

Edition à compte d'auteur et auto-édition en France et au Japon

par *Alexandre MANGIN*

(docteur en études japonaises, enseignant à l'Université Rikkyô, chercheur contributeur au Himoji shiryô kenkyû sentâ¹
de l'Université de Kanagawa et membre de l'IETT de l'Université de Lyon et de la Nihon minzoku gakkai²)

Depuis deux ou trois ans à peine une évolution technologique a rendu possible l'apparition en France d'un système nouveau, venu d'Allemagne, et permettant aux particuliers de faire imprimer, de diffuser et de vendre leurs livres directement au public à moindre frais : l'auto-édition (littéralement *jiko shuppan* 自己出版 en japonais). Ce système est à distinguer de celui qui existait précédemment et qui continue d'exister en parallèle : l'édition à compte d'auteur (*jibi shuppan* 自費出版 en japonais). Le présent article entend d'une part exposer sommairement les différents systèmes d'édition ainsi que la situation comparée des deux pays relativement à ce sujet (I) et d'autre part, présenter quelques exemples d'auteurs auto-édités et d'entreprises, les avantages et inconvénients du système, mais aussi ses perspectives d'avenir (II).

I Le point sur les techniques d'édition en France et au Japon

Avant de comparer les situations française et japonaise, il nous semble bienvenu de revenir sur les termes que nous emploierons dans le présent article.

A/ Définitions et comparaison des systèmes

Le système d'auto-édition est à distinguer de celui de l'édition à compte d'auteur, lui-même différent de l'édition à compte d'éditeur (qui constitue, en langage courant, l'« édition » proprement dite, *shuppan* 出版 en japonais), l'édition à compte d'auteur occupant une position intermédiaire entre les deux autres systèmes.

1) L'édition à compte d'éditeur

Elle suppose un éditeur professionnel (une société commerciale ou une association) seul ou disposant d'associés et/ou d'employés, notamment d'un comité de lecture qui sélectionne les manuscrits « publiables » parmi ceux qu'on lui envoie ou lui recommande. L'importance des réseaux relationnels est ici à souligner : journalistes, agents d'auteurs connus et critiques littéraires ayant une certaine influence, ne serait-ce que diffuse, même en amont. Un éditeur préférera en effet toujours publier un auteur déjà connu, un auteur inconnu pouvant certes bénéficier d'une couverture médiatique pour son « premier roman » mais beaucoup plus rarement pour les livres suivants³.

Un correcteur est aussi parfois employé à plein temps ou sous-traité par l'éditeur. Par ailleurs, l'auteur cède les droits de son texte à l'éditeur pour une durée déterminée, mais en conserve la propriété intellectuelle. Son accord est requis lors de l'adaptation du livre au cinéma, par exemple. En cas de modification du texte autre que la correction de coquilles ou de fautes de français, l'éditeur se réserve le droit d'accepter ou de refuser à sa convenance. Une édition « revue et corrigée » est parfois autorisée lors de la réimpression.

Dès lors, l'éditeur se charge de la fabrication du livre, des formalités administratives pour l'obtention d'un ISBN (*International Standard Book Number* / Numéro international normalisé du

¹ Centre de recherche sur les documents non écrits.

² Société d'études ethnographiques sur les arts et traditions populaires du Japon (*Japan Folklore Society*).

³ Cf. le cas de la romancière Natacha BOUSSAA qui bénéficia d'une assez importante médiatisation pour son premier roman « choc », *Il vous faudra nous tuer*, prenant pour contexte les manifestations de mars 2006 contre le Contrat Première Embauche (CPE), mais plus par la suite.

<http://www.rue89.com/cabinet-de-lecture/2010/09/02/ma-premiere-rentree-litteraire-on-ne-trouve-pas-ton-livre-164998>

livre) et de sa distribution, via ses partenaires libraires (en librairie et/ou sur Internet). En principe, l'éditeur se charge aussi de la communication (du marketing – choix de la couverture en fonction du public visé, du type de papier, de typographie – et de la publicité – dans un journal ou une revue littéraire – ainsi que parfois de la prise de rendez-vous avec des journalistes comme le ferait un agent, mais avec une logistique lourde). Nous disons « en principe », car un petit éditeur, sans comité de lecture, sans grands moyens, ne fera quasiment aucun marketing et ce donc sera à l'auteur (aidé le cas échéant par son agent) d'assurer lui-même sa publicité .

Lorsque la vente du livre génère des bénéfices, une part est reversée à l'auteur (généralement 10%).

Enfin, les exemplaires invendus seront en grande partie détruits au pilon.

