

## L'édition américaine en berne

LE MONDE DES LIVRES | 08.01.09 | 12h33 • Mis à jour le 08.01.09 | 12h33

**“M**ercredi noir” : le 4 décembre 2008 est une date cruciale dans la plus grande crise de l'édition qu'aient connue les Etats-Unis depuis la Grande Dépression.

Simon & Schuster (propriété de la CBS Corporation) annonce le licenciement de 35 personnes, alors même que l'intérêt soutenu de Barack Obama pour le livre d'histoire *Team of Rivals*, de Doris Kearns Goodwin, laissait espérer un chiffre d'affaires record.

Dans la foulée, HarperCollins (propriété de la News Corporation) rend publics ses résultats financiers pour le premier trimestre 2008 : les profits nets ont chuté de 36 à 3 millions de dollars, malgré la parution du roman de David Wroblewski, *The Story of Edgar Sawtelle*, promis à un immense succès depuis qu'il avait été sélectionné par la star toute-puissante de la télévision américaine, Oprah Winfrey.

Le même jour, Random House, la plus grande maison d'édition au monde, annonce une *“inévitabile restructuration interne”* destinée à réduire les dépenses de façon drastique et à *“optimiser le potentiel de vente”*. Les directeurs de deux de ses plus grands groupes - Bantam Dell et Doubleday - démissionnent, parmi lesquels Stephen Rubin, qui avait pourtant *“acquis”* des auteurs comme John Grisham ou Dan Brown. Mais les résultats financiers n'étaient plus là : l'auteur du *Da Vinci Code* n'a toujours pas achevé le manuscrit de son prochain livre, prévu pour l'automne 2005. En outre, un premier roman, *The Gargoyle*, sur lequel Doubleday avait misé 1,25 million de dollars, ne s'est vendu qu'à 34 000 exemplaires.

Quelques jours auparavant, Houghton Mifflin Harcourt, maison qui représente Philip Roth et José Saramago, déclarait mettre provisoirement un terme à l'acquisition de nouveaux manuscrits.

La majorité des grandes maisons d'édition étant la propriété de conglomérats indexés sur Wall Street, la chute libre du Dow Jones au cours des derniers mois de 2008 a gravement affecté l'industrie du livre.

Pourtant, les professionnels du “book business” ont longtemps entretenu l'illusion que les livres résisteraient aux récessions. Cette idée a pris racine durant la Grande Dépression, alors que les plus grandes maisons d'édition venaient d'être fondées : Simon & Schuster en 1924, Viking Press en 1925, et enfin Random House en 1927. Mais la crise a brisé ce mythe d'invulnérabilité. Le 15 décembre, le patron de l'immense chaîne Barnes & Noble a annoncé en interne la pire saison de ventes de l'histoire éditoriale américaine.

En réalité, depuis les années 1980, les chaînes de librairies se sont développées dans l'enceinte de grands centres commerciaux afin d'attirer un plus vaste lectorat.

Si la stratégie s'est d'abord révélée lucrative, elle s'est effondrée sitôt que l'"acheteur moyen" s'est trouvé aux prises avec un budget plus limité, d'autant que les *"hard-covers"* (grand format) se vendent aujourd'hui à 25 dollars (18,6 euros) en moyenne.

## AVANCES ASTRONOMIQUES

Parallèlement, les maisons d'édition se sont transformées, au cours des quinze dernières années, en entreprises financières misant sur des avances astronomiques payées à un petit groupe d'écrivains confirmés, de personnalités publiques ou d'auteurs de super-bestsellers (appelés aussi *blockbusters*), sur lesquels se joue désormais une part écrasante des revenus. Le comédien Jerry Seinfeld, par exemple, vient de mettre en vente son projet de livre pour un montant qui pourrait s'élever à 7 ou 8 millions de dollars. Car, en définitive, quel que soit le climat économique, il s'agit d'attirer les plus gros poissons au moyen d'enchères concentrées sur les oeuvres à fort potentiel lucratif.

Comment, dès lors, survivre à la crise, si l'on ne parvient pas à acquérir un nouveau *Da Vinci Code*? Par-delà les stratégies de licenciements, il existe quelques modèles atypiques qui sortiront peut-être renforcés de cette crise. Ainsi HarperStudio, petite filiale de HarperCollins, propose des avances plafonnées à 100 000 dollars (somme raisonnable dans le domaine de la non-fiction commerciale américaine), mais avec des droits d'auteur de 50 % (contre environ 12 % habituellement). Les coûts de production étant réduits au maximum, Bob Miller, jeune patron d'HarperStudio, pense que ce modèle est l'idéal *"pour résister aux nouveaux problèmes du marché"*.

L'autre solution, plus littéraire, est de diriger une maison indépendante, qui ne vive que de contributions privées et de subventions. Jill Schoolman dirige Archipelago depuis un bureau à Brooklyn, où elle emploie deux personnes. Pour elle, *"il s'agira cette année de publier quelques ouvrages de moins mais de consacrer plus de temps à les promouvoir"*. Daniel Slager, lui, est le directeur de Milkweed, petite maison d'édition de Minneapolis. *"Nos ventes sont restées étonnamment fortes en 2008, dit-il. En outre, nous n'avons pas de dettes et sommes ainsi en mesure de financer nos activités, ce qui, à l'heure actuelle, est le plus grand problème de l'édition."* Concentrées sur la qualité de leur production, ces maisons, souligne M. Slager, sont *"très petites donc considérablement plus agiles"*.

Du côté des "grandes", Eric Chinski, l'un des éditeurs les plus connus de la prestigieuse Farrar, Straus & Giroux, s'efforce de tenir le cap. *"Le ciel, dit-il, s'effondre régulièrement dans l'industrie du livre. Alors, à défaut d'être optimiste, je crois qu'il faut être réaliste. Le livre se porte mal, d'accord, mais personne, de mémoire d'homme, n'en a encore sonné le glas."*

Lila Azam Zanganeh (à New York)

Article paru dans l'édition du 09.01.09

---