



UFR Histoire, arts et archéologie

Département Documentation, Archives, Médiathèque et
Édition

Master Information, Documentation

Parcours Édition imprimée et numérique

MÉMOIRE DE MASTER 1

Éditer en Outre-mer: ancrage, domination et légitimité

QUINTARD Zoé

Sous la direction de Clarisse Barthe

2025

TABLE DES MATIERES

TABLE DES MATIERES	1
INTRODUCTION	3
PARTIE I - ÉDITER EN OUTRE-MER : AFFIRMER UNE IDENTITÉ À TRAVERS LA VALORISATION DES CULTURES LOCALES	7
A. LE LIVRE COMME OUTIL DE CONSTRUCTION IDENTITAIRE	7
1. L'édition au service de l'affirmation culturelle	7
a) Le livre comme espace d'expression d'une mémoire collective	7
b) Le rôle des maisons d'édition dans la transmission des identités	9
2. Les langues, les récits et les formes : stratégies de création identitaire	11
a) La valorisation de la culture à travers les langues locales	11
b) L'émergence de genres narratifs spécifiques aux territoires ultramarins	13
B. L'ANCRAGE TERRITORIAL ET LA LÉGITIMATION DANS L'ESPACE LOCAL	15
1. Exister localement : entre visibilité, reconnaissance et ancrage	15
a) Le lien avec les institutions culturelles	15
b) Le lien à créer entre création littéraire, territoires et communautés	18
2. Conquérir son lectorat : entre enracinement et ouverture	20
a) L'identification de son public : lecteurs locaux, diasporas, touristes	20
b) Le salon du livre, la presse et les événements comme outils de reconnaissance	22
C. ENTRE LIBERTÉ CRÉATIVE ET ATTENTES EXTÉRIEURES	24
1. L'injonction au local comme contrainte éditoriale	25
a) Le poids du marché dans la spécialisation territoriale	25
b) Les risques d'enfermement thématique et d'affaiblissement du rayonnement	27
2. La prise en compte des attentes institutionnelles et commerciales	29
a) Les aides et appels à projets : opportunité ou formatage ?	29
b) Le maintien sous pression d'une ligne éditoriale indépendante	30
PARTIE II - PRODUIRE SOUS CONTRAINTE : LOGIQUES DE DÉPENDANCE ET MARGINALISATION STRUCTURELLE	33
A. LA FRAGILITÉ ÉCONOMIQUE ET LA DÉPENDANCE FINANCIÈRE DE L'ÉDITION ULTRAMARINE	33
1. L'édition en outre-mer face aux réalités du marché	33
a) Un rectorat restreint et une rentabilité limitée	33
b) Des difficultés d'accès aux aides publiques et privées	35
2. Une dépendance aux politiques culturelles nationales	36
a) Le rôle du Centre national du livre et de la Direction régionale des affaires culturelles: soutien ou contrôle ?	36
b) La discontinuité des financements et la précarité structurelle des maisons	

d'édition ultramarines	38
B. LA DIFFUSION-DISTRIBUTION DE L'ÉDITION ULTRAMARINE : AU CŒUR DES INÉGALITÉS STRUCTURELLES	39
1. Des circuits logistiques inadaptés aux réalités ultramarines	39
a) Surcoûts, délais, inégalités d'accès aux ouvrages	39
b) La faible présence dans les circuits de distribution nationaux	41
2. Des alternatives locales en construction	42
a) La vente directe et les partenariats avec des librairies indépendantes	42
b) Le rôle du numérique et des réseaux sociaux dans la visibilité éditoriale	44
C. L'INVISIBILISATION DE L'ÉDITION ULTRAMARINE DANS LE CHAMP ÉDITORIAL NATIONAL	46
1. Les difficultés d'accès au réseau d'influence éditorial	47
a) L'exclusion des grands salons, des prix littéraires et des médias nationaux	47
b) Des représentations stéréotypées ou marginales	48
2. L'inscription de l'édition ultramarine dans un champ éditorial centralisé	50
a) Un champ dominé par les grandes maisons parisiennes	50
b) La hiérarchisation implicite des productions périphériques	51
 PARTIE III - CONSTRUIRE UNE IDENTITÉ ÉDITORIALE DANS UN CHAMP DOMINÉ : ENTRE AFFIRMATION ET ADAPTATION	 54
A. S'ADAPTER : COMPOSER AVEC LES CONTRAINTES POUR EXISTER	54
1. Repenser ses publics et ses circuits de proximité	54
a) S'adresser au lectorat local : recentrer les contenus sans se limiter à l'approche touristique	55
b) Créer un ancrage physique : point de vente, lieu de rencontre, présence sur le territoire	57
2. S'approprier les outils contemporains de visibilité	59
a) Investir les réseaux sociaux : engagement, dialogue, stratégie de notoriété	59
b) Miser sur le numérique pour compenser les failles logistiques : vers une autonomie hybride	62
B. S'AFFIRMER : CONSTRUIRE UNE SINGULARITÉ ÉDITORIALE ASSUMÉE	64
1. Stabiliser une ligne éditoriale identifiable et ouverte	64
a) Développer un esprit de collection : cohérence graphique, thématique, symbolique	64
b) Proposer des livres à rayonnement géographique élargi: outre-mer élargi, sujets diasporiques, publics mixtes	67
2. Asseoir une légitimité éditoriale dans un champ dominé	68
a) Revendiquer sa place malgré les barrières : affronter le regard métropolitain	69
b) Vers une dynamique collective : créer un réseau ou collectif d'éditeurs ultramarins	70
 CONCLUSION	 73
BIBLIOGRAPHIE	75

INTRODUCTION

«Ni tout à fait dedans, ni tout à fait dehors».

Cette citation, tirée de l'ouvrage *Nous ne sommes jamais dans les livres* publié par la Zone d'Expression Prioritaire (ZEP), introduit parfaitement notre propos. Dans ce recueil de récits composés par des habitants issus de départements d'outre-mer, ce sont à travers ces termes que ces derniers se définissent.

En 1946, la loi de départementalisation est prononcée, portée par le député Aimé Césaire. Cette loi extrait la Martinique, la Guadeloupe, la Réunion et la Guyane de leur statut de « vieilles colonies », héritage du premier empire colonial français, pour les ériger en département à part entière. Cela a pour conséquence le déplacement de l'autorité territoriale de l'Etat aux préfets dépendants du ministère de l'Intérieur. Les outre-mer, alors intégrés dans le cadre républicain français, demeurent toutefois toujours en tension avec un modèle hexagonal bien éloigné de leurs réalités. Notre citation fait d'ailleurs écho au discours d'Aimé Césaire prononcé à l'Assemblée Nationale le 23 mai 1946 dans lequel il soulignait que « les Français d'outre-mer se considèrent non comme étant des citoyens à part entière, mais des citoyens entièrement à part¹ ». Cette loi représente alors l'aboutissement d'un long « processus historique d'assimilation », censé permettre l'application d'une réelle égalité de droits pour les peuples ultramarins². Aujourd'hui, elle pourrait plutôt être considérée comme le point de départ d'un processus complexe et évolutif, où les modifications de statuts, les luttes politiques et les réajustements constitutionnels se superposent. Les volontés des populations d'outre-mer ont également évolué. Comme l'explique Jean-Pierre Doumenge dans son article *Diversité culturelle et construction des identités collectives d'outre-mer*³, la majorité des ultramarins se tournerait davantage vers la négociation d'un « espace d'autonomie » plutôt que vers une indépendance définitive, en opposition à la tendance des années 1960. Le lien entre la France hexagonale et les territoires d'outre-mer n'est donc pas simple, l'un et l'autre étant tenus à distance culturellement, géographiquement mais aussi historiquement. En effet, les séquelles des longues années d'esclavage et le flou institutionnel de l'ère post-coloniale

¹ FAATAU, Jean-Tenahe. *Nous ne sommes jamais dans les livres: les ultramarins racontent leur Outre-mer loin des clichés. Outremers 360*. [en ligne]. 2025. Disponible sur:

<<https://outremers360.com/bassin-atlantique-appli/nous-ne-sommes-jamais-dans-les-livres-les-ultramarins-racontent-leur-outre-mer-loin-des-cliches>> (Consulté le 30/03/25).

² CELESTINE, Audrey. Mobilisations et identités chez les Antillais en France: le choix de la différenciation. *REVUE Asylon(s)*. [en ligne]. 2010, n°8. Disponible sur: <<http://reseau-terra.eu/article946.html>> (Consulté le 16/01/25)

³ DOUMENGE, Jean-Pierre. Diversité culturelle et construction des identités collectives d'outre-mer. *Hermès*, n°32. [en ligne]. 2002. Disponible sur : <https://www.cairn.info/load_pdf.php?ID_ARTICLE=HERM_032_0027&download=1&from-feuilleter=1> (Consulté le 16/01/25)

plongent les territoires ultramarins dans une dualité compliquée à appréhender. La première étape pour la reconstruction de repères sociétaux et culturels est la recherche d'une identité collective. Cette dernière oscille entre passé et futur, ancrage territorial et émancipation, « attachement et frustration » et « traditions et discriminations »⁴. Edouard Zambeaux, directeur éditorial de la ZEP, illustre bien ces enjeux à travers la phrase suivante:

« Les outre-mer sont un paradoxe, une carte postale aux faces opposées : d'un côté, les coupures d'eau, les émeutes contre la vie chère, l'exil forcé pour étudier ou travailler ; de l'autre, les plages, les cocotiers, l'image d'une vie paisible sous le soleil.⁵»

Ces enjeux de représentation culturelle transparaissent également à travers le choix même de la langue d'expression, tant orale qu'écrite. Patrick Chamoiseau, auteur martiniquais reconnu et fondateur du mouvement littéraire de la Créolité, dans son ouvrage *Écrire en pays dominé*, évoquait « l'importance de la langue » dans la construction identitaire d'un peuple. Dans des territoires marqués par le colonialisme, comme ceux d'outre-mer, deux langues cohabitent: la langue « de l'ancien colonisateur » et une langue locale, souvent inspirée de la première. Chamoiseau met alors en évidence l'importance de se réapproprier cette langue créole, souvent minorée et occultée en raison de ses origines. Dans la reconquête des langues créoles, il désigne les écrivains locaux comme « les porte-paroles des opprimés » et leur donne la responsabilité de créer des espaces pour les voix marginalisées et silencieuses. C'est en ce sens que l'édition joue un rôle majeur dans la recherche d'émancipation et de reconnaissance des peuples ultramarins.

Par ailleurs, le champ éditorial ultramarin reflète avec force la dynamique de domination dans laquelle s'inscrivent les territoires d'outre-mer. En effet, les maisons ultramarines évoluent dans un espace complexifié par des logiques hiérarchiques, souvent ignorées et cantonnées à un rôle périphérique. C'est ainsi tout naturellement que l'édition ultramarine devient un outil politique, capable et tentant de visibiliser des voix tues, de rendre nationaux des récits régionaux et de construire une identité collective.

Dès lors, une question centrale se pose: comment les maisons d'édition d'outre-mer construisent-elles leur identité, entre valorisation des cultures locales et rapports de dépendance aux centres éditoriaux métropolitains ?

Pour comprendre les mécanismes à l'œuvre dans la construction identitaire des maisons d'édition d'outre-mer, ce mémoire s'organisera en trois parties.

Dans un premier temps, nous étudierons la manière dont les maisons d'édition ultramarines affirment une identité propre à travers la valorisation des cultures locales. Nous verrons en

⁴ FAATAU. Nous ne sommes jamais dans les livres: les ultramarins racontent leur Outre-mer loin des clichés.

⁵ Ibid.

quoi l'édition devient un outil de construction mémorielle, d'ancrage territorial et de reconnaissance communautaire mais également comment cette affirmation peut être contrariée par des injonctions externes contraignant la liberté créative.

La deuxième partie se concentrera sur les contraintes économiques, structurelles et symboliques qui fragilisent la production éditoriale ultramarine. Nous analyserons les logiques de dépendance financière, les difficultés d'accès aux aides et à la diffusion ainsi que les formes d'invisibilisation à l'œuvre dans le champ éditorial national.

Enfin, la dernière partie sera consacrée aux stratégies d'adaptation et d'affirmation mises en œuvre par les maisons d'édition pour exister dans un système éditorial centralisé. Cette section interrogera l'utilisation des outils contemporains, les dynamiques collectives et les choix qui permettent aux éditeurs de construire une singularité éditoriale autonome, assumée et viable.

Ce mémoire s'appuiera notamment sur mon expérience personnelle de stage au sein de la maison d'édition The Friendly Books.

Fondée en 2020 par Thomas Proust et sa femme Alexandra, The Friendly Books est une maison d'édition de beaux-livres et de livres de photographies basée sur l'île de Saint-Martin dans les Antilles françaises et située dans la mer des Caraïbes. Leurs publications valorisent la beauté et la culture de l'île en mettant en avant les habitants de la Friendly Island, surnom dont est tiré le nom de la maison.

Durant ces cinq dernières années, ils ont publié 6 ouvrages: *Photography Book Saint-Martin Sint Maarten*, *Vintage Photography Saint-Martin Sint Maarten*, *Cuisine créole: Authentic creoles recipes Saint-Martin Sint Maarten*, *Moonlit Stories de Cameron Hyman*, *Sweet Saint-Martin* et *Cuisine créole vol.2: Celebrate local cuisine*

Cette maison indépendante se compose aujourd'hui d'un seul salarié, le fondateur, auprès duquel j'ai réalisé mon stage durant les mois de février et mars 2025.

The Friendly Books, au vu de sa situation particulière, fait face à de nombreuses contraintes. Dans un premier temps, la localisation géographique rend difficile la diffusion et la distribution des ouvrages et donc la promotion de leur maison d'édition. De plus, cette maison d'édition a une ligne éditoriale très précise avec des livres uniquement portés sur l'île de Saint-Martin. Par ailleurs, le marché du beau-livre est en déclin notamment à cause du coût de ces derniers, autant à produire qu'à acheter. Leurs contraintes sont donc additionnelles : un genre de livres compliqué à vendre, depuis une zone géographique difficile à diffuser.

Le cœur de cible de The Friendly Books est composé de personnes sentimentalement attachées à Saint-Martin, des habitants de l'île et des lecteurs amenés par le tourisme.

Ainsi, les enjeux auxquels font face les éditions de The Friendly Books s'inscrivent parfaitement dans notre réflexion, entre ancrage territorial, contraintes structurelles et affirmation d'une identité singulière.

PARTIE I

ÉDITER EN OUTRE-MER : AFFIRMER UNE IDENTITÉ À TRAVERS LA VALORISATION DES CULTURES LOCALES

Dans les territoires d'outre-mer, l'édition joue un rôle central dans la valorisation des cultures locales. A travers le livre comme outil de construction identitaire, les maisons d'édition participent à l'expression d'une mémoire collective et à la transmission culturelle. Cette affirmation identitaire s'appuie sur un ancrage territorial fort et une quête de légitimation dans l'espace local, où institutions et communautés deviennent des partenaires de reconnaissance. Cependant, cette valorisation n'est pas exempte de tension: entre attentes extérieures et injonctions implicites, les éditeurs ultramarins doivent composer entre libertés créatives et contraintes éditoriales.

A. LE LIVRE COMME OUTIL DE CONSTRUCTION IDENTITAIRE

En outre-mer, l'édition devient un vecteur d'affirmation culturelle: elle permet de donner un espace éditorial aux mémoires collectives et aux identités locales. Pour cela, les éditeurs s'appuient sur des stratégies de création identitaire entre langues, récits et formes.

1. L'édition au service de l'affirmation culturelle

L'édition ultramarine participe à l'affirmation culturelle locale en faisant du livre un espace d'expression des mémoires et, des maisons d'édition, des vecteurs de transmission identitaire.

a) Le livre comme espace d'expression d'une mémoire collective

Le terme de mémoire collective est introduit par Maurice Halbwachs en 1925 dans son ouvrage intitulé *Les cadres sociaux de la mémoire*. Dans ses travaux, il fait la distinction entre deux types de mémoire collective⁶. La première désigne une mémoire individuelle nécessairement influencée par les cadres sociaux qui entourent l'individu. La seconde renvoie à la mémoire d'un groupe en tant que tel, allant au-delà de la mémoire personnelle des individus. Dans les deux cas, l'enjeu est de sauvegarder le passé pour en faire une référence mémorielle au sein de la communauté.

⁶ Wikipédia. *Mémoire collective*. [en ligne]. (Mis à jour le 10 mai 2025). Disponible sur: https://fr.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9moire_collective (Consulté le 15/05/25).

Dans le cadre de ce mémoire, cette distinction est intéressante et souligne la difficulté de définir et donc d'obtenir cette mémoire collective. Comme souligné par José Vidal-Beneyto dans *La construction de la mémoire collective*, cette dernière constitue cependant le « fondement de la communauté concernée »⁷. Les membres d'un groupe ont alors tendance à légitimer certains profils et métiers afin de créer leur mémoire à tous: historiens, personnalités politiques, personnalités sociales mais aussi écrivains. Dans *Mémoire collective et littérature*, Destin Feutseu Dassi traite de la mémoire collective dans le cadre du génocide rwandais et affirme que la littérature devient, dans le cas d'événements traumatiques, un des « cadres sociaux de la mémoire collective des peuples ». Les auteurs deviennent de véritables porte-paroles et leurs productions, de la littérature de mémoire. Cet aspect a également été évoqué par Olivier Marboeuf, auteur d'origine guadeloupéenne, lors d'une conférence intitulée *Ecrire la décolonialité*⁸. En effet, il confirmait que les auteurs issus de peuples marqués par les oppressions revêtaient une importance considérable pour ces peuples en question. Les lecteurs attendent ces livres qui ne concernent alors plus seulement l'auteur mais deviennent de véritables récits collectifs à travers lesquels se construisent des identités collectives singulières.

Dans des territoires comme ceux d'outre-mer, marqués d'une part par l'esclavage et le colonialisme et d'autre part par les catastrophes naturelles destructrices, le livre s'est imposé comme un support privilégié de transmission des voix et des récits. Le livre en tant qu'objet est devenu un espace d'inscription des mémoires effacées, marginalisées et majoritairement transmises oralement. Ce support, permettant un passage de l'oral à l'écrit, devenait alors tangible, stable et transmissible, autant d'adjectifs qui pouvaient alors s'appliquer à l'Histoire inscrite en son sein. Est également donnée au livre une image de messenger sérieux, légitime et accessible au plus grand nombre. Cette visibilité est tournée vers les populations d'outre-mer mais aussi et principalement, vers l'hexagone. En effet, le livre remplit une mission d'information, d'instruction et donc de réparation pour les peuples concernés mais il possède également une fonction de résistance. A l'ère post-coloniale, il est aujourd'hui temps pour les populations de ces territoires anciennement colonisés de se réapproprier leur histoire. Cette réappropriation passe alors par l'expression de leurs voix mais aussi par la conscientisation de leurs désirs et par le choix de leurs représentations. A nouveau lors de la conférence *Ecrire la décolonialité*, Olivier Marboeuf soulignait la difficulté pour des peuples longtemps opprimés de renouer avec des désirs personnels non-influencés par l'opresseur. La relation ambivalente existant toujours entre la France hexagonale et les territoires d'outre-mer rend d'autant plus difficile une véritable prise en main de pensées et de désirs personnels. Dans son ouvrage *L'outre-mer français: un*

⁷ VIDAL-BENEYTO, José. La construction de la mémoire collective. Du franquisme à la démocratie. *Diogène*. [en ligne]. 2003, n°201, p.17-28. Disponible sur: <<https://shs.cairn.info/revue-diogene-2003-1-page-17?lang=fr>> (Consulté le 07.05.25).

⁸ MARBOEUF, Olivier. *Ecrire la décolonialité*, 13/05/25, Librairie Terranova.

espace singulier, Jean-Christophe Gay explicite que la ressemblance des territoires d'outre-mer avec la métropole devient peu à peu leur faiblesse. En effet, ces territoires ont vu leurs mémoires et leurs identités petit à petit gommées pour ne devenir qu'un vague souvenir enterré par les restes du colonialisme. Le contexte post-colonial dans lequel ils s'inscrivent aujourd'hui les oblige à lutter pour voir leurs récits, souvent minorés voire absents, mis en valeur et pris en compte. Cette émancipation psychologique et intellectuelle passe alors par le choix et la création de représentations conscientes. Les auteurs embrassent parfaitement ce rôle de créateurs de représentations en choisissant d'écrire des récits politiques et historiques où sont réfléchis ces questions d'appartenance invisible, ces questions post-coloniales et ces revendications identitaires.

Les attentes suscitées par les ouvrages de ces auteurs locaux et engagés viennent confirmer les propos de Bernard Biancarelli. Ce dernier, dans son texte *L'édition corse: une histoire singulière*, considère le livre comme essentiel « dans la construction d'esprits libres⁹ ». Selon lui, le livre reste, même à l'ère d'internet, le médium de transmission le plus solide. Cette stabilité fait de lui un moyen d'accès privilégié aux connaissances collectives mais aussi l'outil majeur d'une construction intellectuelle personnelle.

Ainsi, de cette lutte mémorielle littéraire se dégage déjà deux acteurs principaux, les auteurs et les lecteurs, articulés autour de l'objet-livre. Si le livre constitue un espace d'expression de la mémoire collective, les maisons d'édition ultramarines en sont le canal stratégique. Ces dernières jouent un rôle fondamental dans la transmission des identités culturelles lorsqu'elles choisissent de s'inscrire dans une démarche de valorisation des voix et des représentations locales.

b) Le rôle des maisons d'édition dans la transmission des identités

En outre-mer plus qu'ailleurs, le rôle des maisons d'édition ne peut être neutre. Ces dernières contribuent à une véritable (re)construction identitaire, et ce, peu importe leur ligne éditoriale. En effet, en faisant le choix de baser leur production sur des contenus historiques et, par extension dans le cas des territoires ultramarins, politiques, les maisons d'édition s'inscrivent naturellement comme acteur central de la transmission identitaire. Cependant, même lorsqu'elles publient des ouvrages non explicitement politiques (livres de cuisine, albums jeunesse, romans, beaux-livres, etc.), les maisons d'édition ultramarines contribuent à une narration collective, où le simple fait de rendre visible des cultures marginalisées est un geste politique. Il est également possible que les maisons d'édition ultramarines choisissent de ne pas lier du tout leur localisation géographique avec leur ligne éditoriale et

⁹ BIANCARELLI, Bernard. L'édition corse, une histoire singulière. *La Pensée*. [en ligne]. 2014, n°380, pages 49 à 61. Disponible sur: <https://shs.cairn.info/article/LP_380_0049> (consulté le 12/01/25).

de publier uniquement des ouvrages à visée généraliste, sans ancrage territorial. Dans ce dernier cas, en tant que maison d'édition ultramarine, choisir de ne pas être rattachée à son environnement peut-être perçu comme une revendication d'un droit à l'édition universelle, d'un droit d'émancipation géographique et intellectuelle, s'inscrivant alors dans une visée politique.

Ceci étant dit, l'éditeur devient alors un acteur culturel et politique et ce, au même titre que les historiens ou les écrivains cités précédemment. Ce rôle s'exprime à travers la sélection des ouvrages, l'accompagnement de ses auteurs et la valorisation de ses productions.

Dans le cadre des maisons d'édition ultramarines, les publics sont multiples et, de ce fait, les attentes sont nombreuses et peuvent parfois sembler contradictoires. En effet, Bernard Biancarelli évoque trois types de publics¹⁰ : un public local, un public issu de la diaspora et un public touristique. Pour les éditeurs d'outre-mer, la mission principale est de valoriser l'image que ces trois types de public ont du territoire à travers leurs publications. C'est notamment en cela que leur travail de sélection et de médiation est important pour la transmission des identités locales.

Nous avons évoqué plus haut le rôle des auteurs dans cette lutte mémorielle littéraire. Les éditeurs, bien que centraux, s'appuient nécessairement sur les auteurs. Leur rôle est de fournir un espace d'expression à des auteurs locaux noyés dans le champ éditorial métropolitain afin de donner corps à des récits longtemps dominés et aujourd'hui invisibilisés. Cela n'est pas tâche aisée : la majorité des auteurs ultramarins a pris pour habitude de se faire publier dans des maisons d'édition hexagonales tandis que les autres ne sont pour le moment pas publiés. Dans les deux cas, la mission des éditeurs locaux est cruciale. Il s'agit de fournir un espace d'expression suffisamment intéressant pour les auteurs afin que ces derniers privilégient une maison d'édition ultramarine. La responsabilité de la transmission des identités est donc partagée entre auteurs et éditeurs : s'il semble logique que les auteurs privilégient la maison d'édition la plus avantageuse pour leurs ouvrages et que cette responsabilité incombe aux éditeurs, il est aussi bon de rappeler que les maisons d'édition, et en particulier territoriales, ne peuvent s'épanouir dans leur mission de transmission identitaire que grâce à des auteurs dont l'engagement local passe par son choix de maison d'édition. Dans son article *L'édition régionale en Normandie*, si Philippe Rouyer confirme que l'édition régionale doit « constamment lutter contre l'attraction de la capitale », il confère également à l'édition régionaliste une vigueur unique due à la proximité avec son public. Si dans les chiffres, l'édition territoriale reste encore difficile à cerner, faute d'études et de statistiques, cette dernière s'accompagne de véritables enjeux culturels et économiques étroitement liés à la diffusion des savoirs et à la structuration d'un tissu

¹⁰Dans son ouvrage, Bernard Biancarelli traite de l'édition en Corse : si la Corse n'est pas un territoire d'outre-mer, certaines de ses problématiques et constats peuvent également être rapprochées de celles des territoires ultramarins.

éditorial local, comme le souligne Hélène Girard dans son article portant sur les coulisses de l'édition territoriale.

Ainsi, en tant que médiateurs entre représentation locale et public, les éditeurs ultramarins jouent un rôle fondamental dans la construction d'une identité collective. A travers leurs choix de publications, de lignes éditoriales et d'auteurs, les éditeurs s'inscrivent dans une logique culturelle, symbolique et politique où le but principal est de maintenir le lien entre auteurs et publics.

C'est à travers le maintien de ce lien primordial que les maisons d'édition ultramarines trouvent un rôle central dans la transmission des identités locales. Mais cette fonction de transmission ne se limite pas aux auteurs et aux contenus choisis: elle s'incarne également dans la construction des récits, entre structure narrative singulière et valorisation des langues locales.

2. Les langues, les récits et les formes : stratégies de création identitaire

En outre-mer, les éditeurs ultramarins construisent une identité littéraire en valorisant les langues locales et en faisant émerger des formes narratives propres à leurs territoires.

a) La valorisation de la culture à travers les langues locales

Les langues, nationales comme régionales, sont le premier marqueur d'une identité collective. Dans le cas des territoires d'outre-mer, les langues créoles coexistent avec le français et s'effacent devant ce dernier qui est la langue officielle. Parfois, une troisième langue peut venir s'insérer, comme c'est le cas par exemple sur l'île de Saint-Martin où cohabitent le français, l'anglais et un créole tirant sa source dans ces deux langues. En linguistique, une langue est considérée comme créole dès lors qu'une génération l'utilise comme langue maternelle. Quoiqu'il en soit, les langues créoles sont directement issues du colonialisme, le terme «créole» apparaissant dans le contexte du commerce des esclaves entre le XVI^e et le XIX^e siècle. Les langues créoles sont le fruit de la simplification d'une langue, bien souvent, européenne (anglaise, française, espagnole, etc.) accompagnée du mélange de la langue régionale. L'émergence de ces langues créoles découle d'une volonté de se faire comprendre par les européens, certes, mais aussi de se comprendre entre esclaves: ce système de communication émergeant chez les esclaves était un véritable symbole de lutte, une volonté déjà affichée d'appartenance à une communauté. Comme souligné par Bertille Beaulieu dans son article traitant de *l’Affirmation de l’identité dans la littérature cadienne*, « en plus d'être un objet de polémiques, la langue [...] est aussi un moyen privilégié d'affirmer sa différence ». Longtemps mises de côté ou ridiculisées, les langues créoles tendent à être remises sur le devant de la scène par les auteurs et les

éditeurs, signe de reconnaissance nouvelle d'une culture trop longtemps marginalisée et dominée par la norme francophone. Dans les années 80, naît la Créolité, un mouvement littéraire antillais. Bien que largement critiqué par la suite pour ses racines historiques peu solides et son manque d'inclusion de certains territoires ultramarins, cette première émancipation littéraire a permis la mise en avant d'une littérature tournée autour du créole.

Le rôle des éditeurs dans cette quête identitaire est d'accompagner ce choix linguistique et de l'assumer pleinement en le défendant face aux contraintes du marché éditorial. Publier des ouvrages portant sur la langue créole ou écrit en langue créole, est une manière puissante de veiller à la transmission des identités culturelles, mais pas seulement. En effet, c'est aussi un choix politique, culturel et stratégique que de tenter de légitimer cette langue dans l'espace public. La portée politique et identitaire des langues créoles crée un véritable lien entre la littérature créole et le public local. Pour Bernard Biancarelli, l'avènement des récits en langue régionale est « à la fois une bénédiction pour un éditeur qui trouve là une extraordinaire raison d'être (quoi de plus enthousiasmant que de concourir à la sauvegarde de la langue de sa terre ?) et une difficulté éditoriale démultipliée ». En effet, comme évoqué précédemment, ce ne sont pas ici les trois types de public qui sont touchés mais davantage le lectorat local. Les langues créoles tissent des relations intergénérationnelles étroites où la transmission est cruciale. La transmission s'en voit d'ailleurs modifiée avec l'apparition de cette littérature créole. Auparavant, c'est la transmission orale qui primait, centrale dans la culture ultramarine. Ce choix éditorial du créole vient donc cimenter la relation entre culture locale et littérature.

