



Université Toulouse-Jean Jaurès
Département Documentation, Archives, Médiathèque et Édition (DDAME)
Master 2 « Édition imprimée et numérique »
Année universitaire 2016-2017

LES ÉDITEURS CRITIQUES,
ENJEU DE PROFESSIONNALISATION

Mémoire de Master 2 d'Adeline Pinon
Sous la direction de M^{me} Fanny Mazzone,
Maîtresse de conférences, Université Toulouse-Jean Jaurès

Soutenu le 12 septembre 2017

Jury :

M^{me} Fanny Mazzone, Maîtresse de conférences à l'Université Toulouse-Jean Jaurès

M. Frantz Olivié, éditeur et enseignant à l'Université Toulouse-Jean Jaurès

L'édition représente un microcosme de la société dont elle fait partie, reflétant ses grandes tendances, façonnant dans une certaine mesure ses idées.

André Schiffrin, *L'édition sans éditeurs*, La fabrique, 1999, p. 7
cité dans *La trahison des éditeurs*, Thierry Discepolo, Agone, 2011, p. 13.

*Je repense souvent à cette phrase de La Fêlure de Scott Fitzgerald que Jorge Semprun aimait citer :
« Il faut savoir que les choses sont sans espoir et être pourtant déterminé à les changer ».*

François Maspero, « Quelques malentendus »,
entretien pour la revue *Période*, 2014.

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier chaleureusement ma directrice de mémoire, M^{me} Fanny Mazzone, pour son suivi précieux et rigoureux, ses aiguillages et ses apports méthodologique et bibliographique. Je tiens aussi à remercier M. Frantz Olivié d'avoir accepté de faire partie du jury de soutenance de ce mémoire. Merci également à Yvan Narfez pour son soutien infailible dans l'élaboration de ce travail. Mes remerciements à Smolny et Agone pour leur temps consacré pour répondre à mes questions. Enfin, mes remerciements à toute l'équipe pédagogique du DEDAME, qui m'a apporté un socle de connaissances solides et m'a accompagnée et guidée dans l'expérimentation du métier d'éditrice.

SOMMAIRE

Introduction	p. 6
Partie I	
Qu'est-ce qu'être éditeur critique et comment se professionnaliser dans un champ en crise marqué par la surconcentration ?	p. 8
I. Le concept bourdieusien de champ et les spécificités du champ de l'édition	p. 8
II. Les spécificités du champ de l'édition critique	p. 14
III. Face aux contraintes du champ, l'action collective comme nécessité ?	p. 18
Partie II	
Comment l'enjeu de professionnalisation se manifeste-t-il dans le cas de trois éditeurs ; Agone, La fabrique et Smolny ?	p. 22
I. Présentation générale des critères de la professionnalisation	p. 22
II. Stratégies similaires face à l'enjeu de professionnalisation	p. 29
III. Stratégies distinctes face à l'enjeu de professionnalisation	p. 37
Partie III	
Le projet éditorial : comment favoriser la professionnalisation du collectif d'édition Smolny ?	p. 50

I. La conception	p. 50
II. La fabrication	p. 56
III. La promotion	p. 62
Conclusion	p. 68
Bibliographie	p. 70
Annexe	p. 75
Table des matières	p. 76

INTRODUCTION

Dans le cadre de ce mémoire, nous souhaitons comprendre les enjeux économiques et politiques liés au métier d'éditeur, et en particulier l'éditeur indépendant de sciences humaines et sociales en France. Nous proposons de nous intéresser à l'édition critique et plus précisément aux enjeux liés à la professionnalisation. Le choix de ce sujet est issu de notre étonnement, à l'entrée du master, en constatant l'antagonisme entre la publication d'ouvrages engagés et contestataires, et un paysage éditorial qui souffre d'une importante concentration. Notre questionnement porte sur l'opposition entre idées dites engagées et production engagée dans l'économie de marché. Ce sujet met en jeu le problème de l'ambivalence du livre, objet culturel et objet de consommation. L'édition est un commerce mais c'est aussi une production d'idées, de sens, de culture, c'est aussi une activité créatrice de valeur symbolique. Comment concilier ces deux pôles ? L'exemple des éditeurs critiques est particulièrement représentatif de ce conflit. C'est pourquoi nous nous intéresserons aux maisons indépendantes dites *critiques*, à leurs pratiques et à leurs discours, et nous nous concentrerons sur les enjeux de professionnalisation. Nous pourrions nous demander en quoi et comment les éditeurs dits *critiques* luttent pour se professionnaliser dans le champ de l'édition marqué par la « *surconcentration* »¹.

Dans un premier temps, il convient de définir les termes de notre sujet. Nous utilisons ici le mot *champ* au sens du concept de Bourdieu. Le champ est déterminé par une structure spécifique et des agents positionnés à l'intérieur de cette structure. Il s'agit d'« *un microcosme relativement autonome au sein du macrocosme que représente l'espace social global* »². La catégorie d'éditeurs critiques émane du travail de Sophie Noël, chercheuse en sciences sociales³ et auteur d'une thèse sur le sujet intitulée *L'édition indépendante critique : engagements politiques et intellectuels*⁴, parue aux presses de l'ENSSIB en 2012. Nous nous appuyerons sur la définition donnée par l'auteur dans le cadre de ce travail. En ce qui concerne la notion de professionnalisation, elle a été définie par différents sociologues, en France et en Angleterre. Selon le lexique des sciences sociales, la professionnalisation serait l'« *institutionnalisation d'une profession, conséquence d'une complexification de la société et d'une division du travail qui s'accroît* »⁵. C'est donc une notion relativement récente, apparue dans les années 1960. Didier Demazière, sociologue des professions, considère la professionnalisation comme « *une catégorie pratique polysémique et flottante. Tantôt catégorie politique, culturelle ou gestionnaire, elle désigne des dimensions différentes du travail, par exemple l'emploi ou le statut, l'activité ou le métier, le résultat ou le produit* »⁶. Nous pouvons retenir l'idée que « *les acteurs luttent pour atteindre une certaine maîtrise de leur activité* », que des « *stratégies [sont] mises en œuvres pour se développer* » et que « *des objectifs [sont] à*

¹ Martine Prosper, *L'édition. L'envers du décor*, Éditions Lignes, 2009, 156 p.

² Bernard Lahire, « Le champ et le jeu : la spécificité de l'univers littéraire en question » dans *La Condition littéraire. La double vie des écrivains*, La Découverte, 2006, p. 145.

³ Sophie Noël est sociologue et maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication à l'Université Paris 13 (UFR Communication) et chercheuse associée à l'EHESS (<http://labsic.univ-paris13.fr/index.php/noel-sophie>).

⁴ Désormais, la référence à cet ouvrage sera notée de la façon suivante : *ETC*.

⁵ Madeleine Grawitz, *Lexique des sciences sociales*, 8^e édition, Dalloz, 2004, Paris, p. 328.

⁶ Didier Demazière, « Professionnalisations problématiques et problématiques de la professionnalisation », *Formation emploi*, n° 108, 2009, pp. 83 à 90 (Lien : <https://www-cairn-info.nomade.univ-tlse2.fr/revue-formation-emploi-2009-4.htm>).

atteindre et [qu'il y a] des obstacles pour les atteindre »⁷. La notion de professionnalisation peut alors être entendue, dans le cadre de notre mémoire, comme un processus en mouvement qui va du bénévolat vers le salariat. La non professionnalisation serait le fonctionnement d'une structure uniquement avec des bénévoles. Cette définition aura peut-être des limites pour notre sujet d'étude car certaines maisons d'édition de notre corpus fonctionnent avec des bénévoles qui ne cherchent pas à aller vers le salariat. C'est pourquoi nous établirons différents indicateurs pour évaluer et définir la professionnalisation (par exemple le statut juridique, le nombre de livres par an, le nombre de salariés, etc). Nous pourrions donc nous interroger sur les modes de professionnalisation et le modèle économique. Nous nous intéresserons à trois maisons d'édition critiques en particulier pour confronter cette idée de professionnalisation à une analyse de terrain : Agone situées à Marseille et dirigées par Thierry Discepolo, La fabrique situées à Paris et dirigées par Éric Hazan et Smolny, situées à Toulouse et dirigées de façon collective.

Nous pouvons d'ores et déjà formuler quelques pistes de réflexion qui seront développées lors de notre étude ; quelle relation entre militantisme, travail-passion et professionnalisme ? Quel rapport entre l'engagement et le bénévolat ? Quels sont les objectifs des éditeurs critiques en termes de professionnalisation ? Quelles difficultés rencontrent-ils sur le chemin de la professionnalisation ? À partir d'un panel choisi d'éditeurs critiques, pouvons-nous relever une homogénéité de stratégies ? Si oui, lesquelles sont-elles ? Si non, en quoi diffèrent-elles ? Ce sujet est très lié aux problématiques économiques avec notamment l'idée de concilier engagement et rentabilité, intégrité intellectuelle et exigence professionnelle. À partir de ces pistes de réflexions, nous pouvons formuler un ensemble d'hypothèses qu'il s'agira de confirmer ou de réfuter dans le développement de notre analyse. Ces hypothèses peuvent être énoncées ci-dessous : les éditeurs critiques refusent de se professionnaliser en se rémunérant par leur activité pour conserver l'intégrité de leur engagement intellectuel. Ils assument ainsi leur position marginale et considèrent que le militantisme ne peut pas aller de pair avec la professionnalisation, que cela doit rester un « métier-passion ». Les éditeurs critiques luttent pour être dans une démarche de professionnalisation mais y parviennent difficilement.

Dans un premier temps, nous ferons un état des lieux du champ de l'édition critique et des enjeux liés à leur professionnalisation. Puis nous pourrions proposer une étude de terrain en observant de plus près les enjeux de professionnalisation chez les trois éditeurs critiques de notre corpus. Enfin nous pourrions élaborer et présenter un projet éditorial qui prend en compte les constats dressés lors de l'analyse et les manques les plus saillants.

⁷ *Ibid.*

Partie I

Qu'est-ce qu'être éditeur critique et se professionnaliser dans un champ en crise marqué par la surconcentration ?

*Tous les domaines de l'action publique (...) ; la santé, l'éducation, la recherche, la justice, etc., tous ont à déférer au seul critère de l'efficacité économique, comme évaluation quantitative généralisée, et pas seulement eux, mais hors de la sphère proprement publique ; le sport, l'édition, les médias bien sûr, pourvoyeurs de biens en première instance non économiques, mais ramenés de plus en plus féroce à la logique économique.*⁸

Frédéric Lordon⁹

Dans cette première partie, il s'agit de s'interroger sur les enjeux de professionnalisation auxquels font face les éditeurs indépendants et de mieux définir la place des éditeurs critiques à l'intérieur du champ de l'édition aujourd'hui en France. Cet état des lieux nous permettra de clarifier le contexte dans lequel s'inscrivent les maisons d'édition étudiées mais aussi d'approfondir et de mieux cerner les enjeux de notre sujet. Cette première partie sera donc l'occasion de dresser une toile de fond pour notre étude, de comprendre dans quel contexte s'ancre notre problématique. Après avoir posé quelques bases méthodologiques et théoriques, en précisant notamment le concept de champ bourdieusien, nous pourrions voir en quoi la concentration dans l'édition rend précaire l'existence d'éditeurs indépendants et quelles marges de manœuvres ils peuvent opérer au sein de ce système. Comment, dans ce contexte, les éditeurs critiques entrent en tension avec la notion de professionnalisation ?

I. Le concept bourdieusien de champ et les spécificités du champ de l'édition

L'approche économique de ce mémoire nous porte à nous tourner vers la sociologie, en particulier la sociologie du travail, de l'emploi et des relations professionnelles. Certains concepts nous paraissent opérants pour traiter notre problématique. La notion de champ développée par Pierre Bourdieu dans *Les règles de l'art*¹⁰ est en effet pertinente pour porter un regard critique sur notre sujet. Le champ peut être défini comme un ensemble déterminé par une structure spécifique et des agents positionnés à l'intérieur de cette structure qui luttent pour occuper une position dans la structure. Considérer l'édition comme un champ permet d'envisager la position des éditeurs critiques dans un ensemble en tension, structuré par un certain ordre social. Cela donne un cadre et un appui à notre réflexion. L'édition est un secteur économique qui est régi par son propre fonctionnement, son histoire et ses codes. En envisageant l'édition comme un champ, cela nous permettra de mieux comprendre la

⁸ Conférence de Frédéric Lordon présentée par Thomas Boccon-Gibod dans le cadre des Rencontres Philosophiques d'Uriage 2016. Citation extraite de la captation vidéo en ligne sur *Youtube* (31:58 – 32:31) : <https://www.youtube.com/watch?v=eGu5-Zdk3Go>.

⁹ Frédéric Lordon est économiste et philosophe. Directeur de recherche au CNRS et chercheur au Centre de sociologie européenne (CSE), il s'intéresse à la sociologie économique et développe un programme de recherche spinoziste en sciences sociales. Parmi ses publications, on peut citer : *Jusqu'à quand ? Pour en finir avec les crises financières*, Raisons d'agir, 2008 ; *Capitalisme, désir et servitude. Marx et Spinoza*, La Fabrique, 2010 ; *D'un retournement l'autre*, Seuil, 2011 et *Imperium. Structures et affects des corps politiques*, La Fabrique, 2015. Il tient un blog hébergé par le site du *Monde Diplomatique* : http://blog.mondediplo.net/La-pompe-a-phynance#plus_d_infos

¹⁰ Pierre Bourdieu, *Les règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire*, Le Seuil, 1998.

façon dont les éditeurs critiques étudiés dans ce mémoire se positionnent. Chaque champ est spécifique et « [d]ire que tout est spécifique c'est dire qu'il ne peut se confondre avec aucun autre du fait de certaines caractéristiques qui lui sont propres »¹¹. Dans cette première partie, nous pouvons tenter de cerner les spécificités du champ de l'édition. Un champ « produit de l'activité »¹², activité qui est différenciée par Alain Accardo en trois catégories de ressources : « le capital économique, le capital culturel, et le capital social (le réseau de relations mobilisables) »¹³. « Tout champ est un marché où se produit et se négocie un capital spécifique »¹⁴, et dans le cas de l'édition, ce qui se produit peut être des livres mais aussi un ensemble de relations professionnelles ou encore une maison d'édition, qui peut être un investissement, se vendre et s'acheter comme nous le verrons dans la partie sur la surconcentration. Dans le champ de l'édition, on constate une tension entre le capital économique, qui permet la production de livres et l'emploi d'agents, et le capital culturel, qui est souvent mis en avant au détriment de l'argent, méprisé et perçu comme « vulgaire » : « dans la plupart des maisons, les considérations financières sont entourées d'une discrétion de violette. (...) Comme s'il y avait, sur le fond, incompatibilité entre le livre, cet objet qui touche à l'esprit, et les vulgaires nourritures terrestres »¹⁵. En prenant en compte de telles données sur la spécificité du champ de l'édition, cela nous permet de situer les agents à l'intérieur de ce champ en nous demandant par exemple si les éditeurs critiques entretiennent également une relation identique au capital économique et au capital culturel. Par ailleurs, l'existence de grands groupes dans l'édition et la distribution française instaure des relations particulières entre maisons d'édition et agents. Ces relations évoluent selon les bouleversements qui interviennent dans le champ, néanmoins, si des rachats de maisons se produisent par exemple, il restera l'existence du champ en tant que « système spécifique de relations objectives, qui peuvent être d'alliance et/ou de conflit, de concurrence et/ou de coopération, entre les positions différenciées, socialement définies et instituées, largement indépendantes de l'existence physique des agents qui les occupent »¹⁶. Pour corroborer la définition du concept de champ avant d'aller plus loin dans l'analyse, nous pouvons ajouter que le champ détermine également un « espace des possibles »¹⁷ ou de « champ de possibilités stratégiques »¹⁸. C'est cet « espace des possibles » qu'ont investi les éditeurs critiques que nous allons étudier. Mais pour connaître les possibles, mieux vaut connaître les « impossibles », ce qui ne dépend pas de nous et sur lequel nous ne pouvons pas agir. C'est pourquoi cette première partie du mémoire nous permet de mieux connaître les fonctionnements du système à l'intérieur duquel évoluent les agents de l'édition. Cet « espace des possibles » est défini par Pierre Bourdieu comme le résultat d'un « héritage accumulé par le travail collectif »¹⁹ et qui « se présente ainsi à chaque agent comme (...) un ensemble de contraintes probables qui sont la condition et la contrepartie d'un ensemble fini d'usages possibles »²⁰. Les éditeurs critiques et les structures qu'ils ont créées sont de bons exemples de l'accumulation d'un travail collectif qui a pour conséquence la réalisation d'un espace des possibles, « dans les limites d'un

¹¹ Alain Accardo, *Introduction à une sociologie critique. Lire Pierre Bourdieu*, Marseille, Agone, 2006, p. 75.

¹² *Ibid.*, p. 77.

¹³ *Ibid.*

¹⁴ *Ibid.*, p. 78.

¹⁵ Martine Prosper, *op. cit.*, pp. 46-47.

¹⁶ *Op. cit.*, p. 70.

¹⁷ Pierre Bourdieu, *op. cit.*, p. 237.

¹⁸ *Ibid.*, pp. 278-279.

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ Pierre Bourdieu, *op. cit.*, p. 237.

certain champ »²¹. Quelles sont les limites de ce champ ? Quelles en sont les spécificités économiques et historiques ? C'est cela que nous pouvons aborder dans les parties suivantes.

A) Un champ qui souffre de surconcentration

Une des caractéristiques essentielles de ce champ est le fait que très peu de grands groupes réalisent une majorité du chiffre d'affaires des ventes de livres annuel. Pour donner quelques chiffres, nous pouvons citer Martine Prosper qui évoque la situation de 2002 mais qui reste sensiblement la même aujourd'hui, à savoir que « 9 % des entreprises faisant un chiffre annuel de plus de 15 millions d'euros représentent 71 % du chiffre d'affaires total »²². L'écart entre les grands groupes et les petites maisons d'édition en termes de chiffre d'affaires est colossal. En effet, « les plus petites maisons, celles qui font plus de 3 millions, représentent en nombre 66 % du total des maisons d'édition, mais ne pèsent qu'1 % du chiffre d'affaires global »²³. A tel point que l'on ne parle plus de concentration, mais de « surconcentration » pour décrire les mouvements des années 2000 »²⁴. Le champ de l'édition souffre donc de « surconcentration ». En effet, comme le montre ces chiffres, seuls quelques grands groupes réalisent les plus grands chiffres dans l'édition. Les éditeurs critiques que nous étudions ne se situent pas dans la première catégorie ni même dans la deuxième, puisqu'ils réalisent moins que trois millions de chiffre d'affaires par an. Ils ont donc une position marginale par rapport aux mastodontes de l'édition qui dominent le marché mais ils constituent le gage d'une bibliodiversité en proposant des ouvrages qui ne sont pas forcément des best-sellers. C'est pourquoi le marché de l'édition peut être caractérisé comme un oligopole à frange : « [a]utour de l'« oligopole », des grands groupes gravite donc une constellation de petites structures (ce que les économistes appellent « la frange concurrentielle »), dont l'entrée sur le marché est rendue possible par le faible coût d'investissement de départ »²⁵. Ces petites structures, dont font partie les éditeurs critiques, renouvellent le champ de l'édition et notamment de l'édition contestataire tout en s'inscrivant dans le marché de l'édition et dans ce secteur économique en crise. C'est dans ce contexte très concurrentiel et très concentré qu'évoluent les éditeurs critiques et qu'ils doivent faire face aux enjeux de la professionnalisation. Il est important de préciser que cette concentration touche à la fois les maisons d'édition et les groupes de distribution. Selon Martine Prosper, « [o]n peut même affirmer que la surconcentration de l'édition française s'est faite par et pour la distribution »²⁶. André Schiffrin le rappelle : « les deux tiers des journaux et magazines français sont aux mains de Dassault et Lagardère, les deux principaux fabricants d'armements du pays. Hachette, filiale de Lagardère, possède également une grande partie des maisons d'édition françaises et contrôle le réseau de distribution de la presse »²⁷. Cette surconcentration vient du fait que les maisons d'édition sont devenues peu à peu une façon pour les investisseurs de placer leur argent dans un domaine relativement stable. Le fait d'acheter une maison d'édition ou une structure de distribution devient un jeu d'investissement, des domaines à rentabiliser pour ensuite les revendre en se faisant une marge. C'est ce qui pousse certains investisseurs comme Sellière ou Lagardère à acheter de nombreuses maisons d'édition en formant des groupes. Et c'est ce qui donne à l'édition

²¹ *Ibid.*

²² Martine Prosper, *op. cit.*, pp. 25-26.

²³ François Rouet, *Le Livre, mutations d'une industrie culturelle*, La Documentation française, 2007.

²⁴ Martine Prosper, *op. cit.*

²⁵ *Ibid.*, p. 28.

²⁶ *Ibid.*, p. 114.

²⁷ A. Schiffrin dans Collectif, *Le livre : que faire ?*, La fabrique, 2008, p. 12, 104 p.

son paysage très concentré. André Schiffrin a très bien analysé ce phénomène dans son ouvrage *L'argent et les mots* paru en 2010 chez La fabrique. Au départ optimiste sur la situation française en comparaison à celle des États-Unis, il pensait que « *le poids des deux grands groupes, Hachette et Vivendi, pourrait rester heureusement équilibré par le troisième groupe, celui des indépendants, assez puissant et influent pour tenir face à la pression des conglomérats et à la tendance à la mondialisation* »²⁸ mais il s'est avéré que les conglomérats ont pris de plus en plus d'importance et sont devenus encore de plus en plus gros. La société d'investissement Wendel dirigée à l'époque par Ernest-Antoine Seillière a fait fructifier le chiffre d'affaires du groupe d'édition Editis pour ensuite le revendre à un groupe d'investissement espagnol, Planeta, en 2008. Cette opération a entraîné un bénéfice de 300 %, ce qui est un exemple assez parlant pour démontrer le fait que les maisons d'édition sont devenues des aubaines pour les investisseurs. André Schiffrin évoque ce déplacement propre à l'économie actuelle, dans laquelle la spéculation et la place des investisseurs prennent le pas sur la production de produits réels :

« Déjà fascinant en soi, l'exemple d'Editis a l'intérêt de montrer quel niveau de profit recherchent les grands investisseurs. Alors que les maisons d'édition commerciales essaient de prouver qu'elles sont capables de donner des rendements de plus de 10 % par an, de tels chiffres sont de la roupie de sansonnet pour les Wendel de ce monde, capables d'atteindre 300 %. Dans la crise économique actuelle, pour gagner vraiment beaucoup d'argent, on ne peut plus se contenter de cette activité banale qui consiste à fabriquer quelque chose de réel et à le vendre. Les banques et les spéculateurs ont apporté la preuve que c'est en jouant avec l'argent des investisseurs, en créant des produits financiers d'une extrême complexité et en les vendant à des acquéreurs inconscients que l'on parvenait à amasser des fortunes. »²⁹

De là naît la question de la rentabilité, et le conflit entre des logiques irréconciliables : d'un côté des biens qui ne peuvent attendre que 3 ou 4 % de rentabilité et de l'autre des investisseurs exigeants pour qui le minimum de rentabilité doit être « à deux chiffres ».

B) L'exigence de rentabilité : une tendance à la hausse dans l'édition

Cette tendance depuis une trentaine d'années aux rachats des maisons d'édition par des grands groupes a entraîné une hausse de l'exigence de rentabilité pour chaque livre. Chaque livre doit être rentable et dans les grands groupes, les gestionnaires qui contrôlent les comptes d'exploitation sont très influents : « *les services de contrôle de gestion n'ont cessé de croître et de prospérer, formant un maillage serré derrière chaque projet de livre* »³⁰. Cela entraîne une réduction des probabilités de publier des ouvrages dont le succès commercial n'est pas assuré. Nombre de projets sont donc laissés de côté pour minimiser la prise de risque et atteindre l'exigence de rentabilité. Ce phénomène va en grandissant, de telle sorte qu'André Schiffrin parle de « contraception » mise en place par les gestionnaires des grands groupes d'édition. Il utilise cette métaphore pour parler de l'évolution du marché :

« J'ai dit un jour en plaisantant que l'on était passé de l'infanticide, en laissant tomber les nouveaux titres sans grands espoirs de vente, à l'avortement, en dénonçant les contrats de livres existants qui n'étaient plus considérés

²⁸ André Schiffrin, *L'argent et les mots*, La fabrique, 2010, p. 9, 103 p.

²⁹ *Ibid.*, p. 14.

³⁰ Martine Prosper, *op. cit.*, p. 99.

comme financièrement valables. Aujourd'hui, on en est à la contraception : on fait en sorte que de tels titres n'entrent plus du tout dans le processus de production. »³¹

Cette réduction des probabilités de publier un livre dont le succès commercial n'est pas assuré va de pair avec l'augmentation des exigences de rentabilité. Le niveau de rentabilité s'est accru lorsque celui-ci s'est aligné avec le seuil de rentabilité des journaux, plus élevé que celui des livres. La rentabilité des livres « *ne dépasse guère 10 %* » quand « *bien qu'en crise, la presse affiche, dans des groupes comme Lagardère ou RCS, une rentabilité de 15-18 %* »³². L'exigence d'une rentabilité à deux chiffres devient la règle dans les grands groupes alors qu'avant que ne débute le rachat des maisons par des grands groupes de médias, « *le bénéfice moyen des maisons d'édition en Europe et aux États-Unis se situait autour de 3-4 % par an* » et « *ce rendement paraissait tout à fait normal* »³³. La « *pression sur les résultats* », « *imposée par l'actionnariat* »³⁴, se fait de plus en plus forte, et est une conséquence de la surconcentration du marché éditorial. Le fait que l'édition apparaisse comme un marché relativement stable au regard des autres secteurs de l'industrie culturelle en fait un marché attractif pour les investisseurs : « *certes le marché du livre n'est pas un marché "spéculatif", mais sa stabilité dans le temps, comparé à d'autres industries culturelles, en fait un marché suffisamment attractif pour que les investisseurs s'y intéressent* »³⁵. Et cela entraîne une augmentation du niveau d'exigence de rentabilité, pour maximiser les profits et rentabiliser l'investissement. Dans ce cas là, le but de la maison d'édition devient le fait de faire le maximum de « *profits et non de chercher à publier de meilleurs livres* »³⁶.

C) La professionnalisation : similitudes avec le monde du travail et spécificités du champ de l'édition

L'une des spécificités du champ de l'édition, comme nous l'avons vu, est l'exigence d'une certaine rentabilité. En effet, « *les objectifs de rentabilité à deux chiffres fixés aux filiales "livre", (...) pèsent de tout leur poids sur les budgets et les salariés...* »³⁷. Les éditeurs critiques tentent d'échapper à cette pression venue des gros groupes en misant sur l'équilibre d'un catalogue ; un titre moins vendu sera rééquilibré par un titre qui se vend davantage. La logique est donc centrée sur le long terme, à l'opposé d'une politique de « *court-termisme* »³⁸. Cette politique éditoriale situe l'édition critique à un endroit différent par rapport au reste du champ de l'édition et constitue une spécificité. Nous pouvons désormais aborder la problématique liée à la professionnalisation. Qu'en est-il du rapport à la professionnalisation à l'intérieur du champ de l'édition ? Existe-t-il des spécificités propres à ce champ ? D'après nos lectures, on peut dire qu'au niveau de la gestion des ressources humaines, les mêmes techniques de pression sur les salariés et de précarisation sont employées que dans le reste du monde du travail : externalisation et recours à des « *free-lances* », raréfaction des CDI et reconduction illégale de CDD, harcèlement moral, heures supplémentaires non payées... Ces situations sont en effet fréquemment mentionnées

³¹ André Schiffrin, *op. cit.*, p. 22.

³² Martine Prosper, *op. cit.*, pp. 33-34.

³³ André Schiffrin, *op. cit.*, p. 17.

³⁴ Martine Prosper, *op. cit.*, pp. 33-34.

³⁵ *Ibid.*

³⁶ André Schiffrin, *op. cit.*, p. 14.

³⁷ Martine Prosper, *op. cit.*, pp. 33-34.

³⁸ *Ibid.*, pp. 122-123.

chez les travailleurs qui déclarent « *souffrir* »³⁹ au travail et se sentir « *exploités* »⁴⁰. Plusieurs enquêtes ont été menées dans ce sens et sont restituées dans un ouvrage intitulé : *Travailler pour être heureux ? Le bonheur et le travail en France*⁴¹. On peut y lire que les

« mauvaises conditions de travail se traduisent toujours par une intensification du travail ainsi que par une précarisation des statuts qui s'exprime, dans l'enquête, par la conscience du risque d'être licencié, l'identification de son travail à une impasse et le sentiment que le travail nous vieillit prématurément ».⁴²

Les récits des enquêtés et les analyses qui en sont faites sont frappantes de similitudes avec les récits que l'on peut trouver dans l'ouvrage de Martine Prosper sur le monde de l'édition⁴³, tirés de son expérience d'éditrice et de syndicaliste, notamment le récit qu'elle fait d'une sorte de « parcours-type » du combattant ou plutôt de la combattante dans le monde de l'édition. Celle-ci enchaîne les CDD illégaux ; « *le CDD est systématiquement détourné de son objet pour servir de période d'essai à rallonge voire de contrat de chantier* »⁴⁴ et alors le « *CDD à la sauce "édition" devient une sorte de contrat de projet, comme il en existe dans le bâtiment ou l'informatique* »⁴⁵. Et si au bout de quelques années de CDD, la « combattante » réussit à conclure un CDI, elle constatera que « *pour prix du passage au CDI, le salaire a baissé* »⁴⁶. Pour conclure que « *le social est bien la face sombre de cette entreprise "culturelle" et le privilège d'y travailler se paye au prix fort* »⁴⁷. On peut donc supposer que les conditions de travail et d'exploitation dans le champ de l'édition demeurent les mêmes que dans le reste du monde du travail, voire même plus mauvaises. En effet, « *le barème des salaires d'embauche de la branche édition est l'un des plus bas qui existe : la majorité des coefficients "employés" est au dessous du SMIC, ce qui a pour effet de tirer vers les bas les autres catégories* »⁴⁸. Ces conditions concernent autant les grandes structures que les petites, cela est même souvent pire dans les petites structures : « *il faut oser dire que les petites structures réservent souvent de pire conditions de travail. (...) Chez certains petits éditeurs, on ignore souvent la convention collective et le code du travail réunis* »⁴⁹. La spécificité du champ de l'édition résiderait dans le fait qu'il s'agit d'un secteur culturel auréolé de prestige et de fantasmes, où les places sont rares et les postulants nombreux. L'investissement des travailleurs, du fait qu'il s'agit d'un secteur culturel, peut également être plus important, soit par choix soit par pression, car on peut y retrouver la problématique du « travail-passion », passion des livres et du métier. Cela apparaît comme une spécificité du champ de l'édition, le fait que « *sous couvert d'intellect* », l'exploitation va bon train : « *de tous les aspects du mythe, c'est de loin le moins sympathique. Exploiter son prochain sous couvert d'intellect, ce n'est guère glorieux pour une profession "humaniste"...* »⁵⁰. Une autre des spécificités du champ de l'édition serait la faible présence des syndicats. Bien qu'il s'agisse d'une tendance générale dans le monde du travail (peu d'action collective, peu de syndicalisation) comme on peut le lire dans l'ouvrage *Travailler pour être heureux ?* (« *la force collective de l'organisation (...)*

³⁹ Michel Gollac (dir.), *Travailler pour être heureux ? Le bonheur et le travail en France*, Fayard, 2003, 352 p.

