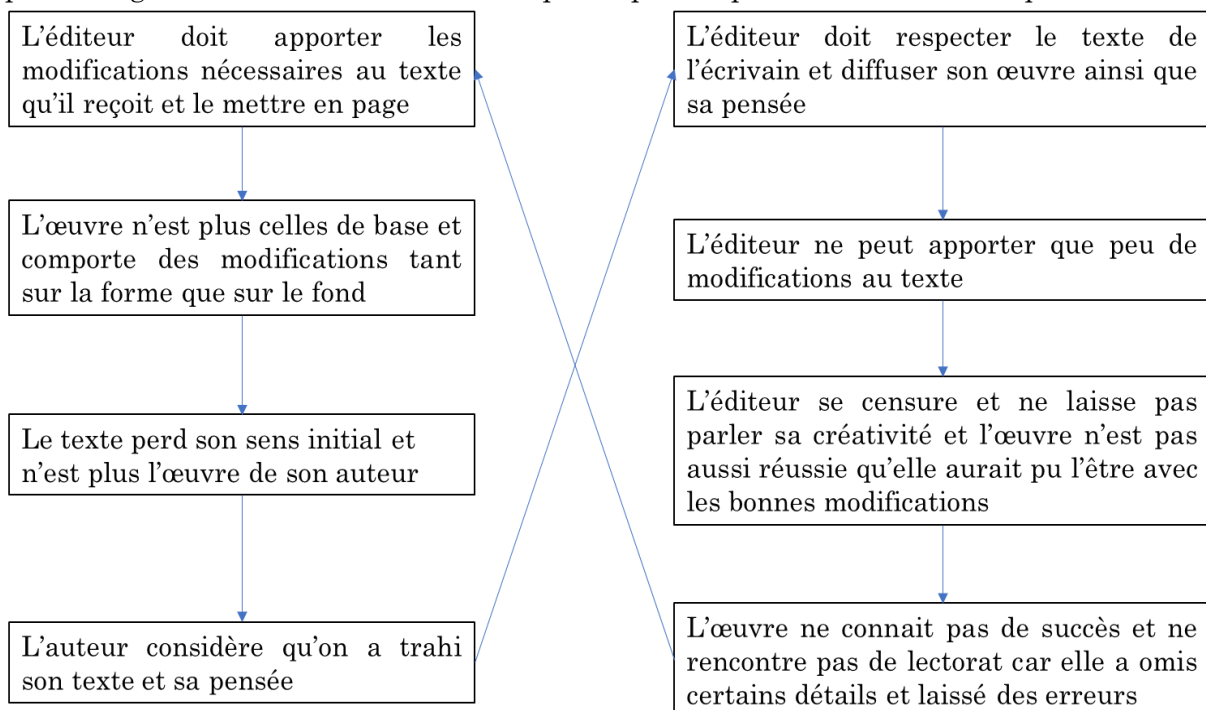
C. Production et créativité

a. Mise en page et travail du texte

¹ NYSSSEN, Hubert. *La sagesse de l'éditeur*. Paris : L'œil Neuf, 2006, p. 23.

² Par lecteur nous entendons le lectorat, le lecteur en général et pas un lecteur spécifique.

La relation avec l'auteur, pouvant être complexe, l'éditeur apprend à modifier le texte et à mettre en page l'objet livre tout en respectant le travail de l'écrivain. La relecture et la correction de l'ouvrage choisi, font partie des fonctions principales remplies par un éditeur, il participe alors à la création du livre et sait faire preuve d'imagination. Les modifications portant sur la forme de l'ouvrage représentent déjà une réécriture car les différentes caractéristiques qu'il expose permettent de le catégoriser. Il apparaît presque logique de juger un livre par sa couverture, en réalité pensée pour attirer une certaine audience. De nombreux autres facteurs entrent en jeu : la taille du livre – grand format ou poche –, la police, les espaces ou encore le titre qui n'est pas toujours celui proposé par l'auteur. Tout se fait en accord avec l'écrivain, mais l'éditeur est celui qui prend le plus de risques, et s'ils sont sources d'angoisse, ils sont également ce qui permet de rendre le travail plus intéressant et passionnant. En effet, il ne s'agit pas seulement de choisir ce qui plaira mais aussi de prendre la décision de publier un ouvrage sans être sûr qu'il trouvera un lectorat. La prise de risques apparaît ainsi comme un moment où on confronte le réel et où on accepte de ne pas prévoir la réaction du public une fois le livre publié. Un choix controversé peut aboutir à d'étonnants retours et l'attente peut être exaltante car les résultats apparaissent inattendus. Ici, la beauté de l'incertitude prend le pas car même s'il y a un risque de déception, la possibilité d'un succès vit toujours dans l'imaginaire de l'éditeur. Ce dernier choisit également d'accompagner un auteur dans la diffusion de son histoire, lui permettant le plus souvent de réaliser un rêve tout en faisant résonner le récit des personnages avec la vie des lecteurs. Il participe à la production d'œuvres qui ne lui sont