Mais cette proposition linguistique ne trouve pas son utilité uniquement dans la lutte identitaire: elle sert véritablement le récit. Les langues créoles étant nées d'un mélange de plusieurs langues et uniquement, au départ, utilisées à l'oral, la retranscription en français n'était pas toujours évidente. L'introduction des récits en créole tels qu'ils sont transmis depuis des générations vient alors restaurer des rythmes, des imaginaires et des expressions qui avaient perdu leurs sens lors de la traduction en français standard.

La maison d'édition Zamalak s'inscrit parfaitement dans cette démarche de valorisation des langues créoles, avec une ligne éditoriale construite autour des auteurs locaux, du créole réunionnais et d'un engagement culturel dépassant leur entreprise. Avec des ouvrages destinés à la jeunesse, des recueils de *fonnkèr*¹¹ mais aussi des pièces de théâtre, le tout auto-distribué sur l'île de la Réunion, les éditions Zamalak visent et mettent à l'honneur un public créolophone, engagé dans la sauvegarde et la transmission de leur langue locale.

A Saint-Martin, la coexistence de deux langues officielles est un vrai marqueur d'identité. Les ouvrages et la presse comportent systématiquement le texte en français et en anglais, et ce, même pour des journaux de presse distribués à titre gratuit. Les éditeurs et les

¹¹ Poèmes en créole réunionnais

auteurs ont vraiment à cœur de respecter cette particularité géographique qui fait pleinement partie de leur culture locale. C'est notamment le cas de la maison d'édition The Friendly Books qui a toujours réfléchi ses maquettes de sorte à ce que le français et l'anglais puissent coexister sans empiéter sur l'expérience de lecture. Cet exemple est parlant car il nous permet de constater que même dans le cas de beaux-livres, catégorie que l'on pourrait mettre à part de ces préoccupations linguistiques, l'accent est mis sur le respect de l'identité linguistique du territoire.

Ainsi, la langue en tant que vecteur de mémoire et d'appartenance culturelle est au cœur de la dynamique de transmission identitaire portée par les maisons d'édition ultramarines.

Cette valorisation linguistique s'accompagne aussi d'une réflexion sur la manière de raconter: les récits mettent en forme et servent l'expression des identités locales. A la croisée de l'héritage oral, de l'histoire coloniale et d'un engagement politique littéraire nouveau, émergent des genres narratifs spécifiques aux territoires ultramarins.

b) L'émergence de genres narratifs spécifiques aux territoires ultramarins

Dans les territoires ultramarins, profondément marqués par la transmission orale, l'histoire coloniale et la mémoire collective, les genres narratifs émergent souvent en marge des structures littéraires classiques. Des récits hybrides, entre fiction, mémoire et récit de soi collectif, émergent et rassemblent toutes les influences et les enjeux de la production littéraire ultramarine.

Dans son article *Poétique subversive et affirmation identitaire dans les littératures francophones mineures*, Yaya Coly évoque la notion d'« insécurité linguistique¹² ». Cette insécurité linguistique serait l'héritage du traitement dévalorisant accordé aux langues régionales, ici créoles, pendant la période coloniale et post-coloniale. Cela aurait eu pour résultat de faire émerger de nouveaux genres stylistiques et ce, grâce aux auteurs, qui pour se défendre de cette censure psychologique, ont choisi d'écrire avec leurs armes, leurs mots. Dans ce sens, nous pouvons citer Claude Caitucoli qui affirmait que « lorsqu'un individu soumis à un processus d'insécurisation refuse l'autocensure et choisit d'écrire malgré tout, il est conduit à adopter un "style", un comportement linguistique spécifique induit par l'insécurisation ». Ainsi, l'insécurité linguistique, qui visait à faire taire les minorités en faisant sentir les locuteurs illégitimes à la littérature, a eu pour effet de faire naître de nouveaux genres de récits, à la croisée des genres, entre oral, mythes, mémoires et récits collectifs.

¹² COLY, Yaya. Poétique subversive et affirmation identitaire dans les littératures francophones mineures. Diversité REcherche et Terrains. [en ligne]. 2014. Disponible sur: <<https://www.unilim.fr/dire/469>> (Consulté le 17/04/25).

Par ailleurs, la réappropriation des codes littéraires classiques locaux et européens est aussi à l'origine d'un genre de récit nouveau. En effet, nous pouvons prendre l'exemple des lectures de l'imaginaire, où la fiction n'est plus que simple fiction mais devient un véritable outil pour « conceptualiser et interroger certaines catégories problématiques, comme l'identité¹³ ». Elle devient alors très efficace pour schématiser un propos et permet éventuellement de toucher un plus large public. Dans la même idée, les auteurs ultramarins usent aussi de la réécriture de contes locaux, soit en les réécrivant soit en mettant en scène dans un contexte autre les personnages emblématiques de ces mythes¹⁴. Nous pouvons par exemple citer l'autrice réunionnaise Marguerite-Hélène Mahé qui, dans son roman *Sortilèges créoles: Eudora ou l'île enchantée*, revisite la légende de Grand-mère Kalle ou encore les héros Bouqui et Malice qui ont vu leurs histoires transmises oralement depuis des décennies être couchées sur le papier par l'écrivain haïtien Alibée Féry.

Cette transmission orale est d'ailleurs le fondement d'une forme narrative autonome. En effet, est née de cette oralité un style de narration direct, où les voix sont multiples et les récits enchâssés. L'enjeu est alors double pour les auteurs. Dans un premier temps, il n'est pas question de simplement retranscrire l'oral à l'écrit mais plutôt de lui donner véritablement corps. Patrick Chamoiseau, auteur martiniquais depuis longtemps engagé dans la littérature créole, évoquait d'ailleurs cette volonté de « refuser de réduire [la langue créole] à être une langue de la réalité et des échanges quotidiens » pour la faire évoluer en « projet culturel à venir¹⁵ ».

Le second enjeu est de ne pas faire disparaître l'oral au détriment de l'écrit au sein des ouvrages. L'oral doit imposer son rythme, imprimer sa forme et proposer une manière de raconter qui échappe aux conventions d'écriture classique. Pour parvenir à dynamiser et à engager le créole dans la littérature, de nouveaux genres narratifs émergent nécessairement. Patrick Chamoiseau a trouvé son genre narratif, un style littéraire bien particulier à la croisée de la poésie, du roman autofictionnel et de l'écrit politique. Pour tous les auteurs, c'est une réelle nécessité que de trouver sa littérature, le genre narratif le plus approprié à l'histoire que l'on a à raconter. Parfois, ce genre narratif n'existe pas encore ou bien, en opposition à un récit occidental imposé, les auteurs créent leur propre genre mêlant roman historique, essai, roman, etc. pour raconter à travers un genre narratif nouveau, une histoire nouvelle. Dans ce sens, nous pouvons évoquer l'ouvrage *Vintage Photography* de la

¹³ FOURGNAUD, Magali. Pour une approche littéraire de l'identité. Essais. [en ligne]. 2017. Disponible sur: <https://www.researchgate.net/publication/326981664_Pour_une_approche_litteraire_de_l'identite> (Consulté le 16/04/25).

¹⁴ DJOB LI KANA, Edouard. Imaginaires linguistiques dans la fiction postcoloniale francophone: entre revendications identitaires et ouvertures interculturelles. *Mouvances Francophones*. [en ligne]. 2021. Disponible sur: <https://www.researchgate.net/publication/349614726_Imaginaires_linguistiques_dans_la_fiction_postcoloniale_francophone_entre_revendications_identitaires_et_ouvertures_interculturelles> (Consulté le 17.05.25).

¹⁵ ALPOZZO, Marc. Patrick Chamoiseau ou l'oiseau marqueur de paroles. *Presse Littéraire*. [en ligne]. 2006, n°4. Disponible sur: <<http://marcalpozzo.blogspot.com/archive/2010/01/14/43e2571a600023e65dcbb7283d8e94e8.html>> (Consulté le 01.05.25).

maison d'édition The Friendly Books dans lequel les éditeurs ont choisi de mélanger photographies actuelles, archives, témoignages et textes pour produire le livre le plus proche possible de l'image de Saint-Martin qu'ils veulent véhiculer.

Ces nouvelles formes narratives, devenues de véritables outils identitaires, demandent aux éditeurs une certaine réflexion. En effet, ces structures de récits atypiques nécessitent d'être assumées à travers les bons choix éditoriaux (formats particuliers, mise en page repensée, etc.). Le but ici est de valoriser, sous tous les aspects, des productions nécessaires mais hors des sentiers de l'édition métropolitaine.

Ainsi, ces formes narratives naissantes et évolutives incarnent une vision du monde alternative: elles racontent une mémoire et une histoire collectives, une manière de penser, une manière de concevoir la littérature et font du genre littéraire un véritable espace de création identitaire.

Si ces choix formels et linguistiques participent à l'affirmation d'identités littéraires propres, ils ne peuvent pleinement exister sans un ancrage territorial concret. Pour une maison d'édition ultramarine, trouver et se faire une place dans l'espace local est nécessaire, entre reconnaissance culturelle, ancrage institutionnel et liens communautaires.

B. L'ANCRAGE TERRITORIAL ET LA LÉGITIMATION DANS L'ESPACE LOCAL

En outre-mer, l'ancrage territorial est un point essentiel de la légitimation. L'enjeu pour les maisons d'édition est alors de parvenir à exister localement, entre visibilité, reconnaissance et ancrage et de conquérir leur lectorat en conciliant enracinement et ouverture.

1. Exister localement : entre visibilité, reconnaissance et ancrage

Pour s'ancrer localement dans leur territoire, les maisons d'édition ultramarines doivent entretenir et apprivoiser leurs liens avec les institutions culturelles et inscrire leur travail éditorial dans une dynamique nouvelle de proximité avec les communautés locales.

a) Le lien avec les institutions culturelles

Le tissu économique de l'édition ultramarine est fragile: dans ce contexte, le lien avec les institutions culturelles est vital pour la survie financière du milieu. Afin d'assurer malgré tout un ancrage éditorial local, il est nécessaire de mettre en place un dialogue constant avec les structures culturelles existantes.

Dans le cadre des maisons d'édition basée en outre-mer, les institutions outrepassent leurs rôles pour devenir des relais de visibilité et de transmission. Pour commencer, les bibliothèques et les médiathèques assurent la bonne circulation du livre. Dans les territoires ultramarins, leur fonction est aussi de promouvoir un fond local, avec des ouvrages édités par des maisons régionales, des écrits en créole, la mise en avant d'auteurs locaux, etc. Les missions sont les mêmes pour les bibliothèques scolaires où la représentation locale est primordiale. En effet, il est important de créer du lien entre culture locale et institutions scolaires afin de sensibiliser les jeunes et les enfants. Dans ce sens, certaines maisons voient leurs ouvrages certifiés par le ministère de l'Education. C'est notamment le cas pour la maison d'édition Caraïbéditions qui a vu certains de ces ouvrages intégrer la sélection officielle 2022 de la Bibliothèque nationale de France¹⁶. Cette sélection par la BNF légitime leur travail de traduction des classiques de la littérature française en créole et témoigne de la qualité et de la pertinence éducative que leurs ouvrages représentent.

Ces dernières années, plusieurs initiatives visant à faire gagner en visibilité l'édition ultramarine ont vu le jour. Nous pouvons notamment évoquer le programme de résidences à destination des artistes ultramarins en 2023¹⁷ où étaient valorisés les artistes issus de territoire d'outre-mer ou encore l'invitation de la part du ministère des Outre-mer au Festival du Livre de Paris qui a eu lieu en avril 2025¹⁸. A cette occasion, cinq maisons ultramarines ont été conviées au sein de son pavillon, faisant rayonner leurs cultures, leurs travaux et leur permettant de s'inscrire dans le paysage éditorial métropolitain. Également, depuis 2022, la Fédération Interrégionale du Livre et la Lecture (FILL) s'est associée à la Société Française des Intérêts des Auteurs de l'écrit (SOFIA) dans le cadre du dispositif « Territoires du livre ». Ce dispositif a pour but de faciliter « l'accès au livre et à la lecture pour tous les publics et sur tout le territoire » grâce à l'engagement des structures régionales et de leurs partenaires locaux et du soutien financier de la SOFIA. Avec des auteurs invités à se déplacer en région, des rencontres littéraires, des cycles d'ateliers d'écriture et d'illustration, « Territoire du livre » vise un large public avec en cœur de cible les publics les plus éloignés du monde du livre¹⁹.

Concernant les aides financières, nous pouvons citer les Directions régionales des affaires culturelles (DRAC) locales ainsi que les collectivités qui ont pour vocation de dynamiser le secteur de l'édition à la fois avec des financements mais aussi à travers des appels à

¹⁶Wikipédia. *Caraïbéditions* [en ligne]. (Mis à jour le 8 janvier 2025). Disponible sur: <<https://fr.wikipedia.org/wiki/Cara%C3%AFb%C3%A9ditions>> (Consulté le 14/05/25).

¹⁷ Cité Internationale des Arts. *Ondes, programme de résidences à destination des artistes ultramarins*. [en ligne]. (2022). Disponible sur: <<https://www.citedesartsparis.net/fr/programme-ondes-automne-2022>> (Consulté le 14/05/25).

¹⁸ULYSSE, Eline. Le ministère des Outre-Mer fait rayonner la diversité et la pluralité des cultures ultramarines au Festival du Livre de Paris 2025. *Outremers 360*. [en ligne]. 2025. Disponible sur:

<<https://outremers360.com/bassin-atlantique-appli/le-ministere-des-outre-mer-fait-de-nouveau-rayonner-la-diversite-et-la-pluralite-des-cultures-ultramarines-au-festival-du-livre-de-paris-2025>> (Consulté le 01.05.25).

¹⁹FILL (Fédération Interrégionale du Livre et de la Lecture). *Territoires du livre poursuit son développement*. In: *FILL* [en ligne]. (2024). Disponible sur: <<https://fill-livrelecture.org/territoires-du-livre-poursuit-son-deploiement/>> (Consulté le 06/05.25).

projets. De plus, nous pouvons évoquer le travail de certains conseils régionaux comme celui de la Réunion, qui travaille activement pour le monde de l'édition réunionnais en mettant en place plusieurs aides financières accessibles aux éditeurs locaux. Enfin, le Centre national du livre (CNL) propose, comme aux maisons métropolitaines plusieurs aides notamment, l'aide à la publication. Toutes ces institutions participent à l'intégration des maisons ultramarines dans les politiques culturelles nationales mais restent très centrées autour de la métropole. Dans les faits, les maisons d'édition basées en outre-mer ont accès aux mêmes aides que leurs homologues métropolitaines. En revanche, dans la pratique, il existe une dissonance avec la réalité de leur terrain où les freins qui leur sont spécifiques ne sont pas pris en compte: coûts logistiques plus élevés, méconnaissance de leur réalité par les décideurs, isolement, etc.

Par ailleurs, il semblerait que le monde de l'édition ait tendance à être mis de côté au profit d'autres domaines culturels. Par exemple, le pacte en faveur des artistes et de la culture co-signé en mars 2022 par la ministre de la Culture et le ministre en charge des Outre-mer ne fait pas mention du domaine éditorial²⁰. De plus, nous pouvons citer plusieurs aides en faveur de la presse ultramarine comme le décret pour l'aide au pluralisme des titres ultramarins²¹, le décret d'aide exceptionnelle aux titres de presse ultramarins²² ou encore le fond stratégique pour le développement de la presse qui octroie un taux d'aide privilégié aux projets ultramarins (entre 60% et 80% contre 40% pour la presse hexagonale)²³. Ces constatations peuvent nous amener à nous questionner sur l'écart entre les discours de valorisation tenus par les institutions françaises et les pratiques effectives de soutien. Ce questionnement se vérifie aussi dans la difficulté qu'ont les maisons d'éditions ultramarines avec une forte ambition et identité culturelle à faire valoir leur rôle dans l'espace public.

Par ailleurs, il existe un risque de dépendances aux aides publiques qui mettrait en péril la liberté éditoriale des maisons basées en outre-mer. En effet, certains éditeurs se voient contraints de répondre à des appels à projets peu adaptés à leur vision ou à l'écart de leur ligne éditoriale pour s'assurer une stabilité financière. D'autres encore, se retrouvent affectés par nécessité à de l'édition patrimoniale ou locale afin d'entrer dans les critères d'attribution des aides.

²⁰Ministère de la culture. *Politique en faveur des Outre-mer*. [en ligne]. (03/03/2022). Disponible sur: <<https://www.culture.gouv.fr/fr/thematiques/culture-et-territoires/politique-en-faveur-des-outre-mer>> (Consulté le 18/05/25).

²¹Ministère de la culture. *L'aide au pluralisme des titres ultramarins*. [en ligne]. (2022). Disponible sur: <<https://www.culture.gouv.fr/thematiques/presse-ecrite/liste-des-aides-a-la-presse-et-des-appels-a-projets/l-aide-au-pluralisme-des-titres-ultramarins>> (Consulté le 18/05/25)

²²Légifrance, le service public de la diffusion du droit. *Décret n°2020-1383 du 13 novembre 2020 instituant une aide exceptionnelle au bénéfice des titres de presse ultra-marins*. [en ligne]. (Mis à jour le 16 novembre 2020). Disponible sur: <<https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000042521163/2021-02-01/>> (Consulté le 18/05/2025).

²³Ministère de la culture. *Présentation du Fonds pour le développement de la presse*. [en ligne]. Disponible sur: <<https://www.culture.gouv.fr/thematiques/presse-ecrite/liste-des-aides-a-la-presse-et-des-appels-a-projets/1.-presentation-du-fonds-strategique-pour-le-developpement-de-la-presse>> (Consulté le 18/05/25).

Ainsi, les liens avec les institutions culturelles sont bel et bien nécessaires et bénéfiques mais ne sont pas suffisants. Ces aides sont à la fois des leviers d'ancrage dans le monde de l'édition et des sources de tension où s'opposent soutien et dépendance.

Ce lien, bien que crucial, ne suffit donc pas à créer une présence vivante et stable sur les territoires ultramarins: une relation directe et durable doit être établie avec les communautés locales. Créer un lien entre création littéraire, territoires et communautés, c'est s'émanciper de la reconnaissance institutionnelle pour se construire une légitimité plus organique, plus sociale, plus dynamique.

b) Le lien à créer entre création littéraire, territoires et communautés

En outre-mer plus qu'ailleurs, la reconnaissance éditoriale vient davantage de la population, des lecteurs que du monde de l'édition en lui-même. On parle alors de légitimation par le bas. Ainsi, une des premières missions des maisons d'édition ultramarines est la création et la mobilisation d'un lectorat local et concerné. Au sein de ces territoires, il existe déjà un lectorat engagé localement, enclin à soutenir, lire et transmettre le travail des éditeurs régionaux. Pour les autres lecteurs locaux, les maisons d'édition enrichissent leur métier en s'improvisant médiateur culturel: l'inscription dans la vie quotidienne des lecteurs est nécessaire pour s'assurer leur mobilisation. Pour illustrer ce propos, nous pouvons citer les éditions Au vent des Îles, basées à Tahiti en Polynésie française. Ces dernières participent activement à la vie culturelle locale en organisant des événements tels que des lectures publiques ou des rencontres avec leurs auteurs²⁴.

L'enjeu pour ces maisons d'édition est de créer une résonance avec les attendus éditoriaux locaux. Pour cela, il paraît important de valoriser les lieux, les mythes et les particularités de chaque territoire. La maison The Friendly Books, comme évoqué précédemment, veille à proposer des ouvrages bilingues: cela permet de faire sentir au lecteur que non seulement l'éditeur est au courant de cette spécificité géographique, qu'il en tient compte mais aussi qu'il s'engage à valoriser cette différence. Nous pouvons aussi évoquer de nouveau la réécriture des contes, véritable message de transmission de valeurs historiques et culturelles, important pour concerner un lectorat local. Enfin, la publication de récits ou d'ouvrages à propos d'événements locaux est aussi un facteur de cohésion. Le magazine Discover, distribué à titre gratuit sur les îles de Saint-Martin et Saint-Barthélemy, a publié une édition hors-série portant sur l'ouragan Irma, catastrophe dévastatrice survenue en

²⁴Au vent des Îles. *Éditeur, livres du Pacifique*. [en ligne]. Disponible sur: <<https://auventdesiles.pf/>> (Consulté le 27/04/25).

2017 dans les Petites Antilles²⁵. Ce magazine avait rencontré un réel succès et est aujourd'hui devenu une référence éditoriale pour les locaux.

Un autre enjeu des maisons ultramarines est d'humaniser l'édition. En effet, pour beaucoup d'habitants d'outre-mer, la littérature est perçue comme distante et élitiste. Afin de redorer l'image de la littérature, il est nécessaire de s'approprier les représentations: il faut que les lecteurs se reconnaissent dans les ouvrages et dans les valeurs de la maison d'édition. Pour des peuples longtemps exclus des récits, renouer avec la littérature n'est pas chose aisée. Cela souligne une nouvelle fois l'importance d'aller au contact direct de la population en organisant ou en participant à des événements hors des lieux classiques et institutionnels mais aussi en créant des espaces de dialogues autour de rencontres d'auteurs, de lectures publiques ou d'ateliers d'écriture. L'éditeur doit faire naître un sentiment d'appartenance à la maison d'édition chez son public.

Cependant, l'engagement du lectorat n'est pas freiné uniquement par l'image hautaine affiliée au monde de l'édition et de la littérature. En effet, il existe une vraie problématique autour des librairies ultramarines. Dans un article de Marie-Agnès Laffougère intitulé *Dans les Antilles, la difficile réalité des librairies généralistes*, cette dernière dénonce la fermeture à la chaîne des librairies locales, faute d'aides et de financements²⁶. Nous apprenons notamment que le budget acquisition alloué par les collectivités aux librairies est de seulement 1,57 euros en dépit des 2 euros préconisés par le ministère de la Culture. De plus, en raison du coût du livre plus élevé en outre-mer, les libraires remarquent une baisse du nombre de lecteurs: Jean-Claude Malaud affirme qu'« en dix ans, [ils ont] perdu l'équivalent d'une ville de 20 000 habitants ».

De plus, un rapport établi en 2013 par l'Inspection générale de l'administration et l'Inspection générale des affaires culturelles sur le thème des librairies et de l'accès au livre dans les départements d'outre-mer pointait du doigt une politique du livre difficile à implanter dans les territoires ultramarins²⁷. En cause, des difficultés redondantes, dont certaines étaient déjà soulignées en 2001. Ce rapport évoquait notamment comme piste d'évolution, la mise en place de modes de soutien et d'accompagnement diversifiés afin de ne plus couvrir simplement le transport. Enfin, il en arrivait à la conclusion qu'un partenariat durable entre les régions ultramarines et l'Etat pourrait « aboutir aboutir à la conclusion rapide de contrats

²⁵ROSAZ, Karim. Discover Hors Série Irma: 128 photographies d'exception. *Le Pélican, l'information au quotidien de l'île de Saint-Martin, Antilles*. [en ligne]. 9 janvier 2018. Disponible sur: <<https://www.lepelican-journal.com/Discover-Hors-Serie-Irma-128-photographies-d-exception/?reload=true>> (Consulté le 25/02/25).

²⁶ LAFFOUGÈRE, Marie-Agnès. Dans les Antilles, la difficile réalité des librairies généralistes. *Livres Hebdo*. [en ligne]. 2025. Disponible sur: <<https://www.livreshebdo.fr/article/dans-les-antilles-la-difficile-realite-des-librairies-generalistes>> (Consulté le 17/03/25).

²⁷HELMLINGER, Julien. Les librairies et l'accès au livre dans les départements d'outre-mer. *Actualité*. [en ligne]. 2014. Disponible sur: <<https://actualite.com/article/46543/distribution/les-librairies-et-l-039-acces-au-livre-dans-les-departements-d-039-outre-mer>> (16.01.25)

de progrès pour l'économie du livre, ouvrant la voie à une meilleure coordination et à une réelle complémentarité des actions menées en faveur du livre dans les DOM, dans l'esprit de la continuité territoriale, et d'un accès plus aisé des ultramarins à la diversité de la production éditoriale, dont les libraires demeurent aujourd'hui les garants ».

Pour conclure, face à ces enjeux spécifiques, les maisons d'édition ultramarines doivent renforcer leur lien avec les institutions culturelles et créer une relation durable avec leurs communautés locales mais aussi affiner leur connaissance du lectorat régional.

Ces différents enjeux constituent de vrais défis: c'est pourquoi il est crucial d'identifier précisément les lecteurs visés afin d'adapter au mieux sa stratégie éditoriale.

2. Conquérir son lectorat : entre enracinement et ouverture

Entre attachement au territoire et désir de rayonnement, les éditeurs ultramarins doivent identifier les différents publics auxquels ils s'adressent et activer des relais de visibilité comme les salons, la presse ou les événements culturels.

a) L'identification de son public : lecteurs locaux, diasporas, touristes

A la différence des maisons hexagonales, les maisons d'édition ultramarines doivent articuler leurs publications autour d'un lectorat diversifié. Les éditeurs d'outre-mer ne peuvent pas se reposer sur un lectorat unique et homogène. Leur ligne éditoriale est alors à réfléchir dans un espace éclaté, autant géographiquement qu'économiquement et culturellement. Ainsi, identifier son public n'est pas seulement utile d'un point de vue éditorial: cela devient un outil de positionnement identitaire muni d'une dimension politique et économique.

Comme évoqué précédemment, le public de l'édition ultramarine se divise en trois grandes catégories: les lecteurs locaux, les lecteurs issus de la diaspora et les lecteurs amenés par le tourisme. Pour chacun de ces publics, les attentes, les imaginaires et les usages du livre sont très différents.

En premier lieu, nous nous intéresserons au lecteur local. Pour citer de nouveau Bernard Biancarelli, le lecteur local est « majoritairement sensible à la langue, à la recherche et à l'avenir [de la région] ». Pour ce dernier, il est important de proposer des œuvres représentant le territoire tel qu'il est réellement. Pour s'adresser à ce public, il est nécessaire de mettre en avant des sujets dans lesquels les habitants se reconnaissent: ce public est à la recherche d'authenticité. Pour lui, le livre est devenu un objet d'identification locale et de mémoire collective. Cependant, si le lectorat local est le plus proche de l'édition ultramarine physiquement, il n'est pas toujours le plus accessible. Ce public est souvent peu habitué à acheter des livres, et ce pour des raisons économiques, mais pas seulement. En effet, le

public local doit être remis en confiance avec le monde de la littérature, réussir à se défaire de ce sentiment d'illégitimité littéraire imprimé par des années de colonisation et se familiariser avec les représentations nouvelles des outre-mer et de leurs habitants. Ainsi, ce public demande un travail de fond, autant éditorial que social. Il est le point d'ancrage de l'édition ultramarine et le travail des éditeurs est de leur faire une place dans leur ligne éditoriale.

Deuxièmement, nous évoquerons le public issu de la diaspora. Selon Bernard Biancarelli, ce dernier « a l'habitude de revenir dans son île et de chercher ce qu'il a naguère quitté, ses paysages, son folklore, son patrimoine immuable ». Entre dispersion et liens entretenus avec le pays d'origine, le terme diaspora revête aujourd'hui plusieurs significations. En effet, le musée de l'histoire et de l'immigration parle de « multiplication des migrations internationales » engendrant la « recompositions des identités » et le « souci de répondre positivement aux situations de migrations par les populations elles-mêmes »²⁸. L'Organisation internationale pour les migrations (OIM) définit la diaspora comme « les migrants ou les descendants de migrants dont l'identité et le sentiment d'appartenance ont été façonnés par leur expérience migratoire et leur parcours »²⁹. Ainsi, les lecteurs issus de la diaspora attendent de leurs lectures ultramarines une reconnexion avec leur territoire d'origine. Ces derniers vivent généralement en France hexagonale ou à l'étranger et sont davantage habitués et amenés à acheter des livres. Ainsi, l'enjeu des éditeurs ultramarins autour de leur lectorat diasporique est de proposer des ouvrages pointus et de qualité, où les sujets abordés sont profonds mais en lien avec les réalités locales.

Enfin, le dernier type de lectorat des maisons d'édition ultramarines est le public issu du tourisme. Si ces lecteurs semblent difficiles à concilier avec les lecteurs locaux et issus de la diaspora, c'est pourtant souvent eux qui sont les plus rentables pour les éditeurs. Ce dernier public est décrit par Bernard Biancarelli comme un public « qui aborde l'île [...] à la recherche de la confirmation des images véhiculées habituellement sur l'île, parfois à la recherche de nouvelles images, mais rarement avec l'empathie nécessaire à la découverte de l'autre ». Ainsi, ce public aura tendance à se tourner vers des ouvrages qui donnent à voir le territoire comme ils l'ont imaginé ou vu sur les réseaux sociaux. Les livres deviennent alors des souvenirs de vacances et cela influence nécessairement la forme des ouvrages. En effet, pour être un souvenir désirable, le livre doit s'apparenter à un objet-livre dont le format est réfléchi pour être transporté sans encombre et dont la thématique est attrayante. L'enjeu ici est donc de trouver le bon équilibre entre authenticité et universalité, en rendant ses livres le plus attractifs possibles tout en ne trahissant pas l'identité du territoire.

²⁸HARZOUNE, Mustapha. Qu'entend-on par diaspora ? . *Musée de l'histoire de l'immigration*. [en ligne]. 2022. Disponible sur: <<https://www.histoire-immigration.fr/les-mots/qu-entend-on-par-diaspora>> (Consulté le 06/05/25).

²⁹Portail sur les données migratoires. *Migration et développement: diasporas*. [en ligne]. (Mis à jour le 09/06/20). Disponible sur: <<https://www.migrationdataportal.org/fr/themes/diasporas>> (Consulté le 13/05/25).

