

Institut français
Afrilivres
Association Internationale des Libraires Francophones
Alliance Internationale des Éditeurs Indépendants

STRUCTURES DE DIFFUSION ET DE DISTRIBUTION DU LIVRE AFRICAIN EN AFRIQUE

**MODELES DE TRANSPORT ENTRE PAYS AFRICAINS
ET VERS L'INTERNATIONAL**

CENTRALE DE DISTRIBUTION D'AFRILIVRES



**État des lieux
&
Recommandations**

ARCHIPEL 21

Sophie Godefroy
godefroy.sophie@free.fr
Vincent Bontoux
bontouxv@yahoo.fr

22 Juillet 2011

• • • • • **TABLE DES MATIÈRES** • • • • •

METHODOLOGIE

I. ETAT DES LIEUX

1.1. MODÈLES DE DIFFUSION ET DE DISTRIBUTION

1.1.1. LIBRAIRIES

- 1.1.1.1. Profils
- 1.1.1.2. Marché, concurrence, revente
- 1.1.1.3. Opérations de promotion
- 1.1.1.4. Livre africain : demande, logistique d'importation, pratiques commerciales
- 1.1.1.5. Informatisation et utilisation d'internet

1.1.2. MAISONS D'EDITION

- 1.1.2.1. Profils
- 1.1.2.2. Organisation interne
- 1.1.2.3. Politique commerciale
- 1.1.2.4. Relations avec l'édition africaine/européenne
- 1.1.2.5. Diffusion

1.2. STRUCTURES ETATQUES ET INTERPROFESSIONNELLES

- 1.2.1. LES ACTIONS PUBLIQUES EN FAVEUR DU LIVRE ET DE LA LECTURE**
- 1.2.2. LES ASSOCIATIONS INTERPROFESSIONNELLES**

1.3. SYSTÈMES DE TRANSPORT

- 1.3.1. MODES DE TRANSPORT FRET/PASSAGERS CLASSIQUES**
- 1.3.2. MODES DE TRANSPORT NON CONVENTIONNELS**

1.4. AFRILIVRES

1.4.1. PRÉSENTATION DE L'ASSOCIATION

- 1.4.1.1. Vocation
- 1.4.1.2. Historique – Dates clés
- 1.4.1.3. Statuts
- 1.4.1.4. Membres
- 1.4.1.5. Ressources

1.4.2. LA CENTRALE DE DIFFUSION ET DE DISTRIBUTION D'AFRILIVRES

- 1.4.2.1. La fonction diffusion
- 1.4.2.2. La fonction distribution

1.4.3. LA REALITE DES CHIFFRES

- 1.4.3.1. Un chiffre d'affaires faible,
- 1.4.3.2. Les mouvements de stock
- 1.4.3.3. Les clients
- 1.4.3.4. Les « éditeurs à succès » d'Afrilivres
- 1.4.3.5. La situation comptable

1.4.4. PREMIERES CONCLUSIONS

2. RECOMMANDATIONS

2.1. STIMULER LA DEMANDE

2.1.1. ACTIONS AUPRES DES PROFESSIONNELS

- 2.1.1.1. Éditeurs
- 2.1.1.2. Libraires

2.1.2. ACTIONS AUPRES DES INSTITUTIONS NATIONALES ET PANAFRICAINES

- 2.1.2.1. Institutions nationales
- 2.1.2.2. Institutions panafricaines et internationales
- 2.1.3. ACTIONS AUPRES DES MEDIAS**
 - 2.1.3.1. Télévision et Radio
 - 2.1.3.2. Presse

2.2. MIEUX FAIRE VOYAGER LES LIVRES

2.2.1. PHYSIQUEMENT

- 2.2.1.1. Identifier le mode de transport le plus adéquat entre blocs de pays et en négocier le prix
- 2.2.1.2. Mettre en place un dispositif intra-africain d'aide au transport de livres
- 2.2.1.3. Négocier une réduction des frais d'approche avec les pouvoirs publics