pas propres, ne lui sont pas personnelles mais qui deviennent des lieux où sa créativité se concentre et s'actualise.

L'éditeur trouve un équilibre et grâce aux compétences qu'il a acquises, il est capable de comprendre le sens d'un texte, son objectif et de proposer des modifications sans dévier de l'essence de l'œuvre. Le travail est ce qui permet à l'homme de se former mais aussi de donner du sens à son existence en lui offrant la possibilité d'une utilité sociale – aider l'auteur et le lecteur à se trouver – et en lui octroyant la possibilité de s'investir dans une

Tension entre le métier qui consiste à modifier le texte et le respect de l'œuvre de l'auteur

activité productrice et créatrice. Le métier d'éditeur offre une certaine liberté quant au choix des textes et à leur mise en forme, ce qui amène le travailleur à s'exprimer au travers de différents livres qu'il n'écrit pas mais qu'il aide à concevoir. Ainsi, il crée du *beau*, il crée un objet qui attire le regard ou qui intrigue, choisissant l'effet que le titre, la couverture et le résumé doivent faire ressentir au lecteur. Aujourd'hui, l'esthétique des livres est de plus en plus réfléchie et on lui accorde une importance particulière. Par ailleurs, il produit une expérience : tourner les pages d'un livre, en sentir l'odeur et découvrir les premiers mots d'une histoire, tout cela fait partie du geste du lecteur et ne pourrait être possible sans le travail d'édition réalisé en amont.

b. Importance du medium

« Le message, c'est le medium » écrit McLuhan en 1964. Il considère que les dispositifs techniques de transmission représentent une information en eux-mêmes, différente de leur contenu. Ainsi, il affirme que ce qui prime c'est le medium et non ce qu'il communique car il est caractéristique d'une société, de son organisation et de sa culture. Il refuse l'idée reçue d'une technique neutre et montre plutôt que le medium, en tant que prothèse est milieu, il transforme la perception de l'homme et est capable d'influencer sa réaction. Régis Debray, quant à lui, développe une médiologie qui l'amène à considérer que tout support d'écriture et d'information influence le processus de pensée : on écrira différemment sur une pierre ou sur du parchemin et on transmettra des informations différentes. L'apparition du papier et de l'imprimerie changent ainsi le contenu même des pensées, étant à l'origine de l'esprit critique revendiqué par les humanistes au XVI^e siècle.