La maison d'édition The Friendly Books est un parfait exemple des tentatives d'adaptation à ces trois publics différents. En effet, à travers le bilinguisme des ouvrages et leurs livres de recette, les éditeurs s'adressent au public local. Le bilinguisme les inclut et les livres de recette dressent des portraits représentatifs et valorisants d'habitants locaux, qu'ils connaissent et/ou qui leur ressemblent. Ensuite, leur ouvrage sur les photographies vintage de Saint-Martin aura tendance à intéresser les lecteurs issus de la diaspora à la recherche de photographies, d'anecdotes et de témoignages sur l'île qu'ils connaissaient. Enfin, les beaux-livres de photographies aux couvertures chatoyantes et graphiques dont le contenu se compose de paysages paradisiaques de l'île séduiront les touristes qui pourront se remémorer leurs vacances tout en décorant leurs intérieurs d'un beau souvenir de voyage. Ainsi, cette diversité de lectorats pousse les maisons d'édition ultramarines à adopter une ligne éditoriale variée. Cela pourrait sembler vain mais cette capacité d'adaptation à autant d'attentes différentes fait partie de l'identité éditoriale des maisons d'outre-mer. Ces trois types de publics construisent ensemble un paysage éditorial à la fois géographique, symbolique et économique. Cependant, pour que cette ligne éditoriale plurielle atteigne ces lecteurs, il est nécessaire que le livre circule, soit visible, reconnu.

Dans des territoires où les canaux de diffusion traditionnels sont trop fragiles, ce sont les salons du livre, la presse et les événements culturels qui tissent un lien vivant avec le public.

b) Le salon du livre, la presse et les événements comme outils de reconnaissance

Lorsque la circulation du livre est compliquée, il est parfois nécessaire pour l'éditeur lui-même d'aller à la rencontre de son public. Trop souvent exclus des circuits de communication hexagonaux, les acteurs de la chaîne du livre ultramarine se les réapproprient et créent leurs propres canaux. Ces derniers permettent aux maisons d'édition ultramarines de se faire connaître, de se construire une réputation locale et surtout, d'établir une relation directe et authentique avec leurs publics.

Les salons du livre, depuis toujours lieux de légitimation et d'échanges, ont fait leurs apparitions depuis plusieurs années dans les territoires d'outre-mer. Ces salons locaux dynamisent le marché du livre ultramarin et permettent aux maisons d'édition locales de s'ancrer régionalement. Lancé en 2000 sous l'impulsion de l'autrice Maryse Condé, autrice guadeloupéenne, et d'Amédée Huyghues-Despointes, le festival *Écritures des Amériques* est un pionnier des festivals littéraires d'outre-mer. Depuis 25 ans, il a pour maître-mot l'inclusion: « Loin d'être un événement réservé aux amateurs de "belles lettres", ce festival est un véritable kaléidoscope culturel ». Il a également pour ambition la prise en main des représentations régionales: « Le Festival *Écritures des Amériques* [...] casse tous les

clichés » et représente « un espace de dialogue et de partage pour promouvoir la diversité des imaginaires³⁰ ». Ont suivi plusieurs festivals comme le salon régional du livre de Guadeloupe, le salon Insu Livre à Saint-Pierre-et-Miquelon ou encore le festival En pays rêvé mettant à l'honneur les productions littéraires martiniquaises.

Si ces festivals locaux confèrent une légitimité et une reconnaissance locales importantes, les manifestations en France hexagonale et dans le reste du monde ne sont pas à négliger. Nous pourrions par exemple évoquer le Salon International du Livre d'Abidjan (SILA) qui, en 2025, a choisi de mettre en avant les voix caribéennes et antillaises à travers le thème « Livres, racines ». Ce festival ivoirien n'est pas le seul à mettre en lumière la Caraïbe en 2025. En effet, comme évoqué plus haut, cinq maisons d'édition ultramarines seront présentes au Festival du Livre de Paris. A travers des manifestations culturelles telles que ces deux salons, les éditeurs d'outre-mer sont exposés à un public élargi, national et international. Pour ces derniers, la participation ou l'invitation à des salons littéraires, autant régionaux qu'internationaux, est un fort marqueur symbolique de reconnaissance.

Même si la presse a aujourd'hui quelque peu perdu de sa superbe et de son influence avec l'avènement d'Internet et des réseaux sociaux, elle reste tout de même un canal de communication privilégié et empreint d'une certaine légitimité. Cette image de la presse comme acteur majeur de la vente du livre est coriace, et ce, même dans les territoires d'outre-mer. Comme évoqué précédemment, cette dernière connaît un terrain plutôt fertile dans les régions ultramarines avec plusieurs aides mises en place. Encore aujourd'hui, près de 95% des français lisent tous les mois au moins une marque de presse³¹. Pour les éditeurs, apparaître dans la presse locale est un véritable outil de communication de proximité. La confiance souvent établie entre les journaux et journalistes locaux et leurs lecteurs bénéficie aux maisons d'édition évoquées dans les papiers. A travers des entretiens menés avec des auteurs ou des éditeurs, des chroniques littéraires, des relais d'évènements autour du monde du livre, l'apparition dans la presse locale est depuis toujours essentielle pour exister dans un territoire. Pour les outre-mer, nous pouvons citer le média indépendant Antilla Martinique qui propose une rubrique consacrée à la littérature composée d'actualités littéraires locales, de publications d'auteurs martiniquais et d'informations à propos d'évènements culturels locaux à venir³². Par ailleurs, la presse nationale, bien que beaucoup plus difficile à atteindre, permet d'élargir son champ d'action et, grâce à sa légitimité qui est encore plus forte, de faire connaître son nom. Cependant, le monde du livre ultramarin reste

³⁰TAC, Ambre. Le festival écritures des Amériques, édition 2024. *Le média TAC*. [en ligne]. 18/11/2024. Disponible sur: <https://travelart.fr/litterature-en-guadeloupe-festival-ecritures-des-ameriques/> (Consulté le 16/05/25).

³¹Alliance pour les chiffres de la presse et des médias. *Résultats OneNext Global S1 2023*. [en ligne]. Disponible sur: <https://www.acpm.fr/Actualites/Toute-l-actualite/Actualites-generales/RESULTATS-ONENEXT-GLOBAL-S1-2023> (Consulté le 12/05/25).

³²Antilla Martinique | Avec vous depuis 1981. *Littérature*. [en ligne]. Disponible sur: <https://antilla-martinique.com/category/litterature/> (Consulté le 28/01/25).

encore exclu de la presse hexagonale, avec des apparitions peu nombreuses et des sujets souvent survolés.

Enfin, les événements culturels permettent de tisser du lien et de faire exister physiquement sa maison d'édition. En participant à des marchés du livre, des lectures publiques, des ateliers, des festivals, les éditeurs s'ancrent de manière efficace dans leurs territoires. Ces types d'événements renforcent le lien communautaire avec le public et permettent de prendre place au sein d'un groupe, notamment avec d'autres artistes, des institutions, des écoles, etc. La maison d'édition The Friendly Books a participé cette année à un marché organisé par le prestigieux hôtel de La Samanna. Aux côtés d'autres artisans locaux, les éditeurs ont exposé leurs livres à une catégorie de clients nouveaux, ouvrant leurs ventes mais pas seulement. En effet, ces derniers ont aussi lié une relation professionnelle avec l'hôtel: à l'annonce de la sortie de leur prochain livre pour octobre 2025, La Samanna en a financé la publication à hauteur de 200 exemplaires.

Ainsi, la reconnaissance éditoriale dans les territoires d'outre-mer n'est pas qu'une question de publicité: elle se construit à travers la visibilité publique, la présence physique et la participation à l'espace culturel commun. Les salons, la presse et les événements culturels sont ainsi autant d'outils de légitimation indirects: ils permettent d'affirmer l'existence de sa maison d'édition, de faire circuler ses publications et de renforcer son identité au sein d'un champ éditorial dominé.

Pour autant, cette quête de reconnaissance n'est pas sans conséquence. Dans un champ éditorial structuré par des logiques économiques et dominé par l'édition hexagonale, les maisons d'édition ultramarines doivent composer avec des attentes extérieures. Ces attentes, parfois formulées par les institutions, parfois induites par les publics, transforment et façonnent la liberté créative des éditeurs. Cette dernière se voit notamment affectée lorsque l'ancrage territorial, souvent perçu comme une façon d'affirmer son identité éditoriale, devient une injonction à éditer du local. Cette tension, entre liberté éditoriale et attente implicite, constitue une contrainte majeure dans l'édition ultramarine.

C. ENTRE LIBERTÉ CRÉATIVE ET ATTENTES EXTÉRIEURES

En outre-mer, les maisons d'édition évoluent dans un espace de création marqué par des tensions fortes. Entre injonction au local et attentes institutionnelles et commerciales, leur liberté éditoriale se construit sous pression.

1. L'injonction au local comme contrainte éditoriale

Pour les éditeurs non basés à Paris, la spécialisation territoriale devient un passage presque obligé, au risque d'un enfermement thématique et d'un rayonnement très faible au-delà des frontières locales.

a) Le poids du marché dans la spécialisation territoriale

Dans l'édition ultramarine, la publication d'ouvrages portant sur la valorisation du territoire est bien souvent la direction première et évidente que prennent les éditeurs. Cet ancrage territorial n'est alors plus seulement un choix éditorial: il devient une condition d'existence et de reconnaissance locales et se transforme peu à peu en injonction au local, notamment pour correspondre aux attentes du marché et des différents publics. L'édition ultramarine passe alors de la volonté de valoriser son territoire à l'obligation implicite de territorialisation, sous peine de voir ses ouvrages invisibilisés et/ou non financés.

Cet attrait, personnel ou commercial, pour les ouvrages territoriaux découle d'une pression que fait peser le marché de l'édition sur les éditeurs régionaux. Dans un article du Monde, Marion Mazauric, la fondatrice de la maison Au diable Vauvert, souligne la difficulté pour les maisons en région de s'émanciper des productions régionalistes « La France est un pays bien trop centralisé; les gens pensent que si l'on s'installe en région, c'est pour y faire du régionalisme³³ ». Installée dans le Gard, elle ne pâtit pas des mêmes injonctions que les maisons ultramarines mais dénonce cependant cette pression, qui pèse d'ores et déjà sur des maisons basées en métropole. Dans ce même article, la journaliste Françoise Lazare affirme qu'il peut paraître surprenant que pour les éditeurs installés en région « l'histoire, la géographie, les langues régionales soient des thèmes mineurs ». Cette constatation montre bien que l'image des maisons d'édition régionales est encore trop étriquée. De plus, elle s'oppose à la suite de l'article qui, d'après les chiffres du SNE, affirme que l'édition régionaliste ne représente pas plus de 5% des livres publiés. Or, les maisons d'édition non basées à Paris représentent bien plus que 5% des maisons d'édition françaises. Le parallèle entre l'étonnement de voir que des éditeurs basés en région ne se tournent pas vers une ligne éditoriale territoriale et le pourcentage de livres régionalistes publiés montrent bien que le monde du livre parisien a encore une image erronée des maisons en région.

De plus, la pression est également institutionnelle avec des aides et des appels à projets valorisant les projets régionalistes des maisons d'édition non basées à Paris. Mais cette

³³LAZARE, Françoise. Des éditeurs choisissent la province pour affirmer leur indépendance. *Le Monde*. [en ligne]. 2005. Disponible sur:

<https://www.lemonde.fr/international/article/2005/07/07/des-editeurs-choisissent-la-province-pour-affirmer-leur-independance_670429_3210.html> (Consulté le 07.05.25).

pression n'est pas seulement induite par Paris: elle est également instaurée par le marché touristique, ce dernier étant un marché très lucratif pour les maisons ultramarines.

Ainsi, si cette affirmation identitaire territoriale semble au départ être une bonne manière de s'affirmer dans un champ éditorial compliqué, elle peut rapidement se transformer en une étiquette tenace sans laquelle il est difficile de s'épanouir économiquement. Entre autocensure et identité régionale figée, certaines maisons perdent de vue leur ligne éditoriale: cela nuit à l'innovation, à l'émergence de nouvelles voix et au développement du monde du livre ultramarin. Quelques rares maisons d'outre-mer essayent tout de même de s'émanciper des injonctions au local. Nous pouvons citer Ozril Edition³⁴, maison fondée par des auteures réunionnaises, qui publie du young-adult, de la romance, du fantastique, etc. sans jamais évoquer l'île de la Réunion.

Ainsi, ce positionnement régionaliste n'est pas toujours volontaire: il est parfois lié à la nécessité de survivre économiquement. Pour séduire les lecteurs, issus du tourisme et de la diaspora, et pour recevoir les aides des institutions, il est souvent nécessaire de se plier aux attentes qui pèsent sur une maison d'édition basée en région. Cela n'est pas forcément une mauvaise chose. Tout d'abord, il ne faut pas occulter les difficultés économiques des éditeurs régionalistes et diaboliser les aides institutionnelles. En effet, ces derniers évoluent dans un marché de niche, peu mis en avant. De plus, nous pouvons espérer que la mise en place d'aides allouées aux maisons régionales pour la production d'ouvrages territoriaux n'est pas volontairement restrictive. Cela semble préférable de faire appel à des éditeurs concernés et instruits sur les réalités locales plutôt qu'à des plus grosses maisons parisiennes, qui, certes ne nécessiteraient pas d'aides financières, mais dont le travail serait bien éloigné du terrain. Enfin, cette tendance à mettre en avant les régions naît certainement d'une volonté de combler les vides littéraires qui existent dans le monde du livre, avec une surreprésentation de l'édition parisienne.

En conclusion, il est donc nécessaire pour les éditeurs ultramarins de trouver le bon équilibre entre richesse territoriale et frontière créative, entre aides économiques, bien souvent nécessaires, et affirmation éditoriale. Cependant, cette quête d'équilibre est fragile.

En répondant aux injonctions extérieures, les maisons d'édition d'outre-mer s'exposent au risque d'enfermement thématique. Cette concentration autour de l'identité locale, si elle répond à des attentes légitimes, peut aussi restreindre les imaginaires, réduire la diversité des catalogues et donc, affaiblir le rayonnement au-delà des frontières régionales.

³⁴Ozril Editions. *Maison d'édition réunionnaise*. [en ligne]. Disponible sur: <<https://www.ozril-editions.com/collections/>> (Consulté le 27/04/25).

b) Les risques d'enfermement thématique et d'affaiblissement du rayonnement

Comme évoqué précédemment, l'ancrage territorial peut être un marqueur identitaire fort et porteur. Cependant, à trop penser territorial, certaines maisons peuvent s'enfermer thématiquement de manière involontaire: elles ne sont alors attendues et citées que pour leurs écrits ultramarins et/ou créoles. Cela réduit de fait leur portée, leur audience et renforce leur marginalisation éditoriale tout en freinant leurs ambitions littéraires. L'édition ultramarine est, dans les esprits, bien souvent réduite au rôle de valorisation du territoire: on attend d'elle qu'elle nous raconte son territoire, nous transmette sa culture et fasse office de conteuse et gardienne des mémoires locales. Subissant déjà le manque de moyens, l'éloignement géographique et les vestiges du colonialisme, ce rôle attribué d'office contribue à illégitimer le marché du livre ultramarin. Les maisons d'édition ultramarines peinent alors à trouver leur place et ne s'essayent que rarement à la publication de littérature générale, de récits de science-fiction et de tant d'autres genres encore. A ce propos, nous pouvons évoquer les raisons de la présence de cinq maisons ultramarines au festival du livre de Paris 2025. Dans un article publié sur *Outremers 360*³⁵, la journaliste Eline Ulysse commence par écrire que les maisons d'éditions et auteurs ultramarins étaient jusqu'alors « absents ou peu représentés » au sein de ce festival. Elle affirme ensuite que le ministère des Outre-mer fait avec cette invitation « d'une pierre deux coups: donner de la visibilité à la littérature ultramarine en faisant une place à ses auteurs et à ses maisons d'édition et amener la mer et ses enjeux au plus près du grand public pour célébrer l'année de la mer ». Si cette dernière raison peut sembler anodine, elle vient cependant confirmer que les maisons d'édition ultramarines ne sont pas invitées seulement pour leurs écrits: elles sont conviées pour leur statut d'outre-mer. Si les cinq maisons avaient une ligne éditoriale basée sur la mer et les océans, cela viendrait contrebalancer. Cependant, hormis la maison tahitienne *Au vent des Îles* qui propose dans son catalogue quelques ouvrages portés sur l'océan Pacifique, les quatre suivantes (*les Presses universitaires antillaises*, *Idem Editions*, *Editions experts équilibre* et *Mon autre France*) ont des lignes éditoriales tournées vers leurs territoires respectifs mais nullement vers la mer.

D'autre part, même lorsqu'une maison d'édition ultramarine décide de ne pas orienter ses publications vers la valorisation territoriale, ses œuvres à portée universelle se retrouvent tout de même évoquées sous le prisme du territoire d'origine. Nous évoquions plus haut les *Editions Ozril*: bien que très éloignées d'une ligne éditoriale régionaliste, l'évocation de leurs publications sans mention de la Réunion semble difficile. Ce rapprochement perpétuel peut les écarter des circuits de reconnaissance officiels comme les prix littéraires ou parasiter le message transmis dans l'ouvrage. Ainsi, le risque est de créer un marché de niche plutôt

³⁵ULYSSE, Le ministère des Outre-mer fait rayonner la diversité et la pluralité des cultures ultramarines au Festival du Livre de Paris

que d'élargir son audience. Pour éviter cela, certains auteurs ultramarins prennent la décision de publier hors de leur territoire d'origine, bien souvent dans des maisons parisiennes. C'est notamment le cas de l'auteur réunionnais, Jean-François Samlong. Ce dernier est le fondateur de l'Union pour la Défense de l'Identité Réunionnaise (UDIR), maison d'édition prenant la forme d'une association. Pour autant, aucun de ses livres n'y est publié. Samlong a, pour bon nombre de ses romans, fait le choix de maisons d'édition telles que Gallimard ou Grasset. C'est notamment le cas de ses romans les plus mis en avant comme *Un soleil en exil* (2019), faisant partie de la sélection prix Médicis 2019 ou *La nuit du cyclone* (1992). Ce dernier livre a été réédité par les éditions Caraïbéditions en 2021, après une première publication aux éditions Grasset. Son premier livre, quant à lui, a d'abord été publié par les éditions Jacaranda, maison réunionnaise avant d'être réédité récemment par la maison Orphie, également réunionnaise. Son dernier livre, paru en 2023, a été édité chez Caraïbéditions. Entre son premier et son dernier livre, tous deux édités par des maisons ultramarines, la majorité de ses romans sont publiés chez Gallimard et Grasset. Ce rapide panorama des romans de Jean-François Samlong nous donne à voir toute la complexité de l'édition en outre-mer, tant pour les auteurs que les éditeurs. Le fait que Samlong ait commencé par être publié au sein de la maison Jacaranda avant de migrer vers Grasset montre la difficulté d'accès pour des auteurs ultramarins méconnus aux grandes maisons parisiennes. Cela souligne aussi l'incompatibilité entre reconnaissance littéraire et publication ultramarine pour les auteurs. Cependant, la publication de son dernier roman, *Tour d'orgueil*, chez Caraïbéditions, démontre la volonté de l'auteur de mettre en avant l'édition d'outre-mer. Le parcours de Samlong est donc en définitive celui de bien des auteurs ultramarins: un premier livre édité localement pour se faire connaître, les suivants publiés par des maisons parisiennes puis un retour aux sources une fois la reconnaissance littéraire accordée. Mettre de côté, temporairement ou non, ses racines ultramarines permet aux auteurs de faire rayonner leurs œuvres au-delà de leurs territoires d'origine. A contrario, les maisons d'éditions qui décident de s'émanciper de leurs racines et des injonctions au local qui y sont liées, perdent en visibilité. Déjà peu représentées dans les palmarès littéraires et les réseaux de prescription nationaux, celles qui s'écartent du local se voient encore davantage exclues. En effet, ces dernières ne correspondent pas à ce que l'on attend des maisons ultramarines.

Ainsi, entre injonction au local, nécessité de visibilité et stratégie de contournement, la ligne éditoriale des maisons ultramarines se construit dans une tension permanente.

Cette tension est accentuée par les aides économiques et les appels à projets, cruciaux dans la survie économique des maisons ultramarines mais souvent accompagnés d'exigences implicites. S'ajoutent donc aux nombreuses tensions que nous avons évoqué, la

prise en compte des attentes institutionnelles et commerciales, qui, sous couvert de soutien, peuvent devenir des forces de formatage.

2. La prise en compte des attentes institutionnelles et commerciales

Pour survivre dans un écosystème fragile, les maisons d'édition ultramarines doivent parfois composer avec des dispositifs d'aide dont les critères se situent entre la valorisation et le formatage, tout en tentant de maintenir une ligne éditoriale indépendante.

a) Les aides et appels à projets : opportunité ou formatage ?

Dans un contexte de fragilité économique et structurelle, les aides institutionnelles constituent un levier incontournable pour les maisons d'édition ultramarines. Souvent des petites structures, ces maisons dépendent fortement des aides accordées par le CNL, les DRAC ou encore les collectivités locales. Ces aides permettent de dynamiser la production, tendent à améliorer la diffusion et stabilisent la rémunération des auteurs. Pourtant, elles s'accompagnent souvent de critères d'éligibilité très orientés comme la publication d'ouvrages territoriaux, patrimoniaux ou bien à destination de la jeunesse locale. La collectivité territoriale de Corse a par exemple publié une aide intitulée « Aide à la promotion de la culture corse » dont le seul critère d'éligibilité est le suivant: « Peuvent bénéficier de cette aide les personnes morales de droit privé établies en Corse dont l'objet social inclut la conduite de projet culturel et/ou la commercialisation de biens culturels³⁶ ». La région Bretagne valorise également son territoire en proposant des subventions pour les ouvrages bilingues français/gallèse: « L'intervention régionale ne peut porter que sur les ouvrages totalement bilingues, le texte en gallo devant correspondre entièrement au texte en langue française. Il ne peut être admis un déséquilibre qu'en faveur du gallo³⁷ ».

Ces dispositifs de soutien, en imposant ces critères, orientent la production et façonnent les lignes éditoriales régionales, notamment ultramarines. Pour ces dernières, ces aides sont souvent la condition même de la parution d'un ouvrage, mais elles ne sont pas neutres. Les projets financés sont souvent des contenus culturels, patrimoniaux et éducatifs, reléguant au second plan les formes littéraires plus expérimentales ou les sujets non liés au territoire. Certains éditeurs d'outre-mer finissent par adapter leur production à ces attendus pour maximiser leurs chances d'être soutenus. Ces financements peuvent par ailleurs permettre de débiter dans le monde de l'édition pour ensuite s'épanouir dans d'autres publications grâce aux rendements. Encore faut-il que les ouvrages financés le permettent. En effet, ces livres territoriaux n'ont pas de portée universelle: entre public restreint et marché de niche,

³⁶FILL (Fédération Interrégionale du Livre et de la Lecture). *Aide à la promotion de la culture corse*, Collectivité territoriale de Corse. [en ligne]. Disponible sur:

[<fill-livrelecture.org/guide-des-aides/aide-a-la-promotion-du-livre-collectivite-territoriale-de-corse/>](http://fill-livrelecture.org/guide-des-aides/aide-a-la-promotion-du-livre-collectivite-territoriale-de-corse/) (Consulté le 21/04/25).

³⁷Région Bretagne. *Langue gallèse - Edition d'ouvrages*. [en ligne]. Disponible sur: [Langue gallèse – Édition d'ouvrages · Région Bretagne](http://Langue.gallèse-Édition.d'ouvrages.Région.Bretagne) (Consulté le 21/04/25).

ces publications ont rapidement tendance à être invisibilisées. Nous pouvons par exemple évoquer les appels à projets régionaux ciblés « jeune public local » : avec des ouvrages d'histoire et de biologie vulgarisés la plupart du temps, la publication de ce type de projets ne permet pas aux éditeurs d'étendre leur lectorat, bien au contraire. Ainsi, pour les éditeurs régionaux, il semble nécessaire de réfléchir à ce que ces aides impliquent pour leurs lignes éditoriales : les critères d'attributions des aides peuvent devenir un guide déguisé de ce que l'on attend de l'édition ultramarine.

Par ailleurs, les aides des institutions peuvent aussi consolider les attentes extérieures évoquées dans la partie précédente. Les maisons ultramarines doivent constamment négocier entre ce qu'elles veulent publier et ce qu'elles doivent publier pour survivre. Cela pose véritablement la question de la liberté éditoriale qui, ici, semble chimérique.

Pour la maison d'édition The Friendly Books, cette question s'est posée lorsque la collectivité de Saint-Martin les a contactée. Le projet était le suivant : publier un ouvrage sur la collectivité composé d'une partie historique et d'une partie valorisation des employés (portraits photographiques, description de parcours, etc). Bien loin de leur ligne éditoriale originale, les éditeurs se sont tout de même positionnés sur ce projet afin de bénéficier des financements alloués par la collectivité. A terme, cela est censé leur fournir des fonds supplémentaires pour l'édition de nouveaux ouvrages et, éventuellement, leur faire une petite promotion auprès des agents de la collectivité.

Ainsi, il est évident que les aides institutionnelles sont nécessaires à l'édition et à la production ultramarine. Toutefois, avec des critères si restrictifs d'attribution, elles participent à la stigmatisation de l'espace éditorial ultramarin et contribuent à l'uniformisation des productions locales et au renforcement des rapports de dépendance.

Ce maintien dans une sorte de standardisation place les éditeurs ultramarins face à un dilemme : comment affirmer une ligne éditoriale indépendante tout en répondant aux exigences du marché ?

b) Le maintien sous pression d'une ligne éditoriale indépendante

Au vu de la dépendance des maisons ultramarines aux aides des institutions, il semble pertinent de s'interroger sur ce qu'il reste de l'indépendance éditoriale dans un tel contexte. Dans cet écosystème fragile, l'autonomie n'est jamais acquise : elle se défend au quotidien. Entre fidélité à un territoire, ajustements stratégiques et pressions économiques, conserver une ligne éditoriale indépendante n'est pas évident. Dans son essai *Le luxe de l'indépendance*, Julien Lefort-Favreau affirme que « l'indépendance désigne des relations dynamiques, sans stabilité ni pérennité, [elle] ne décrit pas un état objectif des choses ».

Dans une publication de la revue culturelle *Délibéré*, la journaliste Juliette Keating fait écho aux écrits de Julien Lefort-Favreau et confirme que « l'indépendance est une lutte de tous les jours pour inventer un positionnement tenable et résoudre la tension entre contestation du marché de l'édition et nécessaire prise en compte de ses réalités »³⁸. Ainsi, l'indépendance ne veut pas dire faire abstraction des attentes, quelles qu'elles soient, mais plutôt composer avec elles tout en essayant de maintenir une cohérence éditoriale. Nous pouvons noter trois types de contraintes auxquelles sont soumis les éditeurs ultramarins, et plus largement, les éditeurs régionaux: la pression institutionnelle, pour rester éligible aux aides, la pression commerciale, pour être rentable et visible dans un marché saturé et enfin, la pression culturelle, qui découle d'une volonté de représenter une voix locale ou communautaire.

Pour faire face à ces pressions multiples, les maisons d'édition mettent en place plusieurs stratégies. Tout d'abord, la création de collections spécifiques au sein de leur catalogue pour y publier des ouvrages à la portée différente. Nous pouvons par exemple évoquer Caraïbéditions³⁹. Cette maison divise sa collection de roman, de bandes-dessinées ou encore d'albums jeunesse en deux onglets: ouvrages en français et ouvrages en créole (ou créole/français): cela permet de ne pas égarer ses lecteurs lors de leurs recherches, qu'ils soient francophones ou créolophones. La relation avec les auteurs est également importante pour le maintien d'une ligne éditoriale cohérente. Enfin, pour les éditeurs indépendants, il est primordial de réfléchir chaque livre publié: en refusant la surproduction et en valorisant chaque publication, ils s'engagent à publier moins, mais publier mieux.

Ainsi, il ne faut pas idéaliser cette notion d'indépendance: elle est souvent relative et sous tension. Cette pression est d'autant plus forte que la survie financière des maisons d'édition indépendantes repose sur un équilibre délicat. L'indépendance éditoriale existe bel et bien, mais cette dernière n'a d'autres choix que de cohabiter avec la dépendance. Pour conclure, les maisons ultramarines qui revendiquent une ligne autonome ne le font pas sans contrainte: cette capacité à la maintenir découle de choix éditoriaux exigeants, de compromis et, certaines fois, de renoncements douloureux.

Entre construction identitaire, ancrage territorial, libertés créatives et attentes extérieures, les maisons d'outre-mer construisent leur identité dans un équilibre toujours précaire. Mais cette tension éditoriale et identitaire ne saurait être pleinement comprise sans prendre en compte la réalité matérielle qui est celle des territoires ultramarins. Au-delà des préoccupations créatives et identitaires, l'édition ultramarine repose sur des fondations

³⁸KEATING, Juliette. Dérisonnable indépendance. *Délibéré*. [en ligne]. 2021. Disponible sur: <<https://delibere.fr/deraisonnable-independance/>> (Consulté le 07.05.25)

³⁹Caraïbéditions. *Caraïbéditions*. [en ligne]. Disponible sur: <<https://www.caraibeditions.fr/>> (Consulté le 07/02/25).

structurelles et économiques fragiles. Confrontée à un marché restreint, à une faible structuration professionnelle et à des inégalités profondes dans l'accès aux ressources, l'édition ultramarine ne manque pas de défis.

PARTIE II

PRODUIRE SOUS CONTRAINTE : LOGIQUES DE DÉPENDANCE ET MARGINALISATION STRUCTURELLE

Entre fragilité économique et dépendance aux financements publics, inégalités logistiques de diffusion-distribution et absence persistante dans les réseaux nationaux de légitimation, les éditeurs d'outre-mer évoluent dans un écosystème déséquilibré, où la création se heurte sans cesse à des logiques de marginalisation.

A. LA FRAGILITÉ ÉCONOMIQUE ET LA DÉPENDANCE FINANCIÈRE DE L'ÉDITION ULTRAMARINE

Confrontée à un marché local restreint et peu rentable, l'édition ultramarine doit composer avec une forte dépendance aux politiques culturelles nationales, qui conditionnent en grande partie sa survie.