⁴⁰ *Ibid.*

⁴¹ *Ibid.*

⁴² *Ibid.*, p. 290.

⁴³ *Op. cit.*

⁴⁴ Martine Prosper, *op. cit.*, p. 64.

⁴⁵ *Ibid.*

⁴⁶ *Ibid.*, p. 65.

⁴⁷ *Ibid.*, p. 10.

⁴⁸ *Ibid.*, p. 66.

⁴⁹ *Ibid.*, p. 71.

⁵⁰ *Ibid.*, p. 48.

fait défaut et (...) la mise en forme de l'injustice comme exploitation n'est plus un socle d'identification collective et de lutte »⁵¹), il semblerait que cette tendance soit encore plus forte dans le champ de l'édition. Martine Prosper va même jusqu'à affirmer que les maisons d'édition sont des « zones de non-droit, où les syndicalistes ne sont pas les bienvenus et où il n'y a pas pire offense que de demander l'application de la loi »⁵². Le niveau d'action et de revendication collective est faible, les agents de ce champ semblent avoir intégré l'ordre social de la structure et ne la remettent pas en cause. Comme le souligne Alain Accardo, « les agents qui constituent la population propre à un espace social donné, ont tendance, du fait même de leur socialisation, à se conformer, sinon dans la totalité sinon dans l'immense majorité des cas et des circonstances, aux contraintes imposées par le système des positions (et des écarts séparant ces positions) »⁵³ et

« ils ne songent même pas à la possibilité de les remettre en question, et (...) sans avoir besoin d'y réfléchir, ils agissent en toutes circonstances conformément aux exigences de l'ordre établi, sans outrepasser les droits et les pouvoirs que leur position les autorise à exercer ».⁵⁴

C'est ainsi que l'espace social que constitue le champ de l'édition est organisé et que se perpétue l'injustice, tant qu'il n'y a pas de remise en cause : « il est un fait qu'en matière sociale, les employeurs de la profession jouent avec la règle du "pas vu pas pris" et du "tant que ça dure"... »⁵⁵.

II. Les spécificités du champ de l'édition indépendante critique

A) Historique et présentation de l'édition critique

La naissance des éditeurs critiques se situe à la seconde moitié des années 1980, période de crise pour l'édition de manière globale. Mais, comme le souligne Sophie Noël, « le développement [de l'édition critique] obéit à une logique propre »⁵⁶ et un des éléments explicatifs de ce développement serait le « nouveau contestataire dans la société française »⁵⁷ de l'époque. On peut ajouter que ce mouvement de contestation s'intensifie « dans les années 1990 avec la montée en puissance du mouvement altermondialiste, le mouvement social de 1995 et la création d'ATTAC en 1998 »⁵⁸. Parmi ces éditeurs critiques, nous pouvons citer : les éditions de L'Éclat (1985), Climats (1988)⁵⁹, Syllepse (1989). Le corpus de Sophie Noël compte une trentaine d'éditeurs critiques. Son corpus s'arrête en 2005 pour des « raisons pratiques »⁶⁰ et par manque de « recul nécessaire »⁶¹ et de « données empiriques (...) significatives »⁶². Nous nous intéresserons à trois éditeurs critiques dans notre partie d'exploration de terrain ; Agone, La fabrique et Smolny. Les deux premiers ont environ vingt ans d'existence

⁵¹ Michel Gollac (dir.), *op. cit.*, p. 296.

⁵² Martine Prosper, *op. cit.*

⁵³ Alain Accardo, *op. cit.*, pp. 62-63.

⁵⁴ *Ibid.*

⁵⁵ Martine Prosper, *op. cit.*, p. 66.

⁵⁶ *EIC*, p. 92

⁵⁷ *Ibid.*

⁵⁸ *Ibid.*

⁵⁹ Les éditions Climats ont été rachetées par le groupe Flammarion en 2005.

⁶⁰ *EIC*, p. 93

⁶¹ *Ibid.*

⁶² *Ibid.* (l'auteur a soutenu sa thèse en 2010).

tandis que Smolny en a douze. Ce qui constitue des durées de vie relativement importantes, et montre que ces maisons ont su faire face à l'enjeu de l'indépendance et ne pas être rachetées, contrairement à beaucoup d'autres maisons créées après 1988, comme le souligne Jean-Yves Mollier :

« [s]i l'on observe maintenant le sort des nouveaux venus, nés après 1988, comme Agone, Au Diable Vauvert, Claire Paulhan, L'Esprit frappeur, L'Esprit des péninsules, La Dispute, La fabrique, First, Le Croquant, Le temps des cerises, Les Arènes, Mille et une nuits, Nouveau Monde éditions, Raisons d'agir, Thierry Magnier ou Viviane Hamy, on ne peut que constater que plus de la moitié d'entre eux ont perdu leur indépendance ».⁶³

L'expression « édition critique » met en valeur la dimension d'opposition à un modèle de la part de certains éditeurs. J'emprunte cette expression à Sophie Noël qui propose la définition suivante :

« Par éditeurs critiques sont désignées les structures indépendantes publiant dans le domaine des sciences humaines et des essais, animées par une conception politique (globalement de gauche) ou "engagée" de leur métier, dont la production se situe au carrefour des secteurs universitaire, militant et grand public (voir tableau). Apparues à partir de la fin des années 1980, au moment de la montée de la critique du néolibéralisme, ces maisons s'inscrivent dans une économie extrêmement précaire, mais à forte portée symbolique. À cheval sur plusieurs taxinomies professionnelles, elles forment un espace éditorial flou qui se caractérise par des degrés variables de professionnalisme, d'engagement politique et d'exigence intellectuelle ».⁶⁴

Après avoir clarifié le contexte dans lequel est né le sous-champ de l'édition critique, nous pouvons ajouter que « ces éditeurs "engagés" ont pour caractéristique d'ajouter une dimension politique à la remise en cause traditionnelle des médias et de s'approprier les théories critiques qu'ils contribuent à diffuser »⁶⁵. Nous pourrions revenir sur le rapport des éditeurs critiques aux médias. Le terme d'éditeurs critiques a donc été choisi car « ils se situent au carrefour de plusieurs domaines : édition de sciences humaines, militante et grand public, dessinant les contours d'un sous-champ spécifique indissociable du "renouveau contestataire" des années 1990⁶⁶ ». ⁶⁷ Dans ce sous-champ spécifique, on constate une absence d'homogénéité qui rend compte de différentes stratégies :

« Les maisons d'édition indépendantes critiques apparues depuis une vingtaine d'années en France permettent d'éclairer certaines stratégies de résistance aux contraintes marchandes dans un secteur culturel confronté à la pression croissante de la rationalité économique, et d'analyser les ressorts de ce type de position hétérodoxe ».⁶⁸

Nous pourrions ainsi analyser au cours de ce mémoire ces « stratégies de résistance aux contraintes marchandes »⁶⁹. Nous souhaitons aussi analyser les discours et les pratiques, notamment en termes d'autoexploitation et de professionnalisation. Pour expliquer la dénomination d'éditeur critique, « qui ne renvoie à aucune catégorie préexistante reconnue par les instances professionnelles ou publiques » mais qui « relève de catégories de perceptions des acteurs, ainsi que des stratégies de présentations »⁷⁰, Sophie Noël distingue trois traits saillants : l'indépendance, le domaine des sciences humaines et sociales et la question plus empirique des discours et des représentations (visible notamment par le catalogue et le graphisme des couvertures). Pour étayer

⁶³ Jean-Yves Mollier, *Une autre histoire de l'édition française*, La fabrique, 2015, pp. 372-373, 432 p.

⁶⁴ Sophie Noël, « Maintenir l'économie à distance dans l'univers des biens symboliques : le cas de l'édition indépendante "critique" », *Revue Française de Socio-Économie*, n° 10, 2012, pp. 73-92.

⁶⁵ Sophie Noël, « Les Petits Éditeurs "Critiques" et la presse écrite : une relation ambiguë », *Communication & langages*, n° 163, 2010, n. pag. Web.

⁶⁶ Sommier, Isabelle, 2003, *Le renouveau des mouvements contestataires à l'heure de la mondialisation*, Paris, Flammarion.

⁶⁷ Sophie Noël, « Les Petits Éditeurs "Critiques" et la presse écrite : une relation ambiguë », *Communication & langages*, n° 163, 2010, n. pag. Web.

⁶⁸ *Ibid.*

⁶⁹ *Ibid.*

⁷⁰ *EIC*, p. 89.

cette définition, nous pouvons développer ces trois points. Tout d'abord, les éditeurs étudiés publient dans le domaine des sciences humaines et sociales et ont souvent la volonté de concilier la sphère savante et la sphère militante ainsi que de défendre un pluralisme des idées. Ils se situent tous « à gauche du spectre politique »⁷¹ et leur production est « extrêmement diversifiée »⁷² regroupant des « témoignages, ouvrages d'analyse, essais, enquêtes et documents d'actualité »⁷³. Cette production rassemble des « ouvrages savants, lettrés, militants et grand public »⁷⁴. Ensuite, être éditeur critique se manifeste aussi dans les discours et les représentations, lesquels sont matérialisés en partie par un catalogue, une ligne graphique et esthétique. Le catalogue donne en effet une image et une identité à la maison de même que les discours d'autodéfinition des éditeurs eux-mêmes. Ces discours peuvent provenir d'entretiens mais aussi de « diverses "mises en scène de soi" opérées dans l'espace public : tribunes et interviews dans la presse, écrits d'intention, préfaces à des titres publiés, traductions, déclinaisons de l'identité et des objectifs des maisons d'édition »⁷⁵. La charte graphique des éditeurs se traduit souvent par une « esthétique épurée »⁷⁶, et donne une cohérence et une visibilité pour les libraires et les diffuseurs. La marque de fabrique des éditeurs critiques est la « recherche d'efficacité maximale », « peu encombrée d'esthétique », avec des « couleurs vives », des « audaces typographiques » et un certain « "tape-à-l'œil" »⁷⁷. La dimension « artisanale »⁷⁸ de l'édition est mise en avant, avec un travail sur l'objet-livre important : « format, choix du papier, de la typographie, maquette de couverture »⁷⁹. Mais il existe aussi chez les éditeurs critiques l'utilisation d'un graphisme qui renvoie à l'univers savant ; celui-ci se traduit par une « grande économie de moyens »⁸⁰ avec par exemple pour la collection « Banc d'essais » d'Agone ; « le nom de l'auteur en brun, dans une typographie italienne, et le titre en noir, sur un papier ivoire. Trois traits horizontaux et un vertical viennent rythmer le format rectangulaire »⁸¹. Cette description de la couverture du titre d'Agone est un exemple parlant du style de graphisme qui renvoie à des ouvrages savants chez les éditeurs critiques.

B) L'indépendance : une condition précaire et précieuse, garante de la bibliodiversité

C'est dans ce contexte que certaines maisons d'édition voient le jour et font leur place sur le marché de l'édition. Elles ne sont pas adossées à un grand groupe et constitue la part des maisons indépendantes. L'indépendance est une notion centrale pour définir notre champ d'étude. Ce terme, « controversé »⁸², renvoie aujourd'hui au fait de s'opposer aux grands groupes. L'indépendance dont il est question vis-à-vis de ces grands groupes est de deux ordres : « financière » et « d'esprit »⁸³. Nous pouvons voir dans cette partie les caractéristiques de l'indépendance dans le milieu de l'édition aujourd'hui en France et en quoi ces maisons « assument aujourd'hui les risques intellectuels et financiers devant lesquels les plus importantes hésitent »⁸⁴. Être indépendant signifie

⁷¹ EIC, p. 89.

⁷² Ibid.

⁷³ Ibid.

⁷⁴ Ibid.

⁷⁵ EIC, p. 90.

⁷⁶ Ibid.

⁷⁷ EIC, p. 91.

⁷⁸ EIC, p. 90.

⁷⁹ Ibid.

⁸⁰ EIC, p. 91.

⁸¹ Ibid.

⁸² EIC, p. 80.

⁸³ Éric Hazan dans Collectif, *Le livre : que faire ?*, op. cit., p. 9.

⁸⁴ André Schiffrin, *L'argent et les mots*, op. cit., p. 29.

donc ne pas appartenir à un grand groupe. L'édition souffre d'un phénomène de concentration, la plupart de maisons d'éditions sont entre les mains de quelques grands groupes. Ce qui différencie les éditeurs indépendants, c'est qu'ils ne font pas de la rentabilité leur objectif premier. Tout en visant l'équilibre des comptes, ils ne font pas de la rentabilité une « *recherche forcenée* »⁸⁵. Cependant, l'indépendance financière de ces éditeurs repose sur un équilibre précaire. On peut cependant s'interroger sur l'ambivalence du livre, entre « *création et rentabilité* »⁸⁶, « *qualité et succès* »⁸⁷ et se demander, à l'instar de Martine Prosper : « *un bon livre se vend-il forcément bien et un best-seller est-il à coup sûr un mauvais livre ? Bien sûr que non* »⁸⁸. L'indépendance intellectuelle est un marqueur d'engagement de la part de ces éditeurs. Conserver son indépendance signifie aussi conserver sa liberté de penser et d'éditer des livres qui défendent la création et le pluralisme des idées, contrairement aux grands groupes qui « *paralyseraient volontairement ou involontairement la création et le pluralisme des idées et des œuvres littéraires* »⁸⁹. Être indépendant intellectuellement signifierait aussi que la ligne éditoriale n'est pas « *uniquement soumise à des impératifs du marché* »⁹⁰. Cependant, cette notion d'indépendance est à nuancer et interroger. Une certaine dépendance au marché et aux contingences économiques n'est pas à négliger. Comme le souligne Sophie Noël, les éditeurs indépendants sont souvent en situation de « *dépendance financière — vis-à-vis des banques, de la puissance publique* » et ont des « *difficultés de développement* »⁹¹.

C) Le problème de l'accès à la diffusion et à la distribution

Parmi les contraintes importantes de l'édition d'aujourd'hui, nous pouvons citer le problème de l'accès à la diffusion et à la distribution. Comme le souligne André Schiffrin, ce problème est un des plus importants pour les petites maisons d'édition et ne concerne pas que la France : « *[e]n France, comme en Angleterre, aux États-Unis ou partout ailleurs, il est de plus en plus difficile d'accéder aux circuits de distribution* »⁹². Or, publier un livre n'est que la première étape, on connaît l'importance de toucher son lecteur, de vendre le livre et par conséquent d'être visible, diffusé et distribué sur tout le territoire, voire même dans toute la francophonie. Mais « *les grands distributeurs exigent un chiffre d'affaires annuel important, ce qui exclut la plupart des petites maisons qui doivent donc bricoler leur propre diffusion-distribution* »⁹³. Accéder à un système de diffusion-distribution est un problème récurrent et sur lequel nous pourrions revenir dans la deuxième partie. La distribution est également un secteur très concentré et c'est la partie la plus industrielle de l'édition. L'exigence de rentabilité pèse de tout son poids. D'autant que pour rentabiliser une équipe de diffusion, « *on estime qu'il faut généralement un chiffre d'affaires minimum de 15 à 20 millions d'euros* »⁹⁴ et « *40 millions pour faire vivre un centre de distribution couvrant 5000 points de vente* »⁹⁵. Ces seuils sont considérables et viennent notamment du fait que les systèmes de distribution et diffusion de livres se sont alignés « *sur le modèle de la grande*

⁸⁵ Gilles Perrault dans *L'édition menacée, Livre blanc sur l'édition indépendante*, Charles Onana (dir.), édition Duboiris, 2005, p. 8, 82 p.

⁸⁶ Martine Prosper, *op. cit.*, p. 102.

⁸⁷ *Idid.*

⁸⁸ *Ibid.*

⁸⁹ Gilles Perrault dans *L'édition menacée, Livre blanc sur l'édition indépendante, op. cit.*, p. 12.

⁹⁰ *EIC*, p. 86.

⁹¹ *EIC*, p. 81.

⁹² André Schiffrin, *L'argent et les mots, op. cit.*, pp. 24-25.

⁹³ *Ibid.*

⁹⁴ Martine Prosper, *op. cit.*, p. 113.

⁹⁵ *Ibid.*

distribution »⁹⁶. Ainsi, le point crucial pour faire vivre une maison d'édition est l'accès à un système de diffusion-distribution. Or, cela est un vrai défi à relever pour les petites structures, comme le souligne Martine Prosper :

« le facteur déterminant de la construction d'un catalogue, et partant, de la survie d'une maison d'édition reste l'accès à un système de diffusion et distribution adaptée. Or là, le bât blesse cruellement quand on sait que, pour accéder à un diffuseur moyen, la barrière d'entrée se situe autour de 300 000 euros de chiffre d'affaires annuel ! »⁹⁷

Les librairies indépendantes sont les seules chances pour les éditeurs de petite taille de diffuser leurs livres, mais elles-mêmes sont submergées par de très nombreux titres, tandis que « *les chances de visibilité dans les grandes surfaces* »⁹⁸ sont minces.

III. Face aux contraintes du champ, l'action collective comme nécessité ?

Après avoir dressé les principales structurations du champ de l'édition ; la surconcentration, l'exigence de rentabilité toujours plus forte, les difficultés pour accéder au système de diffusion-distribution, les conditions de travail particulièrement mauvaises et précaires, nous pouvons voir quelles sont les marges de manœuvres que les éditeurs peuvent se permettre. C'est en connaissant les contraintes d'un système qu'on peut mieux agir à l'intérieur et expérimenter les marges de sa liberté.

A) L'éditeur et le système

Dans cette partie nous pouvons convoquer la théorie de l'acteur et du système développée par M. Crozier et E. Friedberg, dans leur ouvrage intitulé *L'acteur et le système*⁹⁹. La thèse défendue par ces auteurs est que l'acteur n'existe pas sans le système car celui-ci définit la marge de manœuvre dont dispose l'acteur :

« L'acteur n'existe pas en dehors du système qui définit la liberté qui est la sienne et la rationalité qu'il peut utiliser dans son action. Mais le système n'existe que par l'acteur qui seul peut le porter et lui donner vie, et qui seul peut le changer. C'est de la juxtaposition de ces deux logiques que naissent ces contraintes de l'action organisée que notre raisonnement met en évidence ».¹⁰⁰

Il est intéressant de mettre à jour cette tension qui existe entre le système et l'acteur. Dans le cas de notre étude, il s'agit du système économique et institutionnel dans lequel l'éditeur s'inscrit. Les contraintes imposées par le système marchand de l'édition obligent l'éditeur à trouver des moyens pour atteindre ses objectifs à l'intérieur de ce cadre.

⁹⁶ *Ibid.*

⁹⁷ Martine Prosper, *op. cit.*, p. 28.

⁹⁸ André Schiffrin dans *L'édition menacée, Livre blanc sur l'édition indépendante*, *op. cit.*, pp. 29-30.

⁹⁹ Michel Crozier et Erhard Friedberg, *L'acteur et le système, Les contraintes de l'action collective*, Points, 2014.

¹⁰⁰ *Ibid.*, p.13

B) Des exemples d'action collective

Pour faire face aux contraintes économiques et idéologiques du champ, certains éditeurs ont choisi de se regrouper et d'agir collectivement en portant des revendications communes. Nous pouvons prendre comme exemple de ces actions collectives l'association L'Autre Livre, qui réunit près de 160 éditeurs indépendants¹⁰¹. Les actions menées ont pour but de fédérer les acteurs autour de mêmes objectifs et de mutualiser leurs forces pour se rendre visibles. « Dans la mesure où elle n'est pas naturelle, l'action collective n'est pas un exercice gratuit »¹⁰², le but de ce regroupement est alors de faire ressortir les problèmes et injustices rencontrés par des éditeurs indépendants et d'imaginer des solutions collectives. Cela est mis en évidence par un éditeur qui revendique la nécessité de l'action collective et déclare qu'« à notre échelle, il est indispensable de se regrouper pour mutualiser nos réseaux et nos savoirs-faires, et de se mobiliser pour se faire connaître »¹⁰³. De nombreuses initiatives ont été prises en ce sens, comme notamment l'association ALEP qui a « pour vocation la reconquête d'un espace culturel indépendant pour le livre afin de redonner leur place aux Auteurs, Libraires, Éditeurs, qui sont les ambassadeurs du livre »¹⁰⁴. On peut également citer l'association la Fontaine O livres¹⁰⁵ qui

« propose des services et des ressources aux professionnels : partager les frais d'un comptable à plusieurs éditeurs pour se décharger des tâches administratives, obtenir des informations sur les différents dispositifs d'aides auxquels ils peuvent prétendre, trouver une solution pour la commercialisation, organiser des expositions et des lectures ou nouer des liens avec des collectifs d'éditeurs »¹⁰⁶.

Pour réfléchir et agir dans le sens de l'action collective, un ouvrage collectif a été écrit en 2005, intitulé *L'édition menacée*¹⁰⁷. On peut y lire que

« [n]ul ne peut plus aujourd'hui être éditeur indépendant et solitaire. Il ne s'agit ni de refuser ni d'accompagner le nouvel environnement international mais d'inventer une autre façon d'être dans laquelle le livre sera reconsidéré et traité comme un bien culturel indispensable au progrès de l'humanité »¹⁰⁸.

Il y a donc une certaine injonction à se regrouper et agir ensemble. L'action collective n'apparaît pas comme un choix mais comme une nécessité face aux contraintes imposées par le champ. Il est également intéressant de noter que cette action collective, qui est un « construit »¹⁰⁹, se définit *en opposition à*. En effet, le texte manifeste de présentation de l'association L'Autre Livre, qui explique sa raison d'être et ses objectifs, se pose clairement comme un moyen de « résistance »¹¹⁰ à la « marchandisation du livre »¹¹¹ et aux grands groupes d'édition. C'est donc à l'intérieur de ce champ que certains éditeurs indépendants se positionnent et résistent. L'exemple de cette association nous montre que les contraintes du champ organisent l'action collective et les marges de manœuvres possibles « car les structures, par les cloisonnements, les entraves à la communication, les détours pour l'action qu'elles imposent, fournissent les protections nécessaires pour affronter les phénomènes de pouvoir, c'est-à-

¹⁰¹ Site de l'association : <https://www.lautrelivre.fr>

¹⁰² Michel Crozier et Erhard Friedberg, *L'acteur et le système*, op. cit., p. 19.

¹⁰³ Jean-Michel Touche, des éditions Maillatard et co-fondateur de l'association Alep (<http://www.reseau-alep.fr/articles/histoire.html>) dans *L'édition menacée, Livre blanc sur l'édition indépendante*, Charles Onana (dir.), édition Duboiris, 2005, 82 p.

¹⁰⁴ <http://www.reseau-alep.fr/articles/histoire.html> (3 septembre 2017)

¹⁰⁵ Site de la Fontaine O Livres : <http://www.fontaineolivres.com/>

¹⁰⁶ Andreucci Catherine, « L'alter édition », *Livres Hebdo*, 18 mars 2005, n° 593, pp. 104-112.

¹⁰⁷ Charles Onana (dir.), *L'édition menacée, Livre blanc sur l'édition indépendante*, édition Duboiris, 2005, 82 p.

¹⁰⁸ *Ibid.*, p. 78, texte rédigé par Pascale Saunier, Alain Guillo, Charles Onana et Dominique Dionisi.

¹⁰⁹ Michel Crozier et Erhard Friedberg, op. cit.

¹¹⁰ Site de l'association : <https://www.lautrelivre.fr>

¹¹¹ *Ibid.*

dire, finalement, pour rendre possible la coopération entre les hommes »¹¹². L'Autre Livre, en tant qu'acteur, n'existe pas en dehors du système et s'insère à l'intérieur en y opposant d'autres valeurs et modes de fonctionnement. Exister en tant qu'éditeur et se situer dans le champ de l'édition, avec ses contraintes et son fonctionnement, et vouloir résister et lutter contre ces fonctionnements peut sembler paradoxal. On peut dire que dans ce cas, l'acteur tente de changer le système, ce qui est possible car « *il n'y a pas de systèmes sociaux entièrement réglés ou contrôlés* »¹¹³. Bien qu'il y ait un paradoxe à résister contre un système dans lequel on est inséré, cela demeure possible de modifier les structures du champ puisque « *[l]es acteurs individuels ou collectifs qui les composent ne peuvent jamais être réduits à des fonctions abstraites ou désincarnées. Ce sont des acteurs à part entières qui, à l'intérieur des contraintes souvent très lourdes que leur impose "le système", disposent d'une marge de liberté qu'ils utilisent de façon stratégique dans leur interactions avec les autres* »¹¹⁴. Dans le cas de L'autre Livre, cette interaction avec les autres se traduit, entre autre, par l'organisation d'un salon du livre qui réunit uniquement les éditeurs indépendants. Ce regroupement d'éditeurs indépendants est une forme d'action collective qui a des conséquences sur le champ de l'édition en créant une « régulation de l'ensemble ». En effet, la « *persistance de cette liberté défait les réglages les plus savants, faisant du pouvoir en tant que médiation commune de stratégies divergentes le mécanisme central et inéluctable de régulation de l'ensemble* »¹¹⁵. Cela peut donc nous laisser supposer que cette forme de résistance incarnée par l'association L'autre Livre entraînerait une nouvelle régulation du champ, conséquences des modifications apportées par les acteurs en lutte. On peut citer, à titre d'exemple, les modifications obtenues concernant les tarifs postaux spéciaux pour l'envoi de livres par les éditeurs. Dans la mesure où les acteurs de notre étude sont les éditeurs critiques, on peut difficilement occulter la dimension d'engagement et d'action collective.

C) Lutter, une nécessité

Enfin, il est à noter que le champ lexical de la guerre et de la lutte est fréquemment utilisé par les éditeurs critiques, ce qui montre que les acteurs du champ ont intégré les contraintes qui pèsent sur leur action mais aussi la dimension de liberté que leur fait expérimenter l'action collective. Cela nous rapproche de l'idée d'un champ en tension, animé par des luttes. Par exemple, Michel Valensi, fondateur des éditions de L'Éclat, affirme qu'il s'agit bien d'une bataille entre « petits » et « grands » dans laquelle il faut « tenir [ses] positions », « tenir [ses] engagements »¹¹⁶. Nous pouvons également citer la dernière phrase du livre écrit par le collectif L'Autre Livre : « *Si tu ne participes pas à la lutte, tu participes à la défaite* »¹¹⁷. Lutter n'apparaît pas ici comme un choix lorsqu'on s'inscrit dans le champ de l'édition critique mais comme une nécessité.

En conclusion, nous avons pu voir dans cette partie les caractéristiques du champ de l'édition et ses spécificités, ainsi que celle du sous-champ de l'édition critique. Il s'agit bien d'un champ qui souffre de surconcentration, marqué par l'exigence de rentabilité. Se professionnaliser dans ce contexte semble relever du domaine de la

¹¹² Michel Crozier et Erhard Friedberg, *op. cit.*, p. 28.

¹¹³ *Ibid.*

¹¹⁴ *Ibid.*

¹¹⁵ *Ibid.*, p. 25.

¹¹⁶ Michel Valensi, « Pour des assises de l'édition pauvre, où nous resterions debout ! », blog d'Agone, 2012 (Lien : <http://blog.agone.org/post/2012/03/02/Pour-des-assises-de-l-edition-pauvre-%2C-ou-nous-resterions-debout>).

¹¹⁷ Citation de Bertolt Brecht dans *L'édition menacée*, *op. cit.*, p. 78.

lutte. Mais des stratégies sont élaborées par les acteurs du sous-champ de l'édition critique, celles-ci permettent de négocier des marges de manœuvre à l'intérieur de cet ensemble en tension. Des initiatives diverses de la part de ces agents du champ entraînent une certaine structuration et une nouvelle régulation de l'ensemble. La crise que traverse l'édition du livre semble être surmontée par des stratégies collectives. Enfin, l'idée de crise du livre est peut-être liée à cet ensemble en tension. À ce propos nous pouvons citer Martine Prosper qui affirme que :

« Pour qui à commencer sa carrière dans les années 1980, le livre a toujours été en crise et sa mort annoncée. (...) Force est de constater que, plus de vingt ans plus tard, le livre est toujours là, même si son "industrie" et son environnement ont subi d'importants bouleversements. Et c'est peut-être cela que recouvre le sentiment de "crise" du livre : des mutations profondes, avec leur lot d'innovations mais aussi d'incertitudes. »¹¹⁸

¹¹⁸ Martine Prosper, *op. cit.*, p. 87.

Partie II

Comment l'enjeu de professionnalisation se manifeste-t-il dans le cas de trois éditeurs ; Agone, La fabrique et Smolny ?

Reconnaître le caractère construit de nos modes d'organisation, de nos modes d'action collective, c'est donc aussi reconnaître le caractère construit du changement. C'est reconnaître que le changement constitue un problème, non pas tant parce qu'il serait nécessaire ou difficile, que parce qu'il n'est pas naturel.

Michel Crozier et Erhard Friedberg, *L'acteur et le système, Les contraintes de l'action collective*, Points, 2014, p. 29.

Après avoir cerné le contexte dans lequel évolue les acteurs de notre sujet et posé les bases conceptuelles de notre étude, nous pouvons désormais confronter les idées développées dans la première partie à une exploration de terrain, c'est-à-dire à des cas pratiques d'éditeurs critiques. Dans cette partie, il s'agira de s'interroger sur les choix et discours des éditeurs critiques en terme de professionnalisation. Nous pourrions nous demander quelles stratégies et solutions ils mettent en œuvre pour faire face aux contraintes du champ et à l'enjeu de la professionnalisation. Pour aller plus loin dans la définition de la professionnalisation, nous pourrions commencer par préciser les critères retenus et les expliciter puis nous ferons une analyse comparée des trois éditeurs choisis. Ces critères fonctionneront comme des indicateurs qui pourront être présentés dans un tableau dans lequel figurera des informations concernant chaque éditeur.

I. Présentation générale des critères de la professionnalisation

Nous concentrerons notre travail sur le rapport à la professionnalisation. Nous avons déjà évoqué les caractéristiques de cette notion, il s'agit à présent de déterminer un ensemble de critères qui nous permettent de l'observer dans la pratique. Ces critères nous permettront de mieux circonscrire l'objet de notre questionnement, d'autant que nous avons pu voir que c'est une « *catégorie pratique polysémique et flottante* »¹¹⁹. Nous retiendrons onze critères de professionnalisation que nous pouvons énumérer ci-après ; le nombre de salariés, le statut juridique, l'accès à un réseau de diffusion et distribution, le nombre de titres par an et la régularité de la production, la cohérence et l'efficacité du catalogue, l'achat et la cession de droits, le travail en réseau avec les médiateurs du livre, le respect du code du travail et de la déontologie de la profession, la question de la compétence, la communication avec l'extérieur, le bureau de la maison d'édition distinct du domicile. Nous pouvons à présent présenter ces critères et les justifier en les classant dans trois catégories : les critères de professionnalisation liés à l'organisation d'une maison d'édition, ceux liés à la production et enfin les critères associés à la communication et à la vente.