2) l'édition à compte d'auteur

Avec l'édition à compte d'auteur on a également affaire à un éditeur professionnel (nous n'avons jamais vu une maison d'édition à compte d'auteur associative) lequel fournit une prestation de service sans examen du texte. Il se charge de faire imprimer, octroyer un numéro ISBN et éventuellement mettre en vente le texte de son client auteur, lequel ne bénéficie quasiment jamais de promotion ni de marketing. De plus, l'auteur s'engage par contrat à acheter l'intégralité du stock de livres (en moyenne 300 exemplaires minimum), qu'il les vende par lui-même ou que l'éditeur accepte de le faire pour lui. Ce système, on le voit, nécessite de la part de l'auteur un investissement financier important et ne laisse pratiquement jamais l'auteur espérer faire de bénéfice, au contraire. Actuellement en déclin en France, à ce qu'il semble, il est pourtant très ancien et certains écrivains célèbres y ont recouru⁴.

Notons enfin que les exemplaires invendus par l'éditeur (dans le cas où il accepte de se charger de cette vente) sont retournés à l'auteur.

3) l'auto-édition

L'apparition quasi simultanée de l'auto-édition aux Etats-Unis et en Allemagne, puis en France et dans le reste de l'Europe occidentale, est concomitante de celle de nouvelles machines, plus petites et plus rapides, permettant d'imprimer des livres en toutes quantités, d'un exemplaire à plusieurs milliers, et gérant tout le processus d'assemblage. Grâce à ces machines a pu être généralisé de façon rentable le système d'impression à la demande, même pour de petites quantités. Les machines étant reliées à un système informatique, l'imprimeur peut également accueillir des demandes de clients, et parfois exclusivement, par Internet.

Le système d'auto-édition consiste, pour l'auteur, à passer un contrat, pour chaque livre, avec un imprimeur prestataire de service qui se charge de fabriquer et mettre en vente sur Internet l'ouvrage en question sous forme de livre ou de fichier PDF. Suivant l'entreprise, la question financière change. A l'heure actuelle, la société TheBookEdition⁵, filiale de l'imprimerie lilloise Reprocolor, est la seule à fournir à l'auteur un service entièrement gratuit et sans risque. Celui-ci en effet, ne paye rien à l'imprimeur. Il détermine lui-même sa marge qui sera ajoutée au prix de revient du livre contenant celle de l'imprimeur. Aucun exemplaire n'est imprimé tant qu'une commande n'est pas passée. Le livre étant imprimé à la demande, il n'y a plus ni gaspillage, ni pilonnage. L'auteur peut acheter au prix de revient le nombre d'exemplaires qu'il veut. Juridiquement, l'auteur est son propre éditeur, et est imposé comme tel. Il est donc tenu, au delà

⁴ « Historiquement, une forme de « compte d'auteur » a précédé le compte d'éditeur : du XVI^e jusqu'au milieu du XIX^e siècle, les libraires qui « édaient » des ouvrages ne le faisaient que contre paiement de l'impression de la part des auteurs ou, souvent, d'un mécène. Certains auteurs ont connu le succès avec ce système de compte d'auteur : Béranger (30.000 exemplaires de ses œuvres), Arthur Rimbaud et Paul Verlaine, Marcel Proust », Wikipédia, http://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89dition_%C3%A0_compte_d'auteur.

⁵ <http://www.thebookedition.com/>. L'entreprise fait également de l'impression à la demande d'ouvrages du domaine public figurant dans son catalogue (essentiellement des récits de voyage en France et en Italie, et des journaux de guerre), en partenariat avec le site Gallica (plate-forme numérique de la Bibliothèque nationale de France).

de cent exemplaires imprimés de chaque ouvrage, de faire la demande d'un ISBN et d'en déposer deux exemplaires à la Bibliothèque nationale au titre du dépôt légal.

Les quatre autres entreprises pratiquant l'auto-édition en France : les Editions Publibook⁶, BoD Books on Demand⁷, EDiFree⁸ et Lulu⁹ proposent des services d'aide à la publication comme les formalités d'obtention de l'ISBN, l'aide à la réalisation de la maquette par PAO etc. Les trois premiers ont une visibilité de tarifs correcte (les tarifs du premier sont étonnamment élevés par rapport au troisième, sans doute parce qu'il se présente comme un « éditeur » disposant d'un comité de lecture qui permet la publication gratuite (hors options) de cinq manuscrits « coup de cœur » par mois¹⁰, dans les faits une sorte de loterie pour l'auteur). En revanche, pour Lulu, dont les conditions d'utilisation sont en anglais sans traduction et dont les livres sont imprimés en Angleterre et aux Etats-Unis, les tarifs ne sont pas clairement affichés¹¹. Presque tous les témoignages que nous avons pu lire d'auteurs ayant contracté avec Lulu se sont avérés critiques envers cette société.