1. L'édition en outre-mer face aux réalités du marché

L'édition ultramarine évolue dans un contexte économique fragile dû en partie à un lectorat local en difficulté. Les difficultés d'accès aux aides publiques et privées aggravent cette précarité.

a) Un rectorat restreint et une rentabilité limitée

Au milieu des préoccupations éditoriales et de rayonnement culturel, se pose pour les maisons ultramarines la question de la taille de leur marché local. Dans ces territoires insulaires, le nombre d'habitants y est nécessairement limité. De plus, le lectorat n'est pas seulement fragmenté géographiquement: il l'est aussi culturellement et socialement. Pour ces maisons d'édition, cela implique donc un marché intérieur restreint engendrant un nombre de tirages plus faible avec des ventes limitées et par conséquent, une rentabilité plus difficile à atteindre.

Les territoires d'outre-mer sont moins densément peuplés, à même échelle que la France hexagonale, et voient de surcroît cette population dispersée. En effet, nous pouvons prendre l'exemple de la Polynésie française, qui est découpée en plusieurs archipels ou encore l'île de Saint-martin, qui voit sa population diviser sur deux territoires distincts. Cela réduit une première fois le marché local de l'édition ultramarine.

De plus, selon des chiffres de l'INSEE publiés entre novembre 2024 et avril 2025, le taux d'adultes souffrant de fortes difficultés à l'écrit est nettement supérieur dans les territoires

d'outre-mer. Tout d'abord, l'Agence nationale de lutte contre l'illettrisme (ANLCI) affirme que les personnes vivant dans les territoires ultramarins ont 2,5 fois plus de risques de souffrir d'illettrisme ou de pâtir de fortes difficultés en français⁴⁰. Pour avoir une idée de l'inégalité qui sévit entre la France hexagonale et les territoires d'outre-mer, nous donnerons quelques chiffres représentatifs. En Martinique, 13% de la population âgée de 18 à 64 ans rencontrent des difficultés face à l'écrit, donc 9% de difficultés jugées fortes⁴¹. En Guadeloupe, ce sont 16% dont 12% jugées fortes⁴². A La Réunion, c'est 17%, soit 91 000 personnes qui souffrent de difficultés à l'écrit⁴³. En Guyane, 41% des adultes souffrent de difficultés en français, dont 39% de difficultés élevées⁴⁴. Enfin, à Mayotte, ce ne sont pas moins de 61% d'adultes qui rencontrent des difficultés à l'écrit⁴⁵. Tous ces chiffres s'opposent à ceux de l'Hexagone: 10% des adultes souffrent de difficultés à l'écrit en France métropolitaine. Si ces chiffres peuvent s'expliquer par la cohabitation de plusieurs langues sur les territoires d'outre-mer, il semble évident que l'illettrisme ultramarin découle majoritairement d'un problème structurel et politique. En effet, dans le rapport établi sur la Guyane, il est précisé « qu'une part bien plus importante qu'ailleurs des adultes n'a jamais été scolarisée, en particulier au sein de l'école française ». Si ces chiffres dépassent largement le champ d'action du monde de l'édition, ils n'en restent pas moins impactant pour ce dernier.

Ces difficultés en français écrit découlent directement d'un problème sous-jacent. En effet, toujours dans les rapports établis par l'INSEE, un lien entre illettrisme et pauvreté est clairement établi: « Les conditions de vie pendant l'enfance jouent un rôle clé dans l'apprentissage du français: les difficultés à l'écrit concernent bien plus souvent les personnes qui ont connu des conditions de vie précaires. Elles peuvent être renforcées par un parcours migratoire ». Dans un rapport établi par le Conseil économique, social et environnemental (CESE) intitulé *Dix préconisations pour le pouvoir d'achat en Outre-mer*⁴⁶, il est explicité que « la problématique du pouvoir d'achat est l'une des principales causes de tension sociale en Outre-mer ». Les territoires ultramarins comptent 900 000 personnes vivant sous le seuil de pauvreté. Avec des prix et des écarts de plus en plus élevés par

⁴⁰Agence nationale de lutte contre l'illettrisme (ANLCI). *L'illettrisme en chiffres. Des chiffres pour éclairer les décisions*. [en ligne]. Disponible sur: <<https://www.anlci.gouv.fr/illettrisme/lillettrisme-en-chiffres/>> (Consulté le 26/04/25).

⁴¹CHANTEUR, Bénédicte, ZAVALA, Fernando. En Martinique, un adulte sur huit est en difficulté face à l'écrit. *INSEE*. [en ligne]. 2024, n°72. Disponible sur: <<https://www.insee.fr/fr/statistiques/8275668>> (Consulté le 26/04/25).

⁴²CHANTEUR, Bénédicte, ZAVALA, Fernando. Un Guadeloupéen de 18 à 64 ans sur six rencontre des difficultés à l'écrit en 2022. *INSEE*. [en ligne]. 2024, n°84. Disponible sur: <<https://www.insee.fr/fr/statistiques/8275762#onglet-2>> (Consulté le 26/04/25).

⁴³GAROCHE, Bruno., MEKKAOU, Jamel. A la Réunion, un adulte sur six en difficulté à l'écrit en français. *INSEE*. [en ligne]. 2024, n°92. Disponible sur: <<https://www.insee.fr/fr/statistiques/8279889>> (Consulté le 26/04/25).

⁴⁴CHANTEUR, Bénédicte, ZAVALA, Fernando. En Guyane, quatre adultes sur dix sont en difficulté face à l'écrit. *INSEE*. [en ligne]. 2024, n°73. Disponible sur: <<https://www.insee.fr/fr/statistiques/8275440>> (Consulté le 26/04/25).

⁴⁵GAROCHE, Bruno., MEKKAOU, Jamel. A Mayotte, six adultes sur dix sont en difficulté à l'écrit en langue française. *INSEE*. [en ligne]. 2024, n°38. Disponible sur: <<https://www.insee.fr/fr/statistiques/8542864>> (Consulté le 26/04/25).

⁴⁶Vie publique | Au cœur du débat public. Dix préconisations pour le pouvoir d'achat en Outre-mer. In: *République Française*. [en ligne]. (13/10/25). Disponible sur: <<https://www.vie-publique.fr/rapport/291486-dix-preconisations-pour-le-pouvoir-dachat-en-outre-mer>> (Consulté le 26/04/25).

rapport à la France hexagonale, 55% des personnes interrogées affirment devoir renoncer à des dépenses du quotidien pour assurer les dépenses essentielles.

Cette dernière constatation achève de rendre compte des difficultés auxquelles sont soumises les maisons d'édition en termes de lectorat local et de rentabilité. Dans des territoires où l'accès à l'éducation est difficile et le pouvoir d'achat très faible, les éditeurs doivent pouvoir compter sur d'autres ressources, notamment les aides publiques et privées.

Cependant, ces aides, censées combler les fortes inégalités structurelles du marché, ne sont ni garanties ni facilement accessibles.

b) Des difficultés d'accès aux aides publiques et privées

Si l'on compte de nombreux dispositifs d'aides financières pour les maisons d'édition, existence ne rime pas nécessairement avec accessibilité. D'une part, les maisons ultramarines, souvent peu professionnalisées, n'ont pas toutes les clés en main ni pour être informées de l'existence de toutes ces aides ni pour monter des dossiers, parfois complexes, d'attribution. D'autre part, la plupart de ces aides sont pensées pour et depuis la France hexagonale, avec des critères et des réflexions bien éloignées des réalités ultramarines. Nous pouvons par exemple citer l'Aide aux maisons d'édition pour la publication d'ouvrages mise en place par le Centre national du livre⁴⁷. Pour prétendre à cette aide, il est mentionné que la maison d'édition doit « disposer de contrats de diffusion et de distribution pour la France ou, à défaut, d'une diffusion dans un réseau stable de librairies (au moins une vingtaine) à l'échelle nationale ». Ce critère élimine d'emblée bon nombre de maisons ultramarines, dont les territoires ne comportent pour la plupart pas tant de librairies et pour qui la diffusion-distribution est un des obstacles majeurs de rayonnement. Cette condition obligatoire prouve bien que les critères d'attribution ne prennent pas en compte les réalités du marché éditorial d'outre-mer. Ce manquement était d'ailleurs évoqué en 2020, lorsque le ministère de la Culture était saisi par Viviane Malet, sénatrice de La Réunion⁴⁸. Elle évoquait les grandes difficultés auxquelles se heurtaient les organismes de presse écrite dans les territoires ultramarins. Si sa prise de parole était au sujet de la presse écrite, la description qu'elle fait du marché concorde en tout point avec celui de l'édition: « Leurs difficultés tiennent à des raisons structurelles liées au modèle économique historique du secteur exacerbées par la situation de leurs territoires (exiguïté du marché, éloignement, niveau d'alphabétisation, coûts de production, etc.) ». Dans sa question, madame Malet fait « le constat qu'à une absence de dispositif spécifique d'aide à la presse d'outre-mer s'ajoute

⁴⁷Centre National du Livre. *Aide aux maisons d'édition pour la publication d'ouvrages*. [en ligne]. (Mis à jour en 2025). Disponible sur: <<https://centrenationaldulivre.fr/aides-financement/subvention-aux-editeurs-pour-la-publication-d-ouvrages>> (Consulté le 21/04/25).

⁴⁸Sénat. *Difficultés rencontrées par les entreprises de presse écrite des outre-mer*. [en ligne]. (30/07/20). Disponible sur: <<https://www.senat.fr/questions/base/2020/qSEQ200717478.html>> (Consulté le 21/04/25).

une difficulté accrue d'accès aux aides de droit commun ». Elle ajoute également que les organes de presse d'outre-mer se verraient refuser des aides pourtant accordées à leurs homonymes métropolitains. Ses constatations évoquent bien la position délicate dans laquelle se trouve aussi les maisons d'édition ultramarines, avec des aides difficilement accessibles et, de toutes les façons, peu, voire pas, adaptées à leurs réalités. Dans le reste de son dossier, elle demande à ce que les offres existantes en métropole soient adaptées aux réalités du terrain ultramarin, majorées pour combler les inégalités et que leur accès soient facilités pour les entreprises concernées.

Enfin, les aides régionales et territoriales ne sont pas nécessairement plus accessibles. Dans le cas de The Friendly Books, la collectivité de Saint-martin n'a pas été en mesure de leur fournir d'aide car cette maison d'édition existe sous le statut d'entreprise privée. Le statut d'entreprise privée, à la différence d'une entreprise publique, leur permet d'être soumis à moins de contraintes réglementaires, leur permettant une plus grande autonomie de gestion et une plus grande flexibilité. En effet, les entreprises publiques appartiennent en grande partie à l'Etat ou à une collectivité publique, et nécessitent donc l'intervention de l'Etat: cela est très complexe à mettre en place pour des petites structures. De plus, la création d'une entreprise publique est beaucoup plus coûteuse en démarche administrative et, comme vu précédemment, les structures ultramarines sont souvent peu professionnalisées. Ainsi, ce critère d'attribution des aides territoriales réduit encore une fois les possibilités pour les maisons d'édition d'outre-mer, la plupart naissant logiquement sous le statut d'entreprise privée.

Ainsi face aux difficultés découlant du lectorat et des difficultés d'accès aux aides, les éditeurs se tournent vers les grandes institutions culturelles nationales comme le Centre national du livre (CNL) et les Directions régionales des affaires culturelles (DRAC). Cependant, ces dispositifs ne sont pas exclus des questionnements autour du formatage de la production éditoriale ultramarine.

2. Une dépendance aux politiques culturelles nationales

Face à l'insuffisance des ressources locales, les maisons d'édition ultramarines dépendent largement des politiques culturelles nationales, entre soutien parfois normatif et instabilité chronique des financements qui entretiennent leur précarité structurelle.

a) Le rôle du Centre national du livre et de la Direction régionale des affaires culturelles: soutien ou contrôle ?

Le Centre national du livre est, pour les outre-mer et l'Hexagone, l'institution de référence en termes d'aides éditoriales. Le CNL est un établissement public dépendant du

ministère de la Culture dont le but est de soutenir tous les acteurs de la chaîne du livre et de la lecture. Avec plus de 23 millions d'euros d'aides attribuées en 2024, le CNL est l'institution de référence pour les maisons d'édition.

Les Directions régionales des affaires culturelles, ou Direction des affaires culturelles (DAC) pour les territoires d'outre-mer, s'occupent de relayer les politiques culturelles à l'échelle territoriale. Les DAC sont des services déconcentrés du ministère de la Culture et de la Communication placés sous l'autorité des préfets. Cette déconcentration devrait permettre des prises de décision plus adaptées aux outre-mer avec des services placés au cœur des territoires ultramarins. En plus de faire appliquer les lois et les réglementations émises par le ministère de la culture, elles assurent des « fonctions diversifiées d'étude, d'expertise, de conseil, d'impulsion et d'animation, de contrôle et d'évaluation⁴⁹ ». Ainsi, la mission première des DAC est l'inscription de « la culture comme vecteur du développement économique, facteur d'épanouissement personnel et de cohésion sociale ». Cependant, malgré l'intervention des DAC, les spécificités territoriales liées à l'insularité et aux difficultés d'accès au matériel ne sont encore que trop peu prises en compte. Ce manquement handicape grandement les maisons d'édition ultramarines, qui voient leurs réels problèmes laissés sans solution. Par ailleurs, l'existence d'un ministère des Outre-mer soulève beaucoup de questionnements chez les habitants de ces territoires. Fred Constant, dans son ouvrage *Géopolitique des outre-mer. Entre déclassement et (re)valorisation* fait mention de ce rapprochement forcé en affirmant que « La simple qualité d'outre-mer ne suffit pas en tant que telle pour situer ces territoires dans une problématique et une échelle communes⁵⁰ ». En effet, les territoires ultramarins français sont extrêmement diversifiés et loin d'avoir tous les mêmes réalités et les mêmes besoins. Ainsi, le fait de placer tous ces territoires sous la coupe d'un seul et même ministère interroge les populations locales. C'est pour cela que, même avec la mise en place des DAC au sein des territoires d'outre-mer, les dispositifs d'aides restent toujours inadaptés aux réalités du terrain. Les critères, souvent bien trop rigides et calibrés par rapport à la métropole, excluent les maisons ultramarines. De plus, nous avons évoqué précédemment le critère d'attribution des aides du CNL portant sur la diffusion. Ce critère n'est pas le seul discriminant les petites structures. Toujours pour la même aide, nous pouvons citer le critère exposant le nombre d'exemplaires à prévoir. Avec un minimum de 500 tirages⁵¹, ce critère achève de mettre de côté bon nombre de maisons d'édition ultramarines.

⁴⁹Préfet de la Martinique. *Coordonnées et horaires de la DAC*. [en ligne]. (05/12/22). Disponible sur :

<<https://www.martinique.gouv.fr/Services-de-l-Etat/Culture/DAC/Coordonnees-et-horaires-de-la-DAC>> (Consulté le 03/05/25).

⁵⁰CONSTANT, Fred. *Géopolitique des Outre-Mer: entre déclassement et (re)valorisation*. Paris: Le cavalier bleu, 2023, 208p.

⁵¹Centre National du Livre, Aide aux maisons d'édition pour la publication d'ouvrages

Ce sont donc ces critères métropolitains imposés aux maisons ultramarines qui induisent un formatage éditorial: derrière l'accompagnement culturel, une certaine idée de la norme éditoriale apparaît.

Pour conclure, il est évident que le rôle du CNL et des DAC est essentiel dans le paysage éditorial ultramarin. Cependant, il est également indéniable que ces acteurs pourraient jouer un rôle encore plus important en prenant réellement en compte les spécificités des territoires d'outre-mer. Ce survol des difficultés que l'outre-mer rencontre rend leurs actions ambivalentes: ils permettent aux maisons d'édition d'exister, mais les contraignent à s'adapter aux cadres éditoriaux métropolitains, bien trop éloignés de leurs réalités.

Au-delà de ces cadres parfois inadaptés, c'est aussi l'instabilité même de ces soutiens qui fragilise les éditeurs ultramarins.

b) La discontinuité des financements et la précarité structurelle des maisons d'édition ultramarines

Les nombreuses aides mises en place et évoquées précédemment ne s'inscrivent pas dans une logique de pérennité. Ponctuels et associés à des projets précis, ces dispositifs impliquent le renouvellement des demandes pour chaque nouveau projet, fatiguant les structures et entravant leur stabilité. La lenteur des réponses, les délais d'attribution et les changements de critère d'une aide à l'autre renforcent cette instabilité et fragilisent de ce fait la planification éditoriale et la rentabilité.

Par ailleurs, les aides accordées au monde de la culture sont soumises à des modifications dues aux changements d'ordre politique. Cela est d'autant plus vrai pour les territoires ultramarins, qui sont également tributaires des bouleversements du ministère des Outre-mer.

Enfin, cette précarité est renforcée par l'isolement géographique et le manque de reconnaissance nationale. Dans les territoires ultramarins, peu de syndicats et de regroupements structurés sont actifs et les liens entre les éditeurs eux-mêmes sont difficiles. Cela transforme les éditeurs en acteurs isolés, bien souvent multitâches et rarement professionnalisés. La maison The Friendly Books n'a par exemple pas de salariés et fonctionne sur un engagement individuel qui est celui de Thomas Proust. Ce dernier ne vit par ailleurs pas de l'édition de ses livres mais plutôt de son métier de graphiste free-lance. Cela montre que l'édition ultramarine peine à se professionnaliser et à offrir de véritables perspectives d'évolutions.

Ainsi, l'absence de financements durables empêche les maisons d'édition ultramarines de consolider leur modèle économique et de construire une vision éditoriale stable. Cette

instabilité structurelle découle également de leur isolement géographique, administratif et professionnel.

La fragilité économique et la dépendance financière des maisons ultramarines illustrent ainsi les logiques de contraintes avec lesquelles elles doivent cohabiter. Cependant, ces dépendances financières ne sont pas le seul aspect de marginalisation. Cette dernière se manifeste également dans la circulation du livre, véritable cœur des inégalités structurelles.

B. LA DIFFUSION-DISTRIBUTION DE L'ÉDITION ULTRAMARINE : AU CŒUR DES INÉGALITÉS STRUCTURELLES

« Cet outil, la distribution, est particulièrement difficile à mettre en œuvre et à pérenniser. Il est pourtant le rouage essentiel d'une maison d'édition de petite taille. Sans une diffusion-distribution efficace, il est inutile de pouvoir espérer tenir le coup très longtemps.⁵²»

Les maisons d'édition ultramarines, se heurtant à des circuits logistiques inadaptés à leurs réalités territoriales, cherchent des alternatives afin de contourner les inégalités structurelles avec lesquelles elles sont en proie.

1. Des circuits logistiques inadaptés aux réalités ultramarines

Les surcoûts, les délais allongés et les inégalités d'accès aux ouvrages sont autant de contraintes expliquant la faible présence des maisons d'édition d'outre-mer dans les circuits de distribution nationaux.

a) Surcoûts, délais, inégalités d'accès aux ouvrages

Dans les territoires d'outre-mer, plusieurs maillons de la chaîne du livre se réfléchissent différemment en raison des coûts et des délais supplémentaires. Pour commencer, dans le prix de revient d'un exemplaire, il est nécessaire de prendre en compte le prix du transport entre l'imprimeur et la maison d'édition. En 2017, le député Jean-Hugues Ratenon interpellait le ministère de l'Economie et des Finances au sujet de la surtarification de l'envoi de colis vers ou depuis l'outre-mer. Il faisait état des écarts significatifs de tarifs d'expédition: « Alors que l'envoi d'un colis d'1 kg entre les départements de l'Hexagone coûte 7,50 euros, il revient à 13,90 euros ou 16,60 euros de l'outre-mer vers la métropole. Et si c'est un colis de 10 kg l'écart est encore plus flagrant : 18,90 euros pour la France

⁵²BIANCARELLI, L'édition corse, une histoire singulière

métropolitaine ; 45,50 euros ou 96 euros pour l'outre-mer »⁵³. Si les éditeurs bénéficient probablement de prix avantageux, cela donne une idée du surcoût que cela représente pour eux. Dans un article publié par le Soualiga Post en 2018, la journaliste Estelle Gasnet fait un état des lieux des aides au transport attribuées par l'Etat⁵⁴. Pour commencer, avant la dérogation de la loi Lang accordée aux librairies d'outre-mer, « le coût global du transport était évalué à 1,5 % du montant de leurs achats pour les libraires métropolitains, le coût supporté par les libraires des DOM s'échelonnait à l'orée des années 2000 à des montants de 2 à 4,5 fois supérieurs ». L'État a ensuite mis en place des aides au transport qui ont finalement diminué, faute de rentabilité pour lui: aujourd'hui, l'État prend en charge 100% du transport en bateau et 50% du transport par avion. Cela impacte nécessairement les délais d'acheminement, qui se voient rallongés si l'éditeur ou le libraire décide de profiter de la prise en charge de l'État. Ces délais d'acheminement à rallonge affectent considérablement les librairies avec un fort décalage entre la parution officielle et la disponibilité réelle sur place, et ce, même si la librairie fait le choix d'un envoi aérien.

Concernant les réseaux ultramarins de bibliothèques et l'accès au livre, nous nous appuyons sur l'*Atlas des bibliothèques territoriales*, publication réalisée par le service Livre et lecture du ministère de la Culture⁵⁵. Publié en 2024, il dresse un portrait édifiant de l'accès aux ressources culturelles publiques dans les départements et collectivités d'outre-mer. Un des premiers chiffres clés est celui du nombre d'habitants résidant à moins de 10 minutes en voiture d'une bibliothèque: il nous est indiqué que « 89 % des populations non desservies vivent dans une zone rurale en France métropolitaine, contre 54 % des populations non desservies en outre-mer ». Cette comparaison nous permet de conclure que, même sans habiter dans des zones rurales, près de 50% de la population ultramarine n'a pas accès à une bibliothèque à moins de 10 minutes, contre 11% pour les habitants de l'Hexagone. Par ailleurs, c'est également dans les territoires d'outre-mer que nous trouvons le plus faible taux d'emprunt avec moins de 3,5% des habitants empruntant des documents. D'autres graphiques nous montrent c'est également en outre-mer que les dépenses acquisitions sont les plus faibles. La diversité et la qualité de l'offre documentaire s'en trouvent alors touchées et laissent grandement à désirer par rapport à leurs consœurs métropolitaines. Enfin, ce sont les nombres de lieux de lecture qui sont les plus parlants avec des chiffres dérisoires en comparaison de la France hexagonale.

⁵³Assemblée nationale. *Surtarification de l'envoi de colis vers ou depuis l'outre-mer*. [en ligne]. (05/12/17). Disponible sur: <<https://questions.assemblee-nationale.fr/q15/15-3554QE.htm>> (Consulté le 07/05/25).

⁵⁴GASNET, Estelle. Comment est fixé le prix des livres en outre-mer. *Soualiga Post, toute l'actualité de Saint-Martin & de Sint Maarten*. [en ligne]. 2018. Disponible sur: <<https://www.soualigapost.com/fr/actualite/20537/d%C3%A9cryptage/comment-est-fix%C3%A9-le-prix-des-livres-en-outre-mer>> (Consulté le 07/05/25).

⁵⁵Ministère de la Culture. Atlas des bibliothèques territoriales françaises. In: *HAL open science* [en ligne]. (2024). Disponible sur: <<https://shs.hal.science/halshs-04444109v1/document>> (Consulté le 07/05/25).

Toutes ces réalités logistiques pèsent lourdement sur la circulation des ouvrages ultramarins. Cela explique en partie leur faible présence dans les circuits de distribution nationaux, rendant leur visibilité sur le marché éditorial français à la fois fragile, partielle et dépendante de réseaux extérieurs inadaptés.

b) La faible présence dans les circuits de distribution nationaux

Le phénomène de concentration du monde de l'édition s'observe également dans la diffusion-distribution. En 2005, cinq diffuseurs-distributeurs se partageaient 90% du marché, dont deux en contrôlaient 60%. Ces chiffres, qui n'ont aujourd'hui guère changé, donnent une idée de la difficulté à s'imposer lorsque l'on est une maison d'édition ultramarine. En effet, les grands diffuseurs-distributeurs métropolitains, comme Hachette, sont peu enclins à intégrer des éditeurs ultramarins à leurs catalogues. Avec des volumes de vente considérés trop faibles et des livres souvent à rotation lente, les maisons ultramarines manquent de rentabilité pour eux. Dans un article publié dans le *Bulletin des Bibliothèques de France*⁵⁶, Luc Pinhas souligne que la difficulté pour les écrits non métropolitains à être diffusés-distribués est « de longue date et demeure fortement problématique pour de larges pans de l'édition francophone⁵⁷ ». Par ailleurs, l'auteur considère que l'édition francophone est largement ignorée dans l'Hexagone et fait le lien avec la mauvaise opinion que le marché éditorial métropolitain en aurait « comme si elle n'existait pas ou, pire, ne publiait que des ouvrages « sans qualités » ». Enfin, il souligne les difficultés logistiques auxquelles sont confrontées ces maisons notamment les tirages faibles, la distance et les coûts du transport. Julien Denieuil, dans le chapitre 5 de son ouvrage *Concentration éditoriale et bibliodiversité: quels enjeux pour les livres ?*, finit de condamner les méthodes des grands diffuseurs-distributeurs⁵⁸. Denieuil déplore les critères de sélection souvent inatteignables pour des petites maisons: « un éditeur doit justifier de nombreuses garanties économiques, d'une rentabilité potentielle de ses ouvrages. Il doit en outre disposer d'un catalogue d'au moins quelques titres ». Il déplore également les choix intéressés que sont amenés à faire les diffuseurs-distributeurs métropolitains, qui ne sélectionneraient des ouvrages produits par des maisons indépendantes que si ces derniers peuvent être imprimés à très bas prix ou bien pour redorer leur image de marque, avec des éditeurs déjà reconnus pour leurs travaux. Ainsi, il existe également une fracture entre la vision de l'édition qu'ont les éditeurs

⁵⁶PINHAS, Luc. La difficile diffusion en France de l'édition francophone. *Bulletin des bibliothèques de France*. [en ligne]. 2012, n°6, p.47-50. Disponible sur: <<https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2012-06-0047-011>> (Consulté le 20/04/25).

⁵⁷ Ici, l'édition francophone désigne « la production de livres en langue française en dehors du territoire hexagonal français [...] ». Nous y incluons donc les départements et territoires d'outre-mer, non seulement parce que, étrangement, les statistiques douanières, de même que celles du SNE, les considèrent comme des territoires étrangers, mais aussi du fait que leurs problématiques de diffusion et de distribution du livre apparaissent assez similaires à celles des éditeurs situés par exemple en Afrique subsaharienne ou au Québec.

⁵⁸ DENIEUIL, Julien. La concentration de la diffusion, de la distribution et des canaux de vente. In: *Concentration éditoriale et bibliodiversité*. [en ligne]. Paris: l'Harmattan, 2012, 172p.. Disponible sur: <https://www.scolibris.fr/fichier/imgCK/108364738Concentration_diffusion_DENIEUIL.pdf> (Consulté le 28/04/25).

indépendants et les gros diffuseurs-distributeurs métropolitains. Une question d'ordre éthique vient alors s'ajouter à celles d'ordre logistique comme le souligne Juliette Keating pour *Délibéré*: « Choisir le distributeur qui livrera partout et le plus vite conduit certains éditeurs indépendants à recourir à la puissance des grands groupes au risque de manquer de cohérence quand leur ligne éditoriale est en opposition avec la logique de rentabilité et de profits qu'incarnent ces gros distributeurs, filiales des groupes Lagardère (Hachette) ou Bolloré (Editis)⁵⁹ ». Pour des éditeurs qui s'efforcent de proposer des ouvrages engagés politiquement et culturellement, le message envoyé par leurs choix de partenariats est important, dans un souci d'éthique personnelle mais aussi de cohérence.

Enfin, les difficultés pour les maisons d'édition ultramarines résident également dans la présence en librairies métropolitaines. La surproduction éditoriale noient complètement les productions indépendantes. Julien Denieul place au cœur du problème les grands groupes, qui, « lancés dans une course effrénée au bestseller saturent le marché et encombrant les étals des librairies » obligeant les éditeurs indépendants « à disparaître ou [à] se laisser absorber ».

Pour conclure, les problématiques auxquelles font face les maisons d'édition ultramarines sont similaires à celles des maisons d'édition indépendantes. Malgré tout, les éditeurs d'outre-mer se voient alourdis de contraintes propres à leurs territoires à savoir l'insularité, l'éloignement tant géographique que culturel et la marginalisation historique dans les circuits de distribution nationaux.

Pour faire face à cet enchevêtrement de contraintes, les éditeurs mettent en place des stratégies de contournement, portées par alternatives locales, qui redéfinissent les contours d'une circulation du livre plus adaptée à leurs réalités.

2. Des alternatives locales en construction

Face à l'invisibilisation au sein des circuits de distribution nationaux, les maisons d'édition d'outre-mer développent des alternatives locales comme la vente en directe et les partenariats avec des librairies indépendantes, tout en exploitant les opportunités offertes par le numérique et les réseaux sociaux.

a) La vente directe et les partenariats avec des librairies indépendantes

Pour faire face aux géants métropolitains de la diffusion-distribution, les éditeurs métropolitains mettent en place des circuits locaux, basés sur la coopération entre acteurs de la chaîne du livre, mais pas seulement. Par exemple, la maison d'édition The Friendly

⁵⁹KEATING, Juliette. Diffuser l'indépendance. *Délibéré*. [en ligne]. 2021. Disponible sur: <<https://delibere.fr/edition-independante-diffusion/>> (Consulté le 07/05/25).