2.2.2. ELECTRONIQUEMENT

- 2.2.2.1. Numérisation
- 2.2.2.2. Impression à la demande

2.3. FAVORISER LA PROFESSIONNALISATION, LES ECHANGES ET LA FORMATION

2.3.1. LA POPULATION CIBLE DE LA FORMATION

- 2.3.1.1. Les éditeurs
- 2.3.1.2. Les libraires

2.3.2. LES AXES DE FORMATION

- 2.3.2.1. La poursuite et le renforcement de la formation permanente
- 2.3.2.2. La validation des acquis de l'expérience (VAE)

2.3.3. LES FORMATEURS – POOL AFRICAIN

2.3.4. FONDS D'AIDE AU DEVELOPPEMENT DES METIERS DU LIVRE

2.4. DEVELOPPER LA CESSION DE DROITS

2.4.1. RESERVER LES DROITS AUX TERRITOIRES D'ORIGINE DES AUTEURS

2.4.2. DEVELOPPER LA VENTE DE DROITS

2.5. REPENSER AFRILIVRES

2.5.1. CREER UN BUREAU DE COORDINATION D'AFRILIVRES

- 2.5.1.1. Lobbying
- 2.5.1.2. Politique de communication et de promotion

2.5.2. CONFIER LA DISTRIBUTION A DES PROFESSIONNELS (SUD & NORD) DU LIVRE AFRICAIN

- 2.5.2.1. Fonctionnement
- 2.5.2.2. Aide au transport

2.5.3. RENFORCER LES LIENS ENTRE LES EDITEURS ET AFRILIVRES

2.5.4. ACCOMPAGNER LA CREATION DE LA NOUVELLE STRUCTURE D'AFRILIVRES D'UN PROGRAMME DE FORMATION

ANNEXES

Annexe 1 - Tableau récapitulatif des recommandations

Annexe 2 - Tableau récapitulatif des personnes rencontrées par pays

Annexe 3 – Guides d'entretien éditeurs et libraires

Annexe 4 – Fiches descriptives des maisons d'édition et librairies rencontrées ou ayant renvoyé leur questionnaire rempli (remises sur CD)

• • • • • **ABREVIATIONS** • • • • •

ABC	<i>African Books Collective</i>
ACDI	Association canadienne pour le développement international
AIEI	Alliance internationale des Editeurs indépendants
AILF	Association internationale des Libraires francophones
APNET	<i>African Publishers Network</i>
BAD	Banque africaine de Développement
BCAO	Banque centrale de l'Afrique de l'Ouest
BEPC	Brevet d'Etudes du Premier Cycle
BIEF	Bureau international de l'Edition française
CLE	Centre de Littérature évangélique
EENAS	Éditions des écoles nouvelles africaines du Sénégal
ENDA	<i>Environmental and Development Action</i>
ESSTIC	Ecole Supérieure Des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication
F CFA	Franc CFA (1€ = 656 F CFA)
FILDAK	Foire internationale du Livre de Dakar
GRAD	Groupe de Réalisations et d'Animations pour le Développement
NEAS	Nouvelles Editions africaines du Sénégal
NEI	Nouvelles Editions ivoiriennes
NENA	Nouvelles Editions numériques africaines
OIF	Organisation internationale de la Francophonie
PUA	Presses universitaires d'Afrique
UCAC	Université catholique d'Afrique centrale
UEMOA	Union économique et monétaire ouest-africaine
VAE	Validation des Acquis de l'Expérience

1.1. MODELES DE DIFFUSION ET DE DISTRIBUTION

1.1.1. LIBRAIRIES

1.1.1.1. PROFILS

La plupart des libraires que nous avons interviewés présentent dans leurs rayons un « mix » éditorial assez classique, fortement axé sur le scolaire, agrémenté d'une dose de jeunesse et de littérature générale, avec une bonne pincée de livres pratiques. En d'autres termes, un profil type guère différent de celui d'une librairie européenne, poids du scolaire et para-scolaire mis à part. Notons tout de même que quelques établissements (*Mercury* à Ouagadougou, *La Maison du Livre* à Niamey, *Matila* à Douala) misent plus sur le technique et/ou l'universitaire, un pari qui peut sembler audacieux au départ, mais qui, de fait, peut s'avérer payant grâce au caractère plus ciblé et plus identifiable de la clientèle, ainsi que des marges plus élevées réalisées sur ce type d'ouvrages.