Le support technique est le plus souvent assuré sur un forum, en grande partie par les auteurs eux-mêmes, car tous n'ont pas opté pour une formule « tout compris », assez onéreuse.

B/ Comparaison des situation en France et au Japon

Au Japon, lorsqu'on parle de *jiko shuppan* (auto-édition), on se fait immédiatement reprendre : « Vous voulez dire « *jibi shuppan* » (édition à compte d'auteur) ? », le terme même d'auto-édition n'étant pas passé dans le langage courant bien qu'il soit déjà très utilisé sur Internet pour désigner l'édition qui n'est pas à compte d'éditeur (qu'elle soit à compte d'auteur ou auto-édition quand on parle de l'étranger).

L'édition à compte d'auteur est un business florissant. L'introduction des machines permettant l'impression à la demande aurait pu y permettre l'auto-édition, comme en Europe et en aux Etats-Unis. Au lieu de cela, c'est l'édition à compte d'auteur qui s'en est emparé, parfois des sociétés filiales ou partenaires de maisons d'édition à compte d'éditeur (par exemple Sôeisha 創英社¹² filiale de Sanseidô 三省堂).

En France comme au Japon, tous les types d'ouvrages sont proposés par les éditions qui ne sont pas à compte d'éditeur, toutefois, le Japon présente une particularité : c'est la présence très riche en nombre de titres de manga amateurs (*dōjin manga* 同人漫画) et de fanzines (*dōjin-shi* 同人誌), édités à compte d'auteur. Réalisés, le plus souvent, par des collectifs étudiants ou simplement associatifs, ces titres disposent de réseaux de vente et sont même disponibles en boutiques, qu'elles soient spécialisées en produits amateurs¹³ (MESSE SANOH [Messe san'ô] メッセサンオー ou ㊤ kiba o~koku [Akiba ôkoku] ㊤ きばお~こく par exemple) ou qu'elles en proposent aux côtés de produits édités à compte d'éditeur (magasins MANDARAKE まんだらけ¹⁴ ou librairies animate アニメイト¹⁵ par exemple). Bien sûr, il ne faut pas oublier la différence de population entre les deux pays lorsque l'on compare des chiffres ou des volumes. A ce propos, il sera sûrement intéressant de procéder à des comparaisons chiffrées dans quelques années,

⁶ <http://www.publibook.com/editions/index/tarifs-publication-livre.php>. Le premier forfait est à 449 €.

⁷ http://www.bod.fr/impression_et_publication.html. Trois formules : une gratuite, une à 39 € et une à 399 €.

⁸ <http://www.edifree.fr/publier/packs>.

⁹ http://www.lulu.com/fr/services/index.php?cid=fr_tab_services.

¹⁰ <http://www.publibook.com/editions/univ/publibook-comment-ca-marche.php>.

¹¹ Une utilisatrice dit reverser 20% des bénéfices à Lulu.

http://www.kylieravera.fr/index.php?option=com_content&view=article&id=22:pourquoi-le-choix-du-site-dauto-edition-lulucom-pour-publier-tes-romans-&catid=6:faq&Itemid=11

¹² <http://www.books-sanseido.co.jp/soeisha/>.

¹³ Et les produits ne se limitent pas à des livres, magazines et bandes-dessinées. Tous les produits dérivés (*dōjin guzū* 同人グッズ) possibles et imaginables sont concernés.

¹⁴ <http://www.mandarake.co.jp/>.

¹⁵ <http://www.animate.co.jp/>.

lorsque la population japonaise aura diminué et qu'elle tombera à 80 millions d'habitants, soit quasiment au niveau de la population française.

A titre indicatif, la Société Aoyama Life propose un service dont elle vante le coût modique : par exemple dix exemplaires de 40 pages édités à compte d'auteur pour 89 800 ¥¹⁶ (soit environ 730,64 €), ce qui en fait un des prix les plus bas du marché japonais. Par comparaison, TheBookEdition permet, par exemple, d'acheter (et sans obligation d'achat minimum puisqu'on peut même n'acheter aucun exemplaire de son propre livre) 10 exemplaires d'un livre de 40 pages pour 54,81 €¹⁷ (soit environ 6.734,35 ¥¹⁸), soit donc presque treize fois moins cher (mais rappelons que l'édition à compte d'auteur japonaise fournit aussi, pour minimales qu'elles soient, quelques prestations de service).