Books travaille avec la librairie locale, La Librairie du bord de mer: pour ce point de vente stratégique, ils ont fait fabriquer une présentoir de taille humaine aux couleurs de la maison afin de mettre en valeur leurs ouvrages. Mais ce point de vente n'est pas le seul avec qui travaille The Friendly Books. En effet, pour pallier le manque de librairies sur le territoire, les maisons d'édition ultramarines se dispersent et diversifient leurs points de vente. Ainsi, Thomas Proust a démarché personnellement des épiceries locales, des boutiques de souvenirs ou encore des magasins emblématiques de l'île. Il s'occupe également du réapprovisionnement des stocks et veille à la bonne mise en place de ses ouvrages en s'y rendant régulièrement. Nous pouvons par exemple citer la boutique-souvenirs de l'aéroport international Princesse Juliana, devenu leur point de vente le plus rentable, la célèbre boutique Love SXM, qui leur consacre un corner entier, ou encore le restaurant iconique Calmos Café, un incontournable de Grand Case. Tous ces points de vente permettent une présence sur la totalité de l'île et dans des lieux de vie et de passage. Grâce aux ventes en direct, les éditeurs voient leurs marges par ouvrage augmenter, créent une relation avec leur public et contrôlent la mise en valeur de leurs ouvrages.

Par ailleurs, les événements locaux comme les marchés, les foires ou les salons du livre sont aussi un endroit idéal pour créer un réseau local de vente. Nous avons par exemple évoqué précédemment le salon d'artisanat local organisé par l'hôtel emblématique de la Samanna, à Saint-Martin. En plus des ventes réalisées, ce salon permet de tisser des liens avec d'autres artisans locaux: ces liens sont indispensables dans des territoires comme ceux d'outre-mer.

Enfin, il semble important de s'attarder sur le rôle crucial que jouent les librairies indépendantes. Avec des relations fondées sur la proximité avec le public, la connaissance du territoire et l'envie de faire vivre une bibliodiversité locale, les éditeurs et les libraires ultramarins sont des partenaires indissociables. Pour commencer, nous pouvons évoquer la librairie d'origine martiniquaise La Cas'a Bulles, spécialisée en bande-dessinées et en littérature jeunesse. Forte de son succès, elle s'est déployée en Guadeloupe puis en Guyane. Sur ce dernier territoire, elle se transforme en librairie généraliste et est décorée du label Librairie Indépendante de Référence (LIR) du ministère de la Culture et de la Communication⁶⁰. Nous pouvons également citer les librairies Autrement, localisées à la Réunion. Avec deux librairies placées à des points stratégiques de l'île, le libraire assure un rayonnement territorial important pour ses ouvrages. Enfin, la librairie Calypso est située à Paris mais puise son essence en Guadeloupe, où la fondatrice est née. Avec une sélection d'ouvrages tournée uniquement vers les territoires ultramarins, la librairie met en avant les

⁶⁰ Association internationale des libraires francophones. *Librairie Cas'à bulles*. [en ligne]. Disponible sur: <https://www.librairesfrancophones.org/amerique-libraires/guyane-francaise/item/711-librairies-cas-a-bulles.html> (Consulté le 11/05/25).

productions éditoriales d'outre-mer. Pour chacun de ces lieux, le rôle d'une librairie s'est développé pour devenir de véritables lieux de vie, de rencontres et de transmissions culturelles. Toutes organisent des rencontres avec des auteurs, des ateliers littéraires ou manuels et font ainsi rayonner non seulement l'édition ultramarine mais aussi la culture.

Ainsi, ces stratégies locales compensent l'exclusion des grands circuits, en recentrant la diffusion sur le territoire. Elles permettent une forme d'ancrage communautaire où le livre redevient un objet vivant, circulant à échelle humaine: les éditeurs et les libraires reprennent du pouvoir sur la diffusion-distribution. Toutefois, ces méthodes ne sont viables qu'un temps car l'autodiffusion « représente un énorme travail et il arrive en général un moment où ce système atteint une limite et empêche la maison d'édition de progresser⁶¹ ».

Si ces alternatives locales permettent de tisser un réseau de proximité, elles trouvent vite leurs limites en matière de visibilité et de rayonnement. Pour élargir leur lectorat au-delà de leurs frontières, les éditeurs ultramarins investissent alors l'espace numérique.

b) Le rôle du numérique et des réseaux sociaux dans la visibilité éditoriale

Dans un article intitulé *Les médias sociaux au service du marketing territorial: une approche exploratoire*, les auteurs font le constat suivant: « Le réseau Internet, par ses caractéristiques et ses capacités technologiques, est un outil de communication très performant. Et comme le développement actuel de son utilisation l'a rendu incontournable, toutes les organisations, quelles que soient leurs champs d'activité, se doivent d'intégrer aujourd'hui ce média dans leur stratégie de communication.⁶² ». Cela se vérifie parfaitement dans le monde de l'édition, qui a largement introduit ce nouveau dispositif dans ses stratégies de communication. Pour les maisons ultramarines, il représente un outil à faible coût dont les fonctionnalités et les possibilités sont nombreuses. Il est par exemple possible de présenter des ouvrages ou de mettre en avant des auteurs tout en créant une relation directe avec son lectorat: concernant les maisons d'outre-mer, le lectorat visé par les réseaux sociaux est plutôt le lectorat diasporique et touristique. Cependant, les réseaux sociaux sont également un outil identitaire et communautaire. Les auteurs de l'article *Les médias sociaux au service du marketing territorial : une approche exploratoire*, évoquent le rôle du public local en affirmant que les réseaux sociaux donnaient l'opportunité « aux divers publics concernés de près ou de loin par le territoire, d'être de véritables acteurs de la communication et même du développement du territoire ». Cette participation active

⁶¹DENIEUIL, La concentration de la diffusion, de la distribution et des canaux de vente

⁶²BARABEL, Michel., MAYOL, Samuel., MEIER, Olivier. Les médias sociaux au service du marketing territorial: une approche exploratoire. *Management et avenir*. [en ligne]. 2010, n°32, pages 233 à 253. Disponible sur: <https://shs.cairn.info/article/MAV_032_0233?tab=texte-integral> (consulté le 12/02/25).

proposée aux followers couplée à la proximité induite par le fonctionnement des réseaux sociaux font donc de ces derniers des ambassadeurs majeurs du « marketing territorial ».

Par ailleurs, la grande majorité des maisons d'édition ultramarines possèdent un site internet. Un certain nombre d'entre elles sont également des points de vente numériques et en direct. C'est notamment le cas de la maison The Friendly Books, qui propose un onglet boutique via lequel il est possible de se procurer les livres par commande. D'autres maisons choisissent d'être vendues sur des plateformes comme Amazon ou la Fnac.

Ces trois méthodes de vente indépendantes, bien que prometteuses, ont leurs limites. Dans un premier temps, l'exploitation efficace des réseaux sociaux n'est pas atteignable à tous. En effet, pour la maison The Friendly Books, les réseaux, et plus précisément Instagram, sont dotés d'une logique algorithmique difficile à apprivoiser. Malgré une présence quotidienne, des interactions, des partages et des publications, le compte de la maison reste en deçà des espérances de son propriétaire. Cet exemple montre bien qu'avoir à sa disposition des outils performants ne suffit pas: il est nécessaire de se les approprier. De plus, la sur-sollicitation numérique créée par les réseaux sociaux demande du temps, de la régularité mais aussi l'établissement d'une stratégie éditoriale concrète et une capacité d'adaptation et d'apprentissage constante.

Dans un second temps, les onglets de boutique en ligne demandant une logistique bien rodée et prenante. Les frais de transport, comme évoqué précédemment, peuvent aussi être un frein et faire diminuer les marges des éditeurs. Cette dernière contrainte est d'autant plus vraie lorsque les éditeurs décident de faire appel à des géants comme Amazon, qui leur promettent davantage de visibilité, au détriment de leurs marges. De plus, dans des catalogues aux références innombrables, difficile pour des productions locales de ne pas être noyées.

Dans l'édition d'outre-mer plus qu'ailleurs, le livre numérique peine quant à lui à se faire une place. Dans des territoires où le rapport au livre est encore symbolique et en construction, l'objet-livre reste très ancré. Dans un article cité précédemment d'Actualitté sur les librairies et l'accès au livre dans les départements d'outre-mer, il est mentionné que le livre numérique est effectivement difficilement accessible. Pourtant, l'édition numérique pourrait être une nouvelle stratégie de diffusion exemptée d'une partie des contraintes logistiques auxquelles sont soumises les maisons ultramarines. En effet, les livres numériques contourneraient les délais d'acheminement et feraient disparaître les problématiques liées aux coûts du transport. Les habitants des territoires d'outre-mer se trouveraient face à des livres moins chers et plus accessibles. Malgré l'arrivée timide de l'édition numérique, certaines maisons ont compris et mis à profit ces avantages. Parmi elles, nous pouvons citer les éditions Humanis, basées à Nouméa en Nouvelle-Calédonie, qui font rayonner leur catalogue via un solide réseau numérique ou encore la maison polynésienne au Vent des

îles, précédemment évoquée, qui propose la moitié de son catalogue au format numérique, soit environ 200 titres. Pour favoriser le numérique, les maisons d'édition ne sont pas les seules à avoir un rôle à jouer: sous la plume de Julien Helmlinger pour Actualitté, Corrine Desforges et François Hurard affirment que les librairies locales doivent et pourraient « devenir les médiateurs du livre numérique auprès de leur clientèle ».

Ainsi, s'il existe bel et bien des alternatives numériques pour lutter contre l'invisibilisation au sein des grands circuits de distribution, ces dernières nécessitent tout de même des compétences et des ressources pour être efficaces.

Par ailleurs, dans des territoires comme ceux d'outre-mer, la fracture numérique est exacerbée. Ce sujet est notamment le titre d'un article France Info, publié en 2021, intitulé *La fracture numérique continue de se creuser entre l'Hexagone et les Antilles*⁶³. Dans cet article, nous apprenons que la couverture fibre dans les Antilles était trois fois inférieure à celle de la France métropolitaine en 2021. De plus, le taux d'illectronisme dans les territoires ultramarins est nettement plus élevé avec 20% d'illectronisme dans les départements ultramarins contre 15% dans l'Hexagone⁶⁴.

Ainsi, il est évident que l'espace numérique constitue aujourd'hui un prolongement indispensable pour les éditeurs ultramarins, à qui l'on offre une manière peu coûteuse et accessible, dans les faits, d'exister en dehors de leurs frontières géographiques. Cependant, cette autonomie demande du temps, des compétences et de la constance: cela en fait un levier puissant mais inégalement exploitable.

Si les stratégies de diffusion-distribution locales et numériques offrent aux maisons d'édition ultramarines des moyens de contournements partiels, elles ne suffisent pas à pallier leur effacement des sphères classiques de légitimation. Malgré les efforts déployés, les éditeurs d'outre-mer restent largement invisibilisés dans le champ éditorial national.

C. L'INVISIBILISATION DE L'ÉDITION ULTRAMARINE DANS LE CHAMP ÉDITORIAL NATIONAL

En marge des grands réseaux de visibilité, l'édition ultramarine peine à accéder au réseau d'influence éditorial et reste soumise à un champ éditorial fortement centralisé.

⁶³Auteur inconnu. *La fracture numérique continue de se creuser entre l'Hexagone et les Antilles*. France Info Guadeloupe. [en ligne]. 2021. Disponible sur: <https://la1ere.franceinfo.fr/guadeloupe/la-fracture-numerique-continue-de-se-creuser-entre-l-hexagone-et-les-antilles-988609.html> (Consulté le 17/04/25).

⁶⁴Vie publique | Au cœur du débat public. *Fracture numérique: l'illectronisme concerne plus de 15% de la population en 2021*. [en ligne]. (2023). Disponible sur: <https://www.vie-publique.fr/en-bref/290057-fracture-numerique-lillelectronisme-touche-plus-de-15-de-la-population> (Consulté le 17/04/25).

1. Les difficultés d'accès au réseau d'influence éditorial

Loin des circuits de reconnaissance classique, les maisons d'édition d'outre-mer peinent à se faire une place dans les grands événements nationaux, en plus de voir leurs productions souvent stéréotypées et marginalisées.

a) L'exclusion des grands salons, des prix littéraires et des médias nationaux

Depuis toujours, l'édition d'outre-mer se voit mise à l'écart des réseaux éditoriaux nationaux. Cela se vérifie par l'absence de représentation ultramarine dans la quasi-totalité des événements littéraires organisés en métropole. Nous avons évoqué précédemment l'invitation faite par le ministère des outre-mer au salon du livre de Paris 2025. Comme nous l'avons vu, la création de ce stand « Outre-mer » permettait de mettre en avant l'année de la mer, et pour ce faire, ont été choisies des maisons ultramarines pour leur seul statut. Après une longue absence dans ce salon, cette invitation à double sens soulève des questions de sincérité et de considération éditoriale. De plus, cette galerie consacrée à la mer tend à éclipser la présence des maisons d'outre-mer. Dans un article de Livres Hebdo, on y fait mention de ce pavillon « maritime » sans jamais évoquer la présence nouvelle des éditeurs ultramarins. Ainsi, si cette invitation reste la bienvenue, elle démontre également que l'inclusion de ces maisons dans les salons nationaux est encore difficile. Outremers 360, dans son article sur le salon de Paris, tempère ainsi cette présence en faisant tout de même état de l'absence des éditeurs ultramarins ces dernières années « Absents ou peu représentés depuis quelques années au Festival du Livre de Paris⁶⁵ ». C'était notamment le cas en 2018, comme le raconte Caroline Dujardin dans un article de Livres Hebdo intitulé *Les écosystèmes particuliers de l'édition d'Outre-mer*⁶⁶. Elle y fait mention de sa surprise lorsqu'elle découvre qu'aucun pavillon ne représente Saint-Pierre-et-Miquelon, l'archipel dont elle est originaire. Le Salon du Livre de Paris n'est qu'un exemple pour souligner la faible présence, voire la totale absence, des éditeurs d'outre-mer dans les salons nationaux. De plus, les productions ultramarines se voient également écartées des grands prix littéraires français. Très rares sont les auteurs publiés dans des maisons locales à être ne serait-ce que sélectionnés pour des prix comme le Goncourt ou le Renaudot. Lorsque les auteurs ultramarins sont primés, ils le sont après avoir été publiés par des maisons d'édition parisiennes, ou tout du moins basées en métropole. Nous pouvons de nouveau citer Jean-François Samlong, primé pour son roman *La nuit du cyclone* paru à l'origine aux éditions Grasset, après plusieurs publications dans des maisons ultramarines. Cela renforce

⁶⁵ULYSSE, Le ministère des outre-mer fait rayonner la diversité et la pluralité des cultures ultramarines au Festival du Livre de Paris 2025, 2025

⁶⁶LAFFOUGÈRE, Marie-Agnès. Les écosystèmes particuliers de l'édition en Outre-mer. *Livres Hebdo*. [en ligne]. 2025. Disponible sur: <<https://www.livreshebdo.fr/article/les-ecosystemes-particuliers-de-ledition-en-outre-mer>> (Consulté le 02/06/25).

nécessairement l'idée que seule la publication en métropole donne droit à une reconnaissance nationale.

Enfin, les médias littéraires nationaux n'évoquent que très peu les productions des maisons ultramarines. Lorsque que les territoires d'outre-mer sont évoqués, cela est souvent fait à travers le prisme métropolitain: les articles tournent autour des mêmes sujets entre pauvreté, violences et révoltes ou bien, à l'inverse, exotisation et tourisme. De plus, lorsque les écrits sont tournés autour de la littérature, ils sont souvent courts, avec peu de références et évoquent constamment les mêmes exemples de maisons d'édition, soit celles qui se rapprochent le plus du modèle métropolitain comme la maison d'édition Orphie.

Ainsi, l'exclusion des salons, des prix et des médias nationaux n'évoque pas seulement un manque de visibilité: c'est aussi un manque de considération éditoriale et territoriale ainsi qu'une exclusion symbolique du champ littéraire. Malgré ce manque de considération évident de la part de la France hexagonale, les liens entretenus avec jouent tout de même en la défaveur des territoires ultramarins lorsqu'il s'agit de créer du lien avec d'autres territoires. Dans l'article de Fathallah Daghami intitulé *Constructions identitaires et récits médiatiques*⁶⁷, il y évoque la difficulté pour les ultramarins français à lier des partenariats avec d'autres pays de la Caraïbe. Pour les indépendantistes, « la politique de l'État français et la langue française » sont des obstacles majeurs au « rapprochement et [à] l'évolution des rapports avec les autres caribéens ». Cela démontre bien l'ambiguïté à laquelle sont confrontés les éditeurs ultramarins, perdus entre un manque de reconnaissance nationale et l'indifférence de territoires qui leur sont proches géographiquement et culturellement.

Pour conclure, cette absence dans les réseaux de légitimation affaiblit grandement les maisons ultramarines. Par ailleurs, lorsque ces dernières parviennent à émerger dans l'espace national, les éditeurs et leurs publications se voient cantonnés à des représentations stéréotypées, renforçant du même coup leur marginalisation.

b) Des représentations stéréotypées ou marginales

L'édition ultramarine, vue à travers le prisme de l'Hexagone, est bien trop souvent folklorisée, avec des attentes très stéréotypées. Livres de cuisine, contes traditionnels, paysages tropicaux: autant de thématiques mises en avant lorsqu'il est question de production ultramarine. Également réduits à une esthétique colorée évoquant l'insularité et la culture créole, les éditeurs peinent à se défaire de cette image. Cette liste de pré-requis est remplie de clichés, les renforce et invisibilise nécessairement les autres ouvrages produits dans les maisons d'édition d'outre-mer.

⁶⁷DAGHMI, Fathallah. *Constructions identitaires et récits médiatiques*. *Études caribéennes*. [en ligne]. 2007. Disponible sur: <<https://journals.openedition.org/etudescaribeennes/368>> (Consulté le 27/04/25)

Par ailleurs, il est difficile de se débarrasser de l'étiquette d'éditeur d'outre-mer et cela nuit tout autant à la visibilité. Cela empêche les maisons mais aussi les auteurs d'accéder à une reconnaissance universelle, avec un rapprochement automatique entre leurs écrits et leurs territoires d'origine. Ce rapprochement diminue immédiatement le lectorat et, par la même occasion, le rayonnement et la présence médiatique. Cette manière de ne réduire les maisons d'édition qu'à leurs territoires les expose au risque d'assignation culturelle: ce qu'elles produisent ne serait légitime que dans un seul cadre, un cadre identitaire balisé. Être un éditeur ultramarin deviendrait alors un critère de visibilité mais uniquement dans des cadres très réduits. Nous pouvons par exemple citer le prix littéraire ultramarin, Terres Éparses, dédié aux productions d'outre-mer ou encore le Salon du livre insulaire, articulé autour des écrivains des îles.

Dans un article publié sur France Info intitulé *Bookstagrammeurs ultramarins: quand la lutte contre le racisme passe aussi par la lecture*⁶⁸, Elodie-Aude, influenceuse d'origine martiniquaise, prend la parole sur ce problème de représentations dans l'édition. Elle évoque notamment « le problème des couvertures de livres avec des personnages blancs alors que les personnages sont noirs dans le livre », en ajoutant que les maisons d'édition prennent sûrement ce parti par peur que les livres ne se vendent pas. Cela souligne bien que pour l'édition parisienne, l'édition ultramarine, et plus largement l'édition par des personnes racisées, est considérée comme marginale et peu vendeuse car destinée à une catégorie de personnes bien précise. En ce sens, elle ajoute que le monde de l'édition a un rôle à jouer dans l'intégration des personnes noires dans la littérature. Elle avance également que ce n'est pas seulement la catégorie « outre-mer » qui doit y être représentée, mais aussi ses habitants, et ce, sortis de leurs liens territoriaux: « Être représenté, oui, mais pas uniquement dans les combats: on veut des livres qui racontent nos luttes pour que les autres puissent les voir mais aussi des livres qui nous représentent mais nous permettent de mettre de côté nos oppressions et ne pas exister qu'à travers ça ». Cette affirmation est transposable aux écrits ultramarins: l'enjeu est de faire connaître et de valoriser l'édition ultramarine mais également de pouvoir gagner en visibilité sans obligation d'être rattaché à son territoire.

Enfin, cette marginalisation passe par la presse nationale et les médias en général. Les articles publiés évoquant l'outre-mer sont souvent rédigés depuis un point de vue patrimonial ou compassionnel. Les écrits ultramarins sont valorisés comme des témoignages de territoires lointains et non comme des œuvres littéraires à part entière. Cela affaiblit nécessairement leur position dans le champ littéraire nationale, en plaçant tous les

⁶⁸BOSCHER, Marie. «Bookstagrammeurs» ultramarins: quand la lutte contre le racisme passe aussi par la lecture. *France Info, le portail des outre-mer*. [en ligne]. 2020. Disponible sur: <https://la1ere.franceinfo.fr/bookstagrammeurs-ultramarins-quand-lutte-contre-racisme-passe-lecture-839720.html> (Consulté le 04/04/25).

ouvrages issus d'outre-mer dans la catégorie de documentaire ou d'objet culturel. Cette catégorisation réduit encore une fois le rayonnement, en ne permettant pas aux œuvres de trouver leur lectorat mais plutôt en imposant un lectorat aux œuvres.

Ainsi, même lorsque la classification semble valorisante, comme c'est le cas pour les prix littéraires et les salons, elle n'en est pas moins réductrice: cela participe tout de même à une marginalisation éditoriale où l'édition ultramarine ne peut être que de l'édition ultramarine. Sortir de ce rôle sera un long chemin, où l'image, la réception et l'évaluation des éditions périphériques doivent être réfléchies et repensées en profondeur.

Cette assignation identitaire permanente révèle une autre réalité plus large: le fonctionnement profondément centralisé du champ éditorial français.

2. L'inscription de l'édition ultramarine dans un champ éditorial centralisé

La marginalisation de l'édition ultramarine prend racine dans un champ littéraire dominé par les grandes maisons parisiennes de laquelle découle une hiérarchisation implicite des productions périphériques.

a) Un champ dominé par les grandes maisons parisiennes

«L'édition française est l'une des plus concentrées du monde⁶⁹».

C'est dans son livre *Une brève histoire de l'édition française* que Jean-Yves Mollier cite le Syndicat national de l'édition qui, au regard des chiffres de l'année 2021, établit la conclusion ci-dessus. Dans le même ouvrage, l'auteur dresse le portrait du monde de l'édition française. En 2021, 50,36% du chiffre d'affaires total était détenu par Hachette et Editis, 75,75% par les deux premiers du classement ainsi que Albin Michel, Gallimard et Media-Participation. Enfin, en ajoutant à ces cinq géants de l'édition, Lefebvre Sarrut, Panini, LexisNexis, Glénat et Delcourt, nous obtenons 87% du CA total de l'édition française, ne laissant donc que 13% pour les près de 4000 maisons d'édition en France.

Cette concentration ne s'arrête pas là puisque sur les dix maisons citées précédemment, huit sont basées à Paris. La capitale ne se contente d'ailleurs pas de ces maisons-ci puisqu'elle abrite d'autres grosses maisons d'édition comme Seuil, Grasset ou encore le siège éditorial d'Actes Sud. Ainsi, à travers ces nombreuses et prestigieuses maisons, Paris domine le monde de l'édition française à la fois en termes de tirages, de présence en librairie, de sélections pour les prix littéraires et de relations médiatiques. Cette concentration crée un déséquilibre territorial massif, où les productions hors Île-de-France sont nécessairement reléguées à la marge.

⁶⁹MOLLIER, Jean-Yves. *Brève histoire de la concentration dans le monde du livre*. Paris: Editions Libertalia, 2022, 260p.

Ce monopole est également visible dans les réseaux de diffusion et de prescription, où les grands groupes comme Hachette, Madrigall et Editis contrôlent tous les circuits de communication classiques. Surreprésentés dans les réseaux de presse et dans les critiques littéraires, noyant les chaînes de diffusion/distribution et essentiellement mis en avant lors des salons et des festivals du livre, les grands groupes éclipsent et écrasent totalement les autres éditeurs et productions. Pour un éditeur périphérique, encore plus ultramarin, entrer dans ces circuits requiert un réseau, des coûts logistiques et une notoriété difficilement accessible.

Cette concentration se ressent évidemment dans les productions éditoriales qui pâttissent d'une uniformisation littéraire pour répondre à des logiques de rentabilité plus qu'à des logiques éditoriales. Avec à la tête des deux leaders nationaux, des dirigeants de multinationales et non pas des éditeurs, la bibliodiversité, la mise en avant des minorités et les représentations périphériques sont bien loin d'être des priorités. Les spécificités des auteurs et des éditeurs deviennent alors des faiblesses et peinent à être exploitées.

Pour tenter d'exister face à ces géants de l'édition, le modèle des grandes maisons devient alors la norme implicite. Cela demande une forte capacité de production, des moyens marketing importants et des collections diversifiées. Sans ces critères, les maisons sont perçues comme artisanales et peu rentables, et se voient alors marginalisées. Pour les maisons régionales et ultramarines, qui sont souvent des structures plus petites, ce modèle est inatteignable et représente un adversaire auquel il est difficile de faire face.

Ainsi, cette domination parisienne n'est évidemment pas uniquement géographique: elle est symbolique, économique et structurelle. Elle crée une centralité écrasante, invisibilisant l'édition périphérique de manière durable et sans réelle solution, si ce n'est de se conformer aux logiques du centre.

De cette centralité éditoriale découlent des critères de légitimité et de reconnaissance bien précis. Les maisons périphériques, d'autant plus ultramarines, voient leurs productions hiérarchisées et évaluées sur les bases d'un modèle normatif et autocentré.

b) La hiérarchisation implicite des productions périphériques

L'existence d'un système centre/périphérie dans l'édition française sous-entend une relation dominant/dominé où Paris imposerait ses normes. Ce concept sociologique de centre/périphérie définit le centre comme l'endroit duquel « dépend l'accès à la notoriété internationale⁷⁰ ». Cette définition place la périphérie dans une position dominée, où seul le

⁷⁰NDOMBI-SOW, Gaël. *L'entrance des écrivains africains et caribéens dans le système littéraires francophone. Les œuvres d'Alain Mabankou et de Dany Laferrière dans les champs littéraires français et québécois*. Thèse Doctorat «Langues, littératures et civilisations». Lorraine: Université de Lorraine, 2012, 346p.

centre peut légitimer ses productions. Cette dernière est donc dotée d'une « moindre liberté en matière décisionnelle et institutionnelle ». L'auteur précise également que la périphérie peut se définir comme constituée de zones où « les moyens matériels ou symboliques » sont faibles. Cela souligne que ce ne sont pas seulement les financements qui font de Paris le centre névralgique de l'édition mais, surtout, son influence culturelle. Dans sa thèse, l'auteur cite Benoît Denis et Rainier Grutman qui distinguent trois types de périphéries. La première désigne les maisons d'édition qui sont géographiquement en périphérie du centre, la deuxième se compose des productions considérées comme régionales ou dialectales et la troisième, des productions dites marginales. Les auteurs ajoutent que pour cette dernière catégorie la relation centre/périphérie est fortement hiérarchisée. Ils précisent également que les écrits issus de la deuxième catégorie ne sont pas reconnus et légitimés par le centre et que ces trois définitions ne sont pas imperméables les unes aux autres et peuvent se combiner. Ainsi, selon ces définitions, l'édition ultramarine oscillerait entre les trois catégories, avec des territoires considérablement éloignés de Paris, des écrits souvent régionaux, parfois en créole et une relation dominant-dominé historiquement établie. Dans un article diffusé par les Presses Universitaires de Rennes, les auteurs reviennent sur les choix des langues utilisées par les auteurs⁷¹. En effet, ils soulignent que pour aspirer « à une quelconque consécration », ces derniers « n'ont pas d'autres choix que d'écrire dans la langue dominante, le français ». L'utilisation du français est effectivement un des critères de légitimation des écrits périphériques, bien qu'insuffisant. Cela contraint les auteurs à se conformer aux attentes des « consommateurs du centre », quitte à en oublier leurs désirs ou leurs racines. Certains auteurs et éditeurs de la périphérie peuvent espérer se rapprocher du centre, comme cela a été le cas pour la littérature de la Caraïbe anglophone. Cette dernière, de prime abord laissée pour compte, a finalement trouvé sa place. Pour cela, il a fallu que la littérature du centre, ici de Grande-Bretagne, considère que les thèmes abordés n'étaient pas en « rupture » totale avec les siens. Que ce soit pour les choix de langues ou de thèmes, graviter autour du centre nécessite, pour la périphérie, de s'oublier, de se plier aux règles et aux normes de l'édition parisienne, sous peine de s'en voir écarter. Pour l'édition ultramarine et périphérique, produire en réfléchissant de la sorte est une manière de s'insérer culturellement et économiquement dans le champ éditorial français. Cependant, cela contribue aussi à faire de la littérature périphérique une littérature dominée en ne lui permettant d'exister qu'à travers la reconnaissance du centre. Dans l'article *Des littératures périphériques*, les auteurs concluent en affirmant qu'en se pliant aux exigences d'un marché centralisé, les écrivains et les éditeurs « mine[nt] à tout jamais tout ce qui pourrait relever de

⁷¹FANDIO, Pierre. In: BLANCHARD, Nelly., THOMAS, Mannaig. *Des littératures périphériques*. [en ligne]. Rennes: Presses universitaires de Rennes, 2014, p.357-362. Disponible sur: <<https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/9878>> (Consulté le 12/05/25).

l'ordre de l'effort de création d'un champ littéraire « périphérique » autonome ». Une nouvelle fois, cela nous permet de constater que cette recherche perpétuelle de reconnaissance du centre peut s'avérer vicieuse et normative: en se soumettant aux exigences parisiennes, les auteurs ultramarins font disparaître malgré eux ce qu'ils tentent de légitimer.