¹¹⁹ Didier Demazière, « Professionnalisations problématiques et problématiques de la professionnalisation », *Formation emploi*, n° 108, 2009, pp. 83 à 90 (Lien : <https://www-cairn-info.nomade.univ-tlse2.fr/revue-formation-emploi-2009-4.htm>).

A) S'organiser

L'organisation d'une maison d'édition est le reflet d'un certain degré de professionnalisation. Derrière ce terme, nous entendons trois éléments importants d'une maison : le statut juridique, les compétences détenus par les travailleurs et enfin le lieu d'implantation de la maison.

Premièrement, le statut juridique apparaît être un critère de professionnalisation et aussi un marqueur d'engagement. La raison sociale de la maison d'édition (SARL, association, SCOP, SCIC, SA, etc.) pourra être retenu comme un révélateur de la professionnalisation des éditeurs. Nous pouvons classer les statuts juridiques en deux catégories distinctes ; les statuts commerciaux et les statuts non commerciaux. Pour ne citer que deux exemples illustrant cette distinction, nous pouvons évoquer le statut d'association « loi 1901 » qui n'est pas un statut commercial puisque l'objet est à « but non lucratif » et la SARL, Société à responsabilité limitée, qui est un statut commercial. Le processus de professionnalisation d'un éditeur « se traduit souvent par l'abandon du statut associatif ainsi que par l'adoption d'un mode de diffusion professionnel pour gagner en crédibilité et en puissance commerciale »¹²⁰. Un bon exemple de ce changement comme signe de professionnalisation est le cas des éditions Anacharsis qui pour leur dix ans (en 2012) sont passés du statut associatif au statut commercial de SCIC, Société coopérative d'intérêt collectif. Cette évolution émanait d'une volonté d'accroître leur professionnalisme. En effet, dans le communiqué de presse qui annonçait ce changement, nous pouvons lire : « le statut associatif ne répond plus désormais de façon satisfaisante aux besoins de consolidation de la maison »¹²¹. Le statut de la SCIC permet de « faire évoluer [les] statuts associatifs pour mieux [se] positionner sur le secteur marchand »¹²², c'est ce que précise le site des SCOP. C'est en effet la raison pour laquelle ce statut permet d'apporter une certaine crédibilité auprès des « partenaires institutionnels, et notamment financiers »¹²³ comme le précise Anacharsis qui a choisi ce statut comme « gage d'une fonctionnalité plus assurée »¹²⁴. D'autre part, ce statut permet de répondre également au critère de travail en réseau avec les médiateurs du livre en leur offrant, « sur le principe d'une adhésion volontaire »¹²⁵ de faire partie de la coopérative et donc d'avoir une participation financière et un pouvoir de décision. Cependant, le capital de la maison reste principalement détenu par les salariés, ce qui exclut le risque que les personnes extérieures deviennent les décideurs principaux de la structure, comme cela peut être le cas dans les grands groupes financiers de l'édition où les actionnaires prennent une place plus importante que les employés de l'entreprise. Cet argument est repris par les éditions Anacharsis qui précise qu'« une part du bénéfice pourra éventuellement être redistribuée selon des conditions qui donnent la priorité à la constitution d'un capital collectif inaliénable, qui protège les aides publiques et qui favorise la rémunération des salariés avant celle des associés ». Cette ouverture à des personnes extérieures à la maison, dans le respect des conditions de travail des salariés, peut alors être perçue comme « la garantie de la pérennisation, du redéploiement et de l'indépendance des

¹²⁰ EIC, p. 283.

¹²¹ Communiqué de presse de 2012, téléchargé sur le site d'Anacharsis, le 11.08.2017 : http://www.editions-anacharsis.com/IMG/pdf/communiqu%C3%A9_scic.pdf

¹²² <http://www.scopmidipyrenees.coop>

¹²³ Op. cit.

¹²⁴ Op. cit.

¹²⁵ Op. cit.

éditions »¹²⁶, comme l'affirment les éditions Anacharsis. Ce statut apparaît comme un marqueur d'engagement de la part des éditeurs car il « *neutralise l'impératif du capital fructifiable* »¹²⁷. Le fait de produire des livres sans être motivé par la recherche absolu de profit est en effet une valeur prônée par les éditeurs critiques indépendants. Ce n'est donc pas la politique du « court-termisme » et du best-seller qui est mise en avant mais bien le modèle d'un catalogue avec des ouvrages de fond « *dits de "rotation lente" dont l'existence n'est possible que dans et par la longue durée* »¹²⁸, comme l'expliquent les éditions Anacharsis. C'est en ce sens que ce statut de SCIC peut apparaître comme un statut conjuguant engagement politique et engagement dans le secteur marchand de l'édition, brisant ainsi la contradiction récurrente dans le secteur culturel entre capital symbolique et capital commercial.

Deuxièmement, la question de la compétence est un point important de la notion de professionnalisation. L'enjeu de la formation étant très lié aux conditions de la professionnalisation. La possession de compétence est aussi une manière de s'affirmer dans le champ de l'édition et de se positionner. Cette idée est corroborée dans la citation suivante :

« La frontière entre amateurisme et professionnalisme, mouvante et perpétuellement redéfinie, relève en effet d'une double dimension : celle de la compétence technique et celle du revenu¹²⁹. Étant généralement démunis sur le deuxième point, il devient pour eux essentiel de s'affirmer en tant que professionnel de qualité sur le premier, leur discours étant émaillé de diverses mises en valeur de leur compétence spécifique »¹³⁰.

On voit ici que la compétence est un élément important pour les éditeurs, qui marque leur professionnalisme et les situe à l'écart de l'amateurisme. La question de la compétence est également liée à celle de la formation¹³¹, qui peut intervenir dans la définition de la compétence et mettre en exergue la distinction entre amateur et professionnel : « *la qualification professionnelle vient sanctionner une compétence, un savoir faire utile dans l'univers professionnel, dont seraient privés, pense-t-on, les amateurs, alors volontiers confondus avec des autodidactes* »¹³². Outre le fait de vivre de son activité, comme nous pourrons le voir dans la partie suivante, la notion de professionnalisation peut se définir par la détention d'une compétence reconnue. Ainsi, on fait face à la « *dualité des critères de définition d'une activité professionnelle : une compétence reconnue et garantie par une institution ; une source légitime de revenus* »¹³³. Toutefois, cette notion de compétence peut être décorrélée de la question de la rémunération. En effet, « *compétence et rémunération ne vont pas toujours de pair, soit parce que la compétence est associée à une éthique de la gratuité, soit parce que l'univers du travail rémunéré – ce fut le cas pour toute une population de prolétaires - ne reconnaît aucune compétence à une main d'œuvre perçue comme sans qualités* »¹³⁴. Dans le cas de l'édition critique, nous pourrons voir que la compétence est parfois associée à quelque chose qui s'acquiert en se faisant, en échangeant, et qui ne doit pas être un frein à l'action. La professionnalisation, en tant que processus, est un mouvement. Elle peut donc se développer. Cette idée est

¹²⁶ *Op. cit.*

¹²⁷ *Op. cit.*

¹²⁸ *Op. cit.*

¹²⁹ Sur le sujet, voir le dossier « Amateurs et professionnels », *Genèses*, 1999, n° 36, pp. 2-5, ainsi que Claude Poliak, *Aux frontières du champ littéraire. Sociologie des écrivains amateurs*, Paris, Economica, 2006 (coll. Études sociologiques), notamment pp. 210-253.

¹³⁰ *EIC*, pp. 284-285

¹³¹ Au sujet des enjeux de formation dans le processus de professionnalisation, voir : *La professionnalisation en actes et en question*, (Coord) Maryvonne Sorel, Richard Wittorski, L'Harmattan, 2005, 272 p.

¹³² Yvon Lamy, Florence Weber, « Amateurs et professionnels », *Genèses*, n° 36, 1999, pp. 2-5, p. 3

¹³³ *Ibid.*

¹³⁴ *Ibid.*

corroborée par le sociologue Didier Demazière qui définit la professionnalisation comme le fait d'« *accumuler de l'expérience dans la réalisation d'une tâche* ». Cela revient à « *mieux la maîtriser* » et à « *enrichir ses savoir-faire, à progresser dans l'accomplissement de son travail* et donc à *se professionnaliser* »¹³⁵.

Enfin, le lieu physique de la maison d'édition est un indicateur sur le degré de structuration et de professionnalisation. En effet, si la maison possède ou loue des bureaux distincts du domicile des travailleurs, cela signifie qu'elle a atteint un certain seuil de professionnalisation.

B) Produire

Nous pouvons présenter quatre critères de professionnalisation qui relèvent de la partie concernant la production d'une maison : un catalogue cohérent et efficace, une production régulière de titres, le fait de se rémunérer de son activité et de respecter la déontologie du métier.

Premièrement, « produire » un catalogue cohérent peut être considéré comme un élément constitutif de la cohérence et de la professionnalisation de la maison. La ligne éditoriale d'une maison d'édition et son organisation en collections s'avèrent être le cœur de la profession. Avoir conscience de l'importance de l'efficacité et de la cohérence d'un catalogue est une première pierre de posée dans la construction d'une maison d'édition qui aura alors des bases solides et sera facilement repérable et identifiable de la part des diffuseurs et des libraires, acteurs primordiaux de la chaîne du livre. Pour être reconnu comme éditeur, il faut construire une ligne éditoriale. « *Établir un programme cohérent, suivre un rythme de publication régulier sont des règles d'or dans le métier* »¹³⁶ et comme l'affirme ce directeur commercial, « *si la ligne éditoriale est claire, le message passera d'autant mieux auprès des libraires* »¹³⁷.

Deuxièmement, avoir une production régulière peut être considéré comme un critère de professionnalisation. Une production régulière de titres est la condition, non seulement pour être présent et visible sur le marché mais aussi pour atteindre un modèle économique viable, avec un équilibre au niveau des dépenses et des recettes. Un rythme régulier de production suppose également d'avoir développé une organisation professionnelle d'entreprise, avec une division des tâches entre les salariés, des outils de production adaptés à la profession (mobiliers informatiques, etc.), et des relations régulières et de confiance avec l'ensemble des acteurs de la chaîne du livre (auteurs, imprimeurs, graphistes, maquettiste, directeurs de collection, traducteurs, organismes institutionnels et subventionnaires, etc.). C'est aussi un critère qui est retenu dans l'étude menée par Corinne Abensour et Benoît Legendre sur les nouveaux petits éditeurs¹³⁸, étude dans laquelle un minimum de parution annuel est fixé pour être considéré comme éditeur professionnel.

¹³⁵ Didier Demazière, « Postface », *Formation emploi* [En ligne], 108 | octobre-décembre 2009, paragraphe n° 9, mis en ligne le 01 janvier 2012, consulté le 01 février 2017. URL : <http://formationemploi.revues.org/2111>

¹³⁶ Cyrill Vachon, directeur commercial de CED-Cedif. » dans Andreucci Catherine, « L'alter édition », *Livres Hebdo*, 18 mars 2005, n° 593, pp. 104-112.

¹³⁷ *Ibid.*

¹³⁸ Voir Bertrand Legendre et Corinne Abensour, *Regards sur l'édition. Les petits éditeurs : situations et perspectives*, La Documentation française, 2007, vol. 1, 168 p.

Troisièmement, « *en vivre* »¹³⁹ est un critère de professionnalisation. Le fait de se rémunérer et de rémunérer les personnes qui travaillent pour la structure, de ne pas fonctionner que sur la base du bénévolat nous semble être un critère primordial de professionnalisation. Plus le nombre de salariés est important, plus on peut considérer que la structure est professionnalisée. L'enjeu de la rémunération est un point important de la professionnalisation. Selon Sophie Noël, le fait de se rémunérer avec son activité d'édition est une façon de se positionner dans le champ de l'édition en prouvant qu'on peut être éditeur critique indépendant en étant autonome, avec un modèle économique viable :

« “En vivre” ou “ne pas en vivre” sont de fait les deux termes opposés d’une même problématique, deux choix possibles d’une même problématique, deux choix possibles pour maintenir une position indépendante dans le champ. La première a pour ambition de prouver qu’une politique éditoriale exigeante est économiquement viable, et peut être menée de manière autonome (si l’on fait abstraction des aides publiques), en étant plus qu’un simple hobby. (...) La seconde s’inscrit au contraire dans une optique volontairement dilettante sur le plan économique, rejetant la dimension commerciale du métier pour mieux en embrasser la gratuité et renforcer sa valeur d’exemplarité politique. La professionnalisation est vécue comme une compromission, une rupture avec la bohème ».¹⁴⁰

Pour renforcer cette idée, nous pouvons également convoquer l'opposition entre amateur et professionnel qui veut que « *le professionnel vit de son métier, il en tire des revenus, alors que l'amateur s'opposerait à toute rémunération et “travaillerait” pour la gloire, la beauté ou l'honneur* »¹⁴¹.

Enfin, nous pouvons ajouter le fait d'avoir des pratiques qui respectent le code des usages du métier mais aussi les réglementations en vigueur concernant le droit d'auteur et le droit du travail, comme par exemple le fait d'établir des contrats avec les auteurs. Nous pouvons établir la connaissance et le respect du code du travail comme des critères de professionnalisation. Nous pourrions voir si le fait que deux des éditeurs critiques de notre corpus ait le statut associatif entraîne une mauvaise application de la législation, comme le suggère Matthieu Hély : « *tout d'abord, la faible structuration du secteur associatif, tant du point de vue des organisations syndicales comme des groupements d'employeurs, explique que la législation du travail y soit beaucoup moins respectée que sur le reste du marché de l'emploi* »¹⁴².

C) Communiquer et vendre

Communiquer et vendre, deux verbes, deux pierres angulaires du métier. Ces actions peuvent se décliner en quatre critères de professionnalisation que nous présenterons dans cette partie : l'accès à un réseau de diffusion et distribution, l'achat et la cession de droits, le fait de travailler en réseau avec les médiateurs du livre (libraires, bibliothécaires) et la communication avec l'extérieur (site internet, présence dans les médias).

Premièrement, l'accès à un réseau de diffusion et distribution est un critère professionnalisant qui permet la visibilité et la présence sur le marché. Le fait d'être présent dans de nombreux points de vente, sur tout le territoire français et dans les pays francophones, permet à une maison de rayonner en dehors de son périmètre

¹³⁹ *EIC*, p. 283.

¹⁴⁰ *EIC*, p. 283.

¹⁴¹ Yvon Lamy, Florence Weber, « Amateurs et professionnels », *Genèses*, n° 36, 1999, pp. 2-5, p. 3.

¹⁴² Hély Matthieu, « À travail égal, salaire inégal : ce que travailler dans le secteur associatif veut dire. », *Sociétés contemporaines*, 1/2008 (n° 69), pp. 125-147.

d'implantation et d'accroître ses ventes et son chiffre d'affaires. Se faire diffuser et distribuer reste cependant la principale difficulté pour les petites maisons d'édition comme nous l'avons vu dans la partie précédente. En effet, le secteur de la diffusion distribution est très concentré et pour pouvoir signer un contrat avec l'un deux, une série de conditions financières importantes et souvent rédhitoire est demandée aux éditeurs. Le chiffre d'affaires annuel peut être un élément qui empêche les petites maisons d'accéder au marché et donc d'être visible sur tout le territoire. C'est un cap à passer pour le développement d'une maison qui peut néanmoins être lourd de conséquences car le coût de la diffusion-distribution est une part importante du coût d'un livre (entre 55 et 60 %). Beaucoup choisissent de s'auto-diffuser et de s'auto-distribuer les premières années et parfois même au bout de plus de dix ans d'existence. Nous pouvons présenter les différents systèmes de distribution et diffusion en s'appuyant sur la classification établie par Sophie Noël qui en cite quatre : le recours à l'autodiffusion et distribution, « *sous-traiter auprès d'une petite structure mutualiste regroupant une poignée d'éditeurs au profil proche, ou auprès d'un diffuseur-distributeur professionnel* »¹⁴³, ou enfin avoir recours à un diffuseur mutualisé et une distribution professionnelle¹⁴⁴. Différentes stratégies sont développées par les éditeurs en termes de mutualisation des ressources pour la diffusion et distribution en relation avec l'enjeu de professionnalisation et d'indépendance, comme le souligne Janine Brémont : « *la défense de l'édition indépendante passe également par la mise en place de moyens de distribution indépendants des grands groupes, tant il est vrai que le diffuseur-distributeur domine l'éditeur* »¹⁴⁵. En effet, cette « domination » de diffuseur-distributeur sur l'éditeur entraîne une inégalité de visibilité dans la production du marché éditoriale. Ainsi, « *[s]i le livre n'est pas un produit comme les autres, il est presque toujours commercialisé comme un produit comme les autres. Conçu et réalisé partout avec le même flair quelle que soit la taille de la maison d'édition, le livre devrait mériter le même intérêt. Ce n'est pourtant pas le cas* »¹⁴⁶.

Deuxièmement, l'achat et cession de droits peuvent être retenus comme des critères de professionnalisation. L'aptitude à importer et exporter des textes peut être considérée comme un gage de rayonnement de la maison. Cela donne à la maison un rôle au sein de son aire culturelle. Comme l'a montré Pascale Casanova¹⁴⁷, le fait de traduire ou d'être traduit est une transaction culturelle importante à l'heure de la mondialisation mais surtout un échange inégal. Toutefois, le fait de s'insérer au sein de ces pratiques confère à la maison d'édition une dimension internationale, et la place dans une situation d'échanges inter-professionnels pour la négociation des droits avec d'autres éditeurs.

Troisièmement, travailler en réseau avec les médiateurs du livre (libraires, bibliothécaires) est une façon de connaître et respecter les acteurs de la chaîne du livre. Savoir travailler en réseau avec les médiateurs du livre permet de renforcer sa visibilité et apparaît comme une nécessité pour exister dans le champ de l'édition. Ainsi,

¹⁴³ *EIC.*, p. 170

¹⁴⁴ « Dilicom recense sur les différents éléments composant le FEL (Fichier Exhaustif du Livre) deux sortes d'éditeurs : ceux qui bénéficient des services d'un distributeur (grand ou petit), et ceux qui se distribuent par eux-mêmes. Au total, ils étaient, à la mi-septembre 2005, au nombre de 4.432, pour 764.193 références articles. », Bernard de Fréminville, dans *L'édition menacée, op. cit.*, p. 41.

¹⁴⁵ Janine Brémont dans *L'édition menacée, op. cit.*, p. 36.

¹⁴⁶ Gilbert Trompas, dans *L'édition menacée, op. cit.*, p. 53.

¹⁴⁷ Pascale Casanova, *La République mondiale des Lettres*, Points, 2008, 512 p.

« être visible, ne pas rester isolé, nouer des liens avec les autres professionnels... »¹⁴⁸ semble être une nécessité dans le milieu car ce sont des « préoccupations [qui] reviennent fréquemment dans la bouche des petits éditeurs »¹⁴⁹. Pour nous, cela se pose comme un critère de professionnalisation.

Et enfin, la communication avec l'extérieur (site internet, présence dans les médias) peut également être un bon moyen de mesurer la force de frappe des éditeurs. On pourra se demander dans quelle mesure les éditeurs de notre corpus arrivent à toucher leur public ou non, quels sont les moyens déployés pour se vendre et être visible, pour se faire connaître. Si l'on considère le site internet d'un éditeur comme une vitrine de la maison d'édition, nous pouvons examiner le souci et les moyens de ce dernier pour toucher un grand public ou un public érudit. En ce qui concerne la présence dans les médias, cela soulève une ambiguïté importante, du fait de la concentration dont souffre le milieu des médias et de la position critique des éditeurs étudiés. En effet, la critique des médias et de leur absence de neutralité est un lieu commun aujourd'hui, comme le souligne Sophie Noël :

« La remise en cause par les éditeurs indépendants des modalités d'évaluation de leurs ouvrages par la presse écrite est devenue un lieu commun de la critique des médias en France et un sujet de controverse dépassant le microcosme éditorial¹⁵⁰. Au-delà de la dénonciation des pratiques de "copinage" et de soumission des critiques aux verdicts du marché, la censure de certains ouvrages au contenu politique est également pointée du doigt, dans un contexte de prégnance croissante des critères commerciaux dans le monde de l'édition et de concurrence exacerbée entre les éditeurs »¹⁵¹.

Dans ce contexte, nous pourrions voir dans quelle mesure ce constat s'applique à notre corpus, puis nous pourrions nous interroger sur les stratégies mises en œuvre par nos éditeurs critiques pour être visible sur le marché. Ainsi, le degré d'insertion des éditeurs dans le champ journalistique pourra être pris comme un indicateur du degré de professionnalisation, sans oublier que ce

« critère est ambivalent dans la mesure où la reconnaissance journalistique est une source de légitimation à double tranchant pour la plupart d'entre eux : associée au pôle de la grande production, et à ce titre peu estimée, elle contient en même temps la potentialité d'une visibilité accrue – et donc d'une forme de reconnaissance à la fois symbolique et commerciale. Toute l'ambiguïté de leur relation aux médias est liée à ce potentiel d'exposition jamais vraiment réalisé mais toujours espéré, tout en étant le plus souvent récusé, qui est révélateur du positionnement paradoxal de la plupart de ces éditeurs, entre accumulation de capital symbolique et de capital économique ».¹⁵²

Par conséquent, l'établissement de ces critères de professionnalisation qui concernent l'organisation, la production et la communication d'une maison d'édition va nous permettre d'observer comment certains éditeurs critiques en particulier font face à l'enjeu de professionnalisation.

¹⁴⁸ « L'alter édition », *Livres Hebdo*, 18 mars 2005, n° 593, pp. 104-112.

¹⁴⁹ *Ibid.*

¹⁵⁰ Voir par exemple Greg, Brémond, Nadine, 2002, *L'édition sous influence*, Paris, Liris ; Jourde, Pierre, 2002, *La littérature sans estomac*, Paris, *L'esprit des péninsules* ; Schiffrin, André, 2005, *Le contrôle de la parole*, Paris, La fabrique ; Anderson, Perry, 2005, *La pensée tiède : un regard critique sur la pensée française*, Paris, Seuil.

¹⁵¹ Sophie Noël, « Les Petits Éditeurs "Critiques" et la presse écrite : une relation ambiguë », *Communication & langages*, n° 163, 2010, n. pag. Web.

¹⁵² *Ibid.*

II. Stratégies similaires face à l'enjeu de professionnalisation

À présent, dans cette partie et la suivante, nous pouvons confronter les critères de professionnalisation que nous venons de présenter à trois éditeurs en particulier. Nous pouvons présenter et expliquer le choix du corpus des maisons d'édition. N'ayant pas l'espace-temps d'un doctorat pour réaliser ce travail, nous nous concentrerons sur trois éditeurs critiques : Agone, La fabrique et Smolny. Ces maisons d'édition ont respectivement été créées en 1997, 1998 et 2005¹⁵³. Le choix de ces éditeurs critiques pour notre étude peut être expliqué ci-dessous et nous pouvons par la même occasion les présenter.

Agone a retenu notre attention car ils ont un mode d'organisation « le plus égalitaire possible »¹⁵⁴. Leur souci de cohérence entre leur ligne éditoriale et leur politique salariale nous a paru particulièrement intéressant pour notre sujet. Agone et Smolny sont des associations à but non lucratif qui se rejoignent sur certaines conceptions de l'organisation du travail mais qui ont une visibilité et un modèle économique très différents. La fabrique nous a paru être un éditeur critique incontournable et les discours sur le rapport au travail passion, au bénévolat et à l'engagement, que nous avons pu notés à la lecture d'entretiens avec son fondateur semblent riches à analyser dans le cadre de notre étude. La fabrique est un éditeur critique qui a une notoriété certaine dans le domaine des sciences humaines et sociales et un fort capital symbolique, le fondateur étant le fils d'un éditeur de beaux livres, Fernand Hazan qui a fondé les éditions Hazan en 1946. Éric Hazan démissionne en 1983 de son métier de chirurgien pour reprendre les éditions Hazan avant que le groupe ne se fasse racheté par Hachette dans les années 1990. C'est en 1998 qu'il fonde les éditions La fabrique. « *Éric Hazan est une figure emblématique de "l'édition indépendante critique"* »¹⁵⁵. Dans l'ouvrage de Sophie Noël, Éric Hazan, le directeur de La fabrique, prône un engagement très fort pour le travail éditorial, engagement qui mêle passion et travail. Nous pourrions donc nous interroger sur la conciliation entre ces deux pôles — passion et travail. Smolny est un « *collectif d'édition des introuvables du mouvement ouvrier* »¹⁵⁶ qui travaille à Toulouse et qui nous a paru être un éditeur critique intéressant à étudier sur le rapport au travail et à la passion, au bénévolat et à l'engagement. Fondé en 2005, c'est l'éditeur critique le plus récent de notre corpus. L'objectif du collectif est « *de rendre disponibles à nouveau des textes importants, toujours essentiels pour l'esprit critique d'aujourd'hui (...) : contributions originales, nouvelles éditions ou premières traductions de textes qui se situent dans la continuité du combat historique du mouvement ouvrier* »¹⁵⁷. Par ailleurs, le nom du collectif a été choisi en référence à un bâtiment du même nom situé à St-Petersburg qui a été un haut lieu de résistance pendant la révolution de 1917 à 1921 et qui « *a joué un rôle majeur dans l'histoire de la Russie* »¹⁵⁸. Ce nom a donc été choisi pour se situer dans la filiation de ce mouvement révolutionnaire prolétaire très important. En ce qui concerne les sources des informations utilisées pour Smolny, elles proviennent du site internet de Smolny mais aussi d'un entretien

¹⁵³ Smolny est le seul éditeur qui ne fait pas partie du corpus étudié par Sophie Noël.

¹⁵⁴ Rubrique « Historique » du site d'Agone : <https://agone.org/page/historique2015.html>

¹⁵⁵ Éric Hazan, « Pour aboutir à un livre ». Bulletin des bibliothèques de France (BBF), 2016, n° 10, p. 138-139. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2016-10-0138-004>. ISSN 1292-8399. <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2016-10-0138-004#note-1>

¹⁵⁶ Site de Smolny : <http://www.collectif-smolny.org/>

¹⁵⁷ Page de Smolny sur l'annuaire des éditeurs du site du CRL Midi-Pyrénées : <http://www.crl-midipyrenees.fr/annuaire/maisonsedition/smolny/>

¹⁵⁸ https://fr.wikipedia.org/wiki/Institut_Smolny, page consultée le 24.08.2017

téléphonique et d'une entrevue dans le local de l'association avec un des fondateurs de la structure¹⁵⁹. Les questions de cet entretien téléphonique se trouvent en annexe de ce mémoire. Ces trois éditeurs ont en commun certaines caractéristiques établies par Bertrand Legendre et Corinne Abensour dans leur étude : « *effectifs faibles, catalogues peu étoffés, nombre annuel de parutions peu élevé et irrégulier, travail de promotion limité, auto-diffusion et auto-distribution fréquentes, spécialisation de plus en plus poussée* »¹⁶⁰. Les trois éditeurs de notre corpus ont aussi en commun de vouloir changer le monde avec les livres, toucher le plus grand nombre, et tous affichent un rapport au travail passionné. Enfin, ces trois éditeurs revendiquent l'influence de François Maspero dans leur métier et convoque sa figure d'éditeur résistant comme filiation et exemple.

Nous ferons une analyse comparée de ces trois éditeurs à partir d'éléments issus des sites internet des éditeurs, de témoignages parus dans la presse, sur internet et dans des ouvrages scientifiques¹⁶¹, mais aussi de propos recueillis lors d'une rencontre dans une librairie, pour le cas d'Agone. Nous avons pu effectuer des entretiens avec une personne d'Agone et une autre de Smolny. Ci-après, un tableau qui présente les trois éditeurs en reprenant les indicateurs de la professionnalisation¹⁶².

	date de création	nombre de salariés	nombre de travailleurs réguliers	travailleurs diplômés en édition	statut des travailleurs	raison sociale	diffuseur et distributeur professionnel	nombre de titres par an	cohérence du catalogue	bureaux distincts du domicile	chiffre d'affaires annuel	Nombre de titres parus
Agone	1997	6	6	pas forcément	salariat	association « loi 1901 »	BLDD	21 à 22	11 collections + 1 revue	oui, locaux à Marseille	400 000	320
La Fabrique	1998	2	4	pas forcément	salariat + bénévoles + prestataires externes	SARL	BLDD	10 à 12	pas de principe de collections	oui, local à Paris (19e)	400 000	200
Smolny	2005	0	40	pas forcément	bénévoles + prestataires externes	association « loi 1901 »	Hobo-Diffusion et Makassar-Distribution	1 à 2	pas de principe de collections	oui, bureau à Toulouse (au « bocal »)	10 000	9

Dans un premier temps, nous pourrions voir quelles sont les stratégies similaires de ces trois éditeurs face à l'enjeu de professionnalisation. En effet, nous avons identifié des points communs chez ces trois éditeurs. Nous avons organisé l'analyse de ces stratégies similaires en trois temps : dans un premier temps, la cohérence de leur catalogue et le recours à un diffuseur-distributeur professionnel, dans un deuxième temps le travail en réseau avec les médiateurs du livre et le partage des compétences et enfin le fait de traduire et d'être traduit et de ne pas travailler à domicile.

¹⁵⁹ Entretiens qui ont eu lieu respectivement le 17.08.2017 et le 23.08.2017.

¹⁶⁰ Legendre Bertrand, Abensour Corinne, « Conclusion », dans *Regards sur l'édition*, volume 2. Les nouveaux éditeurs (1988-2005), sous la direction de Legendre Bertrand et Abensour Corinne, Paris, Ministère de la Culture - DEPS, « Questions de culture », 2007, p. 101-103. URL : <https://www-cairn-info.nomade.univ-tlse2.fr/regards-sur-l-edition-vol-2--9782110962010-page-101.htm>

¹⁶¹ Notamment dans l'ouvrage de Sophie Noël, *L'Édition indépendante critique*, op. cit.

¹⁶² Le chiffre d'affaires de La Fabrique provient du site infogreffe.fr et est une moyenne du chiffre d'affaires des années 2013 à 2016, celui d'Agone vient d'un témoignage paru en 2012 dans Sophie Noël, *L'Édition indépendante critique : engagements politiques et intellectuels*, presses de l'Enssib, 2012, p. 292 et celui de Smolny est issu d'un entretien avec un membre de Smolny, le 23.08.2017.