Notons aussi un étonnant retard technologique du côté japonais dont les sites des imprimeurs ne proposent que rarement des tableaux de leurs tarifs, et encore plus rarement des tableaux interactifs avec menus déroulants, au contraire des entreprises françaises. Ainsi, pour connaître les tarifs d'une édition à compte d'auteur faut-il passer par un système de devis par courriel ou téléphone.

II Bilan et perspectives d'avenir des systèmes d'édition en France et au Japon

Ces questions font actuellement l'objet d'interminables débats sur Internet, mais déjà une tendance majoritaire semble se dessiner.

A/ Bilan

Historiquement, c'est à la fin du XVIII^{ème} siècle qu'apparaît le système de l'édition à compte d'éditeur. Jusqu'à la fin du XIX^{ème} siècle, l'éditeur *achète le manuscrit* de l'auteur, qui en perd complètement la propriété intellectuelle et morale¹⁹. Ce processus juridique est presque identique à celui de « cession de copyright » toujours en vigueur en Droit anglo-saxon (*Common Law*). Ce système, écarté progressivement en France grâce à la persévérance des auteurs, risque, un jour peut-être, d'être mis à mal par les lois européennes qui favorisent de plus en plus les grosses entreprises à même de participer avec profit au phénomène de la mondialisation (*gurobarizeshon* グロバリゼーション en japonais). A moins de négocier terme à terme son contrat avec l'aide d'un agent et/ou d'un ou plusieurs avocats (un auteur connu et « vendeur » ayant beaucoup plus de poids dans une négociation), l'auteur est en position de faiblesse face à l'éditeur et ne peut que signer un contrat léonin ou renoncer à être édité à compte d'éditeur.

En France, l'édition à compte d'auteur est critiquée (à juste titre selon nous) de toutes parts, car elle ne présente finalement que très peu d'avantages (le livre n'est jamais rejeté et l'auteur ne s'occupe pas de l'impression ni des formalités d'ISBN) contre beaucoup d'inconvénients (apport en capital élevé, marketing quasi-inexistant, mauvaise réputation, rentabilité quasi-nulle, risque élevé invendus, d'où gaspillage de papier). Il existe par ailleurs d'intéressants cas intermédiaires entre la maison d'édition à compte d'éditeur et celle à compte d'auteur : par exemple L'Harmattan²⁰ qui, avec ses 800 nouveautés par an, assure un service de presse réel (mais réduit) et oblige ses auteurs à acheter 250 exemplaires, ne les rémunérant qu'à partir du millième vendu.

Au Japon, les imprimeries et sociétés d'éditions à compte d'auteur semblent développer leurs offres d'édition à compte d'auteur en se gardant bien de favoriser la nouveauté que représente l'auto-édition, beaucoup moins rentable à court terme et qui est peut-être considérée – si tant est qu'elle soit connue – comme une menace pour les magazines de prépublications, assez nombreux

¹⁶ http://aoyamalife.co.jp/j_06.htm.

¹⁷ <http://www.thebookedition.com/comment-publier.php>.

¹⁸ Conversion effectuée le 8 avril 2011.

¹⁹ Ce contrat est parfaitement et minutieusement décrit dans *Illusions perdues* de BALZAC.

²⁰ Cf. Laurent LEMIRE, « Les pièges de l'édition à compte d'auteur », *L'Express*, 1^{er} juill. 1998 : un peu ancien, mais toujours d'actualité.

http://www.lexpress.fr/culture/livre/les-pieges-de-l-edition-a-compte-d-auteur_802331.html

et souvent hyper-spécialisés (par ex. *Bungei shunjū* 『文藝春秋』²¹ pour s'en tenir au plus connu dans le domaine littéraire, ou encore *Shōsetsu gendai* 『小説現代』²²). Ils apparaissent comme l'intermédiaire obligé dans le processus visant à être publié à compte d'éditeur. C'est chez eux que les éditeurs viennent se servir et recruter leurs auteurs. L'institution du comité de lecture « à la française », à qui l'auteur envoie son manuscrit, et qui décide d'une publication *directement en livre*, est un peu différente.

Pourtant, il suffirait d'une entreprise jeune et dynamique, ou d'une entreprise étrangère ayant accès au marché japonais pour inaugurer ce nouveau modèle économique et rafler la mise. Les associations, notamment, sont suffisamment structurées pour s'occuper des formalités comme la demande d'ISBN pour leur membres, faisant ainsi l'économie de ce coûteux service assuré jusqu'aujourd'hui par la maison d'édition.