Ainsi, le lieu d'édition influence fortement la réception critique et la reconnaissance éditoriale: publier à Paris, c'est publier pour tout le monde tandis que publier ailleurs, c'est publier pour chez soi. Cette différence significative, mais fondamentale dans cette dynamique centre/périphérie, fait des maisons d'édition ultramarines des entreprises locales, limitées en portée et communautaires. Ce catalogage crée une hiérarchisation où la qualité perçue des écrits périphériques est proportionnelle à leur distance du centre. Les œuvres ultramarines, pour exister, sont contraintes de passer par Paris. Comme nous l'avons expliqué précédemment, la publication chez un éditeur parisien ou bien la médiation dans la presse nationale sont des outils clés pour les auteurs issus de territoires d'outre-mer. Cela fait perdre en crédibilité et en légitimité les circuits éditoriaux locaux: le même livre publié en outre-mer ou en région parisienne ne se verra pas attribuer la même valeur commerciale et symbolique.

Pour conclure, la relation centre/périphérie avec Paris en chef de file n'est plus à prouver. Gaël Ndombi-sow parle d'ailleurs d'un modèle « incontestable, tant la prééminence de Paris comme centre contribue à organiser, à structurer l'espace francophone⁷² ». Cette hiérarchisation est le cœur des problèmes de marginalisation des maisons d'édition périphériques, et plus particulièrement ultramarines. Pour sortir cette dynamique profondément ancrée, la réflexion autour des critères de légitimité doit largement dépasser les frontières de l'édition.

La fragilité économique, les difficultés de diffusion-distribution et l'invisibilisation systémique des maisons d'édition ultramarines sont la conséquence d'un marché éditorial inégal, où la périphérie est soumise à la domination des centres. Marquée par un ensemble de contraintes structurelles, économiques, logistiques et symboliques, l'édition d'outre-mer ne reste pourtant pas figée dans ce rôle imposé. Elle invente, expérimente et négocie sa place dans le champ éditorial français, entre attachement territorial et besoin de reconnaissance nationale.

⁷²NDOMBI-SOW, L'entrée des écrivains africains et caribéens dans le système littéraires francophone. Les œuvres d'Alain Mabanckou et de Dany Laferrière dans les champs littéraires français et québécois, 2012

PARTIE III

CONSTRUIRE UNE IDENTITÉ ÉDITORIALE DANS UN CHAMP DOMINÉ : ENTRE AFFIRMATION ET ADAPTATION

« Alors que les « dominants » ont intérêt à la conservation de l'état des rapports de force, les « dominés », qui cherchent à le subvertir, rompent avec les conventions et les codes établis.⁷³»

Cette citation, issue d'un article de Gisèle Sapiro, intitulé *Le champ littéraire. Penser le fait littéraire comme fait social*, éclaire avec justesse la dynamique dans laquelle s'inscrit l'édition ultramarine de nos jours. Si certaines maisons choisissent de s'adapter aux logiques dominantes, d'autres mettent en place des stratégies d'autonomisation et de réaffirmation identitaire. C'est dans cette tension que se dessinent les lignes d'une identité éditoriale ultramarine en construction.

A. S'ADAPTER : COMPOSER AVEC LES CONTRAINTES POUR EXISTER

« Pour accroître l'impact d'une marque territoriale, encore faut-il que cette dernière soit appropriée et relayée par les usagers du territoire qui en sont les ambassadeurs⁷⁴».

Pour exister dans un champ éditorial dominé, certaines maisons d'édition ultramarines font le choix de l'adaptation. Pour cela, elles décident de se concentrer sur le public et les circuits locaux tout en s'appropriant les outils contemporains de visibilité afin de contourner la marginalisation des réseaux traditionnels

1. Repenser ses publics et ses circuits de proximité

Face aux limites de la diffusion nationale, les maisons d'édition ultramarines recentrent leurs efforts sur le territoire immédiat en s'adressant à leur public local à travers leurs productions mais aussi en existant physiquement sur le territoire.

⁷³SAPIRO, Gisèle. Le champ littéraire. Penser le fait littéraire comme fait social. *Histoire de la recherche contemporaine*. [en ligne]. 2021, n°1, p.45-51. Disponible sur: <<https://journals.openedition.org/hrc/5575>> (Consulté le 16/06/25).

⁷⁴ALAUX, Christophe., SERVAL, Sarah., ZELLER, Christelle. Le marketing territorial des Petits et Moyens Territoires: identité, image et relations. *Gestion et management public*. [en ligne]. 2015, Volume 4, n°2, pages 61 à 78. Disponible sur: <https://shs.cairn.info/article/GMP_042_0061?tab=texte-integral> (Consulté le 11/01/25).

a) S'adresser au lectorat local : recentrer les contenus sans se limiter à l'approche touristique

Dans un contexte de faible accès aux circuits nationaux, se tourner vers un lectorat local semble être une alternative pérenne. C'est notamment ce que souligne la pyramide des objectifs de communication interne de Rencker⁷⁵. Ce concept tend à expliquer les enjeux d'une communication locale: la pyramide se construit sur une base générale « expliquer le territoire et ses décisions » et aboutit à « permettre l'expression des habitants » en passant par « favoriser une communauté d'appartenance », « transmettre des informations » et « insuffler une dynamique ». Elle nous permet de mieux situer et comprendre les enjeux qui gravitent autour de ce genre de communication.

Si les travaux de Rencker nous permettent de comprendre l'intérêt d'une communication locale, cette stratégie de proximité n'est pourtant pas une tâche aisée, notamment dans des territoires où la population se sent mise à l'écart de la littérature. Toutefois, ce public connaît le contexte d'édition local, y est sûrement sensible et partage les mêmes références culturelles: cela peut créer une communauté éditoriale vivante et prospère si les maisons d'édition arrivent à le mobiliser.

L'enjeu principal dans la production ultramarine à destination des locaux est de ne pas proposer des ouvrages trop touristiques ou trop stéréotypés. Le risque est de se tourner vers des livres vendeurs, davantage conçus pour les touristes ou pour un public diasporique. Les habitants locaux, habitués à voir leur île fardée pour les yeux des touristes étrangers métropolitains et à ne pas être représentés correctement dans les ouvrages, ne se tourneront pas vers des productions qu'ils considèrent comme ne leur étant pas adressées. The Friendly Books est confrontée à ce genre de problématique, avec un lectorat local qui ne sent pas concerné par leurs livres. Cela s'explique par plusieurs raisons. Tout d'abord, The Friendly Books, malgré un premier ouvrage destiné aux habitants de Saint-Martin et à sa diaspora, a publié jusqu'à maintenant des beaux-livres de photographies, plutôt à visée touristique. Par ailleurs, leur ligne éditoriale est tournée autour des beaux-livres, ce qui peut évoquer pour les locaux des ouvrages trop chers ou trop clichés. Enfin, les éditeurs sont issus de la métropole: cela peut freiner les habitants, habitués à une édition métropolitaine réductrice et non-inclusive. Thomas Proust a réalisé que ses livres n'étaient pas considérés par le lectorat local en évoluant au cœur de l'île et en rencontrant des locaux qui n'avaient aucunement connaissance de sa maison d'édition. Cette constatation a troublé l'éditeur qui a pourtant vu plusieurs de ses livres se vendre et être relayés par quelques influenceurs locaux sur les réseaux sociaux. Cependant, cette méconnaissance n'est finalement pas étonnante. En effet, les livres ayant le plus circulé sont les beaux-livres de photographie:

⁷⁵BARABEL, MAYOL, MEIER. Les médias sociaux au service du marketing territorial: une approche exploratoire, 2010

cela a sûrement contribué à créer une étiquette d'éditeur « pour touriste » à The Friendly Books. Dans un article intitulé *Le marketing territorial des Petits et Moyens Territoires: identité, image et relation*, les auteurs font une nette corrélation entre l'image que les locaux ont de la maison d'édition et sa crédibilité: « L'image de marque du territoire repose sur les représentations mentales que s'en font les usagers du territoire⁷⁶».

De plus, les réseaux sociaux ne sont pas vraiment le canal de communication privilégié à Saint-Martin: l'enjeu serait plutôt la représentation au micro des antennes de radios locales. L'exemple de The Friendly Books montre bien que la conquête du lectorat local n'est pas si simple. Alaux, Serval et Zeller confirment cette nécessité de s'adapter au marketing local: « Le territoire est une construction complexe et multidimensionnelle, qui nécessite d'adapter les stratégies marketing selon ses caractéristiques. Dès lors, le contexte territorial nécessite un marketing spécifique⁷⁷». Ainsi, il faut parfois oublier ce que l'on sait de la communication, notamment lorsque l'on est originaire de la métropole, et observer les habitudes territoriales. Si le lectorat local demande encore à être convaincu, il n'en reste pas moins porteur de potentiel: il pourrait être un lectorat engagé et dynamique mais, trop souvent négligé par les grandes maisons, s'est écarté des circuits d'édition classiques. Pour autant, le directeur du Cultura de Martinique, confiait dans un article de Livres Hebdo que « le livre créole [était] dynamique et en constante évolution. Il bénéficie d'un large intérêt local, particulièrement dans [ces] territoires, où la culture créole est un élément fondamental de l'identité⁷⁸». Cette idée fait écho à un autre article de Livres Hebdo qui affirmait que l'engouement autour des récits créoles venaient directement des lecteurs locaux, désireux de trouver enfin des écrits exempts du mépris et de la méconnaissance habituels⁷⁹.

Choisir de recentrer ses productions autour des territoires, c'est affirmer que ces lecteurs et à ces lecteurs qu'ils méritent des livres qui leur parlent et pas seulement des livres qui parlent d'eux et de leur territoire. Cela suppose de produire des contenus proches de leurs quotidiens, d'aborder des sujets historiques, mais aussi sociaux et sensibles dans des formats diversifiés. Dans un article issu de Média Plus, portant sur la place du roman régional dans l'édition française, l'écrivain à succès Christian Signol témoignait sur son parcours littéraire: « J'ai noué des liens étroits avec un lectorat très fidèle en leur parlant d'eux, de leurs familles qui ont traversé la grande Histoire »⁸⁰. Avec des romans construits autour de sa Corrèze natale, cet auteur démontre que l'ancrage territorial et une relation privilégiée avec le lectorat local peuvent être porteurs de succès et de longévité: Christian Signol, décoré de plusieurs prix littéraires, a reçu un hommage de la ministre de la Culture

⁷⁶ ALAUX, SERVAL, ZELLER. *Le marketing territorial des Petits et Moyens Territoires: identité, image et relations*

⁷⁷ Ibid

⁷⁸ LAFFOUGÈRE, Dans les Antilles, la difficile réalité des librairies généralistes.

⁷⁹ LAFFOUGÈRE, Les écosystèmes particuliers de l'édition en Outre-mer.

⁸⁰ Média +, *Le roman régional fidélise un large lectorat*. [en ligne]. (2023). Disponible sur:

<<https://www.lemediaplus.com/le-roman-regional-fidelise-un-large-lectorat/>> (Consulté le 14/03/25).

Rima Abdul Malak en l'honneur de ses 40 ans de carrière. L'histoire professionnelle de cet auteur régional, bien que non-issu d'un territoire ultramarin, est encourageante et vient confirmer que la conquête d'un lectorat local est essentielle.

Ainsi, en s'adressant aux lecteurs de proximité, les éditeurs retrouvent du sens, de la lisibilité et une forme de souveraineté éditoriale. Ce choix, qui peut paraître être celui de la facilité, implique néanmoins de dépasser les attentes touristiques pour se plonger dans une édition authentique et enracinée et de faire face à un lectorat encore sceptique.

Cependant, s'adresser à un lectorat local ne se limite pas à adapter ses productions: cela implique aussi de repenser les canaux de circulation du livre sur le territoire. Pour que ce lien entre les éditeurs, et plus généralement l'édition, et sa communauté prenne vie, l'ancrage doit être autant physique que symbolique. Points de vente, lieux de rencontres, présence sur le territoire: ces dispositifs deviennent de véritables piliers de légitimité et d'existence locale.

b) Créer un ancrage physique : point de vente, lieu de rencontre, présence sur le territoire

Les éditeurs basés en région décidant de faire de celle-ci leur ligne éditoriale ne peuvent pas se contenter de publier: ils doivent véritablement donner corps à leurs maisons. Être visible physiquement dans le tissu éditorial territorial suppose de créer du lien et d'exister à travers des lieux ou des événements. Il s'agit donc de construire ses propres espaces de diffusion et de rencontres.

Le problème majeur auxquels sont confrontés les éditeurs ultramarins est évidemment le manque flagrant de points de vente officiels. Avec un déclin des librairies indépendantes dans beaucoup de territoires d'outre-mer, les populations et les maisons d'édition sont contraintes de vivre sans ou avec peu de librairies. Pour rappel et exemple, l'île de Saint-Martin abrite seulement deux librairies. Les autres départements d'outre-mer, dont la superficie est plus importante, s'inscrivent dans la même problématique avec comme contrainte supplémentaire l'agglomération des librairies dans les grandes villes. Avec un réseau disparate et diminué de librairies, mais aussi de bibliothèques comme évoqué précédemment, le livre perd peu à peu en accessibilité. Créer son propre point de vente n'est donc plus seulement une stratégie de vente mais bel et bien une stratégie de survie. L'éditeur de The Friendly Books a comme projet, à moyen ou long terme, l'ouverture d'un espace hybride, presque d'un tiers-lieu, qui deviendrait à la fois son bureau, son entrepôt, son point de vente The Friendly Books mais aussi un espace dédié à la photographie avec une partie exposition. Dans son idée, ce lieu serait assez grand pour accueillir d'autres personnes du métiers comme des journalistes, des photographes ou des historiens locaux,

avec qui il a été amené à collaborer pour certains de ses projets. Cela aurait l'avantage pour lui de renouer avec le concept métropolitain d'open-space mais surtout de proposer une façade à The Friendly Books. Sa maison ne serait plus seulement un logo sur des livres mais un endroit à part entière sur l'île, tangible, accessible et visible. Cela assiérait sa légitimité dans l'espace local.

L'idée que se fait Thomas Proust de ce lieu montre bien que les librairies territoriales ne sont pas seulement des points de vente. Elles sont des lieux de rencontres et de sociabilité culturelle. Dans un espace comme celui imaginé, l'éditeur pourrait organiser des rencontres, des dédicaces mais aussi élargir son champ d'action et y mettre en place des lectures publiques ou des ateliers littéraires. Ce genre d'activités renforce la place du livre dans l'espace public et achève d'installer la maison d'édition dans une démarche de proximité active. Il est clair que les librairies ultramarines ne trouvent pas leur rôle limité, au contraire: elles pourraient devenir les actrices principales de la chaîne du livre ultramarine.

Toutefois, la présence sur le territoire n'est pas que matérielle: elle se manifeste également par l'insertion dans le paysage médiatique social. Comme expliqué précédemment, à Saint-Martin, c'est plutôt vers la radio que les gens se tournent. L'île n'étant traversée que par une seule et unique route très empruntée et se voyant dépourvue d'un réseau de bus convenable, la primauté de la radio s'explique sûrement par sa facilité à être consommée en voiture, pour pallier les «embouteillages endémiques⁸¹». Ainsi, un des autres enjeux pour la maison The Friendly Books est de réussir à intégrer la radio locale, soit en étant invité dans le cadre d'une émission littéraire, soit en étant évoqué par des animateurs.

Enfin, un autre point d'ancrage physique est la mise en place d'événements littéraires. D'après un rapport établi par le Centre national du livre en 2018, l'impact des manifestations littéraires dans les territoires est multiple⁸². Elles représenteraient « un facteur de notoriété et de visibilité pour un territoire et ses partenaires », « un outil de mieux vivre ensemble », « un apport au dynamisme économique local » et enfin « la concrétisation d'un enjeu politique fort pour l'accès de chacun au livre et à la lecture ». Ces événements culturels seraient donc bénéfiques à bien des égards: ils valoriseraient tous les maillons de la chaîne du livre, des auteurs aux éditeurs en passant par les librairies et les lecteurs locaux. Leur rôle dépasserait même le monde du livre pour servir aussi celui de l'éducation. Ce rapport nous montre qu'avec des manifestations locales tournées vers le grand public, une maison d'édition peut véritablement se faire une place dans le tissu territorial mais aussi le faire

⁸¹ PARLAN, Valérie. Entretien: La France des outre-mer racontée par leurs habitants dans un livre. *Ouest France*. [en ligne]. 2025. Disponible sur:

<<https://www.ouest-france.fr/outre-mer/entretien-la-france-des-outre-mer-racontee-par-leurs-habitants-dans-un-livre-ac55a572-117e-11f0-95ee-d86636cacd85>> (Consulté le 01/06/25).

⁸² Centre National du Livre. Poids et impact des manifestations littéraires soutenues par le CNL dans les territoires. In: *CNL [en ligne]*. (2018). Disponible sur:

<<https://centrenationaldulivre.fr/donnees-cles/poids-et-impact-des-manifestations-litteraires-soutenues-par-le-cnl-dans-les->> (Consulté le 01/05/25).

vivre. En effet, les événements littéraires sont une « source avérée de revenus pour le territoire et ont un impact ponctuel mais réel sur l'emploi ». Par ailleurs, ils contribuent à l'écriture d'une identité collective en devenant un « générateur de lien social et de mobilisation locale ». Enfin, ils jouent un rôle actif et dynamique sur « l'animation culturelle et sociale des territoires ».

Ainsi, être présent physiquement sur le territoire se traduit de plusieurs manières. Dans tous les cas, cela permet à la maison d'édition de rendre visible son engagement territorial, de fidéliser son lectorat de proximité et de créer du lien avec les institutions et les médias locaux. Cette présence permet à la maison de dépasser son rôle éditorial pour devenir un acteur culturel à part entière.

Cependant, aujourd'hui, la présence physique ne suffit plus: l'édition doit également investir les espaces numériques et médiatiques. Pour renforcer la visibilité acquise grâce à des stratégies de proximité physique, les maisons d'éditions s'approprient progressivement de nouveaux outils de visibilité.

2. S'approprier les outils contemporains de visibilité

A l'écart des circuits traditionnels, les maisons d'édition ultramarines doivent jouer avec d'autres outils. Cela passe par une stratégie double: investir les réseaux sociaux pour créer du lien, de l'engagement et de la visibilité et miser sur l'édition numérique pour contourner les contraintes logistiques.

a) Investir les réseaux sociaux : engagement, dialogue, stratégie de notoriété

Comme évoqué précédemment, notamment à travers une citation de l'auteur Julien Denieul, le monde ne saurait plus se passer d'Internet. L'édition ne fait pas exception: avec un engouement croissant ces dernières années et la création de nouvelles communautés littéraires numériques, les maisons d'édition ont fini par se positionner à leur tour.

Pour les éditeurs, la prise en main de ces nouveaux outils s'avèrent souvent difficile. Comme mentionné dans un article de Netemedia, les professionnels de l'édition peinent à mettre en place une réelle stratégie de communication⁸³. En cause, leur manque de compréhension au sujet des attentes de leur public: « Le lecteur ne leur demande pas une approche classique du livre mais une fenêtre sur les coulisses de leur maison. Ils veulent un contenu original, qui relève d'une sphère plus privée, chargée émotionnellement ». Ce décalage entre les contenus proposés et les contenus attendus résulte effectivement parfois d'une incompréhension. Dans le cas de l'éditeur de The Friendly Books, nous avons abordé

⁸³MOREAU, Matthieu. Les réseaux sociaux, nouveau secteur porteur du livre. *Netemedia*. [en ligne]. 2019. Disponible sur: <https://www.netemedia.fr/blog/les-reseaux-sociaux-nouveau-secteur-porteur-du-livre/#reseaux_sociaux> (Consulté le 18/03/25).

précédemment ses difficultés quant à la vivacité de son audience sur Instagram. Toutefois, ce n'est pas une méconnaissance des logiques algorithmiques qui le bloque mais bel et bien cette demande de proximité parasociale. En effet, Thomas Proust ne souhaite pas devenir un « influenceur The Friendly Books ». Converser à visage découvert, afficher une partie de sa vie privée: autant de missions qui ne trouvent pas leur place dans son quotidien professionnel. Il est vrai que ces nouveaux outils impliquent de nouvelles missions, parfois bien éloignées des missions éditoriales.

Cependant, les réseaux sociaux restent un outil très utile, notamment lorsqu'il est question de médiation-prescription. L'avènement du numérique et la démocratisation d'Internet ont considérablement et définitivement modifié les modes de prescriptions classiques. Autrefois prescrits via une médiation centralisée, hiérarchisée et professionnelle, les livres sont aujourd'hui l'objet d'une médiation plus libre, plus dynamique et surtout plus participative. Chez les 15-24 ans, d'après des chiffres établis en octobre 2024, 44% affirment que l'avis d'un influenceur sur les réseaux sociaux peut être déclencheur d'un achat⁸⁴. De plus, le rapport de la CNL établi en 2023 affirme que les moins de 35 ans sont particulièrement réceptifs à des recommandations en ligne, notamment à travers la présence des auteurs sur les réseaux sociaux⁸⁵. Ces chiffres sont très encourageants pour des éditeurs indépendants qui souhaiteraient faire exister leur maison à travers les réseaux sociaux. En effet, cela témoigne d'une communauté impliquée et d'un marché dynamique. De plus, comme explicité dans l'article *Book Tok, bookstagram et les autres: la prescription littéraire réinventée*, ces nouveaux modes de médiation ont tendance à favoriser les grands oubliés de la médiation classique en mettant en avant des petits éditeurs, des auteurs peu connus ou des ouvrages issus de l'auto-édition⁸⁶. Pour certains lecteurs devenus influenceurs littéraires, c'est une vraie volonté que de promouvoir des ouvrages ignorés ou méconnus des médiateurs classiques. De véritables communautés se créent autour de cette vocation, avec des lecteurs en quête de nouveaux regards, de nouvelles voix éditoriales. Il est donc juste de dire que ce nouveau mode de prescription donne une voix à celles et ceux qui n'en avaient pas ou peu. Débarrassés des contraintes de rentabilité mais aussi de neutralité politique, les influenceurs littéraires peuvent mettre en avant des œuvres engagées et/ou s'inscrivant dans un genre littéraire peu représenté. Ce sont donc parfois des communautés restreintes se retrouvant autour d'une thématique précise qui se créent.

⁸⁴ EUZEBY, Florence., PASSEBOIS-DUCROS, Juliette., MACHAT, Sarah. Les influenceurs littéraires, nouveaux gourous du livre. *The conversation*. [en ligne]. 2024. Disponible sur:

<<https://theconversation.com/les-influenceurs-litteraires-nouveaux-gourous-du-livre-240393>> (Consulté le 02/05/25)

⁸⁵ Centre National du Livre. Les français et la lecture en 2023. In: *CNL [en ligne]*. (2023) Disponible sur:

<<https://centrenationaldulivre.fr/donnees-cles/les-francais-et-la-lecture-en-2023>> (Consulté le 01/05/25).

⁸⁶ FISSIER, Emilie., PLANCHE, Marine. Booktok, bookstagram et les autres: la prescription littéraire réinventée. *Balises, le magazine de la BPI*. [en ligne]. 2025. Disponible sur:

<<https://balises.bpi.fr/booktok-bookstagram-et-les-autres-la-prescription-litteraire-reinventee/>> (Consulté le 02/05/25).

L'enjeu pour les éditeurs ultramarins serait donc double concernant l'intégration des réseaux sociaux. Le but premier serait évidemment de mettre en avant sa propre maison d'édition. Pour ce faire, les publications tourneraient autour des coulisses de la maison, des prochaines sorties, des présentations des ouvrages ou encore des portraits des auteurs phares. Il est également nécessaire de concerner ses followers en proposant des sondages, mais aussi en mettant en avant l'ancrage territorial physique: les réseaux sociaux sont aussi un dispositif efficace pour promouvoir sa présence sur le territoire et ancrer cette visibilité numérique dans une réalité plus tangible. Ensuite, le second enjeu serait tourné autour des influenceurs littéraires locaux. Après une analyse de l'engouement et de l'engagement que ces derniers peuvent générer, ils semblent être une opportunité idéale pour gagner en visibilité tout en s'ancrant au cœur même du territoire grâce à la prescription d'habitants locaux.

Ainsi, les réseaux sociaux permettraient aux éditeurs ultramarins de se créer une présence en ligne visible et active où ils pourraient présenter leurs ouvrages, valoriser leurs auteurs et annoncer leurs actualités. Dans cette configuration ultramarine, les réseaux sociaux ne sont pas qu'une vitrine: ils deviennent des lieux de dialogue entre éditeur et public. Cette proximité crée un sentiment d'appartenance duquel découle une fidélité à la maison, qui gagne alors en légitimité au sein de son territoire. De plus, les réseaux permettent d'affirmer une identité éditoriale en dehors des normes en autorisant la mise en valeur de lignes éditoriales singulières et en se détachant des prescripteurs traditionnels.

Ainsi, même si les logiques algorithmiques ne sont pas à négliger lorsqu'il est question de visibilité numérique, les réseaux sociaux peuvent devenir des espaces d'expression, de reconnaissance et de dialogue pour les maisons d'édition ultramarines. Cela donne à ces dernières une autonomie de décision et de communication nouvelle, bien loin des entraves de la relation centre/périphérie.

Les réseaux sociaux ne sont pas le seul dispositif numérique à pouvoir apporter des solutions aux maisons ultramarines. En effet, le numérique offre aussi aux éditeurs des solutions concrètes pour pallier les difficultés matérielles de diffusion et de production et devient un levier aussi bien logistique qu'éditorial. Cela ouvre la voie vers une autonomie hybride, encore fragile certes, mais pleine de potentiel.

b) Miser sur le numérique pour compenser les failles logistiques : vers une autonomie hybride

« Le numérique permet de rapprocher les différentes composantes d'un espace francophone bien morcelé⁸⁷»

Depuis l'avènement du numérique, les éditeurs tentent de se l'approprier et de le mettre au service d'un système de diffusion plus autonome et plus inégalitaire. Devant faire face à de nombreuses contraintes logistiques évoquées précédemment comme le manque de librairies et l'éloignement géographique de l'Hexagone entraînant frais de transports élevés et délais d'acheminement à rallonge, l'outre-mer envisage le numérique comme une révolution. Leur présence sur les plateformes de vente en ligne se multiplie alors, autant sur les sites de leurs maisons d'édition que sur des plateformes bien connues comme Amazon. Le livre numérique, lui, peine toujours à se développer. Depuis 2015, une aide destinée aux éditeurs indépendants souhaitant s'engager dans le numérique a été lancée par le Centre national du livre⁸⁸, dans le but de dynamiser le livre numérique indépendant, sans grand succès du côté des territoires ultramarins. Dans un article portant sur *La difficile diffusion de l'édition francophone*⁸⁹, l'auteur évoque l'initiative québécoise de l'Association Nationale des Editeurs de Livres (ANEL). Avec la mise en place d'un agrégateur, cette dernière permet aux éditeurs canadiens de commercialiser facilement leurs livres au format numérique en moins de 24h⁹⁰. Ce dispositif a pour but l'expansion de la visibilité des ouvrages québécois et canadiens de langue française. Dans le cas de l'édition ultramarine, une initiative similaire pourrait donner l'impulsion manquante au livre numérique. Dans le même article, Luc Pinhas fait également mention du site Île en île, créé par l'américain francophile Thomas Spear. Ce site web recense « une riche documentation littéraire, présentant des centaines d'auteur·e·s francophones des îles et de leur diaspora avec des dossiers approfondis : photos, biographies, bibliographies, entretiens et extraits de textes⁹¹ ». Cette vaste documentation est un véritable puits de connaissance sur l'édition ultramarine, d'autant plus au vu de son manque de références, de référencement et de visibilité sur les canaux nationaux traditionnels. Actualisé pendant 23 ans, entre 1998 et 2001, Ile en île n'est aujourd'hui plus mis à jour mais la totalité des archives est toujours consultable.

Avec le nombre incalculable d'outils numérique à leur disposition, les éditeurs ultramarins tentent de se créer un place digitale dans le monde de l'édition. Cependant, les contraintes

⁸⁷PINHAS, La difficile diffusion en France de l'édition francophone

⁸⁸SOLYM, Clément. Dispositif du CNL pour le Numérique: nouveaux enjeux de création. *Actualité*. [en ligne]. 2015. Disponible sur: <<https://actualite.com/article/44685/distribution/dispositif-du-cnl-pour-le-numerique-nouveaux-enjeux-de-creation>> (Consulté le 17/04/25).

⁸⁹PINHAS, La difficile diffusion en France de l'édition francophone

⁹⁰De Marque. *Diffuser vos livres dans l'univers numérique*. [en ligne]. Disponible sur: <http://mailing.demarque.com/infobourg.com/Depliant_livreNumerique_LR.pdf> (Consulté le 02/06/25).

⁹¹Ile en île. *Ile en île*. [en ligne]. 1998-2021. Disponible sur: <<https://ile-en-ile.org/>> (Consulté le 20/04/25).

logistiques qui pèsent sur le marché de l'édition d'outre-mer sont lourdes et ne sont pas contournables si facilement.

Très en vogue chez les éditeurs indépendants, l'impression à la demande sur la base d'un simple fichier numérique gagne du terrain. Ce système permet d'imprimer un livre seulement lorsqu'il est commandé par un lecteur. Expédié ensuite dans la foulée, l'impression à la demande promet une circulation du livre rapide avec, par exemple, une livraison en 48h pour l'entreprise Lightning Source France⁹². Idéale pour réduire les coûts de stockage et pour éviter les invendus et le gaspillage, cette méthode permet aussi aux petits éditeurs de ne pas avancer de frais tout en stabilisant leur économie. L'utilisation de ce type d'impression trouve cependant bien vite ses limites pour les éditeurs ultramarins. En effet, les promesses d'une livraison en 48h semblent difficiles à tenir, même si Lightning Source France assure que ce délai est respecté même pour « des ouvrages commandés depuis les États-Unis, l'Angleterre ou l'Australie ». Dans le cas où ce délai se voyait effectivement respecté, les conséquences écologiques d'un système de diffusion tel que l'impression à la demande seraient catastrophiques et en désaccord total avec les avantages écologiques mis en avant par les entreprises d'impression à la demande: cela viendrait annuler les bienfaits d'une impression sans gaspillage ni pilonnage.