A) Un catalogue cohérent et un diffuseur-distributeur professionnel

Le catalogue est l'élément central d'une maison d'édition, c'est ce qui constitue son identité et son capital symbolique. C'est avec un catalogue cohérent et efficace qu'une maison va réussir à bien communiquer auprès des libraires, des diffuseurs et du public. Dans cette partie, nous pourrions voir que les trois éditeurs de notre corpus ont une ligne éditoriale construite et cohérente. Cela peut être étayé par une présentation de leur catalogue, celui d'Agone, de La fabrique puis de Smolny. Agone possède une ligne éditoriale claire qui s'articule autour de la lutte politique, passée et présente. L'objectif de la maison est présenté sur le site d'Agone de la façon suivante : « continuer à faire vivre la mémoire des combats ouvriers passés, mais aussi d'éditer des livres permettant d'accéder à un degré de conscience politique plus élevé, de mieux comprendre les rapports de domination, de relier les différents champs où s'exerce le pouvoir et de s'armer d'outils concrets pour engager une lutte »¹⁶³. L'approche de la maison est aussi définie en ces termes par son fondateur : « entre libertaire, marxiste, social-historique », une « nébuleuse qui doit intégrer le meilleur des traditions à gauche (...), profondément démocratique et antiautoritaire »¹⁶⁴. Agone compte onze collections et la revue Agone qui publie trois numéros par an avec des articles d'histoire, de politique, de sociologie, de philosophie. La revue est née sept ans avant les éditions Agone. Les onze collections peuvent être brièvement présentées ci-après, avec leur nom, leur date de création et leur objet (qui reprend en partie la présentation faite sur le site d'Agone) :

« Banc d'essais » (2000, Jean-Jacques Rosat, co-dirigée avec Benoit Gaultier, philosophie), « Cent mille signes » (« redonner ses lettres de noblesse à la brochure, au livret, à l'opuscule »), « Contre-feux » (1998, dirigée jusqu'en 2017 par Thierry Discepolo, désormais dirigée collégialement par les salariés d'Agone), « Dossiers noirs » (« collaboration avec Survie, association de citoyens qui intervient depuis 1983 pour une rénovation du dispositif de coopération, un assainissement des relations franco-africaines et une opposition ferme à la banalisation des crimes contre l'humanité »), « Éléments » (livres de poche, 2004, propose des essais politiques, d'histoire et de sociologie, pour l'essentiel issus d'auteurs du fonds des éditions Agone), « Infidèles » (littérature, « donner à l'imagination l'injustice à ronger »), « Manufacture de proses » (2008, « replacer au cœur du roman l'intelligence des réalités sociales et politiques »), « Mémoires sociales » (2001, « faire entendre ceux d'en bas », « rappeler les combats d'hier »), « L'ordre des choses » (2011, recherches de terrain), « Passé & présent » (2005, histoire, en collaboration avec le Comité de vigilance face aux usages publics de l'histoire (CVUH) contre instrumentalisation politique de l'histoire), Rosa Luxemburg (« Aussi "complète" qu'il sera possible », œuvres de Rosa Luxemburg, collaboration entre le collectif d'édition Smolny et les éditions Agone, menée en concertation avec les éditions Verso¹⁶⁵).

Le titre le plus vendu d'Agone est *Une histoire populaire des États-Unis* d'Howard Zinn, vendu à « 70 000 exemplaires en 15 ans et vendu à 5000 exemplaires en 3 mois et 300 exemplaires par mois aujourd'hui »¹⁶⁶. Agone pratique une politique d'auteur avec des noms tels que : Noam Chomsky, Gérard Noiriel, Alain Accardo, Pierre Bourdieu, Paul Nizan, Howard Zinn, George Orwell, Serge Halimi, Karl Kraus, Daniel Guérin, Rosa Luxemburg. Ce catalogue d'auteurs confère à la maison un important capital symbolique. Pour conclure sur ce

¹⁶³ <https://agone.org/catalogues/catalogueetsouscription2017/>, consultée le 18. 08. 2017

¹⁶⁴ Propos recueillis lors d'une rencontre à Ombres Blanches entre Christian Thorel et Thierry Discepolo, le 15. 03. 2017

¹⁶⁵ https://www.versobooks.com/series_collections/20-the-complete-works-of-rosa-luxemburg

¹⁶⁶ Propos recueillis lors d'une rencontre à Ombres Blanches entre Christian Thorel et Thierry Discepolo, le 15. 03. 2017

critère de professionnalisation, nous pouvons affirmer que le catalogue est cohérent dans la mesure où toutes les collections d'Agone traitent de sujets politiques, critiques et contestataires, y compris la collection de littérature. Cependant, on peut se demander si la multiplicité de collection ne nuit pas à l'efficacité du catalogue ainsi qu'à sa visibilité.

La fabrique possède également une ligne éditoriale claire qui s'articule autour de l'idée de « *faire entendre des voix divergentes* »¹⁶⁷. Par ailleurs, « *La fabrique a souvent recours à la commande et privilège des livres à la fois offensifs et constructifs autour de "la subversion de l'ordre établi", même s'il s'autorise de temps à autre à publier des ouvrages plus descriptifs sur des questions vraiment délaissées* »¹⁶⁸. La subversion est donc le mot d'ordre qui organise la ligne éditoriale de la maison. Il n'y pas de collections à La fabrique et « *Hazan reconnaît que ce n'est qu'après plusieurs années, et seulement rétrospectivement, qu'il a pu déceler une cohérence dans son catalogue* »¹⁶⁹. Nous pouvons citer quelques auteurs phares du catalogue : des philosophes tels Alain Badiou, Frédéric Lordon et Jacques Rancière, mais aussi André Schiffrin. On note également des « *prises de position – notamment sur la Palestine – et de rééditions de grands livres engagés oubliés* »¹⁷⁰. Parmi les titres les mieux vendus, nous pouvons citer l'ouvrage de Jacques Rancière, *La Haine de la démocratie*, publié en 2005 et vendu à 10 000 exemplaires¹⁷¹. Le fait qu'il n'y ait pas de collections à La fabrique peut nuire à une certaine visibilité. Ainsi, dans la rubrique « catalogue » du site internet, on est face à une longue liste dans laquelle se succèdent tous les titres de La fabrique, triés uniquement par ordre alphabétique. Un classement par thème est possible mais reste assez large (« Édition, Éducation, école, Histoire XIX^e siècle et avant, Histoire XX^e et XXI^e siècles », etc.) et un classement par ordre alphabétique d'auteurs (« Auteurs : A - B - C - D - E - F - G ... Z »). Cette communication peut faire penser que La fabrique s'adresse à un cercle de militants et connaisseurs qui savent comment chercher et quel livre chercher, et non à un internaute curieux et flâneur. L'organisation de la maison en collections pourrait permettre de renforcer la cohérence et la visibilité, critères retenus de professionnalisation.

En ce qui concerne la ligne éditoriale de Smolny, la première information que l'on trouve sur internet est qu'il s'agit d'un « *collectif des introuvables du mouvement ouvrier* ». Cette information est visible grâce à une recherche dans un moteur de recherche lorsqu'on tape le mot « Smolny » et c'est le sous-titre du nom du collectif présent sur chaque page du site internet. Si on cherche davantage et qu'on regarde sur les pages internet¹⁷², à la rubrique « le Collectif » on apprend que l'objet de l'association est de « *favoriser une réappropriation collective des idées et contributions essentielles de l'histoire politique et sociale du mouvement ouvrier* »¹⁷³. Smolny compte neuf titres à son catalogue dont cinq coéditions (quatre avec Agone et une avec le CMDE). Les quatre titres édités uniquement par Smolny sont diffusés et distribués par Hobo-diffusion et Makassar. Les quatre autres titres coédités avec Agone sont diffusés et distribués par le diffuseur-distributeur d'Agone (les Belles Lettres). Enfin, le titre coédité avec le CMDE est diffusé et distribué par le diffuseur-distributeur du CMDE (Hobo-diffusion et Makassar). Nous pouvons citer ci-après les quatre titres publiés

¹⁶⁷ Éric Hazan, « Les éditions La fabrique et le marché du livre », blog ZAPA, entretien publié par « Lémi », 2007 (Lien : <http://zapa.over-blog.com/article-10806602.html>).

¹⁶⁸ Éric Hazan, « Pour aboutir à un livre », Bulletin des bibliothèques de France (BBF), 2016, n° 10, p. 138-139. Disponible en ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2016-10-0138-004>. ISSN 1292-8399. <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2016-10-0138-004#note-1>

¹⁶⁹ *Ibid.*

¹⁷⁰ Éric Hazan, « Pour aboutir à un livre », *op. cit.*

¹⁷¹ « Les indés de la critique sociale », François Cusset, Enquête, *Livre Hebdo*, 24 nov. 2006, no 667, pp. 70-72.

¹⁷² Site internet de SMOLNY : http://www.collectif-smolny.org/rubrique.php?id_rubrique=9

¹⁷³ *Ibid.*

uniquement par le collectif Smolny : *Comment lire le capital de Marx ? Introduction à la lecture et commentaire du "capital"*, Heinrich Michael, traduction de Lucie Roignant (2015) ; *Moscou 1918, La revue communiste, Les communistes de gauche contre le capitalisme d'état*, Boukharine, Ossinski, Radek, Smirnov, traduction de Julia Gousseva (2011) ; *Le communisme primitif n'est plus ce qu'il était, Aux origines de l'oppression des femmes* — suivi de « une histoire de famille », Darmangeat Christophe (1^{re} éd. 2009, rééd. mars 2012) ; *Notes sur l'histoire, 1942* suivi de « Karl Korsch, un cheminement politique » par Serge Bricianer, Korsch Karl (2011).

L'autre moitié du catalogue de Smolny est constitué de coéditions avec Agone pour le projet d'édition des œuvres complètes de Rosa Luxemburg et avec les éditions CMDE (Collectif des métiers de l'édition) pour le titre suivant ; *La Révolte des Ciompi - Un soulèvement prolétarien à Florence au XIV^e siècle*, textes de Simone Weil et Nicolas Machiavel, traduction revue par Laura Brignon, postface d'Emmanuel Barot (paru en 2013 dans la collection « les réveilleurs de la nuit » du CMDE). Pour le moment, quatre titres de Rosa Luxemburg ont été publiés en collaboration avec les éditions Agone dans le cadre du projet de publier en français l'œuvre « aussi complète que possible » de l'auteure. Nous pouvons citer ces quatre titres qui constituent les quatre tomes des œuvres complètes de Rosa Luxemburg, parus respectivement en 2014, 2013, 2012 et 2009 : *La Brochure de Junius, la guerre et l'Internationale* (1907-1916), tome IV, traduit par Marie Hermann (2014), *Le Socialisme en France*, tome III, édition établie et préfacée par Jean-Numa Ducange, traduit par Daniel Guérin et Lucie Roignant (2013), *À l'école du socialisme*, tome II, postface par Michael Krätke, traduit par Lucie Roignant (2012) ; *Introduction à l'économie politique*, tome I, préface de Louis Janover (2009). Le titre le mieux vendu du catalogue est *Aux origines de l'oppression des femmes*, dont le premier tirage de 750 exemplaires est épuisé ainsi que les deux tiers du second tirage de 1000 exemplaires. Dans ce livre, il s'agit de mettre « en perspective les différentes organisations de la famille et les relations entre les sexes dans les sociétés pré-étatiques » et cela « nous confronte aux questions très actuelles de la division sexuelle du travail tout en nous invitant à un voyage passionnant à travers les âges et les continents »¹⁷⁴. Quant aux projets de publications des œuvres complètes de Rosa Luxemburg, il s'agit de donner accès aux idées de cette militante et théoricienne dont les leçons sur l'économie politique « s'inscrivent dans le droit-fil de la critique de l'économie politique de Marx comme du Manifeste communiste »¹⁷⁵, et qui pose la question du choix entre « socialisme ou chute dans la barbarie ! »¹⁷⁶. Pour présenter le titre de Karl Korsch intitulé *1942 - Notes sur l'histoire*, le collectif Smolny reformule la question posée par l'auteur : « qu'est ce que l'histoire à l'heure de la domination mondiale du capitalisme et du paroxysme des rivalités impérialistes ? » et affirme qu'il s'agit d'une « réflexion exigeante qui n'a rien perdu de sa pertinence »¹⁷⁷. Bien que peu étoffé, le catalogue de Smolny nous apparaît très cohérent, fidèle à sa ligne éditoriale et répond en ce sens au critère professionnel de cohérence et d'efficacité du catalogue. On remarque que les coéditions permettent de partager les coûts, les compétences, les idées, les expériences, le temps de travail. En cela elles sont une façon pour Smolny de se professionnaliser et de gagner en visibilité sur le marché, notamment en bénéficiant du diffuseur-distributeur d'Agone, Les Belles Lettres, avec des moyens humains et techniques plus importants qu'Hobo-diffusion. Contre la surproduction, les trois éditeurs étudiés veulent faire des livres qui ont une nécessité et un sens et ont une ligne éditoriale cohérente. On peut se demander dans quelle

¹⁷⁴ Page de Smolny sur l'annuaire des éditeurs du site du CRL Midi-Pyrénées : <http://www.crl-midipyrenees.fr/annuaire/maisonsedition/smolny/>

¹⁷⁵ Ibid.

¹⁷⁶ Ibid.

¹⁷⁷ Ibid.

mesure l'absence de collections chez Smolny et La fabrique ne nuisent pas à leur professionnalisation. Il n'en reste pas moins que leur catalogue est cohérent et efficace.

Nous pouvons désormais nous intéresser au critère de professionnalisation qui concerne la diffusion-distribution. Agone et La fabrique sont diffusées et distribuées par des « petits généralistes »¹⁷⁸ ; Les Belles Lettres diffusion-distribution (BLDD), et les éditions Smolny sont diffusées par une petite structure de diffusion indépendante « Hobo-diffusion » qui travaille avec le distributeur « Makassar ». La fabrique et les éditions Agone font toutes deux partie de la plate-forme de distribution « Athélès ». Les trois éditeurs de notre corpus répondent à notre critère de professionnalisation car elles travaillent avec un prestataire professionnel de diffusion et distribution. Nous pouvons néanmoins voir s'il existe des spécificités en ce qui concerne leur rapport à ce prestataire externe. Le fondateur d'Agone affirme qu'« *Agone ne rate pas sa mise en place avec les Belles Lettres* »¹⁷⁹. Selon lui, Agone est à sa place au sein de la ligne éditoriale des Belles Lettres, et il définit cette place en ces termes : « *militant de sciences humaines de gauche et édition savante, militante, exigeante, grand public* »¹⁸⁰. L'accès à ce réseau de diffusion et distribution s'est fait non par choix mais par nécessité : « *choisir n'est pas le bon mot (...), on a pris ce qu'on a pu* »¹⁸¹. Il évoque également la tentative ratée d'Athélès, une plate-forme de diffusion créée en 1998 par Agone et La fabrique et rejoints plus tard par une dizaine de maisons. Athélès a au départ été créée pour pallier le fait que les Belles lettres ne voulaient se charger que de la distribution et n'assuraient pas la partie diffusion. Athélès c'est aussi un site internet de vente directe, ce qui permet de « *diversifier les canaux d'accès au marché* » et « *grâce auquel les éditeurs réalisent près de 20 % du chiffres d'affaires, parfois plus* »¹⁸². Mais cette initiative prendra fin en 2006 suite à de mauvais résultats et fortes disparités entre les éditeurs. Agone réalisant un chiffre d'affaire supérieur aux autres maisons réunis dans Athélès, cela créait un déséquilibre et les mises en place pour Agone étaient en deçà de celles escomptées. Concernant Agone, le libraire demeure un partenaire privilégié et des tournées de surdiffusion sont organisées. Thierry Discepolo affirme qu'Agone a traversé à un moment « *une crise de croissance* »¹⁸³ liée aux problèmes de distribution et propre à la vie d'une entreprise. Les éditions Smolny sont diffusées par Hobo-diffusion et distribuées par Makassar depuis 2015, ce qui « *a fait beaucoup gagner en temps et en visibilité* »¹⁸⁴. Nous pouvons présenter cette structure de diffusion qui s'adapte à la taille des éditeurs et ne demande aucun minimum de chiffre d'affaires annuel ni autres conditions financières. Sur le site de ce diffuseur, on apprend qu'« *Hobo Diffusion est une structure de diffusion de livres, DVD et revues en librairie qui regroupe plus de trente éditeurs* »¹⁸⁵. Lorsqu'un éditeur signe un contrat avec cette structure, la distribution est comprise dedans et est assurée par Makassar pour la France et la Belgique (www.makassar-diffusion.com) et par Servidis (<http://www.servidis.ch>) en Suisse. L'objectif d'Hobo Diffusion est de promouvoir « *l'édition indépendante, engagée, libertaire, contre-culturelle, en lui permettant d'être présente en librairie* »¹⁸⁶ et défend une ligne éditoriale critique qui « *favorise*

¹⁷⁸ EIC, p. 173

¹⁷⁹ Propos recueillis lors d'une rencontre à Ombres Blanches entre Christian Thorel et Thierry Discepolo, le 15. 03. 2017

¹⁸⁰ *Ibid.*

¹⁸¹ *Ibid.*

¹⁸² EIC, p. 183.

¹⁸³ Propos recueillis lors d'une rencontre à Ombres, *op. cit.*

¹⁸⁴ X de Smolny, propos recueilli lors d'un entretien téléphonique le 17.08.2017. Pour voir les livres de Smolny diffusés par Hobo-Diffusion : <http://www.hobo-diffusion.com/fssProduit/findByEditeur/editeur/60>

¹⁸⁵ Site du diffuseur : <http://www.hobo-diffusion.com>

¹⁸⁶ *Ibid.*

la circulation de la pensée critique et radicale »¹⁸⁷ et crée « un espace de liberté dans un marché de l'édition monopolisé et dominé par les grands groupes »¹⁸⁸. Cette structure prend pour filiation et capital symbolique les « hobos nord-américains – travailleurs itinérants propageant l'insoumission sur leur chemin »¹⁸⁹.

B) Travail en réseau et partage des compétences

Les trois éditeurs étudiés respectent la chaîne du livre en travaillant en réseau avec les médiateurs du livre. Agone, La fabrique et Smolny travaillent avec les librairies. Dans cette partie, nous pouvons montrer quels sont leurs rapports avec ces acteurs, maillons essentiels pour leur professionnalisation. Agone a tissé un solide réseau de relations avec de nombreuses librairies indépendantes, qui constituent un partenaire privilégié. Sur leur site internet, toutes les librairies qui possèdent des livres du fonds d'Agone sont répertoriées et il est même recommandé de les soutenir : « grâce à la loi sur le prix unique, les livres sont au même prix partout en France. Pour soutenir l'édition indépendante, soutenons les librairies indépendantes ! »¹⁹⁰. Quant aux bibliothèques, les partenariats prennent la forme de rencontres organisées autour de parution de titres. On peut donc dire qu'Agone respecte la chaîne du livre en travaillant en partenariat avec les libraires et les bibliothécaires. La fabrique a tissé un solide réseau de relations avec de nombreuses librairies indépendantes et les éditions sont « très soutenues dans les cinquante meilleures librairies françaises »¹⁹¹. La fabrique fait partie des réseaux alternatifs tels que l'association L'Autre Livre qui organise un salon du livre des éditeurs indépendants chaque année. La fabrique se sent proche d'Agone mais aussi d'autres éditeurs critiques : « pour la plupart, ce sont des gens qui fréquentent les mêmes réseaux alternatifs que nous. Comme par exemple le salon de l'autre livre »¹⁹². Smolny organise des rencontres en librairie à l'occasion de chaque parution et propose des conférences ouvertes à tous sur des sujets en lien avec la ligne éditoriale du collectif. Leurs livres sont également présents en bibliothèque. Leur présence en librairie lors de rencontres est moins soutenue du fait de leur faible et irrégulière production de titres. Cependant, il y a un souci de respect de ces médiateurs et une volonté de collaborer et travailler en réseau. En cela, Smolny aussi répond à ce critère de professionnalisation.

Au sujet des compétences, on remarque chez les trois éditeurs des stratégies en accord avec les valeurs de la maison. Il y a un souci de fonctionner différemment et parfois même une volonté de se défaire d'une division du travail jugée aliénante, en imaginant une autre répartition des tâches. Nous pourrions voir dans cette partie comment s'exprime le rapport à la notion de compétence, marqueur de professionnalisation. Les salariés d'Agone et de La fabrique n'ont pas tous nécessairement suivi une formation dans les métiers du livre et peuvent venir de filières universitaires diverses. On peut donc supposer que la priorité est donnée à l'engagement pour les valeurs de la maison plutôt qu'aux diplômes obtenus. Le fondateur d'Agone a suivi une formation de cycle supérieur en philosophie avant de fonder la revue Agone qui donnera naissance quelques années plus tard aux éditions éponymes. On peut donc supposer qu'il s'est formé en autodidacte. Éric Hazan, le fondateur de la

¹⁸⁷ *Ibid.*

¹⁸⁸ *Ibid.*

¹⁸⁹ Site du diffuseur : <http://www.hobo-diffusion.com/fscmsDocument/show/id/1>

¹⁹⁰ <https://agone.org/page/librairies.html> (page web consultée le 18.08. 2017).

¹⁹¹ Éric Hazan, « Les éditions La fabrique et le marché du livre », blog ZAPA, entretien publié par « Lémi », 2007 (Lien : <http://zapa.over-blog.com/article-10806602.html>).

¹⁹² *Ibid.*

fabrique, a d'abord exercé le métier de chirurgien jusqu'en 1983 puis « *il se forme sur le tas* »¹⁹³ au métier d'éditeur lorsqu'il reprend les éditions Hazan, fondées par son père. Aujourd'hui, il est le « *gérant de la SARL La fabrique* »¹⁹⁴ comme c'est écrit sur le site de La fabrique et « *il mène de front les activités d'éditeur, d'écrivain et de traducteur. En tant qu'écrivain, il a publié plusieurs livres sur l'histoire de la Révolution française, sur Paris et sur la question palestinienne* »¹⁹⁵. Agé de près de 81 ans, il travaille donc pour les éditions qu'il a créées et entretient les réseaux avec les librairies et les auteurs de façon bénévole et militante. Les bénévoles membres de Smolny peuvent s'investir dans des projets éditoriaux sur le mode de la proposition et de l'initiative. Il n'y a pas de prérequis de formation ou d'expérience dans les métiers du livre. « *La compétence n'est jamais un critère pour faire partie de Smolny* »¹⁹⁶, comme l'affirme un des fondateurs. La priorité est donnée à l'engagement et au partage des expériences. L'idée est aussi de faire soi-même en apprenant, sans forcément avoir les compétences, dans une idée d'autonomie et de réappropriation collective. En effet, l'idée du collectif est de se réapproprier les idées mais aussi les savoirs-faires. Si on ne trouve pas quelque chose qui nous satisfait sur le marché, l'idée est de se lancer soi-même et avec d'autres dans la réalisation, sans forcément au départ avoir toutes les compétences. C'est d'ailleurs de là qu'est née l'idée du collectif Smolny : il n'y avait pas d'édition satisfaisante à leurs yeux des textes de Rosa Luxemburg sur le marché en France alors les deux fondateurs ont décidé de le faire, entraînant avec eux une petite équipe de personnes motivées pour s'impliquer dans différentes tâches du projet. Cette présentation s'inscrit dans la filiation d'Anton Pannekoek dont Smolny s'inspire pour son projet éditorial : « *les masses toujours plus larges prennent les choses en main, se considèrent comme responsables, se mettent à chercher, à faire de la propagande, à combattre, expérimenter, réfléchir, à peser puis oser, et aller jusqu'au bout* »¹⁹⁷. Une des compétences développée par le collectif Smolny est le travail sur le logiciel de licence libre LaTeX¹⁹⁸ et le développement de nouvelles fonctionnalités du logiciel adaptées à la mise en page de texte avec un important appareil critique.

C) Lieu de travail et traduction

Enfin, deux derniers critères ont retenu notre attention pour observer le degré de professionnalisation ; il s'agit du lieu de travail des travailleurs et de leur pratique d'achat et de cessions de droits.

Les trois éditeurs au corpus se rejoignent sur le fait de ne pas travailler à domicile : les éditions Agone travaillent dans des bureaux à Marseille, les éditions de La fabrique dans des bureaux à Paris (dans le 19^e arr.) et Smolny loue un bureau dans un local de bureaux partagés avec d'autres professionnels dont deux éditeurs (le CMDE et Anacharsis). En cela ces éditeurs répondent à notre critère de professionnalisation. On peut se demander dans quelle mesure le fait d'avoir des bureaux professionnels favorise le processus de professionnalisation. Dans le cas de Smolny par exemple, on peut émettre l'hypothèse que le fait de côtoyer

¹⁹³ <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2016-10-0138-004#note-1>

¹⁹⁴ Site internet de La fabrique : <http://www.lafabrique.fr/qui.php>

¹⁹⁵ <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2016-10-0138-004#note-1>

¹⁹⁶ X de Smolny, propos recueillis lors d'un entretien dans le bureau de Smolny, le 23.08.2017.

¹⁹⁷ Anton Pannekoek et les Conseils ouvriers, Paris, EDI, 1969, p. 178, cité dans l'avant-propos de l'*Introduction à l'économie politique*, tome I, coll. Smolny et Agone (2009).

¹⁹⁸ Un site internet qui présente le logiciel LaTeX : <https://openclassrooms.com/courses/redigez-des-documents-de-qualite-avec-latex>

d'autres éditeurs entraîne des moments d'échanges informels sur le travail, une mise en commun d'une partie du matériel, etc., et encourage leur professionnalisation.

Par rapport aux achats et cessions de droits, les trois éditeurs sont concernés. Nous pouvons voir ci-après de quelle manière cette dimension s'articule à leur travail. Pour Agone, la partie d'achat de droits semble être une activité importante avec la publication de nombreuses traductions. Dans la plupart de ses collections, on trouve des traductions. Par exemple, les titres d'Howard Zinn, traduits de l'anglais des États-Unis mais aussi le titre de littérature d'Irmgard Keun, traduit de l'allemand. La maison contribue donc à la bibliodiversité et au rayonnement des cultures en publiant des auteurs non français. L'onglet « Foreign rights » (droits étrangers) de leur site internet laisse supposer que des échanges réguliers existent avec des éditeurs étrangers, notamment anglais, allemand, grecs, italiens. Agone répond donc à ce critère de professionnalisation. Pour La fabrique, on pourrait croire que l'achat de droits n'est pas une activité importante car les livres publiés sont beaucoup des livres de commandes. Mais quand on observe leur catalogue, on s'aperçoit que la traduction est une pratique courante. Enfin, Smolny publie des introuvables du mouvement ouvrier, ce qui suppose de publier de nombreux titres qui n'ont pas encore été traduits en France. Cela entraîne un travail important pour la négociation et l'achat de droits. Chaque titre nécessite un travail de renseignement et parfois de négociation au sujet des droits. Sur ce point Smolny, répond donc au critère de professionnalisation.

En conclusion de cette partie sur les stratégies similaires des éditeurs face à l'enjeu de professionnalisation, on constate une homogénéité de positions. Tous ont un catalogue efficace et une ligne éditoriale cohérente et ont accès à un réseau de diffusion et distribution. Des différences existent sur ce point entre les trois éditeurs, qui n'ont pas tous de collections au catalogue et pas tous la même taille de structure de diffusion-distribution. Ils travaillent en réseau avec les médiateurs du livre et organisent des rencontres avec des libraires. On note cependant une différence au niveau de la fréquence de ces rencontres selon le volume de parution annuel. Leurs bureaux sont distincts du domicile et la pratique d'achats et de cessions de droits ne leur est pas étrangère. Nous pouvons voir désormais ce qui distingue ces trois éditeurs face à l'enjeu de professionnalisation.

III. Stratégies distinctes face à l'enjeu de professionnalisation

Après avoir présenté les stratégies similaires des trois éditeurs face à l'enjeu de professionnalisation, nous pouvons désormais nous concentrer sur ce qui diffère. Là aussi, nous avons ordonné l'analyse de ces différentes stratégies en trois temps : le fait d'en vivre ou de ne pas en vivre et le rapport au travail et sa déontologie, la régularité ou l'irrégularité de la production et le choix d'un statut commercial ou non et enfin, la présence ou l'absence dans les médias.

A) « En vivre » ou « ne pas en vivre » et rapport au travail

Comme nous avons déjà pu le voir dans le tableau de présentation, il existe de fortes disparités d'effectifs entre les trois maisons. Nous pourrions, dans cette partie, tenter de comprendre les raisons de ces différences. Tout d'abord, nous nous intéresserons au mode d'organisation du travail des trois éditeurs, Agone, La fabrique puis Smolny et ensuite nous pourrions étudier les pratiques et les discours qui concernent le rapport au travail.

Agone répond à notre premier critère de professionnalisation par le fait de refuser le bénévolat et de s'engager clairement du côté du salariat, comme le montre cette citation du fondateur : « *personne n'est bénévole chez nous. Si on devait fonctionner grâce au bénévolat, autant arrêter. Il est fondamental pour nous de faire la preuve que l'on peut faire ce métier en étant autonome* »¹⁹⁹. Il s'agit d'un critère important pour Agone, une façon de prouver que l'on peut concilier édition critique indépendante et modèle économique viable, une preuve d'autonomie importante. Ce positionnement montre que malgré les contraintes du champ éditorial, Agone choisit de s'y inscrire pleinement et non de rester à la périphérie. La fabrique aussi vit de son activité, en partie. La maison a embauché deux salariés et en cela elle répond à notre premier critère de professionnalisation. Cependant elle ne refuse pas le recours au bénévolat puisque le fondateur lui-même ne se paye pas. Par ailleurs, dans un entretien Éric Hazan affirme qu'« *en général, nous fonctionnons avec un ou une stagiaire* »²⁰⁰. S'il s'agit d'un poste permanent, le stagiaire peut être inclus dans les besoins de la maison d'édition. La part de recours au bénévolat n'est pas inexistante dans le fonctionnement de la structure, ce qui place La fabrique à un degré de professionnalisation un peu moindre qu'Agone, qui refuse le bénévolat. En effet, dans notre définition de la professionnalisation, plus un éditeur emploie de salariés et moins il fonctionne avec des bénévoles, plus il est considéré comme professionnel. Smolny fonctionne uniquement avec des bénévoles, sur le mode de l'initiative. Il n'y a pas de volonté d'embaucher. L'association compte « *une quarantaine de membres* »²⁰¹ et pour un projet de livre, « *entre quatre à huit membres* »²⁰² sont mobilisés. Les membres de l'association s'investissent dans les projets ou en proposent. Aucun des membres de l'association ne vit de l'activité de Smolny. L'idée du collectif était de produire des appareils critiques de qualité pour des éditions de textes historiques majeurs de qualité, « *comme c'était le cas au 19^e siècle* »²⁰³, dicit un des membres du collectif. Chaque livre du collectif Smolny nécessite un travail très important sur les textes, de rigueur et de précision avec une certaine volonté d'exhaustivité dans les informations données (des notes de bas de pages très fournies, un index très précis, une bibliographie étoffée, etc.). Cependant, Smolny ne répond donc pas à notre premier critère de professionnalisation qui est de vivre de son activité. Le capital symbolique semble placé au-dessus du capital économique, et l'économie du dédommagement prend le pas sur celle de la rentabilité. L'activité éditoriale apparaît chez Smolny comme un « *statut secondaire, passion personnelle, économie du dédommagement et non*

¹⁹⁹ Thierry Discepolo, débat sur la « Critique de l'édition et édition alternative » organisé par Acrimed, Bourse du travail de Paris, 27 mai 2010, cité par S. N. dans *EIC*, p. 293

²⁰⁰ Éric Hazan, « Les éditions La fabrique et le marché du livre », blog ZAPA, entretien publié par « Lémi », 2007 (Lien : <http://zapa.over-blog.com/article-10806602.html>).