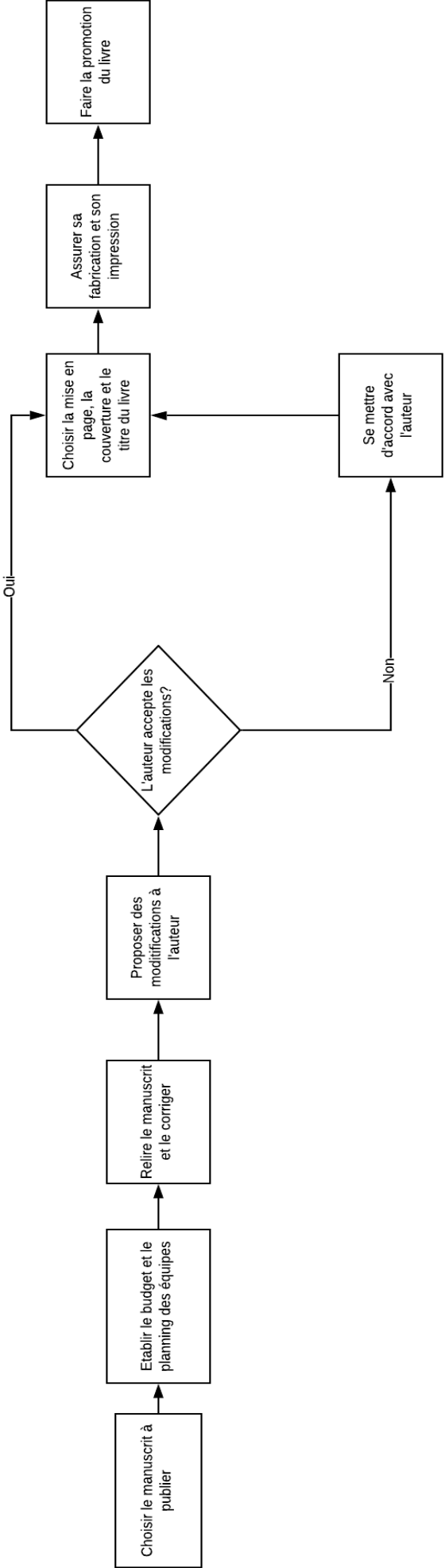
L'œuvre éditée est alors elle-même porteuse d'un message et porteuse des caractéristiques de la société dans laquelle elle est produite. Les idées de l'auteur prennent la forme de mots imprimés noir sur blanc – l'expérience de l'écriture est par ailleurs différente sur papier et sur ordinateur – et l'éditeur crée le medium qui les contiendra. En effet, le message est reçu différemment en fonction de l'objet choisi pour le transmettre. Une histoire racontée oralement ou une nouvelle publiée dans un journal ne généreront pas les mêmes émotions qu'un recueil édité. On ne cherchera pas les mêmes réactions des lecteurs. Le travail des éditeurs apparaît ainsi primordial car il est au contact du medium. L'ouvrage et sa forme représentent une information en soi. Il est directement reconnaissable à travers son apparence et le nom de la maison d'édition suffit souvent à le catégoriser. D'autre part, le livre numérique apparaît comme un nouveau medium qui découle des besoins de lecteurs – pouvoir transporter plusieurs livres avec eux – et est caractéristique de l'évolution d'une société toujours plus connectée. L'éditeur, travaillant sur les supports de transmission, participe alors à la révélation de sa société et de sa culture.

Conclusion

Le métier d'éditeur apparaît comme un travail choisi par passion et par amour des livres. L'objectif de l'éditeur est de découvrir de nouveaux auteurs et des histoires inédites : il veut être à l'origine d'un succès littéraire. Il désire assurer la rencontre entre le roman et le lecteur et engendrer le même coup de cœur que celui qu'il a ressenti en lisant le manuscrit. Il zélé, ce qui peut créer de la souffrance car lorsqu'un éditeur s'enthousiasme pour une œuvre il peine à comprendre que son lectorat puisse ne pas l'apprécier. De plus, il fait face à de nombreuses contraintes, par exemple dans sa relation avec l'auteur. Il apprend alors à argumenter en faveur des modifications qu'il veut apporter au texte, mais aussi à écouter. Il développe ainsi des aptitudes sociales et des savoir-faire car il reconnaît plus facilement les succès et devient capable de juger un livre dès les premières pages. Il lui faut aussi être capable de trouver un équilibre dans les différents aspects de son métier afin d'arriver à la publication d'un livre et il doit comprendre que la réaction du public n'est pas de son ressort. L'éditeur, face à l'imprévisibilité du succès, ne peut que se montrer zélé et défendre l'œuvre, la faire exister et prospérer. Il apprend à être un vendeur mais aussi à prendre des risques. Il choisit ainsi d'accompagner un auteur dans la réalisation de son rêve et le lecteur dans son expérience de la lecture.

Annexes

Annexe 1 : chronogramme



MIMOUNI Melissa
FRANCESCHI Nicolas

Annexe 2 : Analyse de l'écart prescrit/réel