Ainsi, cette autonomie hybride atteignable à travers l'utilisation d'outils numériques n'est pas encore effective. En effet, tous les éditeurs ne peuvent pas encore s'appuyer sur le numérique, créant une accessibilité inégale. Ce dernier nécessite des compétences techniques ainsi qu'un temps de gestion important et pâtit de la fracture numérique évoquée précédemment. Toutefois, certaines initiatives permettent de voir à quoi pourrait ressembler l'édition ultramarine numérique: le numérique a la capacité de devenir un vrai levier stratégique.

Les maisons d'édition ultramarines développent des stratégies d'adaptation qui vont bien au-delà du simple compromis. A travers le recentrage sur leurs lectorats de proximité, la création de points de vente locaux adaptés aux besoins territoriaux et l'investissement des outils numériques, elles construisent des modèles éditoriaux nouveaux, appropriés à leurs contraintes et aux désirs des populations locales, entre enracinement et ouverture.

Souvent perçue comme un renoncement, l'adaptation aux contraintes nationales par l'amélioration des relations locales constitue pourtant un levier d'émancipation tout aussi puissant que l'affrontement frontal du regard métropolitain. Loin de déclarer forfait face au

⁹²OURY, Antoine. Impression à la demande: un artisanat technologique au service du livre. *Actualité*. [en ligne]. 2014.

Disponible sur:

<https://actualite.com/article/39761/reportages/impression-a-la-demande-un-artisanat-technologique-au-service-du-livre>

(Consulté le 12/03/25).

système dominant, cette adaptation lucide permet de redonner aux éditeurs ultramarins de reconquérir des espaces de création et de circulation.

Pour d'autres maisons d'édition, l'enjeu n'est pas seulement de contourner les contraintes mais de les affronter en défendant une ligne éditoriale singulière, où l'affirmation de son identité devient une forme de résistance.

B. S’AFFIRMER : CONSTRUIRE UNE SINGULARITÉ ÉDITORIALE ASSUMÉE

Dans un champ éditorial centré sur les normes métropolitaines, certaines maisons d'édition font le choix de s'affirmer à travers la construction d'une voix propre, visible, cohérente et durable. Cette affirmation passe tout d'abord par la stabilisation d'une ligne éditoriale claire afin d'asseoir sa légitimité dans un champ dominé.

1. Stabiliser une ligne éditoriale identifiable et ouverte

La stabilisation d'une ligne éditoriale identifiable et ouverte passe par le développement d'un esprit de collection fort mais aussi par l'ouverture à des récits et des lectorat élargi.

a) Développer un esprit de collection : cohérence graphique, thématique, symbolique

«Les collections structurent l'activité éditoriale⁹³».

C'est comme cela que commence l'article *La collection, miroir de l'âme* publié par le Bulletin des Bibliothèques de France. Dans cet article, Alban Cerisier, l'auteur, met en exergue le rôle crucial que jouent les collections depuis leur avènement à l'époque des Lumières. Cette période « marquée par une volonté de systématisation des connaissances »⁹⁴, fait ainsi émerger une nouvelle manière de structurer et de construire sa ligne éditoriale. La mise en valeur de ses productions, et plus largement de sa maison d'édition, à travers l'établissement d'une charte graphique et la création de collections présente de nombreux avantages.

Tout d'abord, avec une identité visuelle et éditoriale claire, l'éditeur offre l'opportunité à la presse et à son lectorat de catégoriser sa maison et ainsi de l'inscrire dans le paysage littéraire de manière singulière. Cette identité visuelle et éditoriale découle d'une cohérence dans ses choix: cohérence thématique et cohérence graphique. La cohérence thématique se traduit par un choix de ton mais aussi de positionnement avec des textes choisis, des sujets

⁹³CERISIER, Alban. La collection, miroir de l'âme | Le point de vue d'un éditeur. *Bulletin des bibliothèques de France*. [en ligne]. 2010, n°3, p.28-33. Disponible sur: <<https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2010-03-0028-005>> (Consulté le 23/03/25).

⁹⁴RIVALAN GUEGO, Christine., NICOLI, Miriam. Introduction. *La collection: Essor et affirmation d'un objet éditorial (Europe/Amériques XVIIIe- XXIe)*. [en ligne]. Rennes: Presses universitaires de Rennes, 2014, p.9-15. Disponible sur: <<https://books.openedition.org/pur/54783>> (Consulté le 23/03/25).

abordés et des messages transmis liés entre eux. La cohérence graphique passe par le choix d'un type de maquette, d'un style visuel et souvent d'un logo: ces trois éléments constituent la signature visuelle. Ce sont les éditions Actes Sud qui signent les premières couvertures illustrées dans les années 1970-1980. Elles sont ensuite suivies par de jeunes maisons d'édition qui décident de valoriser leurs productions à travers un « design savamment étudié et original, aux confins du livre d'art [...] souvent révélateur d'une politique éditoriale pointue, voire marginale »⁹⁵. En effet, le second avantage réside dans la transmission d'un message à travers la forme des ouvrages.

Dans son article, Alban Cerisier cite Jean Tardieu qui voyait la singularisation éditoriale comme « un signe de professionnalisation ». Dans un autre article publié par l'agence d'auto-édition Polymnesia, l'auteur souligne qu'une identité visuelle professionnelle « renforce la crédibilité » aux yeux des lecteurs⁹⁶. Cela est expliqué par le fait que les lecteurs se tourneraient plus facilement vers des ouvrages présentant une « image visuelle soignée et définie ». Ainsi, élaborer une charte graphique cohérente et réfléchie offre à sa maison d'édition une image plus professionnelle et plus aboutie. Entre constance et cohérence, l'attention particulière des éditeurs portée à leurs ouvrages guide les lecteurs vers leurs aspirations, leurs conceptions de l'édition et les messages qu'ils souhaitent véhiculer. De plus, proposer une ligne éditoriale graphique et un esprit de collection singulier, c'est revendiquer une vision du monde. Un parti pris esthétique, dans un champ dominé, équivaut à refuser le formatage et construire sa légitimité. C'est notamment le cas des Editions Zulma qui, à travers une esthétique colorée et singulière véhiculent « l'image d'une maison d'édition dynamique, moderne et attentive à la sensibilité du lecteur [...] dont le succès auprès du public témoigne de son efficacité⁹⁷ ». Leurs couvertures graphiques reconnaissables laissent apercevoir une conception de la littérature qui est propre aux éditeurs et éditrices de Zulma. C'est en cela que la valorisation de ses productions par le biais d'une charte graphique permet de véhiculer des messages, dès la forme.

Enfin, l'impact que peuvent avoir les choix graphiques sur les lecteurs n'est pas à négliger. Avec une identité visuelle forte, les éditeurs sont plus susceptibles de créer un lien émotionnel avec leur lectorat, renforçant du même coup la fidélité. Cet affect est primordial dans un marché éditorial saturé: être identifiable dans les étagères d'une librairie ou sur l'interface d'un site web est un des enjeux majeurs pour les maisons d'édition ultramarines. Dans l'ouvrage *La collection: essor et affirmation d'un objet éditorial (Europe/Amérique XVIIIe-XXIe)* dirigé par Christine Rivalan Guégo et Miriam Nicoli, les autrices affirment que

⁹⁵ ZAMMIT, Camille. L'apparence du livre: l'art de l'identité visuelle dans l'édition littéraire française. Mémoire de Master 2 Édition imprimée et électronique. Toulouse: Université Toulouse Jean Jaurès, 2014, 88 pages.

⁹⁶ Polymnesia, l'autoédition professionnelle. *L'importance de la charte graphique et de l'identité visuelle pour l'auteur*. [en ligne]. Disponible sur: <<https://polymnesia-autoedition.fr/charte-graphique-identite-visuelle/>> (Consulté le 25/05/25).

⁹⁷ ZAMMIT, L'apparence du livre: l'art de l'identité visuelle dans l'édition littéraire française

« les collections contribuent à la construction, ou au renforcement, des identités nationales »⁹⁸. Dans le cadre des éditeurs basés en outre-mer, prolonger sa singularité identitaire et éditoriale aux choix graphiques est une manière de s'émanciper des normes et des attentes qui pèsent sur l'édition ultramarine. Par ailleurs, le système de collections permet également de s'assurer une certaine longévité sur le marché éditorial. Alban Cerisier parle des collections comme « les points de fixation » de l'activité éditoriale et l'auteur de Polymnesia comme assurant la « pérennité de la marque ». Ce point est essentiel pour les éditeurs ultramarins, pour qui la visibilité peine à s'installer durablement.

Toutefois, la mise en place d'une esthétique particulière n'est pas suffisante. Il ne s'agit pas de créer un simple look à ses productions: le catalogue doit devenir un véritable espace narratif, en cohérence parfaite avec la ligne graphique. L'esprit de collection se reflète à travers une narration globale, réfléchie et éclairée où les genres peuvent varier mais sans toucher au propos. La concordance entre fond et forme participe alors à installer une forme de crédibilité et à faciliter la transmission des messages.

Pour les éditions The Friendly Books, l'esprit de collection est né en même temps que leurs premiers ouvrages: avec des tailles similaires et une ligne graphique claire, tous leurs livres s'inscrivent dans une seule et même démarche. Toutefois, peut-être que le message véhiculé peut parfois être brouillé ou manqué de relief. En effet, ne pas délimiter clairement de collections nuit à la compréhension de la ligne éditoriale. Leurs ouvrages plutôt destinés à la diaspora sont rangés à côté de beaux-livres à destination principalement touristiques. Cela peut refroidir les locaux ou le lectorat issu de la diaspora qui, en voyant ou en consultant un ouvrage, se méprendraient sur le reste de la production et ne chercheraient pas à se renseigner davantage. D'autant plus que les ouvrages principalement mis en avant par les commerçants sont les livres pensés majoritairement pour les visiteurs ponctuels de l'île.

Ainsi, en construisant un esprit de collection à travers des choix thématiques, graphiques et symboliques, les maisons d'édition ultramarines assument pleinement leur singularité éditoriale, et ce, de manière durable.

Si construire une identité éditoriale forte permet aux maisons d'édition ultramarines d'exister dans la durée, cela ne les condamne pas à l'entre-soi ou à un ancrage territorial exclusif. Certaines choisissent d'élargir leur horizon en publiant des ouvrages au rayonnement géographique plus important, leur permettant d'exercer leur singularité tout en s'émancipant des contraintes territoriales trop rigides.

⁹⁸RIVALAN GUEGO, NICOLI. *La collection: Essor et affirmation d'un objet éditorial (Europe/Amériques XVIIIe- XXIe)*

b) Proposer des livres à rayonnement géographique élargi: outre-mer élargi, sujets diasporiques, publics mixtes

Proposer des ouvrages qui ne s'inscrivent pas uniquement dans une thématique territoriale ne nécessite pas de renier son ancrage géographique: pour certaines maisons d'édition, le local n'est pas un enfermement mais un point de départ. Dans le cas des maisons ultramarines, de nombreux sujets peuvent être abordés et inclure d'autres territoires. En effet, les départements et collectivités d'outre-mer, bien que variés, partagent de nombreux points communs ainsi que certains enjeux culturels. Dans ce cas, les ouvrages pourraient évoquer les conditions liées à l'insularité et au statut d'outre-mer français, mais également des sujets plus politiques ou historiques comme le colonialisme, l'ère post-colonialiste ou encore la place de la langue créole dans notre société actuelle. Ces enjeux permettent de faire des liens avec d'autres territoires et ainsi d'élargir le rayonnement d'ouvrages dont l'ancrage reste territorial. Nous avons évoqué précédemment la maison Au vent des îles basée en Polynésie française. Cette dernière a pris ce chemin en choisissant de diriger ses ouvrages vers le Pacifique et pas seulement autour de son territoire d'ancrage: cela leur permet de valoriser leur terre d'origine tout en élargissant leur public cible à tous les habitants du Pacifique. Les problématiques autour de la diaspora sont également un sujet qui rassemble ces territoires avec les questions autour d'une double appartenance, de la mémoire et de la transmission. Les territoires français appartenant à la Caraïbe ont souvent tendance à se rassembler d'un même élan, autour de la culture caribéenne et/ou antillaise. C'est notamment le cas des Éditions Jasor qui, dans leur présentation, entendent valoriser la culture guadeloupéenne et « plus généralement, caribéenne⁹⁹».

Le rassemblement autour de thématiques communes à plusieurs pays ou territoires est ainsi un excellent moyen de dépasser la seule logique territoriale pour entrer dans un dialogue plus large.

Par ailleurs, s'adresser à des publics mixtes n'est pas incompatible avec une identité éditoriale marquée. En effet, les lecteurs issus de la diaspora, du tourisme ou locaux n'ont effectivement pas les mêmes attentes mais gravitent tout de même autour d'un point commun majeur: le territoire. Ainsi, l'enjeu est d'adapter les ouvrages à plusieurs niveaux de lecture afin de rester fidèle à son territoire tout en étant accessible.

Enfin, les éditeurs sont amenés à repenser la notion d'outre-mer comme un terrain éditorial commun et non plus comme une série de territoires historiquement et politiquement liés. Cela permettrait aux maisons ultramarines de nouer des relations inter-îles, de faciliter le voyage des auteurs et des ouvrages entre les différentes îles ou encore de réaliser des

⁹⁹Éditions Jasor. *Qui sommes-nous ?*. [en ligne]. Disponible sur: <<https://www.editionsjasor.fr/about>> (Consulté le 17/01/25).

coéditions avec d'autres territoires, comme c'est déjà le cas pour Caraïbéditions, qui oscille entre la Réunion, la Martinique, la Guadeloupe et la Guyane. Cela reviendrait à créer une nouvelle centralité éditoriale, éloignée de Paris. En élargissant leurs rayonnements, les éditeurs ultramarins permettraient également de restituer la complexité des récits ultramarins, sans les réduire à une assignation géographique.

Pour la maison d'édition The Friendly Books, la question de l'ancrage territorial comme point de départ et non comme contrainte s'est récemment posée. Avec des ouvrages clairement affichés aux couleurs de Saint-Martin et au vu de sa population réduite, l'éditeur souhaitait trouver le compromis entre fidélité à son lectorat local et élargissement de son rayonnement. L'idée pour son prochain ouvrage s'est donc articulée autour de ce que partagent tous les territoires d'outre-mer, et plus généralement toutes les îles: les paysages paradisiaques. Il s'est alors penché sur la maquette de son nouveau beau-livre de photographie en gardant en tête le concept d'universalité. Ce travail a abouti à un ouvrage composé de photographies aériennes qui «pourraient être d'ici ou d'ailleurs, d'ici ou d'une autre île¹⁰⁰». La vitrine de ce livre s'inscrit dans la même logique avec une couverture mettant l'accent sur le côté aérien et non pas sur une localisation précise. Ce livre mêle alors parfaitement identité territoriale et universalité insulaire.

Ainsi, en s'ouvrant à un espace géographique élargi et en s'adressant à tous leurs publics, les éditeurs ultramarins affirment une ligne éditoriale transversale et émancipée de la centralité métropolitaine. Cette stratégie éditoriale leur permet de se construire une légitimité nouvelle et alternative, fondée sur des enjeux et des cultures communes.

Les éditeurs ultramarins, en développant une ligne éditoriale singulière et assumée adressée à un public territorial mais élargi, s'affirment en dehors du circuit de légitimité classique. Toutefois, dans un champ éditorial dominé par les logiques parisiennes, cette légitimité reste à consolider: les maisons ultramarines ne cherchent plus seulement à exister mais à s'inscrire durablement dans ce champ qui leur reste encore difficilement accessible.

2. Asseoir une légitimité éditoriale dans un champ dominé

Pour les maisons d'édition ultramarines, asseoir une légitimité éditoriale durable implique de faire face au regard dominant métropolitain. Cet affrontement inégal tend à créer une cohésion littéraire ultramarine, organisée autour de la solidarité et d'une culture commune.

¹⁰⁰Déclaration de l'éditeur Thomas Proust

a) Revendiquer sa place malgré les barrières : affronter le regard métropolitain

Avec un univers éditorial français profondément tourné vers Paris, les maisons d'édition ultramarines sont encore dans l'obligation de négocier leur légitimité. À côté de la concentration des grands éditeurs et des larges réseaux de diffusion nationaux, les éditeurs ultramarins sont perçus comme mineurs et marginaux, les propulsant dans un angle d'analyse souvent compassionnel et folklorisant. Face à un regard si dévalorisant, difficile de s'imposer et de créer sa place. C'est en cela que l'édition indépendante devient un lieu d'expression alternatif, en rupture, ou tout du moins à distance, des hiérarchies symboliques et des logiques commerciales hexagonales.

Pour certaines maisons, l'affrontement du regard métropolitain passe par un positionnement éditorial politisé, où les thématiques, les formes et les langues ne rentrent pas dans les cadres traditionnels. La sociologue et chercheuse Sophie Noël, dans son article portant sur *L'indépendance et l'édition politique en Grande-Bretagne*, en dresse le portrait à l'aide d'un échantillon de maisons britanniques qui se veut représentatif du marché mondial¹⁰¹. Sophie Noël présente l'ancrage politique d'une maison d'édition comme « un élément positif d'identification et d'implication ». Dans le cadre des maisons d'édition ultramarines, l'affirmation d'une visée politique permet de s'émanciper des attentes parisiennes qui pèsent sur elles. Loin des ouvrages touristiques plébiscités par l'Hexagone, cette ligne éditoriale affirmée est également le point de départ d'une identité territoriale marquée. Pour les maisons d'édition politisées, « [l'engagement] est également décliné de manière ostensible dans les catalogues, sites Internet et divers documents mettant en scène leur identité », permettant ainsi une clarté absolue pour leurs lectorats et leurs partenaires. C'est notamment le cas de Caraïbéditions ou encore des Editions Nestor. Ces dernières mettent en valeur leurs productions politiques au sein de leurs catalogues avec des onglets dédiés.

La politisation d'une ligne éditoriale peut également être implicite. Dans le cas de l'édition ultramarine, produire des ouvrages territoriaux peut déjà être un engagement politique. En donnant la parole à des voix d'ordinaire minorées et en offrant une visibilité à des problèmes sociaux, culturels et identitaires, les éditeurs réalisent déjà un acte militant, notamment dans les outre-mer, où les maisons d'édition ne sont pas uniquement des structures éditoriales. Ces dernières jouent un rôle essentiel dans la vie culturelle mais peuvent aussi s'imposer dans la vie politique locale.

Ainsi, il est évident que l'édition indépendante est un outil de contre-pouvoir permettant de redéfinir les portes d'entrées de la légitimité.

¹⁰¹NOËL, Sophie. Indépendance et édition politique en Grande-Bretagne : le cas de quelques éditeurs engagés. *Communication et Langages*. [en ligne]. 2011, n°4, p. 73. Disponible sur : <https://shs.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2011-4-page-73?lang=fr>.> (Consulté le 16/01/25)

Cependant, face à un système où la domination est aussi structurelle que symbolique, la démarche individuelle ne suffit plus. Penser en réseau ou en collectif permet aux maisons ultramarines de renforcer leur visibilité, leur poids et leur engagement au sein d'un marché éditorial dominé.

b) Vers une dynamique collective : créer un réseau ou collectif d'éditeurs ultramarins

Pour faire face à l'isolement structurel, les maisons d'édition ultramarines ont tout intérêt à s'unir. Même si ces dernières sont éloignées les une des autres géographiquement, elles font face aux mêmes difficultés, qu'elles soient financières ou bien liées à la diffusion et à la visibilité. Pour autant, peu de plateformes et de fédérations inter-éditeurs existent au sein des territoires d'outre-mer.

En métropole, les maisons d'édition indépendantes font face à des difficultés similaires et certaines ont pris le parti de créer des associations et des réseaux, souvent d'ordre territoriaux. Nous pouvons par exemple évoquer l'association Editeurs du Sud composée aujourd'hui de vingt-six éditeurs issus de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Créée en 2002 sous le nom d'Editeurs Sans Frontières, cette association permet à ses membres « le partage de compétences entre éditeurs indépendants » dans le but que se mettent en place des « stratégies communes pour développer et diffuser leur production éditoriale en France et dans le monde¹⁰² ». L'objectif principal de cette association est « la promotion et les échanges commerciaux à l'international (vente de droits, coéditions,...)¹⁰³ » à travers « un accompagnement des éditeurs à l'export et à l'international ». Cet objectif a été largement atteint avec la participation des Editeurs sans frontières à plus d'une quarantaine de salons du livre dans le monde entier, de l'Argentine à la Chine en passant par le Liban. L'ESF a également mis en place des missions dans le but d'accompagner des libraires francophones à l'international, notamment au Moyen-Orient et en Amérique du Nord. C'est en cela que cette association s'est ancrée dans la vie culturelle de la région, comme l'affirme le site de l'agence régionale du livre de la région PACA¹⁰⁴.

Ce genre d'initiative n'appartient pas seulement au monde du livre européen. En effet, dans l'article de la BBF portant sur la diffusion difficile de l'édition francophone en France, Luc Pinhas évoque le rassemblement Afrilivres, composé de la majorité des éditeurs issus d'Afrique subsaharienne, dont le but est la valorisation des productions africaines sur les marchés du Sud et du Nord¹⁰⁵. Il étend également ce système de réseau aux libraires qui, au Québec, se sont regroupés en une association nommée les Libraires indépendants du

¹⁰²Editeurs du sud. *Qui sommes-nous ?*. [en ligne]. Disponible sur : <<https://www.editeursdusud.com/l-association.html>> (Consulté le 24/05/25).

¹⁰³LAZARE, Des éditeurs choisissent la province pour affirmer leur indépendance

¹⁰⁴Agence régionale du livre de la région PACA. *Editeurs sans frontières s'ouvre*. [en ligne]. (2009). Disponible sur : <<https://www.livre-provencealpescotedazur.fr/la-vie-du-livre/actualites/editeurs-sans-frontièreres-s-ouvre-1401>> (Consulté le 17/04/25).

¹⁰⁵PINHAS, La difficile diffusion en France de l'édition francophone

Québec (LIQ), aujourd'hui à l'initiative de deux sites promotionnels en faveur des écrits cadiens et québécois.

Enfin, nous pouvons évoquer l'association des Editeurs de la région Occitanie (ERO) qui voit le jour en 2015 sous le nom des éditeurs de Languedoc-Roussillon et Midi-Pyrénées. Rebaptisée en 2017 pour suivre le nouveau découpage des régions, ce nouveau nom permet surtout d'intégrer l'appellation officielle du territoire « au cœur duquel s'ancrent ses actions¹⁰⁶ ». Dans leur présentation, les éditeurs adhérents confient que cette association était une manière de s'unir dans le moment de flou que représentait la fusion des régions afin d'être et de pouvoir échanger avec « des interlocuteurs actifs, force de propositions, capables de faire remonter la réalité des besoins de nos structures ». Ici aussi, le lien territorial est important car il s'accompagne d'une connaissance et d'une compréhension de contraintes et d'enjeux communs.

Si la création de réseaux entre éditeurs n'est pas si évidente dans des territoires comme ceux d'outre-mer, cela ne veut pas dire que des ententes et des partenariats sont impossibles.

Dans un article tiré de Livres Hebdo portant sur *Les écosystèmes particuliers de l'édition en outre-mer*, Marie-Agnès Laffougère établit un panorama des associations littéraires ultramarines¹⁰⁷. Tout d'abord, en Polynésie française, l'Association des éditeurs de Tahiti et des îles (AETI), regroupant neuf maisons d'édition, a pour objectif « la promotion, le développement et la défense des droits et libertés de l'édition et des éditeurs de Polynésie française qui sont ses membres¹⁰⁸ ». Cette dernière, créée à l'initiative du fondateur de la maison Au vent des îles, remplit son objectif à travers l'organisation de festivals littéraires comme l'annuel rassemblement Lire en Polynésie mais aussi les salons de Raiatea, de Taravo et de Papara.

En 2015, l'association Miti-Frall (Fédération régionale des acteurs du livre et de la lecture en Guyane) voit le jour dans le but de soutenir et rassembler l'ensemble des acteurs de la chaîne du livre guyanaise. Leurs objectifs sont multiples mais tous gravitent autour de l'entraide et de la valorisation des productions locales: « mutualiser leurs savoirs et leurs savoir-faire; mettre en place des initiatives de coopération, d'information, d'innovation, de conseil technique, de diffusion, de promotion du livre et de la lecture sous toutes ses formes; faciliter l'accès au livre à tous les publics, notamment ceux qui souffrent d'un handicap;

¹⁰⁶Editeurs de la région occitanie. *Présentation*. [en ligne]. Disponible sur: <<https://www.editeursregionoccitanie.fr/2017/10/presentation.html>> (Consulté le 24/05/25).

¹⁰⁷LAFFOUGERE, Les écosystèmes particuliers de l'édition en Outre-Mer

¹⁰⁸Association des éditeurs de Tahiti et des îles. *L'association*. [en ligne]. Disponible sur: <<https://lireenpolynesie.fr/lassociation/>> (Consulté le 25/02/25).

soutenir les acteurs dans leur développement; accompagner les politiques de développement des institutions culturelles, qu'elles soient régionales ou nationales¹⁰⁹».

Toutefois, dans le même article, l'autrice évoque l'absence d'associations similaires chez les éditeurs antillais, malgré la présence plus d'une quinzaine de maisons d'édition antillaises actives réparties entre la Martinique, la Guadeloupe et Saint-Martin. Cette absence de regroupements est donc un véritable axe d'amélioration et de réflexion pour les éditeurs issus de ces territoires et collectivités. Au vu des avantages certains et tangibles observés à travers les actions des associations territoriales d'outre-mer et de métropole, les maisons antillaises auraient tout intérêt à se fédérer autour de leurs contraintes et cultures communes. En mutualisant leurs ressources, leurs savoirs-faires et leurs canaux de diffusion, les éditeurs ultramarins pourraient mettre en place des réseaux leur permettant de renforcer leur poids dans le marché éditorial. En créant des coéditions entre maisons de différents territoires, en partageant leurs illustrateurs, leurs maquettistes ou en créant des événements littéraires communs, les éditeurs proposent un autre modèle éditorial, organisé autour d'une solidarité territoriale et identitaire. Un réseau fort permettrait de rendre visible l'édition ultramarine depuis la métropole comme une force collective, encourageant peut-être les institutions et les politiques à davantage s'intéresser aux réalités des territoires et collectivités d'outre-mer.

Ainsi, en s'organisant collectivement, les maisons d'édition ultramarines peuvent sortir de l'isolement, grâce à l'utilisation de leurs singularités au service d'une identité ultramarine commune.

En affirmant une ligne éditoriale cohérente et ouverte, en élargissant leur champ d'action géographique et en revendiquant leur place dans un système inégalitaire, les maisons d'édition ultramarines transforment leur position périphérique en force éditoriale propre. Cela ne revient pas à imiter le centre parisien mais plutôt à créer le sien, fondé sur la pluralité des voix, l'autonomie des choix et la puissance du collectif.

¹⁰⁹La fédération régionale des acteurs du livre et de la lecture Miti Frall. *Qui sommes-nous ?*. [en ligne]. Disponible sur: <<https://mitifrallguyane.fr/qui-sommes-nous/>> (Consulté le 25/04/25).

CONCLUSION

Interroger l'édition en outre-mer revient à toucher un domaine bien plus large que celui de l'édition: cela revient à aborder les rapports de force existant entre centre et périphérie, entre cultures dominantes et dominées, entre invisibilisation historique et affirmation contemporaine. En s'intéressant à la manière dont les maisons d'édition ultramarines construisent leur identité, une réalité complexe et profondément politique est mise en lumière. En effet, dans ces territoires encore marqués par les héritages coloniaux, l'édition ne peut pas être neutre: publier, c'est s'engager.

Dans notre première partie, nous avons analysé les stratégies mises en œuvre par les éditeurs ultramarins pour inscrire leur activité dans une logique de valorisation culturelle et d'affirmation identitaire. A travers leurs choix éditoriaux, les langues de leurs publications et les récits qu'elles choisissent de mettre en avant, les maisons d'édition ultramarines jouent un rôle crucial dans la construction des mémoires collectives. Le livre devient alors à la fois un lieu de résistance, un support de légitimité mais aussi un espace où coexistent plusieurs types de public. Cette identité éditoriale repose ainsi sur un subtil équilibre entre enracinement et ouverture, entre expression d'un territoire et circulation des récits.

La deuxième partie a mis en exergue les nombreuses contraintes structurelles et symboliques qui pèsent sur l'édition ultramarine. S'ajoutent à la fragilité économique des maisons d'édition, des difficultés logistiques intimement liées à l'insularité, aux coûts des transports et à l'instabilité des réseaux de diffusion. Les politiques culturelles nationales, bien que porteuses d'opportunités, créent également une forme de formatage éditorial en obligeant les éditeurs à choisir entre moyens financiers et convictions éditoriales. Par ailleurs, les éditeurs d'outre-mer peinent à se faire une place dans les circuits de reconnaissance classiques, entre invisibilisation et prisme de l'exotisme. Ces nombreux obstacles découlent d'une hiérarchisation persistante du champ éditorial, où Paris domine, dirige et légitime.

C'est au regard de cette tension, entre contrainte et création, que s'est construite l'ultime partie de cette réflexion. Loin de rester figés dans un rôle périphérique, les éditeurs ultramarins développent des stratégies d'adaptation et d'affirmation. Ils repensent leurs lectorats et leurs relations avec ces derniers, investissent les outils numériques, créent des points de vente locaux, et affirment une ligne éditoriale claire, à la fois locale et universelle. Ces dispositifs permettent à l'édition ultramarine de sortir d'un enfermement identitaire et territorial et, ainsi, de se projeter dans une logique d'émancipation. Par ailleurs, elles témoignent de la capacité des éditeurs indépendants à penser leur métier comme une pratique culturelle engagée et militante.

L'étude de terrain permise par un stage au sein des éditions The Friendly Books a permis d'observer ces mécanismes depuis l'intérieur. Entre contraintes logistiques, recherche de lectorat,

choix esthétiques et tensions identitaires, le travail de l'éditeur devient un véritable geste de résistance.