²⁰¹ X de Smolny, propos recueilli lors d'un entretien téléphonique le 17.08.2017.

²⁰² *Ibid.*

²⁰³ *Ibid.*

de la rentabilité, éthique du désintéressement »²⁰⁴. On peut se demander si une rémunération des membres investit ne ferait pas « perdre leur qualification éthique ou esthétique, fondée sur le désintéressement et la gratuité, et difficilement compatible avec l'insertion professionnelle dans l'économie »²⁰⁵. On est face ici à une forte ambiguïté du secteur culturel qu'est l'édition car il s'agit d'une activité qui relève du secteur marchand, du commerce et pourtant certains en font une activité d'ordre éthique qui ne peut se placer dans l'univers marchand sous peine de compromissions. On peut parfois se demander si cela ne nuit pas au champ de l'édition en discréditant le fait qu'on peut vivre de l'édition.

Le rapport au travail d'Agone est en tension entre les idéaux et les moyens humains. Les six salariés de la maison travaillent en se partageant les tâches autant techniques qu'intellectuels, afin de limiter le système de division du travail qui sépare le processus de sa finalité et de son entièreté. En ce qui concerne le respect du code du travail, les salariés sont tous payés au Smic, y compris le fondateur, dans une volonté d'égalité. En effet, ce souci de cohérence entre les actes et la philosophie de la maison est « notamment perceptible dans l'organisation des rémunérations des membres de l'association (écart faible entre les salaires) ainsi que dans la répartition des tâches entre les salariés, qui donne lieu à des arbitrages (...) »²⁰⁶. Agone refuse de faire appel à des personnes externes qui auraient le statut d'auto-entrepreneurs, afin de ne pas cautionner cette forme de travail où l'employeur ne paye pas de cotisations sociales. Il y a donc une préoccupation forte de professionnalisation et de cohérence entre les valeurs défendues dans les titres publiés et l'organisation du travail, comme le souligne Sophie Noël :

« Agone (...) fonctionne aujourd'hui avec six salariés et un chiffre d'affaires de plus de 400 000 euros dans des locaux à Marseille appartenant aux employés. Entre la rationalité économique d'une structure *de facto* professionnalisée et la fidélité aux principes politiques ayant présidé à sa création, la maison met en avant la volonté d' "être en cohérence avec les livres qu'on édite. On ne peut pas à la fois publier les bouquins qu'on fait et avoir un fonctionnement hiérarchique, bureaucratique comme n'importe quelle maison" ».²⁰⁷

Agone signe des contrats avec les auteurs et a déclaré lors d'un entretien qu'Agone verse « 10 000 euros par an de droits d'auteurs »²⁰⁸. Ces contrats respectent l'obligation de consacrer une partie à l'exploitation par voie numérique de l'œuvre²⁰⁹. La volonté de cohérence entre les pensées et les pratiques se traduit aussi par le partage dans les tâches intellectuelles et techniques, comme le précise le fondateur de la maison dans un entretien : « Il faut essayer de faire en sorte que tout le monde n'ait pas que des tâches enviables ou que des tâches ingrates, essayer de faire en sorte que ceux qui ont les tâches les plus enviables aient eux aussi leur lots de tâches ingrates, etc. »²¹⁰. Cependant des tensions semblent exister qui se manifestent par des démissions dues peut-être à l'épuisement à la fragilité morale des salariés²¹¹. On peut se demander si n'y a pas un décalage entre l'investissement de la part des salariés et la hauteur de leur rémunération, ce qui pourrait être source de souffrance. Tout dépend si l'implication est volontaire ou contrainte comme certains sociologues du travail le font remarquer et constatent que « déclarer "ne pas pouvoir faire autrement" que de "s'impliquer beaucoup" »

²⁰⁴ Weber Florence, Lamy Yvon. Amateurs et professionnels. In: Genèses, 36, 1999. Amateurs et professionnels. pp. 2-5; http://www.persee.fr/doc/genes_1155-3219_1999_num_36_1_1575 Document généré le 16/12/2016, p. 4

²⁰⁵ *Ibid.*

²⁰⁶ *Ibid.*

²⁰⁷ *EIC*, p. 292

²⁰⁸ Propos recueillis lors d'une rencontre à Ombres Blanches entre Christian Thorel et Thierry Discepolo, le 15. 03. 2017

²⁰⁹ *Ibid.*

²¹⁰ *EIC*, p. 292.

²¹¹ Informations recueillies lors d'un entretien avec une membre d'Agone, le 22. 11. 2017.

est caractéristique d'une forte pression »²¹². L'idée du surinvestissement semble valorisée sur le site d'Agone, dans la partie « Historique » rédigée par Marie Hermann, « directrice éditoriale » d'Agone, qui écrit : « [p]our résumer, les salaires sont toujours aussi bas, les nuits toujours aussi courtes, les ambitions toujours aussi modestes et les projets, toujours aussi fous »²¹³. On peut analyser cette affirmation qui clôt le long historique des éditions Agone comme une valorisation de l'investissement et de l'engagement des salariés. L'ambition formulée plus avant dans le texte est de participer au changement du monde par les livres, ce qui reste une ambition peut-être pas si modeste que cela : « on continue de penser que, si les livres ne changent pas le monde, ils peuvent au moins y contribuer »²¹⁴. Il y a un esprit d'aventure humaine, de prise de risques avec des projets « fous », ce qui peut également aller de pair parfois avec une certaine fragilité économique et morale. La volonté chez Agone de cohérence entre les pratiques d'organisation du travail en interne et la ligne éditoriale de la maison est donc très forte.

La fabrique a la volonté de respecter la déontologie du métier. Par exemple, aux dires d'Éric Hazan « (...) *La fabrique insiste pour verser des à-valoirs décents à tous ses auteurs* »²¹⁵. En ce qui concerne le rapport au travail de La Fabrique, on peut dire qu'Éric Hazan prône un investissement élevé au travail, dans un idéal de métier-passion où l'on ne compte plus ses heures et on vient même en étant malade car on aime ce que l'on fait. Cette rhétorique est présente dans la réponse d'Éric Hazan à Sophie Noël concernant le rapport au travail lorsqu'il dirigeait les éditions Hazan :

« (...) le taux d'absentéisme était de zéro : quand les gens étaient malades, ils venaient quand même travailler. Il n'y avait pas d'horaire fixe mais le soir, à 7 ou 8 heures, on trouvait encore deux ou trois membres de l'équipe qui planchaient sur une maquette, des épreuves. Et le samedi aussi. (...) La première décision de nos repreneurs a été d'instaurer un autre genre de "gouvernance", qui a eu pour effet immédiat un absentéisme de 25 % et le départ de tout le monde à 18 heures précises. (...) »²¹⁶

L'idéal d'Éric Hazan semble donc être un travail où l'on s'investit avec passion, avec des horaires souples et flexibles. Or les valeurs de flexibilité et de souplesse au travail sont aussi celles du capitalisme moderne, comme l'ont montré Luc Boltanski et Eve Chiapello dans leur ouvrage *Le nouvel esprit du capitalisme*²¹⁷ et comme l'affirme l'économiste Jacques Attali :

« il y a ce potentiel qu'il ne faut pas, vraiment, détruire, c'est le potentiel de créativité qui consiste à ne pas considérer que le travail est aliénant. (...) Je rêve d'une société où les gens ont envie de travailler beaucoup plus que 35 heures, parce qu'il trouverait du plaisir à travailler. Je rêve d'une société où l'âge de la retraite serait revendiqué comme devant être plus long, parce que c'est passionnant de travailler ».²¹⁸

On touche ici aux contradictions profondes du rapport au travail-passion, de l'engagement au travail comme prétexte à déborder du cadre du code du travail et comme piliers du capitalisme moderne. C'est aussi une problématique que l'on retrouve dans le milieu associatif où des salariés se retrouvent à travailler avec des bénévoles. Ce qui est aussi le cas à La fabrique puisqu'Éric Hazan travaille bénévolement, aux côtés de deux

²¹² Michel Gollac (dir.), *Travailler pour être heureux ? Le bonheur et le travail en France*, Fayard, 2003, 352 p.

²¹³ Site d'Agone : <https://agone.org/page/historique2015.html>

²¹⁴ *Ibid.*

²¹⁵ « Les indés de la critique sociale », François Cusset, *Enquête, Livre Hebdo*, 24 nov. 2006, no 667, p. 70-72

²¹⁶ *EIC*, p. 280.

²¹⁷ Boltanski Luc, Eve Chiapello, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, 1999, (coll. NRF Essais), pp. 139-153.

²¹⁸ Propos recueillis lors du débat entre Jacques Attali et Olivier Besancenot, décembre 2014, BFMTV, visible sur Youtube : <https://www.youtube.com/watch?v=jN1NG7JiMnA>, 33:14 min. à 33:44 min.

salariés. Bien qu'il s'agisse d'une SARL, on retrouve un des traits caractéristiques du statut associatif dans lequel cela

« implique souvent de collaborer avec des bénévoles. Or, cette spécificité entraîne *de facto* une banalisation des heures supplémentaires et une injonction à s'engager sans compter son temps. Pourquoi compter ses heures ou réclamer des congés quand d'autres travaillent gratuitement ? Autrement dit, tout travail salarié dans le secteur associatif implique irrémédiablement une part de travail bénévole qui "va de soi" puisqu'elle est implicitement prescrite par l'invocation de l'"esprit associatif".²¹⁹

Sans affirmer que c'est le cas à La fabrique, que les heures supplémentaires ne sont pas comptées, etc., on peut s'interroger sur le mode de fonctionnement et sur les limites du respect du code du travail dans un idéal de métier-passion revendiqué par son fondateur.

Smolny a un rapport au travail ambivalent. Le collectif fonctionne principalement avec des bénévoles mais collabore occasionnellement avec des professionnels. Pour les traductions par exemple, les traducteurs ont des contrats et sont rémunérés, parfois en collaboration avec les éditions Agone. Et pour les couvertures de livre, il leur arrive de collaborer avec une graphiste professionnelle. La déontologie de la profession est prise en considération malgré le faible niveau de structuration du collectif.

Pour conclure sur le rapport au travail et le fait d'en vivre ou non, on constate que les notions d'engagement et de plaisir sont récurrentes, le travail est fait parce qu'il y a une volonté de le faire et des motivations diverses, politiques, historiques, militantes... On constate également un investissement important avec des postures et des stratégies différentes qui acceptent ou refusent le recours au bénévolat. La problématique de métier passion entraîne parfois des ambiguïtés avec le respect du code du travail comme le souligne ce sociologue du travail :

« Horaires, conditions de travail, niveau de rémunération résistent difficilement à l'épreuve de la passion. Les revendiquer, c'est prendre le risque de mettre en cause publiquement mais aussi intimement le caractère passionné de son engagement. »²²⁰

Ainsi, des contradictions jaillissent entre le mode vocationnel et le mode professionnel et on remarque que « *l'éthique de la passion, et de la passion partagée, ne s'accorde pas facilement avec l'économie de marché* ». ²²¹ Chez La fabrique par exemple, on remarque une volonté de se distinguer des gros groupes et de la politique managériale mais cela entraîne parfois un certain ascétisme. Sophie Noël analyse ce rapport au travail comme de l'(auto)exploitation » et affirme que « *l'auto-exploitation, bien que déplorée, est perçue comme un signe d'élection, comme un gage de dévouement remarquable à son travail, sur le modèle de l'art, vécue comme une activité totale et auto-suffisante* ». ²²²

²¹⁹ Hély Matthieu, « À travail égal, salaire inégal : ce que travailler dans le secteur associatif veut dire. », Sociétés contemporaines, 1/2008 (n° 69), » p.10 des pp. 125-147. URL : <http://www.cairn.info/revue-societes-contemporaines-2008-1-page-125.htm> DOI : 10.3917/soco.069.0125

²²⁰ Nathalie Leroux, Marc Lorient, *Le travail passionné*, Érès, 2015, p. 312, 352 p.

²²¹ Weber Florence, Lamy Yvon. Amateurs et professionnels. In: *Genèses*, 36, 1999. Amateurs et professionnels. pp. 2-5; http://www.persee.fr/doc/genes_1155-3219_1999_num_36_1_1575 Document généré le 16/12/2016, p. 3, p. 5

²²² *EIC*, pp. 276-277

B) (Ir)régularité de la production et statut (non) commercial

Nous pouvons analyser dans cette partie tout d'abord la régularité des titres puis le statut juridique des structures étudiées.

Le nombre de titres par an d'Agone est d'une vingtaine, ce qui est un volume relativement conséquent pour une petite structure de six salariés. Agone compte 320 titres dont 280 disponibles²²³. Le manuscrit peut rester deux ans en travail et le travail sur les textes est long. En effet, le « *travail peut s'étaler sur 4 ans (20 000 euros de frais de fabrication, 36 000 de frais de traduction)* »²²⁴, c'est un « *travail de construction* »²²⁵. Cependant, malgré la volonté d'un fonds à rotation lente et de « *ne jamais publier un livre pour le seul motif de sa rentabilité, ne pas choisir un auteur sur le seul critère de sa notoriété et ne pas traiter un sujet par sa seule actualité* »²²⁶, le volume de production reste régulier et important. Le nombre de titres par an et la régularité de la production d'Agone rime avec lenteur et sens contre rapidité et vacuité. Agone répond à notre critère de professionnalisation concernant la quantité de titres annuel produite et la régularité de cette production.

Le nombre de titres par an de La fabrique est d'une dizaine, ce qui est un volume moyen voire faible mais qui correspond aux moyens humains de l'entreprise. La fabrique compte environ deux cents titres disponibles. La fabrique répond à notre critère de professionnalisation concernant la quantité de titres annuels produits et la régularité de cette production. La production est régulière, maîtrisée et raisonnée pour ne pas se développer. En effet, Éric Hazan affirme que « *pour La fabrique, le seuil à ne pas dépasser se situe entre huit et dix titres par an* »²²⁷. Cette volonté est liée au fait de vouloir maîtriser la croissance de la structure pour ne pas être rachetée et rester indépendant : « *c'est la principale leçon de mon expérience aux éditions Hazan : pour rester indépendant, il faut une croissance lente, progressive, limitée à ce que permet l'accroissement des ventes, sans recours aux banques* »²²⁸. Cette idée de non développement comme enjeu de l'indépendance est aussi abordée par Sophie Noël qui affirme que « *demeurer "à la marge" peut apparaître comme le seul moyen d'échapper aux contraintes du marché, un volume de production accru entraînant la nécessité d'embaucher, de développer des outils de gestion, de s'endetter, etc.* »²²⁹. Cela peut apparaître comme une limite dans le processus de professionnalisation dans la mesure où cette démarche est « *artisanale* » et « *antiéconomique* »²³⁰. Le recours aux banques est en effet présenté par Éric Hazan comme un enchaînement, une aliénation dont on ne peut se défaire. Il affirme ainsi que « *si tu trouves de l'argent, tu ne peux pas le trouver ailleurs que chez les investisseurs. (...) Trouver un investisseur, c'est perdre son indépendance. Trouver un banquier sympa, deux banquiers sympas, c'est perdre son indépendance. (...) Donc, dès que tu as besoin d'argent, qu'on te prête de l'argent pour te développer, tu es mort* »²³¹. La stratégie choisie par La fabrique est celle du non développement :

²²³ Propos recueillis lors d'une rencontre à Ombres Blanches entre Christian Thorel et Thierry Discepolo, le 15.03.2017

²²⁴ *Ibid.*

²²⁵ *Ibid.*

²²⁶ Agone brûle : « Il faut sauver l'édition indépendante », Isabelle Kalinowski et Béatrice Vincent, *La Marseillaise*, 16 juin 2002. cité dans la page internet d'Agone, dans l'historique de la revue d'Agone : <https://agone.org/page/historique2015.html>

²²⁷ Andreucci Catherine, « L'alter édition », *Livres Hebdo*, 18 mars 2005, n° 593, pp. 104-112.

²²⁸ *Pour aboutir à un livre*, Éric Hazan, La fabrique, Paris, 2016.

²²⁹ *EIC*, p. 283

²³⁰ *Ibid.*

²³¹ *Ibid.*

« *rester petit* »²³² pour rester indépendant. Cette volonté de ne pas se développer afin de maintenir son indépendance dans le champ est un discours récurrent de la part de nombreux éditeurs indépendants. On retrouve ici la problématique propre au secteur culturel du métier-passion. L'absence d'ambition de développement de la part de certains acteurs « *reflète l'intériorisation des contraintes du champ, dans lequel seules des positions périphériques et précaires sont envisageables pour les petites structures* »²³³. Ainsi,

« ce refus de professionnalisation comme fin en soi contribue à réactiver la tension récurrente dans le travail intellectuel entre mode vocationnel et mode professionnel, et à brouiller les frontières entre édition amateur et édition professionnelle, qui représente un enjeu crucial dans ce type de secteur »²³⁴.

Le nombre de titres par an de Smolny n'est pas régulier et varie de zéro à deux par an. Smolny compte neuf titres à son catalogue. Les années les plus fructueuses correspondent à la parution de deux titres ; un titre de Rosa Luxemburg en coédition avec Agone et un titre « *Smolny tout court* »²³⁵. Smolny ne répond pas à notre critère de professionnalisation concernant la quantité de titres annuels et la régularité de cette production.

Pour résumer le rapport des éditeurs au critère de la régularité de production de titres, nous pouvons dire qu'Agone et La Fabrique ont des productions régulières et que Smolny a une production irrégulière. Leur stratégie et leur mode de fonctionnement sont différents sur ce point mais ils se rejoignent sur l'idée de livres de ne pas publier des livres uniquement pour être vendus immédiatement et beaucoup, pour être rentables seulement et non dans une volonté de durer. Il refuse l'idée du « court-termisme », comme l'explique Martine Prosper qui pointe les contradictions entre les contraintes de la marchandisation du livre et de sa nature même :

« “ la crise du livre est une maladie chronique qui tient à sa nature même. Il en souffre depuis sa naissance, en vit et en vitra, il n'en guérira pas et il n'en mourra pas : il est immortel.²³⁶ ” On aimerait y croire, mais force est de constater que le triomphe gestionnaire de ces vingt dernières années et sa première conséquence, le “court-termisme”, sont incompatibles avec la longue durée nécessaire à la maturation des œuvres et à la construction des catalogues de demain. Ce pourrait être cela la vraie crise du livre : l'emballement d'un modèle économique à bout de souffle, qui étouffe lentement mais sûrement l'objet qu'il est censé faire vivre »²³⁷.

Ainsi, nous avons pu voir que les éditeurs critiques de notre corpus contournent cette contradiction en donnant le temps au livre de se déployer, en constituant un fonds, avec des livres à rotation lente. Cette démarche n'est pas sans conséquence sur leur modèle économique et ils font ainsi face à des contraintes économiques importantes, qui sont en lien avec l'enjeu de leur professionnalisation.

Qu'en est-il du statut juridique des trois éditeurs ? Deux sont sous forme d'association, un sous forme de SARL. Peut-on dégager des stratégies communes aux éditeurs qui fonctionnent sous forme d'association ? Que nous apprennent les statuts juridiques des éditeurs sur leur rapport à la professionnalisation ?

Les éditions La fabrique sont organisées en SARL avec un chiffre d'affaires annuel qui dépasse les 400 000 euros²³⁸. Le statut de « Société à responsabilité limitée » est un statut commercial dont « *les parts détenues dans*

²³² *Ibid.*, p. 283

²³³ *Ibid.*, pp. 283-284

²³⁴ *Ibid.*, p. 284

²³⁵ X de Smolny, propos recueillis lors d'un entretien téléphonique le 17.08.2017.

²³⁶ Henri Baillière, *La Crise du livre*, J.-B. Baillière et fils, Paris, 1904, cité par *La Voix des libraires*, mars 1998.

²³⁷ Martine Prosper, *op. cit.*, pp. 122-123

²³⁸ Source : infogreffe.fr pour l'activité de l'année 2015.

le capital ne sont pas librement accessibles sans accord de tout ou partie des actionnaires »²³⁹. Cela permet de maîtriser son indépendance tout en ayant un statut commercial qui fait gagner en crédibilité auprès des interlocuteurs. Les éditions Agone sont organisées en association à but non lucratif « loi 1901 » malgré un chiffre d'affaires annuel qui dépasse les 400 000 euros. Cela rend compte à la fois d'une cohérence politique avec les idées défendues par la maison et d'une contradiction avec la volonté de se situer dans le champ éditorial. D'une part, ce choix est revendiqué comme un marqueur d'engagement et de cohérence avec les idées de départ ; le but de la maison n'étant pas de « *fai[re] de l'argent avec les livres* »²⁴⁰ mais de « *fai[re] des livres pour faire des idées* »²⁴¹. Cette démarche non commerciale, à visée sociale, correspond en effet bien au statut associatif. Cependant le fait de refuser un statut commercial peut faire perdre de la crédibilité à la structure au niveau des interlocuteurs et des partenaires financiers, comme nous avons pu le voir avec l'exemple de changement de statut d'Anacharsis. C'est un point qui est aussi soulevé par Thierry Discepolo lorsque Sophie Noël l'interroge sur les inconvénients du statut associatif, il affirme alors avoir « *énormément de difficultés, dès qu'on a des besoins de trésorerie, à avoir des prêts, voire des avances de trésorerie* »²⁴². Il reconnaît ainsi l'aspect contre-productif et embarrassant du statut associatif et avoue qu'opter pour un statut commercial permettrait de « *stabiliser nos besoins de trésorerie* »²⁴³. Cependant, l'engagement pour le statut associatif paraît plus fort puisque ce choix est affirmé et défendue : Agone est une association depuis sa création en 1997 et cela permet de ne pas se faire racheter car « *il n'y a rien à racheter* »²⁴⁴. En effet, il n'y a pas de capitaux dans une association. La transformation en capital est perçue comme un « *vocabulaire abominable* »²⁴⁵ et « *la vraie rupture entre les grandes maisons et les petites (...) c'est qu'on fait de l'argent avec les livres ou on fait des livres pour faire des idées* »²⁴⁶. Le choix du statut juridique révèle ici une profonde contradiction entre le capital symbolique et le capital économique. Agone se revendique ainsi comme « *une maison d'édition pauvre* »²⁴⁷. Nous pouvons nous demander si le fait de conserver le statut associatif relève du refus de compromission avec les idées de départ ou si cela est une question d'image et d'identité éditoriale. Dans la mesure où Agone génère un chiffre d'affaires annuel aussi élevé voire plus élevé qu'une SARL, qu'elle salarie des personnes et refuse le bénévolat, nous pouvons la rapprocher d'une structure commerciale. Mais le fait de ne pas vouloir se placer du côté du commerce et du « capital » au sens économique du terme met à jour une profonde tension au sein même de l'organisation de la maison d'édition, qui semble tenir à renvoyer une image d'association qui « *fait des livres pour faire des idées* »²⁴⁸, et non d'entreprise qui fait de l'argent en faisant des livres. On retrouve ici la complexité du rapport entre capital symbolique et capital financier propre au secteur culturel et un discours qui met toujours davantage en avant le capital symbolique au détriment du capital financier. Ainsi, le statut associatif permet une redistribution des bénéfices aux salariés et une impossibilité de capitalisation. On peut également souligner le fait que la volonté de ne pas grossir va de pair avec la volonté de ne pas externaliser le travail sous

²³⁹ https://fr.wikipedia.org/wiki/Soci%C3%A9t%C3%A9_%C3%A0_responsabilit%C3%A9_limit%C3%A9e (page consultée le 21.08.2017).

²⁴⁰ Propos recueillis lors d'une rencontre à la librairie Ombres Blanches à Toulouse entre Christian Thorel et Thierry Discepolo, le 15.03.2017.

²⁴¹ *Ibid.*

²⁴² *EIC*, p.164

²⁴³ *Ibid.*

²⁴⁴ Propos recueillis lors d'une rencontre à Ombres Blanches entre Christian Thorel et Thierry Discepolo, le 15.03.2017

²⁴⁵ *Ibid.*

²⁴⁶ *Ibid.*

²⁴⁷ En référence au texte manifeste de Michel Valensi visible sur le blog d'Agone : <http://blog.agone.org/post/2012/03/02/Pour-des-assises-de-l-edition-pauvre%2C-ou-nous-resterions-debout>, « Pour des assises de l'édition pauvre, où nous resterions debout ! », 2 mars 2012,

propos recueillis lors d'une rencontre à Ombres Blanches entre Christian Thorel et Thierry Discepolo, le 15.03.2017

²⁴⁸ *Op. cit.*

peine de faire appel à des prestataires auto-entrepreneurs, statut combattu par Agone²⁴⁹. Cependant, dans le discours du fondateur d'Agone concernant le statut juridique, il apparaît également une autre tension ; il s'agit de la volonté de se démarquer des pratiques des grands groupes. En effet, le fait de déclarer que « *la vraie rupture entre les grandes maisons et les petites (...) c'est qu'on fait de l'argent avec les livres ou on fait des livres pour faire des idées* »²⁵⁰, c'est se positionner contre les pratiques des grands groupes et se ranger du côté des maisons indépendantes. Le statut juridique d'Agone apparaît comme un révélateur de tensions entre capital symbolique et capital économique. Cela semble un frein à la professionnalisation selon nos critères retenus pour ce mémoire tandis que cela est un marqueur d'engagement dans le champ professionnel pour les éditions Agone. Les éditions Smolny sont également organisées en association de « loi 1901 » mais le rapport à ce mode d'organisation est différent. Le règlement intérieur et les statuts de l'association sont consultables sur le site internet du collectif²⁵¹. Selon un des membres de Smolny, il n'y a pas de volonté de changer de statut car cela « *fonctionne bien* »²⁵² et « *chaque personne s'investit comme elle veut* »²⁵³. Et même si d'autres statuts juridiques commerciaux pourraient correspondre aux valeurs du collectif, tel que la SCIC, cela n'est « *pas adapté à la structuration de Smolny* »²⁵⁴ car « *ça suppose un certain rythme de production de titres, une certaine régularité* »²⁵⁵, ce que Smolny n'est pas en mesure de faire. En effet, l'organisation du collectif repose sur la base du volontariat et de l'initiative, « *les choses se font parce que les gens ont envie de le faire* »²⁵⁶. Le statut juridique d'association reflète l'engagement politique du mode d'organisation du collectif avec la tenue d'assemblées générales et un fonctionnement horizontal : « *pas de président, ni trésorier dans les statuts, juste deux adresses légales* »²⁵⁷, le strict minimum pour donner naissance à une association de type « loi 1901 ». Cela met l'accent sur le principe de *collectif* d'édition et estompe l'aspect hiérarchique que l'on peut trouver dans les maisons d'édition. Ce statut associatif et la démarche de ne pas déposer de nom de président met en valeur l'engagement politique de la structure. Un trésorier est désigné en assemblée générale. C'est la seule personne qui est inscrite dans les statuts de l'association et constitue le bureau car cette fonction n'est pas facile à gérer à plusieurs²⁵⁸. Les réunions sont ouvertes aux membres de l'association mais aussi aux non membres. L'organe de fonctionnement principal de l'association semble être l'assemblée générale lors de laquelle les projets et « *avant-projets* »²⁵⁹ sont votés et deux coordinateurs de projets se proposent pour mener à bien la publication. Une équipe de volontaires se forment lors de cette assemblée générale pour contribuer à la mise en œuvre du projet éditorial. Ce fonctionnement semble plus proche de l'univers du militantisme que d'une maison d'édition qui a des postes et des fonctions pérennes. Ce fonctionnement sous forme associatif ne répond pas à notre critère de professionnalisation mais correspond aux volontés idéologiques du collectif.

²⁴⁹ Informations recueillies lors d'un entretien avec une éditrice d'Agone, en novembre 2017.

²⁵⁰ *Op. cit.*

²⁵¹ Site de Smolny : http://www.collectif-smolny.org/rubrique.php?id_rubrique=11

²⁵² X de Smolny, propos recueilli lors d'un entretien téléphonique le 17.08.2017.

²⁵³ *Ibid.*

²⁵⁴ *Ibid.*

²⁵⁵ *Ibid.*

²⁵⁶ *Ibid.*

²⁵⁷ *Ibid.*

²⁵⁸ *Ibid.*

²⁵⁹ *Ibid.*

C) Présence ou absence dans les médias et communication

Nous avons pu voir dans la partie qui présentait le critère de la communication avec l'extérieur que les éditeurs critiques entretiennent souvent une relation ambiguë avec les médias. Nous pourrions voir dans cette partie si cela se confirme ou s'infirme et quelles en sont les modalités.

La critique des médias étant un aspect essentiel des éditions Agone, il semble compliqué de développer des liens importants avec ces grands groupes. Cela apparaît comme paradoxal. Par ailleurs, une membre d'Agone évoque une « grande méfiance à leur égard »²⁶⁰, les grands médias ne laissant pas une grande place pour l'édition indépendante militante, favorisant les titres publiés par les grands groupes d'édition. Par exemple, on peut évoquer le fait que le groupe Lagardère possède Europe 1 et de nombreuses maisons d'édition ; les chances de médiatisation pour les titres parus au sein du groupe Lagardère paraissent ainsi favorisées. Pour autant, Agone n'est pas absent du champ journalistique. De nombreuses critiques de leurs titres sont faites par des médias alternatifs et indépendants, ce qui correspond à l'éthique et aux valeurs d'Agone. On peut citer parmi ces médias de presse écrite : *Mediapart*, *Ballast*, *Territoires contemporains*, *Slate*, *Rue 89*, *Terrains de luttés*, *Le monde comme il va*. De plus, un dossier de presse est disponible pour la plupart des titres de la collection, comme on peut le voir sur leur site internet. En ce qui concerne la communication des éditions Agone, les rencontres organisées avec le public sont nombreuses comme on peut le remarquer sur le site d'Agone : en effet, beaucoup de titres sont accompagnés d'un onglet « Rencontres » qui informe de la date, du lieu et de l'objet de la rencontre. Ces rencontres ont lieu dans différentes villes de France, notamment Paris, Toulouse et Marseille, lieu d'implantation de la maison. Enfin, nous pouvons esquisser une analyse du site internet d'Agone en tant qu'outil de communication avec le grand public. Ce site présente un contenu assez étoffé avec un historique de la maison, tous les titres avec une présentation de chaque collection, des catalogues téléchargeables, des coordonnées pour joindre la maison et son diffuseur-distributeur, un agenda avec les rencontres à venir et les prochaines parutions, qui sont mises en vedette sur la page d'accueil du site. Cependant, la présentation générale du site reste sommaire et plutôt austère avec peu d'images et une navigation qui suppose d'être expérimentée avec lenteur les premiers temps pour après devenir fluide. Pour conclure, nous pouvons dire qu'Agone développe des stratégies de communication en cohérence avec sa ligne éditoriale, ce qui la situe à une place particulière du champ de l'édition. Son ambition de « bâtir des ponts entre mondes académique et militant, entre lettrés et grand public »²⁶¹ est peut-être entachée par une communication sur le web peu avenante et une faible présence dans les médias « traditionnels ».