Il n'est pas rare pour les librairies étudiées, dont le chiffre d'affaires annuel va de quelques milliers à 300 000 ou 400 000 euros, d'ouvrir des points de vente multiples dans la capitale, voire en province. Nous pensons bien entendu aux géants que sont *Quatre Vents* à Dakar ou la *Librairie de France* en Côte d'Ivoire mais aussi à des entreprises a priori plus modestes telles que *Bon Pasteur* au Togo (4 points de vente), *Bufalo* au Bénin (2, dont un en province), *La Source* au Tchad, *Mercury* (3 magasins à Ouagadougou, 1 à Bobo-Dioulasso), *Edilac* avec ses deux librairies bamakoises ou même la très discrète *Plume universelle* de RDC qui, outre sa maison-mère de Kikwit, vient d'ouvrir un petit point de vente à Kinshasa. Cette tendance intéressante peut être expliquée par la volonté d'aller vers des types de clientèle différents selon les quartiers : un magasin plus axé sur le scolaire face au lycée, complété par un point de vente plus « grand public » dans un hôtel ; une librairie « centrale » autour de sa vocation initiale religieuse à laquelle vient s'agréger une boutique comportant plus de littérature adulte et jeunesse. Bien sûr, le cas le plus extrême dans cette stratégie de diversification est celui d'*Ikirezi*, une librairie de Kigali plutôt axée grand public qui, au fil des années, a créé un autre magasin dans une ville certes proche, mais située dans un autre pays, à Goma en RDC : *Lave littéraire*, le pendant congolais d'*Ikirezi*, s'adresse quant à elle plus à une population d'ONG ou de professionnels locaux.

Nous avons été également frappés par le caractère relativement récent d'une bonne partie des 27 librairies étudiées. *Athéna*, la dernière née des librairies dakaroises, a été fondée en 2004, *Carrefour du Livre* de Conakry date de 2002, *Maison du Livre* de Niamey de 2008, *Mercury* au Burkina Faso de 2003, *Sim's* à Yaoundé de 2001, *Le Bon Marché* à Bamako de 2009, etc. De fait, un bon tiers des librairies que nous avons étudiées n'existait pas au XX^e siècle. Ce qui représente un bon indicateur et du dynamisme du tissu entrepreneurial en Afrique francophone sub-saharienne, et de la « cote d'avenir » que les entrepreneurs, jeunes et moins jeunes, de la région, attribuent au livre.

Personnel. Les librairies étudiées fonctionnent sur un volant moyen de salariés de l'ordre de 4 à 5 personnes. Rares sont les établissements, tel *Edilac* à Bamako, dont tous les employés (4 en l'occurrence) sont diplômés de l'enseignement supérieur. La plupart ont une formation de niveau CAP ou BEPC, et sans spécialisation librairie. Cela dit, tous les responsables librairie que nous avons interrogés affirment fournir une formation « sur le tas » à leurs employés¹. Plusieurs ont suivi des sessions de formation du BIEF.

¹ À la librairie des Quatre Vents de Dakar, la directrice affirme tenir une réunion hebdomadaire de formation continue pour ses employés.

1.1.1.2. MARCHE, CONCURRENCE, REVENTE

Clientèle. Les librairies étudiées sont conscientes de la variété de leur clientèle, mais ont souvent du mal à mettre un pourcentage en face de chaque type d'acheteur. *Publ'Image* au Mali s'y est essayée, sur le questionnaire renvoyé par courriel : 5 % sont des particuliers, 75 % des écoles, 5 % des universités, 5 % des ONG, 5 % des bibliothèques, 5 % des « divers ». Les autres établissements se contentent de dresser une typologie de leur clientèle, sans la quantifier : « Unicef, ambassades, sociétés d'État, ONG, particuliers, jumelages franco-béninois » (*Notre-Dame*, Cotonou) ; « scolaire, programmes de formation de l'OMS » (*Le Bon Marché*, Bamako) ; « étudiants d'universités privées, expatriés, employés de bureau, compagnies minières » (*Lave littéraire*, Goma). Voire même, à l'instar de *Mercury* à Ouagadougou : « revendeurs de librairies de l'intérieur et de librairies par terre ».