Dans un contexte où les rapports centre/périphérie continuent de structurer le monde de l'édition, il devient important de repenser les critères de légitimité et les circuits de valorisation. L'enjeu n'est pas seulement l'intégration des maisons ultramarines dans les réseaux existants. Il s'agirait de reconnaître leur singularité et de leur permettre d'en faire de nouveau une force en valorisant leurs modèles alternatifs et en soutenant leurs développements sans les contraindre.

Pour finir, ce mémoire permet de s'interroger sur ce que signifie éditer en territoire dominé, en questionnant la capacité de l'édition indépendante à résister aux logiques normatives, à inventer de nouveaux espaces de création et à revendiquer le droit d'exister en dehors des centres.

BIBLIOGRAPHIE

ARTICLES DE REVUES

ALAUX, Christophe., SERVAL, Sarah., ZELLER, Christelle. Le marketing territorial des Petits et Moyens Territoires: identité, image et relations. *Gestion et management public*. [en ligne]. 2015, Volume 4, n°2, pages 61 à 78. Disponible sur: <https://shs.cairn.info/article/GMP_042_0061?tab=texte-integral> (Consulté le 11/01/25).

ALPOZZO, Marc. Patrick Chamoiseau ou l'oiseau marqueur de paroles. *Presse Littéraire*. [en ligne]. 2006, n°4. Disponible sur: <<http://marcalpozzo.blogspot.com/archive/2010/01/14/43e2571a600023e65dcbb7283d8e94e8.html>> (Consulté le 01/05/25).

Auteur inconnu. *La fracture numérique continue de se creuser entre l'Hexagone et les Antilles*. *France Info Guadeloupe*. [en ligne]. 2021. Disponible sur: <<https://la1ere.franceinfo.fr/guadeloupe/la-fracture-numerique-continue-de-se-creuser-entre-l-hexagone-et-les-antilles-988609.html>> (Consulté le 17/04/25).

BARABEL, Michel., MAYOL, Samuel., MEIER, Olivier. Les médias sociaux au service du marketing territorial: une approche exploratoire. *Management et avenir*. [en ligne]. 2010, n°32, pages 233 à 253. Disponible sur: <https://shs.cairn.info/article/MAV_032_0233?tab=texte-integral> (Consulté le 12/02/25).

BIANCARELLI, Bernard. L'édition corse, une histoire singulière. *La Pensée*. [en ligne]. 2014, n°380, pages 49 à 61. Disponible sur: <https://shs.cairn.info/article/LP_380_0049> (Consulté le 12/01/25).

BLANCHET, Gilles. La Polynésie française à la recherche de son identité. *Journal de la société des océanistes*. [en ligne]. 2003. Disponible sur: <<http://journals.openedition.org/jso/1127>> (Consulté le 21/01/25).

BOSCHER, Marie. "Bookstagrammeurs" ultramarins: quand la lutte contre le racisme passe aussi par la lecture. *France Info, le portail des outre-mer*. [en ligne]. 2020. Disponible sur: <<https://la1ere.franceinfo.fr/bookstagrammeurs-ultramarins-quand-lutte-contre-racisme-passe-lecture-839720.html>> (Consulté le 04/04/25).

CARTELLIER, Dominique. Perspectives pour l'édition en région, le cas du Rhône-Alpes. *Les Enjeux de l'information et de la communication*. [en ligne]. 2003, Volume 1, pages 1 à 9. Disponible sur: <<https://shs.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2003-1-page-1?lang=fr>> (Consulté le 11/01/25).

CELESTINE, Audrey. Mobilisations et identités chez les Antillais en France: le choix de la différenciation. *REVUE Asylon(s)*. [en ligne]. 2010, n°8. Disponible sur: <<http://reseau-terra.eu/article946.html>> (Consulté le 16/01/25)

CERISIER, Alban. La collection, miroir de l'âme | Le point de vue d'un éditeur. *Bulletin des bibliothèques de France*. [en ligne]. 2010, n°3, p.28-33. Disponible sur: <<https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2010-03-0028-005>> (Consulté le 23/03/25).

CHANTEUR, Bénédicte, ZAVALA, Fernando. En Guyane, quatre adultes sur dix sont en difficulté face à l'écrit. *INSEE*. [en ligne]. 2024, N°73. Disponible sur: <<https://www.insee.fr/fr/statistiques/8275440>> (Consulté le 26/04/25).

CHANTEUR, Bénédicte, ZAVALA, Fernando. En Martinique, un adulte sur huit est en difficulté face à l'écrit. *INSEE*. [en ligne]. 2024, n°72. Disponible sur: <<https://www.insee.fr/fr/statistiques/8275668>> (Consulté le 26/04/25).

CHANTEUR, Bénédicte, ZAVALA, Fernando. Un Guadeloupéen de 18 à 64 ans sur six rencontre des difficultés à l'écrit en 2022. *INSEE*. [en ligne]. 2024, n°84. Disponible sur: <<https://www.insee.fr/fr/statistiques/8275762#onglet-2>> (Consulté le 26/04/25).

CHARRON, Yves. L'identité française et européenne dans les outremer franco-caribéens. *IEIM*. [en ligne]. 2016. Disponible sur : <https://www.ieim.uqam.ca/IMG/pdf/note_de_recherche_oda_identite_francaise.pdf> (Consulté le 16/01/25)

COLY, Yaya. Poétique subversive et affirmation identitaire dans les littératures francophones mineures. *Diversité REcherche et Terrains*. [en ligne]. 2014. Disponible sur: <<https://www.unilim.fr/dire/469>> (Consulté le 17/04/25).

DAGHMI, Fathallah. Constructions identitaires et récits médiatiques. *Études caribéennes*. [en ligne]. 2007. Disponible sur: <<https://journals.openedition.org/etudescaribeennes/368>> (Consulté le 27/04/25)

DIÉMERT, Stéphane. Le droit de l'outre-mer. *Pouvoirs*. [en ligne]. 2005, n°2, p. 101. Disponible sur : <<https://shs.cairn.info/revue-pouvoirs-2005-2-page-101?lang=fr>> (Consulté le 16/01/25)

DJOB LI KANA, Edouard. Imaginaires linguistiques dans la fiction postcoloniale francophone: entre revendications identitaires et ouvertures interculturelles. *Mouvances Francophones*. [en ligne]. 2021. Disponible sur: <https://www.researchgate.net/publication/349614726_Imaginaires_linguistiques_dans_la_fiction_postcoloniale_francophone_entre_revendications_identitaires_et_ouvertures_interculturelles> (Consulté le 17/05/25).

DOUMENGE, Jean-Pierre. Diversité culturelle et construction des identités collectives d'outre-mer. *Hermès*, n°32. [en ligne]. 2002. Disponible sur : <https://www.cairn.info/load_pdf.php?ID_ARTICLE=HERM_032_0027&download=1&from-feuilleter=1> (Consulté le 16/01/25).

EUZEBY, Florence., PASSEBOIS–DUCROS, Juliette., MACHAT, Sarah. Les influenceurs littéraires, nouveaux gourous du livre. *The conversation*. [en ligne]. 2024. Disponible sur: <<https://theconversation.com/les-influenceurs-litteraires-nouveaux-gourous-du-livre-240393>> (Consulté le 02/05/25).

FAATAU, Jean-Tenahe. Nous ne sommes jamais dans les livres: les ultramarins racontent leur Outre-mer loin des clichés. *Outremers 360*. [en ligne]. 2025. Disponible sur: <<https://outremers360.com/bassin-atlantique-appli/nous-ne-sommes-jamais-dans-les-livres-es-ultramarins-racontent-leur-outre-mer-loin-des-cliches>> (Consulté le 30/03/25).

FISSIER, Emilie., PLANCHE, Marine. Booktok, bookstagram et les autres: la prescription littéraire réinventée. *Balises, le magazine de la BPI*. [en ligne]. 2025. Disponible sur: <<https://balises.bpi.fr/booktok-bookstagram-et-les-autres-la-prescription-litteraire-reinventee/>> (Consulté le 02/05/25).

FOURGNAUD, Magali. Pour une approche littéraire de l'identité. *Essais*. [en ligne]. 2017. Disponible sur: <https://www.researchgate.net/publication/326981664_Pour_une_approche_litteraire_de_l'identite> (Consulté le 16/04/25).

GAROCHE, Bruno., MEKKAOU, Jamel. A la Réunion, un adulte sur six en difficulté à l'écrit en français. *INSEE*. [en ligne]. 2024, n°92. Disponible sur: <<https://www.insee.fr/fr/statistiques/8279889>> (Consulté le 26/04/25).

GAROCHE, Bruno., MEKKAOU, Jamel. A Mayotte, six adultes sur dix sont en difficulté à l'écrit en langue française. *INSEE*. [en ligne]. 2024, n°38. Disponible sur: <<https://www.insee.fr/fr/statistiques/8542864>> (Consulté le 26/04/25).

GASNET, Estelle. Comment est fixé le prix des livres en outre-mer. *Soualiga Post, toute l'actualité de Saint-Martin & de Sint Maarten*. [en ligne]. 2018. Disponible sur: <<https://www.soualigapost.com/fr/actualite/20537/d%C3%A9cryptage/comment-est-fix%C3%A9-le-prix-des-livres-en-outre-mer>> (Consulté le 07/05/25).

GIRARD, Hélène. Dans les coulisses de l'édition territoriale. *La gazette des communes*. [en ligne]. 2016. Disponible sur: <<https://www.lagazettedescommunes.com/telechargements/2017/09/dossier-collterr-editrices-gaz-2016-03-14.pdf>> (Consulté le 11/01/25).

HARZOUNE, Mustapha. Qu'entend-on par diaspora ?. *Musée de l'histoire de l'immigration*. [en ligne]. 2022. Disponible sur: <<https://www.histoire-immigration.fr/les-mots/qu-entend-on-par-diaspora>> (Consulté le 06/05/25).

HELMLINGER, Julien. Les librairies et l'accès au livre dans les départements d'outre-mer. *Actualité*. [en ligne]. 2014. Disponible sur: <<https://actualite.com/article/46543/distribution/les-librairies-et-l-039-acces-au-livre-dans-les-departements-d-039-outre-mer>> (Consulté le 16/05/25).

HENOCQ, Christophe. Bienvenue à St Martin-St Maarten// Welcome to St Martin-St Maarten. *Nature Saint Martin Saint Maarten*, 1997, n°1.

KEATING, Juliette. Dérisonnable indépendance. *Délibéré*. [en ligne]. 2021. Disponible sur: <<https://delibere.fr/deraisonnable-independance/>> (Consulté le 07/05/25)

KEATING, Juliette. Diffuser l'indépendance. *Délibéré*. [en ligne]. 2021. Disponible sur: <<https://delibere.fr/edition-independante-diffusion/>> (Consulté le 07/05/25).

LAFFOUGÈRE, Marie-Agnès. Dans les Antilles, la difficile réalité des librairies généralistes. *Livres Hebdo*. [en ligne]. 2025. Disponible sur: <<https://www.livreshebdo.fr/article/dans-les-antilles-la-difficile-realite-des-librairies-generalistes>> (Consulté le 28/02/25).

LAFFOUGÈRE, Marie-Agnès. Les écosystèmes particuliers de l'édition en Outre-mer. *Livres Hebdo*. [en ligne]. 2025. Disponible sur: <<https://www.livreshebdo.fr/article/les-ecosystemes-particuliers-de-ledition-en-outre-mer>> (Consulté le 02/06/25).

LAZARE, Françoise. Des éditeurs choisissent la province pour affirmer leur indépendance. *Le Monde*. [en ligne]. 2005. Disponible sur: <https://www.lemonde.fr/international/article/2005/07/07/des-editeurs-choisissent-la-province-pour-affirmer-leur-independance_670429_3210.html> (Consulté le 07/05/25).

MARAJO, Odile. Une aide financière en soutien à la presse écrite ultramarine. *RCI, toute l'info de la Caraïbe*. [en ligne]. 2021. Disponible sur: <<https://rci.fm/deuxiles/infos/Societe/Une-aide-financiere-en-soutien-la-presse-ecrite-ultramarine>> (Consulté le 01/05/25).

MOREAU, Matthieu. Les réseaux sociaux, nouveau secteur porteur du livre. *Netemedia*. [en ligne]. 2019. Disponible sur: <https://www.netemedia.fr/blog/les-reseaux-sociaux-nouveau-secteur-porteur-du-livre/#reseau_sociaux> (Consulté le 18/03/25).

NOËL, Sophie. Indépendance et édition politique en Grande-Bretagne : le cas de quelques éditeurs engagés. *Communication et Langages*. [en ligne]. 2011, n°4, p. 73. Disponible sur : <<https://shs.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2011-4-page-73?lang=fr>> (Consulté le 16/01/25).

OURY, Antoine. Impression à la demande: un artisanat technologique au service du livre. *Actualité*. [en ligne]. 2014. Disponible sur: <<https://actualite.com/article/39761/reportages/impression-a-la-demande-un-artisanat-technologique-au-service-du-livre>> (Consulté le 12/03/25).

PARLAN, Valérie. Entretien: La France des outre-mer racontée par leurs habitants dans un livre. *Ouest France*. [en ligne]. 2025. Disponible sur: <<https://www.ouest-france.fr/outre-mer/entretien-la-france-des-outre-mer-racontee-par-leurs->

[habitants-dans-un-livre-ac55a572-117e-11f0-95ee-d86636cacd85](#)> (Consulté le 01/06/25).

PINHAS, Luc. La difficile diffusion en France de l'édition francophone. *Bulletin des bibliothèques de France*. [en ligne]. 2012, n°6, p.47-50. Disponible sur:

<<https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2012-06-0047-011>> (Consulté le 20/04/25).

ROSAZ, Karim. Discover Hors Série Irma: 128 photographies d'exception. *Le Pélican, l'information au quotidien de l'île de Saint-Martin, Antilles*. [en ligne]. 9 janvier 2018.

Disponible sur:

<<https://www.lepelican-journal.com/Discover-Hors-Serie-Irma-128-photographies-d-exception/?reload=true>> (Consulté le 25/02/25).

ROUYER, Philippe. L'édition régionale en Normandie. *Bulletin des bibliothèques de France (BBF)*. [en ligne]. 1994, n°6, p.100-101. Disponible sur:

<<https://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-1994-06-0100-008>> (Consulté le 12/02/25).

SAPIRO, Gisèle. Le champ littéraire. Penser le fait littéraire comme fait social. *Histoire de la recherche contemporaine*. [en ligne]. 2021, n°1, p.45-51. Disponible sur:

<<https://journals.openedition.org/hrc/5575>> (Consulté le 16/06/25).

SOLYM, Clément. Dispositif du CNL pour le Numérique: nouveaux enjeux de création. *Actualité*. [en ligne]. 2015. Disponible sur:

<<https://actualite.com/article/44685/distribution/dispositif-du-cnl-pour-le-numerique-nouveau-x-enjeux-de-creation>> (Consulté le 17/04/25).

TAC, Ambre. Le festival écritures des Amériques, édition 2024. *Le média TAC*. [en ligne]. 2024. Disponible sur:

<<https://travelart.fr/litterature-en-guadeloupe-festival-ecritures-des-ameriques/>> (Consulté le 16/05/25).

ULYSSE, Eline. Le ministère des Outre-Mer fait rayonner la diversité et la pluralité des cultures ultramarines au Festival du Livre de Paris 2025. *Outremers 360*. [en ligne]. 2025.

Disponible sur:

<<https://outremers360.com/bassin-atlantique-appli/le-ministere-des-outre-mer-fait-de-nouveaux-rayonner-la-diversite-et-la-pluralite-des-cultures-ultramarines-au-festival-du-livre-de-paris-2025>> (Consulté le 01/05/25).

VIDAL-BENEYTO, José. La construction de la mémoire collective. Du franquisme à la démocratie. *Diogène*. [en ligne]. 2003, n°201, p.17-28. Disponible sur:

<<https://shs.cairn.info/revue-diogene-2003-1-page-17?lang=fr>> (Consulté le 07/05/25).

CONFÉRENCE

MARBOEUF, Olivier. Ecrire la décolonialité, 13/05/25, Librairie Terranova.

ETUDES ET RAPPORTS

Centre National du Livre. Les français et la lecture en 2023. In: *CNL [en ligne]*. (2023)

Disponible sur:

<<https://centrenationaldulivre.fr/donnees-cles/les-francais-et-la-lecture-en-2023>> (Consulté le 01/05/25).

Centre National du Livre. Poids et impact des manifestations littéraires soutenues par le CNL dans les territoires. In: *CNL [en ligne]*. (2018). Disponible sur:

<<https://centrenationaldulivre.fr/donnees-cles/poids-et-impact-des-manifestations-litteraires-soutenues-par-le-cnl-dans-les>> (Consulté le 01/05/25).

FILL (Fédération Interrégionale du Livre et de la Lecture). Chiffres clés interrégionaux du livre et de la lecture 2022-2024. In: *FILL [en ligne]*. (2024). Disponible sur:

<<https://fill-livrelecture.org/publication-chiffres-cles-interregionaux-du-livre-et-de-la-lecture-2022-2024/>> (Consulté le 23/12/2014).

FILL (Fédération Interrégionale du Livre et de la Lecture). Territoires du livre poursuit son développement. In: *FILL [en ligne]*. (2024). Disponible sur:

<<https://fill-livrelecture.org/territoires-du-livre-poursuit-son-deploiement/>> (Consulté le 06/05.25).

Livremploi. Étude: Les maisons d'édition en région. In: *Livremploi [en ligne]*. (2025).

Disponible sur: <<https://www.livremploi.fr/actualites/etude-les-maisons-dedition-en-region>> (consulté le 23/12/2024).

Ministère de la Culture. Atlas des bibliothèques territoriales françaises. In: *HAL open science [en ligne]*. (2024). Disponible sur: <<https://shs.hal.science/halshs-04444109v1/document>>

(Consulté le 07/05/25).

Occitanie Livre & Lecture. Panorama du livre en Occitanie. In: *Occitanie Livre et lecture [en ligne]*. (2023). Disponible sur: <<https://www.occitanielivre.fr/panorama-du-livre-en-occitanie>>

(consulté le 23/12/2024).

Vie publique | Au coeur du débat public. Dix préconisations pour le pouvoir d'achat en Outre-mer. In: *République Française. [en ligne]*. (13/10/25). Disponible sur:

<<https://www.vie-publique.fr/rapport/291486-dix-preconisations-pour-le-pouvoir-dachat-en-outre-mer>> (Consulté le 26/04/25).

MÉMOIRES ET THÈSE

HOARAU, Olivier. *L'outre-mer et les inégalités avec la métropole: cas particulier de l'île de la Réunion*. Mémoire Master Droit Mention Administration publique "stratégies industrielles et politiques publiques de défense". Paris: Université Paris 1 Panthéon - Sorbonne, 2018, 132p.

NDOMBI-SOW, Gaël. *L'entrance des écrivains africains et caribéens dans le système littéraires francophone. Les oeuvres d'Alain Mabanckou et de Dany Laferrière dans les champs littéraires français et québécois*. Thèse Doctorat "Langues, littératures et civilisations". Lorraine: Université de Lorraine, 2012, 346p.

ZAMMIT, Camille. *L'apparence du livre: l'art de l'identité visuelle dans l'édition littéraire française*. Mémoire de Master 2 Édition imprimée et électronique. Toulouse: Université Toulouse Jean Jaurès, 2014, 88 pages.

OUVRAGES

BOUAMAMA, Saïd. *Chroniques du (néo)colonialisme français*. Paris: Editions Syllepse, 2019, 224p.

CONSTANT, Fred. *Géopolitique des Outre-Mer: entre déclassement et (re)valorisation*. Paris: Le cavalier bleu, 2023, 208p.

DENIEUIL, Julien. La concentration de la diffusion, de la distribution et des canaux de vente. **In: Concentration éditoriale et et bibliodiversité. [en ligne]**. Paris: l'Harmattan, 2012, p.69-92.. Disponible sur: <https://www.scolibris.fr/fichier/imgCK/108364738Concentration_diffusion_DENIEUIL.pdf> (Consulté le 28/04/25).

DESAIVE, Suna., POGGIOLI, Noëlle. *Le marketing du livre: études & stratégies*. Paris: Éditions du cercle de la librairie, 2006, 153p.

FANDIO, Pierre. **In: BLANCHARD, Nelly., THOMAS, Mannaig. Des littératures périphériques. [en ligne]**. Rennes: Presses universitaires de Rennes, 2014, p.357-362. Disponible sur: <<https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/9878>> (Consulté le 12/05/25).

GAY, Jean-Christophe. *La France d'Outre-Mer: Terres éparses, sociétés vivantes*. Paris: Armand Collin, 2021, 286p.

GAY, Jean-Christophe. *L'outre-mer français, un espace singulier*. Paris: Belin Education, 2008, 240p.

MOLLIER, Jean-Yves. *Brève histoire de la concentration dans le monde du livre*. Paris: Editions Libertalia, 2022, 260p.

NOËL, Sophie. *L'édition indépendante critique: engagements politiques et intellectuels (nouvelle édition revisitée)*. Villeurbanne: Presses de l'ENSSIB, 2021, 227p.

RIVALAN GUEGO, Christine., NICOLI, Miriam. Introduction. *La collection: Essor et affirmation d'un objet éditorial (Europe/Amériques XVIIIe- XXIe)*. [en ligne]. Rennes: Presses universitaires de Rennes, 2014, p.9-15. Disponible sur: <<https://books.openedition.org/pur/54783>> (Consulté le 23/03/25).

SITOGRAPHIE

Agence nationale de lutte contre l'illettrisme (ANLCI). *L'illettrisme en chiffres. Des chiffres pour éclairer les décisions*. [en ligne]. Disponible sur: <<https://www.anlci.gouv.fr/illettrisme/lillettrisme-en-chiffres/>> (Consulté le 26/04/25).

Agence régionale du livre de la région PACA. *Editeurs sans frontières s'ouvre*. [en ligne]. (2009). Disponible sur: <<https://www.livre-provencealpescotedazur.fr/la-vie-du-livre/actualites/editeurs-sans-frontiegr-averes-s-ouvre-1401>> (Consulté le 17/04/25).

Alliance pour les chiffres de la presse et des médias. *Résultats OneNext Global S1 2023*. [en ligne]. Disponible sur: <<https://www.acpm.fr/Actualites/Toute-l-actualite/Actualites-generales/RESULTATS-ONENEXT-GLOBAL-S1-2023>> (Consulté le 12/05/25).

Antilla Martinique | Avec vous depuis 1981. *Littérature*. [en ligne]. Disponible sur: <<https://antilla-martinique.com/category/litterature/>> (Consulté le 28/01/25).

Assemblée nationale. *Surtarification de l'envoi de colis vers ou depuis l'outre-mer*. [en ligne]. (05/12/17). Disponible sur: <<https://questions.assemblee-nationale.fr/q15/15-3554QE.htm>> (Consulté le 07/05/25).

Association des éditeurs de Tahiti et des îles. *L'association*. [en ligne]. Disponible sur: <<https://lireenpolynesie.fr/lassociation/>> (Consulté le 25/02/25).

Association internationale des libraires francophones. *Librairie Cas'à bulles*. [en ligne]. Disponible sur: <<https://www.librairesfrancophones.org/amerique-libraires/guyane-francaise/item/711-librairie-s-cas-a-bulles.html>> (Consulté le 11/05/25).

Au vent des Îles. *Éditeur, livres du Pacifique*. [en ligne]. Disponible sur: <<https://auventdesiles.pf/>> (Consulté le 27/04/25).

Caraïbéditions. *Caraïbéditions*. [en ligne]. Disponible sur: <<https://www.caraibeditions.fr/>> (Consulté le 07/02/25).

Centre National du Livre. *Aide aux maisons d'édition pour la publication d'ouvrages*. [en ligne]. (Mis à jour en 2025). Disponible sur:

<<https://centrenationaldulivre.fr/aides-financement/subvention-aux-editeurs-pour-la-publication-d-ouvrages>> (Consulté le 21/04/25).

Cité Internationale des Arts. *Ondes, programme de résidences à destination des artistes ultramarins*. **[en ligne]**. (2022). Disponible sur:

<<https://www.citedesartsparis.net/fr/programme-ondes-automne-2022>> (Consulté le 14/05/25).

De Marque. *Diffuser vos livres dans l'univers numérique*. **[en ligne]**. Disponible sur:

<http://mailing.demarque.com/infobourg.com/Depliant_livreNumerique_LR.pdf> (Consulté le 02/06/25).

Editeurs du sud. *Qui sommes-nous ?*. **[en ligne]**. Disponible sur:

<<https://www.editeursdusud.com/l-association.html>> (Consulté le 24/05/25).

Editions Jasor. *Qui sommes-nous ?*. **[en ligne]**. Disponible sur:

<<https://www.editionsjasor.fr/about>> (Consulté le 17/01/25).

Editeurs de la région occitanie. *Présentation*. **[en ligne]**. Disponible sur:

<<https://www.editeursregionoccitanie.fr/2017/10/presentation.html>> (Consulté le 24/05/25).

FILL (Fédération Interrégionale du Livre et de la Lecture). *Aide à la promotion de la culture corse, Collectivité territoriale de Corse*. **[en ligne]**. Disponible sur:

<fill-livrelecture.org/guide-des-aides/aide-a-la-promotion-du-livre-collectivite-territoriale-de-corse/> (Consulté le 21/04/25).

Ile en île. *Ile en île*. **[en ligne]**. 1998-2021. Disponible sur: <<https://ile-en-ile.org/>> (Consulté le 20/04/25).

La fédération régionale des acteurs du livre et de la lecture Miti Frall. *Qui sommes-nous ?*. **[en ligne]**. Disponible sur: <<https://mitifrallguyane.fr/qui-sommes-nous/>> (Consulté le 25/04/25).

Légifrance, le service public de la diffusion du droit. *Décret n°2020-1383 du 13 novembre 2020 instituant une aide exceptionnelle au bénéfice des titres de presse ultra-marins*. **[en ligne]**. (Mis à jour le 16 novembre 2020). Disponible sur:

<<https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000042521163/2021-02-01/>> (Consulté le 18/05/2025).

Média +, *Le roman régional fidélise un large lectorat*. **[en ligne]**. (2023). Disponible sur:

<<https://www.lemediaplus.com/le-roman-regional-fidelise-un-large-lectorat/>> (Consulté le 14/03/25).

Ministère de la culture. *L'aide au pluralisme des titres ultramarins*. **[en ligne]**. (2022). Disponible sur:

<<https://www.culture.gouv.fr/thematiques/presse-ecrite/liste-des-aides-a-la-presse-et-des-appels-a-projets/l-aide-au-pluralisme-des-titres-ultramarins>> (Consulté le 18/05/25).

Ministère de la culture. *Politique en faveur des Outre-mer*. **[en ligne]**. (2022). Disponible sur: <<https://www.culture.gouv.fr/fr/thematiques/culture-et-territoires/politique-en-faveur-des-outre-mer>> (Consulté le 18/05/25).

Ministère de la culture. *Présentation du Fonds pour le développement de la presse*. **[en ligne]**. Disponible sur: <<https://www.culture.gouv.fr/thematiques/presse-ecrite/liste-des-aides-a-la-presse-et-des-appels-a-projets/1.-presentation-du-fonds-strategique-pour-le-developpement-de-la-presse>> (Consulté le 18/05/25).

Polymnesia, l'autoédition professionnelle. *L'importance de la charte graphique et de l'identité visuelle pour l'auteur*. **[en ligne]**. Disponible sur: <<https://polymnesia-autoedition.fr/charte-graphique-identite-visuelle/>> (Consulté le 25/05/25).

Ozril Editions. *Maison d'édition réunionnaise*. **[en ligne]**. Disponible sur: <<https://www.ozril-editions.com/collections/>> (Consulté le 27/04/25).

Portail sur les données migratoires. *Migration et développement: diasporas*. **[en ligne]**. (Mis à jour le 09/06/20). Disponible sur: <<https://www.migrationdataportal.org/fr/themes/diasporas>> (Consulté le 13/05/25).

Préfet de la Martinique. *Coordonnées et horaires de la DAC*. **[en ligne]**. (05/12/22). Disponible sur: <<https://www.martinique.gouv.fr/Services-de-l-Etat/Culture/DAC/Coordonnees-et-horaires-de-la-DAC>> (Consulté le 03/05/25).

Région Bretagne. *Langue gallèse - Edition d'ouvrages*. **[en ligne]**. Disponible sur: <[Langue gallèse – Édition d'ouvrages · Région Bretagne](#)> (Consulté le 21/04/25).

Sénat. *Difficultés rencontrées par les entreprises de presse écrite des outre-mer*. **[en ligne]**. (30/07/20). Disponible sur: <<https://www.senat.fr/questions/base/2020/qSEQ200717478.html>> (Consulté le 21/04/25).

The Friendly Books. *The Friendly Books, maison d'édition locale à Saint-Martin*. **[en ligne]**. (modifié le 15.03.24). Disponible sur: <<https://www.thefriendlybooks.com/>> (Consulté le 04/05/25).

Vie publique | Au coeur du débat public. *Fracture numérique: l'illectronisme concerne plus de 15% de la population en 2021*. **[en ligne]**. (2023). Disponible sur: <<https://www.vie-publique.fr/en-bref/290057-fracture-numerique-lillelectronisme-touche-plus-de-15-de-la-population>> (Consulté le 17/04/25).

Wikipédia. *Caraïbéditions* **[en ligne]**. (Mis à jour le 8 janvier 2025). Disponible sur: <<https://fr.wikipedia.org/wiki/Cara%C3%AFb%C3%A9ditions>> (Consulté le 14/05/25).

Wikipédia. *Mémoire collective*. **[en ligne]**. (Mis à jour le 10 mai 2025). Disponible sur: <https://fr.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9moire_collective> (Consulté le 15/05/25).