La fabrique possède un site internet sur lequel on trouve différentes informations, plutôt sommaires. La priorité est donnée aux couvertures et résumés des livres. Peu d'informations sont délivrées concernant l'historique de la maison et sa ligne éditoriale. Cela donne l'impression d'un univers militant assez prononcé avec en page d'accueil une « chronique » intitulée « La révolution d'abord et toujours »²⁶², un texte de 1925. On constate une certaine sobriété dans la communication, qui se retrouve d'ailleurs dans la charte graphique très épurée des

²⁶⁰ Entretien avec X, le novembre 2017

²⁶¹ Site d'Agone, rubrique « Historique ».

²⁶² Page d'accueil du site de La fabrique : <http://www.lafabrique.fr/>

couvertures des livres. Cette sobriété dans l'esthétisme semble propre à l'univers de l'édition critique et renvoie au sérieux des textes, comme nous avons pu le voir dans la première partie de ce mémoire. L'efficacité visuelle semble primer, quitte à faire preuve d'une certaine austérité. En ce qui concerne la présence dans les médias, Sophie Noël nous rappelle l'avantage de La fabrique qui tient à « l'effet "personnalité" ». Selon l'auteur, cet effet « n'est pas non plus à négliger dans le cas d'Éric Hazan, figure iconoclaste de l'édition parisienne issue du sérail, et incarnation contemporaine de "l'éditeur engagé", dont les caractéristiques sociales ont également leur importance²⁶³ »²⁶⁴. La fabrique jouit d'un certain avantage sur ce point là bien qu'Éric Hazan affirme avoir peu de retours avec les médias, malgré ses contacts :

« avec les médias, on a toujours extrêmement peu de retours. La presse écrite nous boycotte dans son ensemble, à quelques exceptions près. La télévision, je ne vous en parle même pas... De toute façon, à la télévision, on ne parle pas de livres. Et pas seulement des nôtres, mais d'aucun livre. Il reste la radio où nous avons gardé quelques bons amis qui nous réservent une petite place. À France Inter et France Culture, essentiellement »²⁶⁵.

On retrouve dans le discours du fondateur de La fabrique les ambiguïtés du rapport des éditeurs critiques aux médias qui, « tout en reconnaissant le faible impact sur leurs ventes d'une recension, même dans un quotidien national prestigieux, la majorité des éditeurs considèrent qu'on "ne peut pas ne pas le faire", ce qui trahit bien un rapport de forces défavorable »²⁶⁶. En effet, Éric Hazan qui pense qu'« il y a vraiment un étouffoir de la presse écrite »²⁶⁷ mais que c'est « quand même le soutien principal du livre quoi qu'on pense. (...) C'est quand même dans les journaux, dans les magazines, dans les mensuels, dans les hebdo, qu'on parle du livre »²⁶⁸. Toutefois La fabrique n'exclut pas les médias alternatifs et indépendants qu'on trouve sur Internet et affirme dans une interview à *Livre Hebdo* que cela lui a été d'un grand secours : « La Toile est même "ce qui nous a sauvés" pour Éric Hazan, en offrant un réseau de prescription alternatif aux médias dominants et un circuit de distribution complémentaire des librairies de quartier »²⁶⁹. La stratégie de communication et de visibilité avec l'extérieur chez La fabrique est ambivalente avec à la fois un recours aux médias « traditionnels » sans trop y croire et une sollicitation des médias alternatifs. Enfin, leur communication via le site internet donne à penser qu'il s'adresse en priorité aux habitués et clients fidèles de la maison, en fournissant les informations essentielles sur les titres du catalogue et en renvoyant à la plate-forme de distribution « Athélès » pour les achats de livres en ligne.

Sur le site internet de Smolny, le fond semble l'emporter sur la forme, ce qui donne l'impression d'un univers très militant. Les informations principales telles que le catalogue avec le nom des titres parus, l'histoire ou la présentation du collectif, sont difficiles à trouver voire introuvables. Le site internet offre donc peu de visibilité à la maison d'édition. En ce qui concerne la présence dans les médias, le collectif Smolny bénéficie des réseaux d'Agone et du CMDE pour les coéditions avec ces éditeurs. Par exemple, sur le site du CMDE, on peut lire quelques critiques de presse au sujet de l'ouvrage *La révolte des Ciompi* dont deux critiques parues sur les blogs

²⁶³ Issu de la bourgeoisie juive laïque, chirurgien cardiaque de métier, Éric Hazan a repris en 1983 la maison d'édition d'art fondée par son père, qui sera rachetée quelques années plus tard par Hachette. Il a repris son indépendance en 1998 pour créer La fabrique, une petite structure éditoriale publiant des essais de sciences humaines et des documents d'actualité.

²⁶⁴ Sophie Noël, « Les Petits Éditeurs "Critiques" et la presse écrite : une relation ambiguë » *Communication & langages*, n° 163, 2010, n. pag. Web.

²⁶⁵ Éric Hazan, « Les éditions La fabrique et le marché du livre », blog ZAPA, entretien publié par « Lémi », 2007 (Lien : <http://zapa.over-blog.com/article-10806602.html>).

²⁶⁶ Sophie Noël, « Les Petits Éditeurs "Critiques" et la presse écrite : une relation ambiguë », *op. cit.*

²⁶⁷ Éric Hazan, « Les éditions La fabrique et le marché du livre », blog ZAPA, entretien publié par « Lémi », 2007 (Lien : <http://zapa.over-blog.com/article-10806602.html>).

²⁶⁸ *Ibid.*

²⁶⁹ « Les indés de la critique sociale », François Cusset, Enquête, *Livre Hebdo*, 24 nov. 2006, no 667, pp. 70-72

« Zones subversives » et « Dissidences ». En revanche, aucune rubrique n'est consacrée à la presse sur le site de Smolny. On constate donc une faible présence dans les médias alternatifs et une absence de visibilité dans les médias « traditionnels ». Un des membres du collectif affirme que les titres de Smolny ont un « *problème de visibilité dans la presse et les médias* »²⁷⁰ car Smolny n'est pas dans le « *réseau de connivences* »²⁷¹. On retrouve les résultats des analyses de Sophie Noël au sujet des médias et des éditeurs critiques qui expriment souvent « *leur frustration face à un univers médiatique qui leur apparaît comme gouverné par les “réseaux” et les “connivences”, et auprès duquel ils peinent à obtenir une reconnaissance à la hauteur du travail accompli* »²⁷². Le collectif insiste alors sur le travail des auteurs eux-mêmes dans le travail de diffusion, ce qui expliquerait par exemple le succès d'*Aux origines de l'oppression des femmes* (best-seller de la maison), pour lequel l'auteur, qui a un « *réseau personnel monstrueux* »²⁷³, « *a beaucoup fait de diffusion* »²⁷⁴. D'autres titres ne rencontrent pas le succès escompté bien qu'il s'agisse parfois d'auteur important et de première traduction en France, comme le titre de Michael Einrich qui a été « *très décevant* »²⁷⁵ du point de vue de sa visibilité et de sa couverture médiatique. Ainsi, Smolny a un faible degré d'insertion dans le champ journalistique et les moyens déployés pour la communication semblent ténus.

Pour conclure sur la partie de la communication, chez les trois éditeurs étudiés, on remarque des stratégies très différentes en ce qui concerne les médias. Agone et La fabrique pratiquent l'envoi de services de presse et obtiennent quelques recensions dans les médias comme le note Sophie Noël :

« On constate (...) que les éditeurs bénéficiant des taux de citation les plus satisfaisants par rapport à leur production sont (sans ordre hiérarchique) : 1. les éditeurs à la production la plus en affinité avec l'agenda « médiatique » comme Les Arènes, Golias, Danger public ; 2. les éditeurs au positionnement éditorial original, entre sphère militante et sphère savante, à l'image de Raisons d'agir, d'Agone ou de La fabrique »²⁷⁶.

Agone et La fabrique bénéficient donc d'un taux de recensions dans la presse écrite relativement important en comparaison à d'autres éditeurs critiques, du fait de « *leur positionnement original, entre sphère militante et sphère savante* »²⁷⁷. Cependant, cela ne semble pas être leur seul atout car Smolny se situe aussi au croisement de ces deux sphères mais ne bénéficie pas de recensions dans la presse écrite. Un autre atout entre en ligne de compte pour Agone et La fabrique, c'est qu'ils

« ont le mieux intégré les normes d'évaluation propres au champ journalistique : caractère sensationnel et/ou actualité de la thématique, potentiel commercial des titres, personnalité de l'auteur et/ou de l'éditeur, et enfin capital social conforme aux dispositions des journalistes ». Smolny se situerait donc dans la catégorie des « ouvrages de réflexion, de recherche ou à caractère politique marqué » qui « apparaissent a contrario comme les grands oubliés des recensions journalistiques »²⁷⁸.

²⁷⁰ X de Smolny, propos recueilli lors d'un entretien téléphonique le 17.08.2017.

²⁷¹ *Ibid.*

²⁷² Sophie Noël, « Les Petits Éditeurs “Critiques” et la presse écrite : une relation ambiguë » Communication & langages, n° 163, 2010, n. pag. Web.

²⁷³ X de Smolny, propos recueilli lors d'un entretien téléphonique le 17.08.2017.

²⁷⁴ *Ibid.*

²⁷⁵ *Ibid.*

²⁷⁶ Noël, Sophie. « Les Petits Éditeurs « Critiques » Et La Presse Écrite : Une Relation Ambiguë. » Communication & langages 2010.163 (2010): n. pag. Web.

²⁷⁷ *Ibid.*

²⁷⁸ *Ibid.*

La stratégie de Smolny concernant la présence dans les médias est également de compter sur la stature de l'auteur et le caractère inédit d'une traduction, comme c'est le cas pour l'ouvrage de Michael Heinrich qui a été tiré à beaucoup d'exemplaires pour la maison, sans atteindre le succès escompté. En général, on constate une faible visibilité médiatique des éditeurs, inégale selon le capital symbolique des éditeurs.

En conclusion de cette partie consacrée à l'exploration de terrain, nous pouvons dire que les trois éditeurs étudiés traduisent une volonté d'émancipation par rapport aux logiques de marché et c'est en ce sens qu'ils affirment pleinement leur position d'éditeur indépendant au sein du champ de l'édition. Une certaine pratique du désintéressement est notable chez Smolny et La fabrique qui ne fonctionne que sur la base d'initiatives bénévoles ou dont le fondateur est bénévole. En règle générale, les éditeurs de notre corpus « *font face aux mêmes problèmes : comment vendre leurs livres, comment se faire connaître, comment vivre leur activité ?* »²⁷⁹. Mais ces trois questions trouvent des réponses différentes selon les éditeurs et chacun a créé son modèle économique pour faire face à l'enjeu de l'indépendance et de la professionnalisation dans le champ de l'édition. Agone est une structure professionnalisée qui souhaite être cohérente et qui lutte pour préserver son autonomie financière sans recourir au bénévolat. La fabrique est une maison qui a réussi sa professionnalisation et dont le modèle est voué à rester stable, avec une production de titres raisonnée. Nous avons pu noter quelques contradictions et ambiguïtés concernant le rapport aux médias et le rapport au travail, lié à la problématique du travail passionné qui peut parfois mener à l'auto-exploitation. Smolny est une structure semi-professionnalisée en regard de nos indicateurs. La production de Smolny se fait en fonction des moyens et du temps des bénévoles. La cohérence et l'efficacité du catalogue de Smolny sont effectives et nous constatons que les coéditions sont un moyen de professionnalisation. Nous constatons un processus de professionnalisation des bénévoles qui acquièrent des compétences du fait de leur expérience au sein du collectif. Le processus de professionnalisation est ici disjoint du processus de salarisation, comme c'est le cas parfois : « *si les processus de salarisation et de professionnalisation sont souvent liés, ils peuvent aussi être disjoints : on assiste ainsi parfois à la recherche d'une professionnalisation des bénévoles* »²⁸⁰. Ainsi, les situations de ces trois éditeurs semblent être la somme d'une histoire et de « *pulsions souvent contraires* » pour reprendre l'expression de François Maspero²⁸¹.

²⁷⁹ Andreucci Catherine, « L'alter édition », *Livres Hebdo*, 18 mars 2005, n° 593, pp. 104-112

²⁸⁰ Annie Dussuet et Erika Flahault, « Entre professionnalisation et salarisation, quelle reconnaissance du travail dans le monde associatif ? », *Formation emploi*, 2010, pp. 35-50 (Lien : <http://formationemploi.revues.org/3091>).

²⁸¹ *Une maison d'édition ne se construit pas sur un programme structuré ; ce n'est pas un parti politique, ce n'est pas un institut, c'est un tissu lâche de pulsions souvent contraires.* François Maspero, « Comment je suis devenu éditeur », *Le Monde*, 26 mars 1982, reproduit dans Collectif, *François Maspero et les paysages humains*, Lyon, La Fosse aux ours / À plus d'un titre, 2009, p. 272, cité dans *EIC*, p. 5.

Partie III

Le projet éditorial : comment favoriser la professionnalisation du collectif d'édition Smolny ?

Comme pour le reste de l'économie, on se prend à souhaiter que cette crise soit l'occasion d'une grande remise à plat, pour stopper la fuite en avant de la surproduction et rétablir des équilibres durables ; qu'elle permette de redonner de la valeur au contenu, de retrouver le sens d'un métier noyé dans les exigences financières, de remettre l'humain au cœur du processus.

Martine Prosper, *Édition. L'envers du décor*, éditions Lignes, 2009, p. 12, 216 p.

Dans la continuité des parties précédentes de ce mémoire et notamment des manques constatés dans la partie d'analyse du terrain, nous proposons un projet éditorial qui permet de renforcer le degré de professionnalisation de Smolny. Pour cela, nous exposerons ce projet en exposant tout d'abord les arguments liés à sa conception, puis nous le présenterons d'un point de vue technique et concret avant d'aborder les éléments liés à la promotion de ce projet.

I. LA CONCEPTION

La conception du projet éditorial se décline en différentes facettes : tout d'abord une présentation du projet en lui-même et de ses objectifs, ensuite une présentation détaillée de la collection avec les quatre titres à paraître et enfin des points résultants du processus de professionnalisation lui-même.

A) Présentation de notre projet et des objectifs poursuivis

Nous avons pu voir dans la partie d'exploration de terrain que les éditeurs critiques de notre corpus ont des degrés de professionnalisation différents et développent des stratégies pour faire face aux contraintes du marché. Dans le cas du collectif Smolny, il s'agit d'une maison semi-professionnalisée. Nous proposons ainsi comme projet éditorial de lancer une collection de livres petits formats à petits prix au sein des éditions Smolny. L'objectif de cette collection est de poursuivre le processus de professionnalisation du collectif en visant un modèle économique viable, en accord avec les valeurs du collectif. Cela suppose une régularité de production pour permettre une salarisation progressive des bénévoles. Cette proposition s'appuie sur les constats dressés dans la partie précédente sur Smolny et ses besoins de consolidation. Nous souhaitons faire une proposition pour poursuivre le processus de professionnalisation amorcée par le collectif d'édition Smolny. Nous pouvons ainsi dans un premier temps présenter la collection et ses objectifs.

Le collectif Smolny existe depuis plus de dix ans, cependant, le modèle économique actuel du collectif ne permet pas de salarier des bénévoles. L'objectif de cette proposition éditoriale est de montrer qu'il est possible de s'inscrire dans le champ de l'édition critique indépendante et d'en vivre, de façon autonome. Cela apparaît comme un enjeu dans la mesure où les contraintes du champ de l'édition sont importantes, notamment en termes de visibilité, dans un contexte de surproduction et de surconcentration. Faire vivre un autre modèle économique éditorial, non basé sur le « court-termisme »²⁸², et en vivre, permet de donner de l'importance et du poids à des ouvrages qui donnent à penser différemment, qui sont fait pour durer, pour alimenter le débat et la pensée critique, nécessaire et utile à la société. La professionnalisation d'une maison comme Smolny serait un encouragement à la « bibliodiversité », notion qui peut être définie comme « *la diversité culturelle appliquée au monde du livre* »²⁸³. La bibliodiversité est principalement défendue par l'Alliance internationale des éditeurs indépendants qui rappelle que c'est « *en écho à la biodiversité* »²⁸⁴ que la notion de bibliodiversité a été élaborée et qu'elle « *fait référence à une nécessaire diversité des productions éditoriales mises à la disposition des lecteurs* »²⁸⁵.

Smolny publie des essais de sciences humaines et sociales et a pour objectif de publier les introuvables du mouvement ouvrier. La collection que nous proposons s'insère dans le domaine des sciences humaines et sociales tout en l'ouvrant à une dimension littéraire et artistique, ce qui n'est pas incompatible. En effet, plusieurs éditeurs critiques ont créé une collection de littérature au sein de leur catalogue, comme c'est le cas pour Agone qui possède deux collections de littérature (« Infidèles » et « Manufacture de proses »). L'objectif d'une nouvelle collection chez Smolny et de diversifier le lectorat et de toucher un plus large public. Un des objectifs concomitants est de mettre en valeur le fonds de Smolny en faisant connaître la maison plus largement. Cela suppose certains compromis, comme l'abandon du sous-titre de Smolny : « publier les introuvables du mouvement ouvrier ». En effet, avec la nouvelle collection, ce slogan ne sera plus vrai pour l'ensemble des titres du catalogue. On peut arguer que la plupart des éditeurs critiques (et des éditeurs en général) ne possèdent pas de sous-titre à leur maison et s'identifie par différents éléments : leur ligne éditoriale et leur catalogue mais aussi leur histoire et leur discours. En touchant un plus large public, l'objectif est aussi de faire des mises en place plus importantes. Cette collection a pour but d'assurer une production de titres régulière à Smolny, avec quatre titres par an de cette collection (un par saison), et de s'assurer ainsi une plus forte présence en librairie et un apport de trésorerie susceptible d'envisager la salarisation d'un ou des membres du collectif.

La nouvelle collection, intitulée « Penser, créer », a pour objectif d'allier poétique et politique en associant un.e essayiste et un.e artiste. Cette collection a pour mot d'ordre de « *réintroduire le poétique au cœur du politique* »²⁸⁶, et le politique au cœur du poétique. Elle prend donc pour filiation Edouard Glissant, philosophe, écrivain et militant, pour qui l'écriture avait une valeur de combat et un potentiel de transformation de la société. « Penser, créer » s'ancre dans l'esprit du catalogue de Smolny avec l'idée de diffuser des textes qui aident à se réapproprier notre destin individuel et collectif mais fait un pas de côté en ouvrant le catalogue à une dimension

²⁸² Martine Prosper, *L'envers du décor*, éditions Lignes, 2009, 216 p., pp. 122-123.

²⁸³ Site de l'Alliance internationale des éditeurs indépendants : <http://www.alliance-editeurs.org/bibliodiversite.043>

²⁸⁴ *Ibid.*

²⁸⁵ *Ibid.*

²⁸⁶ Citation d'Edouard Glissant reprise par François Maspéro dans un entretien intitulé « Quelques malentendus » pour la revue *Période* <http://revueperiode.net/entretien-avec-francois-maspero-quelques-malentendus/>

artistique et visuelle. Nous continuons également avec cette collection à pratiquer une politique d'auteurs en choisissant avec soin les œuvres publiées. Cette collection, de format court (120 p. maximum) et à petit prix (entre 8 et 12 euros), est destinée à toucher un large public. Le nom de la collection a été choisi pour évoquer l'association de deux auteurs ; un « penseur » et un « créateur », comme une invitation à agir à l'aide du pouvoir de la pensée et de la réflexion. L'idée est d'associer le travail d'un penseur (essayiste, chercheur), avec le travail d'un artiste (poète, dessinateur, auteur de bande-dessinée, etc.). Le but est d'instaurer un dialogue entre les deux auteurs, que leurs œuvres se répondent au service d'un même point de vue, d'un même dessein. Il y aurait une alternance régulière ou plutôt un enchevêtrement constant entre les contributions des deux auteurs. Le public visé serait plus large que le lecteur d'essais et cela permettrait de faire des passerelles entre deux domaines qui se croisent rarement : les sciences humaines et la BD, les sciences humaines et la poésie, les sciences humaines et le dessin. Ainsi, le lecteur de poésie pourra avoir envie de lire l'essai, et le lecteur d'essai envie de lire la BD. Le but est de proposer des œuvres originales et accessibles qui permettent à la fois de diffuser plus largement les pensées critiques des auteurs mais aussi de faire découvrir des œuvres artistiques d'auteurs. Selon le mode de fonctionnement horizontal de Smolny, cette collection sera dirigée de façon collective. Les moyens déployés pour atteindre ces objectifs s'axeront autour de trois points forts : une dimension graphique et artistique importante, un format court, un petit prix.

B) Présentation des quatre titres de la nouvelle collection

Le premier titre serait un ouvrage écrit par le sociologue et philosophe Edgar Morin et la poète et typographe Fabienne Yvert²⁸⁷. Ce titre ouvrirait la collection de textes poétiques et politiques, intitulée « Penser, créer ». La sortie est prévue le 9 janvier 2018, pour lancer la collection lors d'une rentrée moins inondée de livres que la rentrée de septembre. Dans ce livre, Edgar Morin expose son concept de « crisologie ». Selon lui, « *la crise révèle ce qui était caché, latent, virtuel au sein de la société (ou de l'individu) (...) et en même temps la crise nous éclaire théoriquement sur la part immergée de l'organisation sociale, sur ses capacités de survie et de transformation* »²⁸⁸. Cette situation paroxystique qu'est la situation de crise permet de créer « *ne serait-ce qu'un moment, ne serait-ce qu'à l'état naissant, tout ce qui peut apporter changement, transformation, évolution* »²⁸⁹. N'est-il pas de bon augure de lancer le premier titre d'une collection sur le thème de la crise en tant que potentiel fécond et transformateur ? Plus sérieusement, les risques de cette publication sont minimisés du fait du fort capital symbolique d'Edgar Morin, auteur très reconnu dans le milieu académique, et de Fabienne Yvert, qui a une certaine notoriété et a déjà été publié aux éditions du Tripode²⁹⁰ et de la ville brûle²⁹¹ (elle a également fait de nombreuses résidences dont une en partenariat avec la Cave poésie de Toulouse²⁹²). Les écrits de la poète Fabienne Yvert feraient écho aux chapitres d'Edgar Morin, et pourraient être des détournements poétiques de citations sur la crise, issues de la publicité et du monde médiatique et journalistique. Pour le texte d'Edgar

²⁸⁷ Le site de l'artiste : <http://fabienneyvert.com/qui-quoi-quand/>

²⁸⁸ Edgar Morin, « Pour une crisologie », *Communications*, n° 25, 1976, pp. 149-163.

²⁸⁹ *Ibid.*, pp. 162-163.

²⁹⁰ Page du site des éditions du Tripode consacrée aux publications de F. Yvert : <https://le-tripode.net/livre/fabienne-yvert/papa-part-maman-ment-meme-meurt>

²⁹¹ Page du site des éditions la ville brûle consacrée aux publications de F. Yvert : http://www.lavillebrule.com/catalogue/auteur/fabienne-yvert_96

²⁹² Présentation de fabienne Yvert sur le site de la Cave Poésie (Toulouse) : <http://www.cave-poesie.com/residence/fabienne-yvert/>

Morin, nous pourrions reprendre le texte paru dans la revue *Communication* au sujet du concept de crisologie²⁹³. Tandis que pour Fabienne Yvert, cela pourrait être une commande. Le ton grinçant, décalé et « *désespérément gai* »²⁹⁴ de la poète entrerait bien en résonance avec les chapitres d’Edgar Morin. Le travail de la poète, très visuel, pourrait être mis en valeur par la mise en page. Comme un titre n’existe jamais seul mais en relation avec les autres titres de la collection, nous avons imaginé plusieurs titres pour lancer la nouvelle collection. Nous pouvons les présenter, d’abord dans le tableau ci-dessous :

n°	Titre de l'ouvrage	Auteur essayiste	Auteur artiste	Date de parution
1	<i>Crisologie et poésie</i>	Edgar Morin	Fabienne Yvert	9-janv.-18
2	<i>Droit du travail. Le connaître, le réinventer.</i>	Emmanuel Dockès	Étienne Davodeau	13-mars-18
3	<i>Voix de la nature</i>	Virginie Maris	Henry David Thoreau	12-juin-18
4	<i>Bâtir l’utopie</i>	Patrick Bouchain	Luc Schuiten	4-sept.-18

Avant d’entrer plus en détail dans les caractéristiques techniques du premier titre de la collection, nous pouvons présenter brièvement les trois autres titres à paraître de la collection.

Le deuxième titre réunit un chercheur en droit et un auteur de bande-dessinée. Emmanuel Dockès est professeur de droit à l’université Paris Ouest-Nanterre et juriste engagé qui milite pour rendre accessible et compréhensible le droit du travail. On apprend sur le site de son éditeur qu’il « *a coordonné le projet Proposition de code du travail qui se propose de réduire des trois quarts le volume du Code du travail, avec un niveau de protection supérieur pour les salariés* »²⁹⁵. Étienne Davodeau est un auteur de bande-dessinée qui « *écrit tantôt de la fiction (Lulu femme nue, Futuropolis, 2008), adapté au cinéma par Sólveig Anspach, tantôt de la bande dessinée du réel (Les ignorants, Futuropolis, 2011), son plus grand succès public et critique* »²⁹⁶. L’idée de ce titre est de favoriser la compréhension du code du travail pour mieux se réappropriier les fondamentaux et de commander à Étienne Davodeau une bande-dessinée entre documentaire et fiction. Son travail visuel mettrait en scène des personnages en situation de travail, scènes grâce auxquelles des articles du code du travail seraient mis en situation. Ce titre se divise en deux parties ; une première partie intitulée « Connaître » sur le code du travail tel qu’il est aujourd’hui, et une deuxième partie intitulée « Réinventer » qui présenterait la proposition de nouveau code du travail. Les deux parties seraient composées à la fois de planches de l’auteur de bande dessinée et de chapitres du juriste. La parution est prévue le 13 mars 2018.

Le troisième titre *Voix de la nature* mettra en lumière les travaux de Virginie Maris, chercheuse au CNRS en éthique environnementale, et des textes inédits en France du poète Henry Thoreau. Virginie Maris s’interroge « *sur le sens du concept de nature et de nature sauvage à l’heure où plus rien ne semble échapper à l’influence humaine* »²⁹⁷. Elle travaille notamment sur l’anthropocène et ses recherches actuelles visent à « *défendre*

²⁹³ Edgar Morin, « Pour une crisologie », *op. cit.*

²⁹⁴ *Op. cit.*

²⁹⁵ Site des éditions du Détour : <http://editionsdudetour.com/index.php/les-auteurs/>

²⁹⁶ Site des éditions Dargaud : <http://www.dargaud.com/bd/Auteurs/Davodeau>

²⁹⁷ Site du Centre d’écologie fonctionnelle et évolutive — CNRS : <https://www.cefe.cnrs.fr/fr/recherche/bc/dsse/869-c/230-virginie-maris>

l'existence et la valeur d'une nature indépendante des représentations ou des intérêts humains, caractérisée par son extériorité et son altérité »²⁹⁸. Henry David Thoreau est un poète et essayiste né aux États-Unis en 1817 et mort en 1862. Fervent défenseur de la nature, il rejette la société de consommation et condamne l'esclavage. On trouve dans son œuvre des « *méditations sur la nature sauvage, la liberté et l'écriture* »²⁹⁹. Le dialogue entre ces deux auteurs nous paraît riche de réflexions, de contradictions et d'échos ; Virginie Maris remettant en cause le mythe de la nature sauvage³⁰⁰ et Henry Thoreau exaltant cette nature sauvage. Confronter ces deux voix sera l'occasion d'esquisser une critique de ce mythe à l'heure actuelle, tout en faisant la part belle à la nature. Ce titre paraîtra en prévision des lectures estivales, le 12 juin 2018. Il s'adresse aux lecteurs de Thoreau, aux personnes qui s'intéressent à la nature, à l'écologie et au concept d'anthropocène, aux lecteurs de poésie et d'essais, aux curieux...

Le quatrième titre de la collection s'intitule *Bâtir l'utopie* est les auteurs sont P. Bouchain et L. Schuiten. *Bâtir l'utopie* est une incitation à concevoir l'architecture autrement et à imaginer d'autres façons d'habiter, en plaçant l'humain et la nature au cœur des constructions. Patrick Bouchain est un architecte de renom qui a participé à plus de cent cinquante projets de 1967 à 2017³⁰¹ (dont le cirque Zingaro à Aubervilliers et le Lieu unique à Nantes). Il est l'auteur de plusieurs ouvrages parus chez Actes Sud. Il milite et enseigne l'architecture « H.Q.H. », à Haute qualité humaine et explique son travail en ces termes : « *je travaille à créer, en architecture, une situation dans laquelle la construction pourra se réaliser d'une autre façon et produire de l'inattendu, donc de l'enchantement* »³⁰². Luc Schuiten est un architecte et dessinateur belge qui travaille à replacer la nature et l'humain au cœur de l'habitat. Il a créé le concept d'« archiborescence » et propose une « *nouvelle architecture basée sur une vision poétique où l'invention et la relation avec la nature occupent une place prépondérante* »³⁰³. Luc Schuiten déclare : « *j'invite les gens à entrer dans mes œuvres pour mieux percevoir les mutations en cours et les vrais enjeux d'un monde nouveau à bâtir* »³⁰⁴. Patrick Bouchain et Luc Schuiten se répondent dans leur vision du monde et de l'architecture, l'un en tant que bâtisseur d'« *inattendu et d'enchantement* » et l'autre en tant que bâtisseur d'utopie qu'il définit en ces termes : « *pour nous qui cherchons à construire un nouveau modèle de société durable, dans une symbiose avec notre environnement naturel, le mot utopie veut dire simplement, un possible qui n'a pas encore été expérimenté* »³⁰⁵. Ce titre paraîtra le 4 septembre 2018. Avec ce quatrième titre, la collection ne sera plus inconnue aux yeux des libraires et des diffuseurs. Avec ces deux auteurs de notoriété et au fort capital symbolique, ce titre a toutes ses chances de faire sa place pour la rentrée de septembre.