En France, du point de vue littéraire ou même tout simplement technique, il est à noter que comme pour toute nouveauté, la grande majorité des titres auto-édités sont d'une nullité affligeante, que ce soit au niveau de la forme (méconnaissance des règles de base du français ; dessins sans technique ni talent) ou du fond (banalité, naïveté excessive étant les moindres maux, certains manuscrit – le plus souvent heureusement stoppés par l'imprimeur²³ – relevant même du plagiat, de la diffamation voire de la pédophilie). Heureusement, l'impression à la demande permet d'éviter tout gaspillage de papier. En revanche, les catalogues pléthoriques n'aident pas à la visibilité des bons titres.

B/ Perspectives d'avenir

De plus en plus d'auteurs inconnus se lancent dans l'auto-édition en Occident. Personne n'a à y perdre, que ce soient les imprimeurs, ou les auteurs. Le fait que certains écrivains connus mais un peu « marginaux » comme Marc-Edouard NABE²⁴ ou Maurice Georges DANTEC²⁵ (depuis mars 2011) y aient recours également donne courage aux auteurs potentiels et montre que ce modèle économique peut être viable, voire même « rentable », si peu que ce soit.

Toutefois ces lueurs d'espoir ne sauraient masquer la difficulté qu'éprouvent la plupart des auteurs édités à compte d'auteur ou auto-édités à vendre leurs œuvres sans un acharné travail d'auto-promotion auprès de la presse locale, des mairies et des libraires locaux. Le talent ne suffit plus, il faut désormais une « stratégie » et des appuis comme pour toute entreprise commerciale dans un marché hyper concurrentiel. Mais cette difficulté à vendre – dans un monde où l'école et la télévision ne donnent pas le goût de la méditation, de l'effort intellectuel, de la patience ni du silence – s'inscrit de façon générale dans un contexte de crise du livre, qu'il soit de papier ou électronique. Ce qui est paradoxal c'est que la désaffection pour la lecture côtoie une « suroffre » de livres au milieu d'autres produits culturels. Des milliers d'ouvrages sortent chaque année sur le marché francophone, rien que chez les maisons à compte d'éditeur. Si l'on ajoute les éditions à compte d'auteur et les auto-éditions, cette offre est tellement monumentale que la simple lecture d'un catalogue prend des allures de feuilletage d'encyclopédie.

On peut s'attendre, face à ces problèmes dont les imprimeurs sont conscients (via les retours qu'ils ont sur les forums de leur entreprise, dans les blogs et la presse), à ce que les catalogues,

²¹ Editions Bungei shunjū 文藝春秋.

²² Editions Kōdansha 講談社.

²³ Via le mécanisme de la validation manuelle par un(e) employé(e).

²⁴ <http://www.marcedouardnabe.com/>. Marc-Edouard NABE parle d'« anti-édition », par réaction contre les maisons d'édition à compte d'éditeur qui l'avaient déçu et auprès de qui il est parvenu à récupérer la majorité des droits de ses livres pour les republier lui-même et les vendre sur Internet et dans quelques boutiques partenaires. Cf. une intéressante interview radiophonique :

http://www.alainzannini.com/index.php?option=com_seyret&Itemid=68&task=videodirectlink&id=314.

²⁵ <http://www.enviedecrire.com/ecrivain-maurice-dantec-choisit-autoedition/>

Le livre sera en vente exclusivement sur le site de l'auteur :

<http://www.mauricedantec.com/>

dans leurs fonctions de recherches sélective et le référencement des ouvrages, s'améliorent prochainement dans l'intérêt de tous (auteur, imprimeur-vendeur, lecteurs).

Conclusion

Dans ces conditions, nous pensons qu'au-delà du travail de pédagogie nécessaire à faire auprès de la jeunesse (à l'échelle familiale, associative ou institutionnelle pour donner le goût de la lecture, faire découvrir les œuvres littéraires du passé et enseigner la langue écrite avec ses règles), il y a aussi tout un travail de défrichage et d'aiguillage à réaliser par la critique, qu'elle soit le fait de journalistes, d'écrivains ou d'amateurs via internet. Malgré ses dérives inévitables, elle permettra de procéder à un premier « débroussaillage ». On dit que l'Histoire fera le tri mais encore faut-il que les œuvres soient découvertes avant d'être lues, évaluées et réévaluées.

La construction d'une attitude de lecteur plus humble, plus « studieuse » si l'on peut dire et au goût plus éduquée semble être la condition sine qua non du développement des nouveaux modèles économiques d'édition et de l'avenir de la littérature même.