²⁹⁸ *Ibid.*

²⁹⁹ Site des éditions Gallimard, résumé de *Journal (1837-1852)* de Thoreau : <http://www.gallimard.fr/Catalogue/MERCURE-DE-FRANCE/Le-Petit-Mercure/Journal>

³⁰⁰ À ce sujet, voir l'article de V. Maris paru dans la revue *Captures* : <http://revuecaptures.org/article-dune-publication/le-temps-presse>

³⁰¹ Voir sur le site d'Actes Sud : <http://www.actes-sud.fr/node/61125>

³⁰² Site de Patrick Bouchain : <http://strabic.fr/Patrick-Bouchain>

³⁰³ Site de Luc Schuiten : <http://www.vegetalcity.net/topics/presentation-de-luc-schuiten/>

³⁰⁴ *Ibid.*

³⁰⁵ Luc Schuiten, *Ibid.*

C) Propositions résultantes du processus de professionnalisation

Nous avons pu voir dans la partie précédente que le statut juridique est un point important des maisons d'édition, qui témoigne du degré de professionnalisation de la maison et de son organisation. Comme nous souhaitons proposer un projet avec un modèle économique viable qui s'inscrit dans le champ de l'édition critique indépendante, nous choisirons de passer du statut d'association au statut de SCOP, Société coopérative et participative. Ce statut juridique nous paraît pertinent pour une maison d'édition critique car c'est un statut qui prend en compte la dimension commerciale propre à une maison d'édition tout en préservant l'indépendance de la maison. En effet, relèvent d'un droit spécifique, les SCOP, selon la loi du 19 juillet 1978, sont des « *sociétés coopératives de forme SA, SARL ou SAS, dont les salariés sont les associés majoritaires* »³⁰⁶. Plus précisément, la maison d'édition pourrait être organisée sous forme de Scic, Société coopérative d'intérêt collectif, ce qui permet « *d'associer salariés, bénéficiaires, bénévoles, collectivités territoriales, financeurs ou tous autres partenaires, voulant agir ensemble dans un même projet alliant efficacité économique et développement local* »³⁰⁷ et dans le cas de l'édition permet d'associer différents acteurs qui interviennent dans la chaîne du livre et mettre en place ainsi un système collectif de coopération. Cela permet également de concilier le capital symbolique et le capital économique car tout s'inscrivant « *dans le champ concurrentiel, avec les mêmes exigences de gestion et de rentabilité que toute entreprise* », les bénéfices d'une Scic ne servent non pas à donner une plus-value à l'entreprise pour la revendre par la suite mais à développer et consolider le projet commun³⁰⁸. Ce statut répond donc à notre objectif de professionnalisation en nous permettant de créer une « *société commerciale qui vit et se développe sur le secteur concurrentiel* » pour servir un « *projet d'utilité sociale* » et qui « *répond aux besoins collectifs d'un territoire* »³⁰⁹. Cela paraît être un moyen de conciliation pour tenter de résoudre l'opposition récurrente du secteur culturel entre le domaine commercial et les valeurs d'échange et de coopération. Le fonctionnement de la maison sera le plus possible en accord avec les valeurs de coopération et l'objectif de professionnalisation. Afin de mettre en place le fonctionnement coopératif, nous pourrions organiser des formations qui encouragent la prise de décision au consensus avec des outils tels que la sociocratie, « *une approche qui mobilise l'intelligence collective de tous les membres d'une organisation et assure une prise de décision sans objection garantissant une efficacité optimale* »³¹⁰. Chaque membre de la coopérative aurait accès de façon transparente aux informations sur les coûts du livre et sur le chiffre d'affaires annuel.

Enfin, nous proposons de réorganiser le catalogue de Smolny en collection pour accroître la visibilité de sa ligne éditoriale. Le catalogue serait donc structuré en cinq collections ; la collection « Rosa Luxemburg » en coédition avec Agone, la collection « Les réveilleurs de la nuit » en coédition avec le CMDE (qui ne comprend pour le moment que *La révolte des Ciompi*), la collection « Essentiels » constituée des titres de M. Heinrich, Karl Korsch, Christophe Darmangeat et *La Revue Communiste*, et enfin la collection « Penser, créer » avec pour premier titre *Crisologie et poésie*, que nous pouvons présenter ci-dessous plus en détail.

³⁰⁶ Brochure sur « le rôle de l'expert comptable » sur le site des SCOP Midi-Pyrénées :

http://www.scopmidipyrenees.coop/export/sites/default/fr/unions-regionales/les-scop-midi-pyrenees/media/Docs_UR_MidiPyrenees/guide-expcompt2015.pdf

³⁰⁷ *Ibid.*

³⁰⁸ Brochure « La Scic, mode d'emploi » du site des Scop Midi-Pyrénées : http://www.scopmidipyrenees.coop/sites/fr/unions-regionales/les-scop-midi-pyrenees/Les_Scop/Cooperative_et_Economie_Sociale_et_Solidaire

³⁰⁹ Site http://www.scopmidipyrenees.coop/sites/fr/unions-regionales/les-scop-midi-pyrenees/Les_Scop/Cooperative_et_Economie_Sociale_et_Solidaire

³¹⁰ Page d'accueil du site internet d'IDEodynamic® SARL : <http://sociocratie.net/>

II. LA FABRICATION

Cette partie consacrée à la fabrication se décompose en trois temps : tout d'abord une partie consacrée à la fiche technique du livre, le budget et le rétroplanning qui comprend les quatre titres de la collection ; ensuite une présentation de la couverture du livre ; enfin une proposition de maquette pour l'intérieur du livre.

A) Budget et rétroplanning

Dans cette partie il s'agit d'exposer les caractéristiques techniques du livre ainsi qu'un budget prévisionnel. Afin de s'inscrire dans le champ de l'édition, qui est un « *marché ouvert et concurrentiel (...) une gestion solide est indispensable à la bonne marche des entreprises d'édition* »³¹¹. C'est pourquoi nous présentons ci-après les éléments nécessaires au déploiement de notre projet.

Tout d'abord, nous pouvons présenter ci-dessous la fiche technique du livre.

Titre : *Crisologie et poésie*

Auteur 1 : Edgar Morin

Auteur 2 : Fabienne Yvert

Calibrage : 40 000 signes + 10 illustrations

Nombre de pages : 120

Format : 11 x 17 cm.

Tirage : 2000

Prix public : 9 € TTC

Puis, voici ci-dessous un budget prévisionnel pour le premier titre à paraître de la collection :

CRISOLOGIE	
	2000 EX
Impression	4 000,00 €
Correction	300,00 €
Droits d'auteurs	2 000,00 €
Frais de structure	2 000,00 €
TOTAL	8 300,00 €
TIRAGE	2000
COÛT UNITAIRE	4,15 €
PRIX TTC	9,00 €
PRIX HT	8,51 €
PRIX APR. DIFF-DISTRIB	4,85 €
PT MORT	1712

³¹¹ Martine Prosper, *L'envers du décor*, éditions Lignes, 2009, p. 100, 216 p.

Enfin, nous proposer un rétroplanning, outil de gestion qui permettra d'organiser la conception, la production et la diffusion des quatre titres à paraître de la collection.

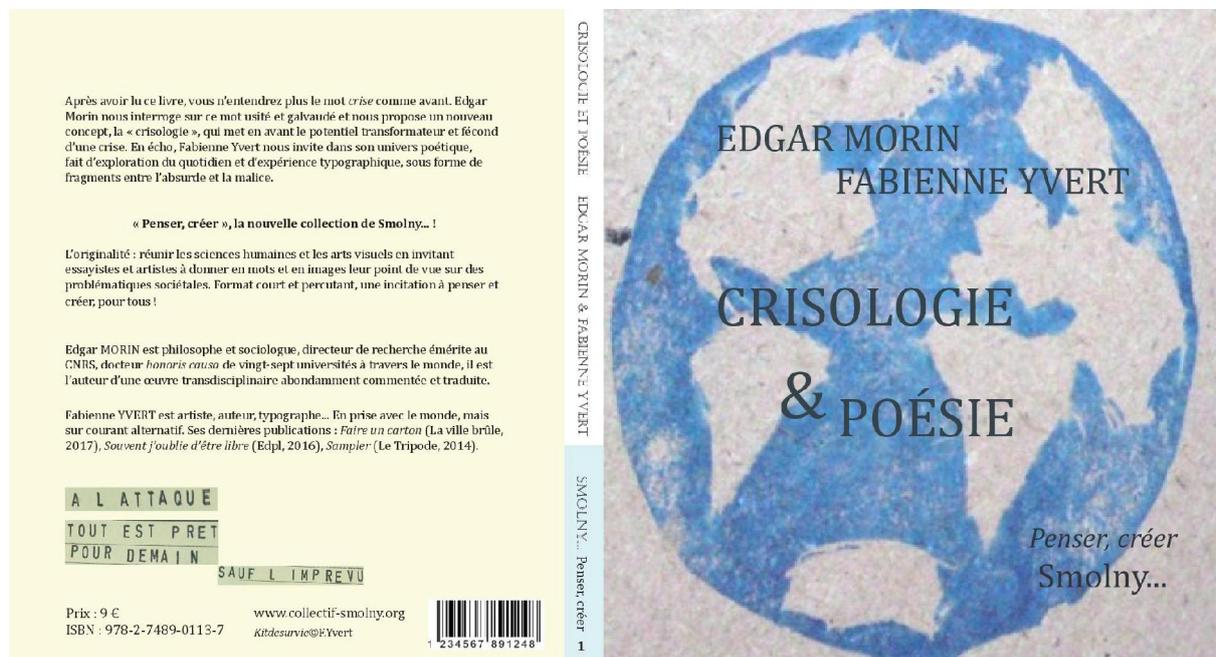
SMOLNY COLLECTION PENSER CRÉER 2017-2018				2017																												2018																											
Tâches	Durée	D	A/R	août-17				sept-17				oct-17				nov-17				déc-17				janv-18				févr-18				mars-18				avr-18				mai-18				juin-18				juil-18				août-18				sept-18			
				s1	s2	s3	s4	s1	s2	s3	s4	s1	s2	s3	s4	s1	s2	s3	s4	s1	s2	s3	s4	s1	s2	s3	s4	s1	s2	s3	s4	s1	s2	s3	s4	s1	s2	s3	s4	s1	s2	s3	s4	s1	s2	s3	s4												
Projet éditorial	3 sem.	A																																																									
Recherche auteurs	1 sem.	B	A																																																								
Commande textes+illu	3 mois	C	A																																																								
Correction	1 sem.	E	A/C																																																								
Reception images basse def	1 sem.	F	A/D																																																								
Maquette cahier intérieur	1 mois	G	C/F																																																								
Maquette couverture	1 sem.	H	D/F																																																								
Diffusion et commercialisation	3 mois et +	I	A/F																																																								
Correction maquette	1 sem.	J	G/H																																																								
BAT auteur	1 sem.	K	J																																																								
BAT illustrateur	1 sem.	L	J																																																								
Traceur	1 sem.	M	J																																																								
Intégration image haute def	1 sem.	N	J																																																								
Commande papier	3 sem.	O	A																																																								
Envoi fichier imprimeur	1 sem.	P	J/N																																																								
Vérification - BAT	1 sem.	Q	P																																																								
Impression	1 sem.	R	Q																																																								
Façonnage, pelliculage, assemblage	2 sem.	S	R																																																								
Livraison	2 sem.	T	S																																																								
offices	1 jour	U	T																																																								

Nous avons conçu ce rétroplanning en plaçant en premier la date d'office de chaque titre de la collection (qui est de couleur marron sur le tableau) puis nous sommes remontés dans le temps étape par étape, de la fabrication au pré-press, du pré-press à l'édition. Ce rétroplanning nous permet de voir comment les tâches s'imbriquent les unes par rapport aux autres et aussi d'organiser dans le temps les différentes étapes de chaque publication. On pourrait imaginer inclure les autres parutions de Smolny à ce planning, comme la prochaine parution d'un titre de la collection « Rosa Luxemburg », si celle-ci bien sûr est prévue en 2018.

B) La couverture

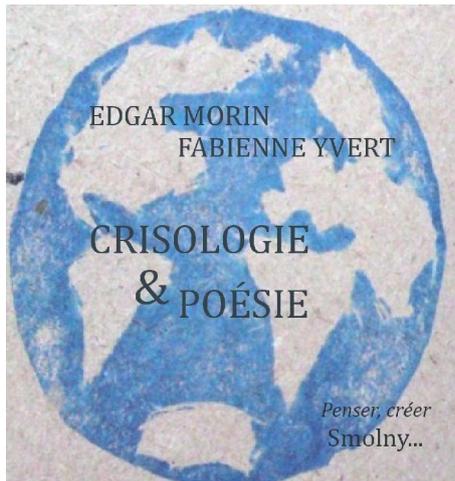
Afin de se démarquer des autres titres de Smolny, nous avons choisi un graphisme de couverture très visuel, qui reprend une image de Fabienne Yvert³¹². La représentation graphique de la Terre évoque un univers poétique. Nous pensons que cette couverture est originale et percutante, ce qui permettra d'assurer la visibilité du titre en librairie. Le titre occupe une place centrale, de façon assez classique, et les noms des auteurs sont placés l'un en dessous de l'autre, dans un corps de texte assez élevé afin de les mettre en valeur et de couleur grise pour être en harmonie avec la couleur de fond. Malgré un parti-pris graphique qui se distingue du reste du catalogue de Smolny, nous avons repris le logo habituel de Smolny (« Smolny... ») en prenant soin d'introduire le nouveau nom de la collection au-dessus du logo. Nous avons également repris en quatrième de couverture le blanc semblable à la couleur de la plupart des titres de Smolny. Quelques éléments de sobriété et le logo rappellent ainsi la charte graphique de Smolny, mais la rupture amorcée par la première de couverture sert à marquer le lancement de la nouvelle collection et à mettre en valeur sa dimension visuelle.

La couverture



³¹² Visuel issu de *Kit de survie* (page « Ne perdez pas la boule »), édition edpl, 2001. <http://fabienneyvert.com/et-voila-le-travail/livres/>

La première de couverture



Le texte de quatrième de couverture est structuré en trois temps : une présentation du contenu de l'ouvrage, une présentation de la collection et une présentation des auteurs. Notre intention éditoriale est de mettre en avant la dimension originale de l'ouvrage avec un ton qui interpelle le lecteur tout en donnant des éléments de compréhension sur la notion de « crisologie ». Pour promouvoir et lancer la nouvelle collection, nous exposons sa logique et son originalité : format court, richesse visuelle, au croisement des genres pour lier pensée et création. Il nous a également paru important de mettre en évidence les auteurs en les présentant brièvement³¹³.

³¹³ Le texte biographique d'Edgar Morin est un extrait du site du seuil : <http://www.seuil.com/ouvrage/introduction-a-la-pensee-complexe-edgar-morin/9782757842003> et la première phrase du texte biographique de Fabienne Yvert provient du site de l'auteur : <http://fabienneyvert.com/qui-quoi-quand/>

Après avoir lu ce livre, vous n'entendrez plus le mot *crise* comme avant. Edgar Morin nous interroge sur ce mot usité et galvaudé et nous propose un nouveau concept, la « crisologie », qui met en avant le potentiel transformateur et fécond d'une crise. En écho, Fabienne Yvert nous invite dans son univers poétique, fait d'exploration du quotidien et d'expérience typographique, sous forme de fragments entre l'absurde et la malice.

« Penser, créer », la nouvelle collection de Smolny... !

L'originalité : réunir les sciences humaines et les arts visuels en invitant essayistes et artistes à donner en mots et en images leur point de vue sur des problématiques sociétales. Format court et percutant, une incitation à penser et créer, pour tous !

Edgar MORIN est philosophe et sociologue, directeur de recherche émérite au CNRS, docteur *honoris causa* de vingt-sept universités à travers le monde, il est l'auteur d'une œuvre transdisciplinaire abondamment commentée et traduite.

Fabienne YVERT est artiste, auteur, typographe... En prise avec le monde, mais sur courant alternatif. Ses dernières publications : *Faire un carton* (La ville brûle, 2017), *Souvent j'oublie d'être libre* (Edpl, 2016), *Sampler* (Le Tripode, 2014).

A L ATTAQUE
TOUT EST PRET
POUR DEMAIN
SAUF L IMPREVU

Prix : 9 €
ISBN : 978-2-7489-0113-7

www.collectif-smolny.org
Kitdesurvie@FYvert



Pour le dos du livre, il s'agit de créer un effet « collection » en plaçant le numéro du titre paru, avec une couleur caractéristique. Pour le prochain titre, le numéro deux, un bandeau dans les mêmes teintes que la couverture sera présent de façon identique sur le dos. Ainsi, lorsqu'on dispose les livres les uns à côté des autres dans une bibliothèque, on remarque une unité propre à la collection.

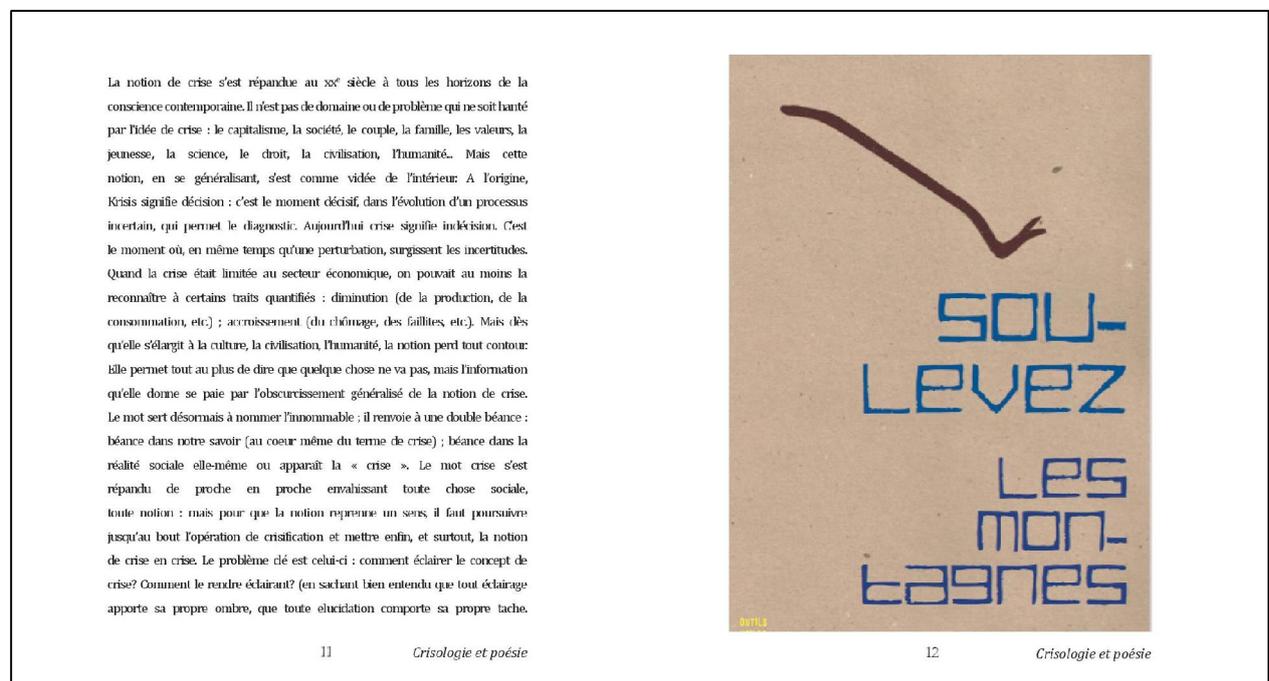
Le dos

CRISOLOGIE ET POÉSIE EDGAR MORIN & FABIENNE YVERT

SMOLNY... Penser, créer ➔

C) La maquette

Afin de donner une idée de l'intérieur du livre, nous proposons un extrait de la maquette du livre. Celle-ci nous permet de nous rendre compte du lien entre le texte et l'image. Cette double page est une ébauche de maquette et est donnée à titre d'exemple. Sur la page de gauche serait placé le texte d'Edgar Morin et sur la belle page une création de Fabienne Yvert, comme on peut le voir ci-dessous.



III. LA PROMOTION

Dans cette partie, nous imaginons la promotion en deux temps : dans un premier temps le renforcement des outils de promotion de Smolny, dans la continuité d'un processus de professionnalisation, et dans un second temps, les actions de promotion, plus spécifiques, en direction du titre à paraître de la nouvelle collection.

A) Renforcer les outils de promotion sur le long terme

Un des atouts du collectif Smolny est le fait d'être diffusé et distribué par une structure professionnelle (Hobodiffusion et Makassar-Distribution). Cependant, un des écueils du collectif est le manque de visibilité, de communication, de diffusion et de promotion des ouvrages. Dans cette partie sur la promotion de l'ouvrage et de la nouvelle collection, nous proposons de mettre en place cinq stratégies pour pallier ces manques : renforcer la présence en librairie par des tournées de surdiffusion et des rencontres organisées, refondre le site internet du collectif, numériser le catalogue de Smolny, constituer une base de données des médias indépendants alternatifs pour mieux les solliciter, lancer une chaîne Youtube « Smolny » et être davantage présent sur les « réseaux sociaux ».

Premièrement, nous présentons ici un renforcement de la présence en librairie et de la politique de « réseaux ». En concertation avec l'équipe de diffusion d'Hobo, une tournée de surdiffusion sera mise en place pendant trois jours avec deux membres du collectif Smolny. Cette action de promotion a pour but de « *favoriser le dialogue interprofessionnel* »³¹⁴ entre Smolny et les libraires. Le choix des librairies visitées sera le fruit d'un échange de vues avec les représentants d'Hobo qui défendent déjà Smolny lors de leurs tournées. Un exemple de villes visitées pour mieux tisser des liens sur le nouveau territoire administratif « Occitanie » : Toulouse, Nîmes, Montpellier. Comme nous avons pu le voir dans la deuxième partie de ce mémoire, pour de nombreux éditeurs critiques les librairies sont des partenaires privilégiées. Il nous paraît important de renforcer ses liens afin d'augmenter la visibilité des ouvrages de Smolny et de mieux se faire connaître. En tant que petit éditeur, Smolny a besoin de défendre ses livres directement en librairie, comme le suggère le directeur des ventes des Belles Lettres : « *les petits éditeurs ont souvent intérêt à représenter eux-mêmes leur production au départ, car ce sont les meilleurs porte-parole de leurs livres* »³¹⁵. Par ailleurs, cette tournée de surdiffusion a aussi pour but de renforcer une politique de « réseaux » entre les différents acteurs de la chaîne du livre, notion importante comme l'explique un libraire indépendant au sujet des relations entre libraires et éditeurs :

« (...) il me paraît opportun que nous nous recentrions sur une politique de réseaux. Un réseau représente la communication et la collaboration serrées entre les différents intervenants d'un domaine précis. (...) Le but de ce

³¹⁴ Site du CRL Midi-Pyrénées au sujet des tournées de surdiffusion : <http://www.crl-midipyrenees.fr/actualites/edition-tournee-de-surdiffusion-la-bd-independante/>

³¹⁵ *EIC*, p. 175

type de réseau est de faire circuler l'information que tel livre devrait sortir et qu'on le trouvera dans telle librairie, etc. Au capital d'information s'ajoute un capital symbolique qui n'est pas négligeable ».³¹⁶

En tant qu'éditeur indépendant, il est important de concevoir la profession de façon collective et de nouer des liens entre les différents acteurs, de tisser des réseaux, de former un maillage qui consolide la solidarité entre les agents du champ de l'édition critique indépendante. En effet, nous avons pu voir dans la première partie de ce mémoire que les stratégies mettant en jeu l'action collective sont une nécessité pour les acteurs du sous-champ de l'édition critique. Cette action de promotion s'inscrit dans une démarche de professionnalisation et de consolidation de la maison d'édition et dans la continuité de défense des valeurs du collectif Smolny en termes de « *fonctionnement coopératif, solidaire, dans des logiques de mutualisation, de partage et de réciprocité* »³¹⁷. Elle vise à annoncer la parution du premier titre de la collection « Penser, créer », à lancer la nouvelle collection et à mettre en valeur le catalogue de Smolny.

Deuxièmement, nous souhaitons refondre le site internet de Smolny. Promouvoir le nouveau titre de Smolny et lancer la nouvelle collection passe aussi par un outil de communication moderne incontournable : internet. Le site internet de Smolny ne permet pas une visibilité des titres du catalogue, de l'esprit de la maison et des titres à paraître. Or le site internet d'une maison d'édition, en tant que première interface avec le grand public est un outil de visibilité de première importance. C'est pourquoi nous proposons de réinventer le style et la structure du site internet du collectif. Les objectifs de cette refonte sont multiples : mieux faire connaître le collectif d'édition, sa ligne éditoriale et sa démarche originale de fonctionnement, annoncer le lancement de la nouvelle collection, promouvoir tous les titres du catalogue, toucher un plus large public en facilitant l'accès aux informations essentielles, renforcer les liens avec les librairies en donnant accès aux sites internet des librairies où l'on peut se procurer les livres de Smolny, donner envie à des auteurs de contribuer à Smolny et les informer des modalités de soumission de manuscrit. Concrètement, le site pourrait être organisé autour des rubriques suivantes (présentée sous forme de bande horizontale en haut de chaque page web du site) : « À paraître » « Les livres » (avec l'option « télécharger le catalogue »), « Les auteurs », « Actualités » (sur les rencontres en librairies et dans d'autres lieux), « À propos » et des pictogrammes pour accéder à la chaîne Youtube et aux réseaux sociaux de Smolny. On donnerait également aux navigateurs du site la possibilité de feuilleter les premières pages de chaque livre afin de donner envie de se le procurer. Parmi les prestataires auxquels nous pourrions envisager de faire appel, nous pouvons citer l'entreprise « Arterrien – unité de création »³¹⁸ qui réalise des sites web pour les éditeurs et producteurs culturels³¹⁹. Refaire un site internet représente des coûts importants car cela suppose un temps de conception et de production effectué par un prestataire professionnel, en concertation avec les membres de Smolny. Pour cela, nous pourrions faire appel à l'aide de la Région en déposant une demande de subvention auprès du Centre régional des Lettres Midi-Pyrénées. En effet, dans le cadre du « Contrat de filière Livre 2015-2017 », il existe un fonds pour l'aide au développement des maisons d'édition. Comme on peut le lire sur le site du CRL, ces « *dispositifs de soutien à la production éditoriale, à la promotion et à la diffusion, mais aussi à l'investissement et à la prospective* ont pour but d'aider les entreprises à se consolider, à franchir des caps de

³¹⁶ Raphaël Ripouteau, libraire au Tiers-mythe, spécialisée en sciences humaines, dans *L'édition menacée, Livre blanc sur l'édition indépendante*, Charles Onana (dir.), édition Duboiris, 2005, 82 p., p. 73.

³¹⁷ Présentation de la plate-forme de diffusion alternative « Co-errances » en 2009 : <http://www.acrimed.org/Co-Errances-diffuser-autrement> (consultée le 18 août 2017).

³¹⁸ Site de l'entreprise : <http://www.arterrien.com/A-propos>

³¹⁹ Un exemple de création de site web par « Arterrien » : <http://helicotronc.com/>

développement, à investir dans des projets innovants »³²⁰. La ligne de subvention pour la refonte du site internet s'inscrit dans la catégorie « Développements numériques » et fait partie du troisième axe du contrat de filière intitulé « Investissement et prospective ». Ces aides « concernent des projets innovants liés au numérique et au développement stratégique de l'entreprise »³²¹. La demande devra comporter une « présentation et description du projet sur papier libre et des devis et contrats disponibles au moment du dépôt de dossier »³²². Le montant de l'aide accordée « ne pourra pas excéder 50 % maximum de la dépense éligible HT, et est plafonné à 2 000 €. Ce taux est porté à 70 % et le plafond à 5 000 € dans le cadre d'une action collective »³²³. Cette demande s'inscrit dans le cadre d'un projet de développement plus vaste qui pourra être explicitée dans la demande et qui est présentée dans cette partie sur le projet éditorial. Cette démarche est un élément d'un processus global de professionnalisation.

Troisièmement, nous suggérons de réaliser des versions numériques du catalogue de Smolny, ce qui permettrait d'être présent dans les bases de données des bibliothèques universitaires en France (SUDOC, CAIRN, etc.) et à l'étranger (ERUDIT au Québec par exemple). Les titres de Smolny contribuent à la richesse de la réflexion et de la pensée critique en publiant les introuvables du mouvement ouvrier. Cela contribuerait au développement de la recherche universitaire sur ces sujets. En outre, ces versions numériques pourraient aussi être commercialisées en ligne sur le site de Smolny et sur des sites de librairie (comme par exemple la librairie numérique « dpaysage »³²⁴). Nous pourrions faire appel aux conseils de l'Atelier Lektï³²⁵ pour son expertise sur la production des livres numériques. Cette présence de Smolny sur le marché du livre numérique serait également une façon de renforcer le champ de l'édition critique indépendante. En effet, cela pourrait s'ancrer dans une démarche de mutualisation entre éditeurs et libraires face notamment au poids des grands groupes du numérique, plus communément nommé les GAFAs³²⁶. C'est le point de vue soutenu par plusieurs professionnels du livre, notamment par Joël Faucilhon qui pose la question suivante et amorce des réponses :

« Face à la puissance de ces sociétés [les GAFAs], que peuvent faire les libraires indépendants ? La première piste passe par la mutualisation des outils nécessaires à la création de sites de librairies indépendantes en ligne. (...) Face aux géants de la librairie en ligne, la librairie doit être capable de se structurer en réseaux, en rhizomes, fondés sur des affinités électives, sur une organisation territoriale, ou sur d'autres critères. Dans un monde de la librairie française particulièrement atomisé, peuplé de singularités, cette proposition de « travailler ensemble » n'en est pas moins une nécessité pour la survie générale. »³²⁷

Pour cette entreprise de numérisation, une demande de subvention pourra également être déposée au Centre régional des lettres Midi-Pyrénées, dans le cadre de l'« aide à la numérisation rétrospective des fonds des catalogues »³²⁸, toujours grâce au dispositif du Contrat de filière. Les modalités de dépôt de dossier sont les

320 <http://www.crl-midipyrenees.fr/economie-du-livre/soutien-aux-editeurs-independants/aides-a-linvestissement-et-au-fonctionnement/> (page consultée le 24 août 2017)

321 <http://www.crl-midipyrenees.fr/economie-du-livre/soutien-aux-editeurs-independants/aides-a-linvestissement-et-au-fonctionnement/axe-3-investissement-et-prospective/>

322 *Ibid.*

323 Site de la FILL : <http://fill-livrelecture.org/guide-des-aides/aide-au-developpement-numerique-conseil-regional-midi-pyrenees/>

324 Site de la librairie numérique « dpaysages » : <http://www.dpaysage.com/>

325 Site de l'Atelier Lektï : <http://www.lekti.fr/blog/>

326 GAFAs, acronyme constitué des géants du web les plus connus : Google, Apple, Facebook, Amazon.

327 Joël Faucilhon dans Charles Onana (dir.), *L'édition menacée, Livre blanc sur l'édition indépendante*, édition Duboiris, 2005, pp. 92-93.

328 *Op. cit.*

mêmes que pour la refonte du site internet, il s'agit de fournir une « *présentation et description du projet sur papier libre et des devis et contrats disponibles au moment du dépôt de dossier* »³²⁹.

Quatrièmement, nous proposons de constituer une base de données des médias indépendants alternatifs. Après notre analyse de la relation des éditeurs critiques aux médias, nous avons pu constater des ambiguïtés et contradictions. De nombreux éditeurs indépendants considèrent que solliciter les grands groupes de médias est une obligation tout en ayant conscience du peu d'impact des critiques dans les médias sur les ventes de livres. Nous proposons dans cette partie de s'affranchir des médias appartenant aux grands groupes pour se tourner vers les médias indépendants et alternatifs. Cela signifie ne pas leur envoyer de service de presse ni les solliciter. Nous viserons uniquement les médias indépendants et alternatifs, en prenant soin d'établir une base de données la plus complète possible pour répertorier les interlocuteurs privilégiés à qui faire connaître les parutions de Smolny. Cette stratégie s'appuie sur le constat établi par Sophie Noël qui affirme au sujet des éditeurs critiques que

« le degré d'autonomie de cette frange de l'édition indépendante est donc faible face au champ journalistique. On remarque cependant que les éditeurs qui ont choisi de maintenir leur régime de singularité en défendant les valeurs caractéristiques du champ de production restreinte sont sans doute ceux qui sont le mieux parvenus à préserver une position autonome, quitte à faire pour cela l'impasse sur le pouvoir – réel ou supposé – des grands titres de presse écrite ».³³⁰

Afin d'élargir nos marges de manœuvres et renforcer notre degré d'autonomie et de professionnalisation au sein du champ de l'édition critique, nous choisissons d'explorer des canaux de diffusions moins institutionnalisés, cette stratégie étant l'une de celle qui fonctionne les mieux :

« Les éditeurs qui se déclarent les plus satisfaits de leurs rapports avec la presse sont ceux qui tentent d'inventer de nouveaux modes de médiation, et d'élargir le cercle des prescripteurs en explorant des canaux moins institutionnalisés : presse alternative, Internet, réseaux militants ou associatifs, libraires indépendants. Internet leur donne la possibilité d'envoyer par e-mail de manière rapide et sans frais des alertes ou des avis de parution à des groupes choisis, et autorise une meilleure maîtrise de la relation. »³³¹

Nous assumons ainsi le fait de maintenir un « régime de singularité » et de se situer à l'écart du pôle de grande production du champ de l'édition. Se tourner uniquement vers les médias alternatifs indépendants nous paraît être une stratégie opérante et efficace dans la mesure où Smolny se situe dans le pôle de production restreinte. C'est une façon d'accepter le fait d'être un champ en lutte (celui de l'édition critique indépendante) à l'intérieur d'un champ plus large (le champ de l'édition en général) et de miser sur le renforcement du champ en lutte pour toucher les lecteurs.

Enfin, nous souhaitons proposer le lancement d'une chaîne Youtube pour Smolny pour élargir son public de lecteurs et de sympathisants. Nous pensons que le médium de la vidéo est un bon moyen pour y parvenir. Cela peut paraître être en contradiction avec la stratégie visant à ne pas solliciter les médias appartenant aux grands groupes. Créer une chaîne sur Youtube signifie en effet utiliser les moyens de communication mise en place par le géant du web Google. Toutefois la démarche est différente dans le cas de l'utilisation de Youtube car il s'agit

³²⁹ *Op. cit.*

³³⁰ Sophie Noël, « Les Petits Éditeurs "Critiques" et la presse écrite : une relation ambiguë » *Communication & langages*, n° 163, 2010, n. pag. Web.

³³¹ *Ibid.*

d'une appropriation des outils mis à disposition. Les répercussions de cette action peuvent être directes car il s'agit de créer un contenu vidéo et de le mettre en ligne. Dans le cas de l'envoi des services de presse, on donne un livre à un journaliste dont on ne sait jamais s'il va l'ouvrir et encore moins s'il va écrire un article dessus. Dans le cas de la vidéo Youtube, on donne à voir un contenu créé pour promouvoir un livre et on peut savoir combien de personnes ont visionné la vidéo. Par ailleurs, la vidéo peut se regarder mais aussi simplement s'écouter ; c'est un médium très actuel qui permet de toucher un public différent des médias « traditionnels ». En ce qui concerne le contenu des vidéos de la chaîne, il pourrait s'agir de courtes présentations (entre trois et six minutes) de livres parus, du collectif Smolny mais aussi des vidéos plus longues avec des entretiens avec les auteurs, des débats en relations avec les publications de la maison. Cette chaîne pourrait également servir à annoncer les événements organisés autour des parutions et à les retranscrire une fois passés, sous forme dans leur intégralité ou d'extraits montés. La présence de Smolny sur les réseaux sociaux (Facebook et Twitter) pourra être accentuée en publiant des actualités sur les parutions à venir, les titres du catalogues, des parutions qui font écho à la ligne éditoriale de Smolny, etc., et bien sûr l'annonce de rencontres organisées en librairie et la participation à d'autres événements tels que des salons du livre.

B) La promotion du premier titre de la collection

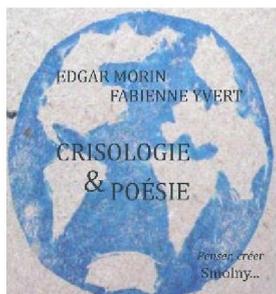
Pour promouvoir la nouvelle collection de Smolny, nous pourrions mobiliser les différents outils promotionnels mis en place : publication d'une actualité sur le site internet de Smolny et ses « réseaux sociaux », organisation d'une rencontre en librairie avec une lecture de textes de Fabienne Yvert et un débat autour du concept de crisologie. Cet événement serait l'occasion de réunir les différents publics visés par ce livre : les amateurs de poésie, de théâtre et d'arts visuels, et les lecteurs d'essais et amateurs de débats de société. Des marques pages promotionnels de la nouvelle collection pourraient également être imprimés, avec le logo de Smolny et les prochains titres à paraître de la nouvelle collection. Nous enverrons également en amont un argumentaire à Hobo-Diffusion ainsi qu'un communiqué de presse à la liste des médias alternatifs établie. Ci-dessous, nous proposons un exemple de communiqué de presse qui annonce la sortie du premier titre de la collection.

Crisologie et poésie
Collection : « Penser, créer »
Pagination : 120 pages
Format : 11 x 17 cm
PVP : 9 €
ISBN : 978-2-7489-0113-7

À paraître le 9 janvier 2018

Crisologie et poésie

Edgar morin
& Fabienne Yvert



LA NOUVELLE COLLECTION DE SMOLNY..

L'originalité : réunir les sciences humaines et les arts visuels en invitant essayistes et artistes à donner en mots et en images leur point de vue sur des problématiques sociétales. Format court et percutant, une incitation à penser et créer, pour tous !

Points forts :

- Un format court et un petit prix
- une forte dimension graphique et artistique
- une forme hybride qui marie essai et poésie

LE LIVRE

Edgar Morin nous interroge sur le mot « crise » et nous propose un nouveau concept, la « crisologie », qui met en avant le potentiel transformateur et fécond d'une crise. En écho, Fabienne Yvert nous invite dans son univers poétique, fait d'exploration du quotidien et d'expérience typographique, sous forme de fragments entre l'absurde et la malice.

LES AUTEURS

Edgar MORIN est philosophe et sociologue, directeur de recherche émérite au CNRS, docteur *honoris causa* de vingt-sept universités à travers le monde, il est l'auteur d'une œuvre transdisciplinaire abondamment commentée et traduite.

Fabienne YVERT est artiste, auteur, typographe... En prise avec le monde, mais sur courant alternatif. Ses dernières publications : *Faire un carton* (La ville brûle, 2017), *Souvent j'oublie d'être libre* (Edpl, 2016), *Sampler* (Le Tripode, 2014).

Diffusion : Hobo-Diffusion
Distribution : Makassar



Smolny..

CONCLUSION

Dans la première partie de ce mémoire, nous avons mis à jour les contraintes du champ de l'édition et montré en quoi l'édition souffre de surconcentration et est soumise aux impératifs de la rationalité économique et à la logique financière néolibérale, à l'instar des autres secteurs de la sphère publique et privée. Les éditeurs critiques, qui publient des ouvrages en sciences humaines et sociales et sont indépendants, constituent un sous-champ de l'édition, soumis aux contraintes du champ de l'édition mais au sein duquel des stratégies collectives sont mises en place, ce qui crée une nouvelle régulation de l'ensemble. Ces stratégies collectives sont une nécessité pour les acteurs de ce champ, contraints à lutter pour « *tenir leurs positions* », « *tenir leurs engagements* »³³² et faire leur place aux côtés de mastodontes. Ces éditeurs ne cherchent pas pour la plupart à se développer car cela supposerait s'endetter et prendre le risque de se faire racheter par un gros groupe. Ils ont conquis un public de militants et de lecteurs fidèles sur lesquels ils peuvent compter, mais leur volonté de toucher le grand public est limitée par un accès aux médias difficile et ambigu. Des stratégies alternatives se développent pour communiquer via des médias alternatifs et indépendants, mais cela reste marginal. Malgré ces fortes contraintes qui pèsent sur le champ, les éditeurs critiques éprouvent leur marge de liberté de façon stratégique. Ce sont ces stratégies collectives de regroupement, d'entraide entre les différents acteurs de la chaîne du livre (libraires, éditeurs, auteurs, etc.), de solutions alternatives pour la diffusion-distribution, qui permettent aux éditeurs critiques de se professionnaliser.

La deuxième partie de ce mémoire nous a permis de dégager un certain nombre de critères pour observer le degré de professionnalisation chez les éditeurs critiques. L'enjeu de professionnalisation se manifeste à différents niveaux de la vie d'une maison d'édition : son organisation juridique, sa production de titres, sa façon de communiquer et vendre. Nous avons pu constater à plusieurs reprises que le capital symbolique s'opposait au capital économique, dans les discours et dans les actes. Les éditeurs critiques se différencient des grands groupes en misant sur un catalogue de fonds avec des livres à rotation lente, sans faire de la rentabilité une condition *sine qua non* de publication. Le fait de vouloir se démarquer des grands groupes entraîne un renforcement de l'affirmation de l'identité éditoriale par la valorisation du capital symbolique. Cela s'exprime de différentes manières selon les éditeurs étudiés. Le fondateur d'Agone par exemple met en avant le fait de faire des livres pour les idées et non pour faire de l'argent³³³, et défend le statut d'association pour se distinguer du principe de maison d'édition en tant que capital que l'on peut acheter et revendre. La fabrique valorise la part symbolique de l'activité d'édition en convoquant la passion des livres et du métier. Selon le fondateur de La fabrique, c'est cette passion et l'investissement dans le travail qui différencie l'édition indépendante des grands groupes, au sein desquels la façon de gérer les ressources humaines rigidifie l'exercice de l'activité. On voit naître ici des contradictions car la défense de la souplesse du cadre du travail et de la passion du métier est aussi un argument des tenants du capitalisme moderne pour « assouplir » le code du travail. Enfin, Smolny semble avoir intégré les contraintes du champ en choisissant de ne fonctionner qu'avec des bénévoles. Le collectif n'est donc pas soumis

³³² Michel Valensi, « Pour des assises de l'édition pauvre, où nous resterions debout ! », blog d'Agone, 2012 (Lien : <http://blog.agone.org/post/2012/03/02/Pour-des-assises-de-l-edition-pauvre-%2C-ou-nous-resterions-debout>).

³³³ Propos recueillis lors d'une rencontre à Ombres Blanches entre Christian Thorel et Thierry Discepolo, le 15. 03. 2017

à produire des titres régulièrement pour être visible et vit au rythme des projets proposés par les membres de l'association.

Nous avons eu envie de proposer un projet éditorial qui permette à Smolny de favoriser sa professionnalisation, en augmentant le rythme de parution avec le lancement d'une nouvelle collection et en proposant des actions de promotion pour renforcer la visibilité du collectif sur le long terme. Les compétences étant déjà acquises, notamment par l'expérience et la collaboration avec différents éditeurs (Agone et le CMDE), il s'agit de renforcer la structuration de la maison en envisageant la salarisation d'un membre de Smolny. Cette nouvelle collection intitulée « Penser, créer » a pour principe de réunir les contributions de deux auteurs, un essayiste et un artiste, au service d'une réflexion sur un sujet de société. L'idée est de proposer un format court, accessible, qui touche un plus large public que les lecteurs d'essais en mettant en valeur la dimension visuelle. Nous prenons le parti de défendre l'idée qu'édition critique indépendante et modèle économique viable peuvent aller de pair. Nous pensons qu'en renforçant le champ de l'édition critique par la professionnalisation, la diffusion des idées sera plus importante et cela contribuera à la bibliodiversité, nécessaire pour le pluralisme des idées et la vitalité d'une société.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages

- Alain Accardo, *Introduction à une sociologie critique. Lire Pierre Bourdieu*, Agone, 2006, pp. 55-87.
- André Schiffrin, *L'édition sans éditeurs*, La fabrique, 2005, 94 p.
- André Schiffrin, *Le contrôle de la parole*, La fabrique, 2005, 91 p.
- André Schiffrin, *L'argent et les mots*, La fabrique, 2010, 103 p.
- Anton Pannekoek, *Anton Pannekoek et les Conseils ouvriers*, Paris, EDI, 1969, p. 178, cité dans l'avant-propos de *l'Introduction à l'économie politique*, tome I, coll. Smolny et Agone (2009).
- Association L'autre livre, *Pour l'édition indépendante*, 2005, 66 p.
- Bernard Lahire, *La Condition littéraire. La double vie des écrivains*, La Découverte, 2006.
- Bertrand Legendre et Corinne Abensour, *Regards sur l'édition. Les petits éditeurs : situations et perspectives*, La Documentation française, 2007, vol. 1, 168 p.
- Bertrand Legendre et Corinne Abensour, *Regards sur l'édition. Les nouveaux éditeurs (1988-2005)*, La Documentation française, 2007, vol. 2, 125 p.
- Charles Onana (dir.), *L'édition menacée, Livre blanc sur l'édition indépendante*, édition Duboiris, 2005, 82 p.
- Claude Poliak, *La vocation d'autodidacte*, L'Harmattan, 1992, 253 p.
- Collectif, *Des paroles et des actes pour la bibliodiversité*, Alliance des éditeurs indépendants, 2006, 288 p.
- Collectif, *Le livre : que faire ?* R. Alberto, F. Combes, J. Faucilhon, E. Hazan, H. Korb, F. Salbans, A. Schiffrin, J. Vidal, La fabrique, 2008, 104 p.
- Collectif, *François Maspero et les paysages humains*, Lyon, La Fosse aux ours / À plus d'un titre, 2009.
- Éric Hazan, *Pour aboutir à un livre. La fabrique d'une maison d'édition*, La fabrique, 2016.
- Éric Vigne, *Le livre et l'éditeur*, Klincksieck, 2008, 179 p.
- Gilles Collet, *Éditeurs indépendants : de l'âge de raison vers l'offensive ?*, Paris, Alliance des éditeurs indépendants, 2006, 151 p.
- Guy Le Boterf, *Professionaliser, construire des parcours personnalisés de professionnalisation, concevoir la professionnalisation comme une navigation*, Editions d'Organisation, Eyrolles, 2011.
- Hakim Bey, *TAZ, Zone d'autonomie temporaire*, L'Éclat, 96 p.
- Jean-Yves Mollier, *Une autre histoire de l'édition française*, La fabrique, 2015, 432 p.
- Jérôme Vidal, *Lire et penser ensemble. Sur l'avenir de l'édition indépendante et la publicité de la pensée critique*, Éditions Amsterdam, 2006, 101 p.
- Luc Boltanski, Ève Chiapello, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Gallimard, 1999, pp. 139-153.
- Madeleine Grawitz, *Lexique des sciences sociales*, 8^e édition, Dalloz, 2004, Paris.

Maryvonne Sorel et Richard Wittorski (coord.), *La professionnalisation en actes et en questions*, L'Harmattan, 2005, pp. 173 à 245, 272 p.

Martine Prosper, *L'édition. L'envers du décor*, Éditions Lignes, 2009, 156 p.

Michel Crozier et Erhard Friedberg, *L'acteur et le système, Les contraintes de l'action collective*, Points, 2014.

Michel Gollac (dir.), *Travailler pour être heureux ? Le bonheur et le travail en France*, Fayard, 2003, 352 p.

Norbert Alter, *Sociologie du monde du travail*, Presses Universitaires de France, 2012, 384 p.

Nathalie Leroux, Marc Lorient, *Le travail passionné*, Érès, 2015, 352 pages.

Pascal Fouché (dir.), *L'Édition française depuis 1945*, Éditions du cercle de la librairie, 1998.

Pascale Casanova, *La République mondiale des Lettres*, Points, 2008, 512 p.

Pierre Bourdieu, *Les règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire*, Le Seuil, 1998.

Sophie Noël, *L'édition indépendante critique : engagements politiques et intellectuels*, presses de l'Enssib, 2012, 441 p.

Thierry Discepolo, *La trahison des éditeurs*, Agone, 2011, 205 p.

Articles scientifiques

Annie Dussuet et Erika Flahault, « Entre professionnalisation et salarisation, quelle reconnaissance du travail dans le monde associatif ? », *Formation emploi*, 2010, pp. 35-50 (Lien : <http://formationemploi.revues.org/3091>).

Didier Demazière, « Professionnalisations problématiques et problématiques de la professionnalisation », *Formation emploi*, n° 108, 2009, pp. 83 à 90 (Lien : <https://www-cairn-info.nomade.univ-tlse2.fr/revue-formation-emploi-2009-4.htm>).

Edgar Morin, « Pour une crisologie », *Communications*, n° 25, 1976, pp. 149-163.

François Gèze, « Les enjeux de la distribution », *Le Débat*, n° 295, 2003, pp. 134-138.

François Boddaert, « Grandeur et misère de la petite édition », *Lignes*, n° 20, 2006, pp. 9-16.

Matthieu Hély, « À travail égal, salaire inégal : ce que travailler dans le secteur associatif veut dire », *Sociétés contemporaines*, n° 69, 2008, pp. 125-147 (Lien : <http://www.cairn.info/revue-societes-contemporaines-2008-1-page-125.htm>).

M. Simonet, « Le monde associatif : entre travail et engagement », in *Sociologie du monde du travail*, Norbert Alter (dir.), PUF, 2006, pp. 191-207.

Pierre Bourdieu, « Classement, reclassement, déclassement », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 24, 1978, pp. 2-22.

Pierre Bourdieu, « Une révolution conservatrice dans l'édition », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 126-127, 1999, pp. 3-28.

Robert Darnton, « Le nouvel âge du livre » *Le Débat*, n° 105, 1999, pp. 178-184.

Sophie Noël, « Les Petits Éditeurs "Critiques" et la presse écrite : une relation ambiguë » *Communication & langages*, n° 163, 2010, n. pag. Web.

Sophie Noël, « Maintenir l'économie à distance dans l'univers des biens symboliques : le cas de l'édition indépendante "critique" », *Revue Française de Socio-Économie*, n° 10, 2012, p. 73-92.

Yvon Lamy, Florence Weber, « Amateurs et professionnels », *Genèses*, n° 36, 1999, pp. 2-5.

Articles de presse

Aeschimann Éric, « François Maspero, l'éditeur révolutionnaire est mort », *Bibliobs*, 2015 (Lien : <http://bibliobs.nouvelobs.com/actualites/20150413.OBS7064/francois-maspero-l-arme-a-gauche.html>).

André Schiffrin, « Quand de "petits" éditeurs échappent à l'emprise des conglomérats », *Le Monde diplomatique*, 2007, p. 22 (Lien : <https://archives-monediplo-com.nomade.univ-tlse2.fr/article15213.html>).

Catherine Andreucci, « L'alter édition », *Livres Hebdo*, n° 593, 2005, pp. 104-112.

Christine Ferrand, « André Schiffrin enfonce le clou », *Livres Hebdo*, n° 587, 2005, pp. 90-92.

Daniel Garcia, « Du *light*, mais du mordant », *Livres Hebdo*, n° 662, 2006, pp. 52-53.

François Cusset, « Les indés de la critique sociale », *Livres Hebdo*, n° 667, 2006, pp. 70-72.

François Gèze, « La crise de l'édition des livres en sciences humaines et les difficultés de la critique », *Politique autrement*, n° 17, 1999 (Lien : <http://www.politique-autrement.org/spip.php?article91>).

François Maspero, « Comment je suis devenu éditeur », *Le Monde*, 26 mars 1982.

Hervé Hugueny, « Petit livre, grosse vente », *Livres Hebdo*, n° 154, 2004, p. 88.

Isabelle Kalinowski, Béatrice Vincent, « Les clameurs de l'indépendance éditoriale », *Gazette des éditions Agone*, n° 2, 2003, p. 1.

Olivier Pironet, « Le stéréotype comme nourriture de l'âme », *Le Monde diplomatique*, 2016 (Lien : <https://archives-monediplo-com.nomade.univ-tlse2.fr/article56053.html>).

Pierre Jourde, « Éloge de la petite édition », *Le Monde diplomatique*, 2007, p. 24.

Pierre Rimbert, « Contestation à consommer pour classes cultivées », *Le Monde diplomatique*, 2009, pp. 18-19.

Thierry Guichard, « Le témoin engagé », *Le matricule des anges*, n° 74, 2006, pp. 15-23.

Thierry Discepolo, « L'indépendance par le haut », *Les Cahiers du Syndicat de la librairie française*, n° 3, 2005, pp. 62-64.

Thierry Leclère, « André Schiffrin, "alter-éditeur" ? », *Télérama*, n° 3147, 2010 (Lien : <http://www.telerama.fr/idees/andree-schiffrin-editeur-sans-but-lucratif-mais-plein-d-idees>).

T. Leclère, F. Maspero, « Une conduite à gauche », *Télérama*, n° 3033, 2008, pp. 30-32.

Sites internet

ACRIMED : www.acrimed.org

Actes Sud : <http://www.actes-sud.fr/node/61125>

Les éditions Agone : <https://agone.org/>

Blog d'Agone, Thierry Discepolo, « La mule du baron à la découverte du marché de la consommation contestataire », blog d'Agone, 2009 (Lien : <http://blog.agone.org/post/2009/10/07/La-mule-du-baron-a-la-decouverte-du-marche-de-la-consommation-contestataire>).

Blog d'Agone, Thierry Discepolo, « Pourquoi les éditions Agone publient Jean-Marc Rouillan », blog d'Agone, 2012. Entretien à l'occasion d'une rencontre à la librairie Terra Nova (Toulouse), propos recueillis par Jean-Manuel Escarnot pour LibéToulouse (Lien : <http://blog.agone.org/post/2012/02/23/Pourquoi-les-%C3%A9ditions-Agone-publient-Jean-Marc-Rouillan>).

L'association ALEP (Auteurs, Libraires, Éditeurs Partenaires) : <http://www.reseau-alep.fr/articles/histoire.html>

L'Alliance internationale des éditeurs indépendants : <http://www.alliance-editeurs.org/bibliodiversite.043>

Les éditions Anacharsis : <http://www.editions-anacharsis.com/Krimi>

L'association L'Autre Livre : <https://www.lautrelivre.fr>

L'Atelier Lektï : <http://www.lekti.fr/blog/>

BBF (Bulletin des bibliothèques de France) : <http://bbf.enssib.fr/>

La revue *Captures* : <http://revuecaptures.org/>

Centre d'écologie fonctionnelle et évolutive — CNRS : <https://www.cefe.cnrs.fr/fr/recherche/bc/dsse/869-c/230-virginie-maris>

Centre régional des lettres Midi-Pyrénées : <http://www.crl-midipyrenees.fr>

Les éditions du Détour : <http://editionsdudetour.com/index.php/les-auteurs/>

Librairie numérique « dpaysages » : <http://www.dpaysage.com/>

Editis : <http://www.editis.com/content.php?id=315>

Éric Hazan, « Les éditions La fabrique et le marché du livre », blog *ZAPA*, entretien publié par « Lémi », 2007 (Lien : <http://zapa.over-blog.com/article-10806602.html>).

Frédéric Lordon, « Les intenables promesses de la démocratie », conférence dans le cadre des Rencontres Philosophiques d'Uriage, 2016, 31:58-32:31 min. (En ligne : <https://www.youtube.com/watch?v=eGu5-Zdk3Go>).

Blog de Frédéric Lordon, « La pompe à phynance, contre le système bancaire-actionnaire » : http://blog.mondediplo.net/La-pompe-a-phynance#plus_d_infos

L'artiste Fabienne Yvert : <http://fabienneyvert.com>

Présentation de Fabienne Yvert sur le site de la Cave Poésie (Toulouse) : <http://www.cave-poesie.com/residence/fabienne-yvert/>

La FILL (Fédération interrégionale Livre et Lecture) : <http://fill-livrelecture.org>

La Fontaine O Livres : <http://www.fontaineolivres.com/>

Les éditions Gallimard, résumé de *Journal* (1837-1852) de Thoreau : <http://www.gallimard.fr/Catalogue/MERCURE-DE-FRANCE/Le-Petit-Mercure/Journal>

IDEOdynamique® SARL : <http://sociocratie.net/>

Les éditions La fabrique : <http://www.lafabrique.fr/>

Présentation du logiciel LaTeX: <https://openclassrooms.com/courses/redigez-des-documents-de-qualite-avec-latex>

Les éditions la ville brûle consacrée aux publications de F. Yvert :
http://www.lavillebrule.com/catalogue/auteur/fabienne-yvert_96

Luc Schuiten : <http://www.vegetalcity.net/topics/presentation-de-luc-schuiten/>

Michel Valensi, « Pour des assises de l'édition pauvre, où nous resterions debout ! », blog d'Agone, 2012 (Lien : <http://blog.agone.org/post/2012/03/02/Pour-des-assises-de-l-edition-pauvre-%2C-ou-nous-resterions-debout>).

Patrick Bouchain : <http://strabic.fr/Patrick-Bouchain>

Les éditions Smolny : <http://www.collectif-smolny.org/>

SCOP Midi-Pyrénées : http://www.scopmidipyrenees.coop/export/sites/default/fr/unions-regionales/les-scop-midi-pyrenees/_media/Docs_UR_MidiPyrenees/guide-expcompt2015.pdf

Les éditions du Tripode consacrée aux publications de F. Yvert : <https://le-tripode.net/livre/fabienne-yvert/papa-part-maman-ment-meme-meurt>

Les éditions Verso (É-U) : <https://www.versobooks.com>

ANNEXE

Questions envoyées par courriel à Smolny et auxquelles un des membres m'a répondu lors d'un entretien téléphonique, le 17 août 2017.

De : Adeline Pinon
Date : 11 août 2017 à 13:47
Objet : mémoire en édition
À : diffusion@smolny.fr

Bonjour,

Je rédige actuellement un mémoire professionnel dans le cadre de mon master 2 Édition à l'université de Toulouse-Jean Jaurès. Ce travail porte sur les éditeurs critiques et l'enjeu de professionnalisation. Le cas de votre maison m'intéresse beaucoup du fait bien sûr de son catalogue très critique et engagé mais aussi de son statut juridique, celui de l'association "loi 1901". Cela me serait très utile et m'aiderait beaucoup si vous accepteriez de répondre à quelques unes de mes questions. Je vous présente mes questions ci-dessous mais si vous préférez je peux aussi vous téléphoner.

Tout d'abord, concernant le nombre de salariés dans la structure ; y a-t-il des personnes salariées ou est-elle uniquement composée de bénévoles membres de l'association ? S'il n'y a pas de salariés dans la structure, est-ce un objectif que vous vous fixez ou souhaitez-vous continuer uniquement avec des bénévoles pour diverses raisons, comme par exemple, garder intact l'engagement militant et ne pas mêler commerce et passion ?

Concernant le statut juridique non commercial d'association, envisagez-vous d'en changer ou est-ce un statut qui vous convient et qui fait partie de votre identité éditoriale et de votre fonctionnement ?

Je n'ai pas réussi à trouver d'informations concernant le nombre de titres publiés par an et le chiffre d'affaires annuel ; accepteriez-vous de me transmettre ces informations ?

Une question concernant l'accès au marché et la visibilité ; vous êtes auto-diffusé et distribué ; aimeriez-vous à moyen ou long terme signer un contrat avec un diffuseur et/ou distributeur ?

Je vous remercie infiniment par avance de votre attention et de votre réponse. Si vous préférez répondre à mes questions lors d'un échange téléphonique plutôt que par écrit, n'hésitez pas à me le faire savoir.

Cordialement

Adeline Pinon

TABLE DES MATIÈRES

Introduction	p. 6
Partie I	
Qu'est-ce qu'être éditeur critique et comment se professionnaliser dans un champ en crise marqué par la surconcentration ?	p. 8
I. Le concept bourdieusien de champ et les spécificités du champ de l'édition	p. 8
A) Un champ qui souffre de surconcentration	p. 10
B) L'exigence de rentabilité : une tendance à la hausse dans l'édition	p. 11
C) La professionnalisation : similitudes avec le monde du travail et spécificités du champ de l'édition	p. 12
II. Les spécificités du champ de l'édition critique	p. 14
A) Historique et présentation de l'édition critique	p. 14
B) L'indépendance : une condition précaire et précieuse, garante de la bibliodiversité	p. 16
C) Le problème de l'accès à la diffusion et à la distribution	p. 17
III. Face aux contraintes du champ, l'action collective comme nécessité ?	p. 18
A) L'éditeur et le système	p. 18
B) Des exemples d'action collective	p. 19
C) Lutter, une nécessité	p. 20

Partie II

Comment l'enjeu de professionnalisation se manifeste-t-il dans le cas de trois éditeurs ; Agone, La fabrique et Smolny ?

.....p. 22

I. Présentation générale des critères de la professionnalisation

.....p. 22

A) S'organiser

.....p. 23

B) Produire

.....p. 25

C) Communiquer et vendre

.....p. 26

II. Stratégies similaires face à l'enjeu de professionnalisation

.....p. 29

A) Un catalogue cohérent et un diffuseur-distributeur professionnel

.....p. 31

B) Travail en réseau et partage des compétences

.....p. 35

C) Lieu de travail et traduction

.....p. 36

III. Stratégies distinctes face à l'enjeu de professionnalisation

.....p. 37

A) « En vivre » ou « ne pas en vivre » et rapport au travail

.....p. 38

B) (Ir)régularité de la production et statut (non) commercial

.....p. 42

C) Présence ou absence dans les médias et communication

.....p. 46

Partie III

Le projet éditorial : comment favoriser la professionnalisation du collectif d'édition Smolny ?

.....p. 50

I. La conception

.....p. 50

A) Présentation de notre projet et des objectifs poursuivis

.....	p. 50
B) Présentation des quatre titres de la nouvelle collection	
.....	p. 52
C) Propositions résultantes du processus de professionnalisation	
.....	p. 55
II. La fabrication	
.....	p. 56
A) Budget et rétroplanning	
.....	p. 56
B) La couverture	
.....	p. 58
C) La maquette	
.....	p. 61
III. La promotion	
.....	p. 62
A) Renforcer les outils de promotion sur le long terme	
.....	p. 62
B) La promotion du premier titre de la collection	
.....	p. 66
Conclusion	
.....	p. 68
Bibliographie	
.....	p. 70
Annexe	
.....	p. 75
Table des matières	
.....	p. 76