Secteur informel. Contrairement à la situation en vigueur à la fin du siècle précédent, le secteur informel ne fait plus peur. On lui vend même des livres, comme dans l'exemple burkinabè sus-cité; on le considère souvent comme un secteur complémentaire, et non frontalement concurrentiel à la librairie traditionnelle². Parfois, le « secteur informel » va au-delà de la traditionnelle « librairie par terre » : ainsi, la librairie *Bufalo* de Cotonou estime-t-elle anormal que des coiffeurs ou des épiciers s'improvisent libraires et fassent ainsi concurrence aux vrais professionnels.

Les reventes à des libraires de l'intérieur ne sont plus aussi fréquentes qu'il y a deux décennies, sans doute en partie à cause de la disparition des petites librairies de province, mais aussi du fait du gain d'autonomie de certaines³. Cela dit, cette pratique n'a pas totalement disparu : *Notre-Dame* à Cotonou affirme réaliser de 5 à 10 % de son chiffre d'affaires de cette manière (vente ferme avec une remise de 5 à 10 %, sans possibilité de retour... ce qui n'est pas toujours du goût des acheteurs – preuve en sont les remarques de la librairie Sacré-Cœur d'Abomey). *La Librairie Papeterie centrale* de Brazzaville fait aussi office de grossiste national, ainsi que *Mercury* (ce qui, dans ce dernier cas, est particulièrement logique, étant donné la spécialisation en livres techniques qui est celle du libraire burkinabè).

Rares sont les librairies qui participent à des appels d'offre : *Notre-Dame*, *Bufalo* ou *Sonaec* au Bénin, *Mercury*, *Publ'Image* (mais sans succès) au Mali, *Quatre Vents* « de temps à autre ». *Bufalo* a même remporté un appel d'offres pour un ministère au Congo Brazzaville, ce qui prouve qu'une veille plus affûtée pourrait permettre à certains libraires plus dynamiques de remporter des marchés jusqu'au-delà de leurs frontières. Beaucoup de libraires se plaignent du fait que le lycée français de leur ville ne les consulte même pas pour ses acquisitions, ou les mette en concurrence avec des libraires français, face auxquels leurs confrères africains pourront difficilement être concurrentiels au niveau des prix (mais pas forcément des services). Des librairies étudiées, seul *le Carrefour des Livres* de Conakry affirme travailler en parfaite intelligence avec l'Institut français et le lycée français en Guinée.

² Librairie Nord-Sud, Bamako : « Je ne crois pas que le secteur informel représente une gêne. Eux comme nous avons chacun nos réseaux, différents, et qui n'empiètent pas les uns sur les autres ».

³ Ainsi la librairie Saint-Paul à Parakou, au Bénin, se fournissait-elle auparavant largement auprès de Notre-Dame à Cotonou ; dorénavant, elle procède à ses achats en direct

Un exemple original de démultiplication des points de vente : la librairie Nord-Sud, Bamako

Cette librairie, déjà forte de trois magasins traditionnels dans la capitale malienne, a installé 18 autres boutiques mobiles, des « corners livres » dans des points de vente jugés à fort potentiel grâce à leurs horaires d'ouverture étendus (un accord a été passé avec les stations-service des réseaux Shell et Total), ou leur proximité des quartiers résidentiels à pouvoir d'achat plus fort. Concrètement, ces « corners » prennent la forme de présentoirs sur roulettes, d'1,70 m sur 0,60 m, pouvant contenir chacun 35 livres. Les ouvrages sont en dépôt, et les présentoirs sont alimentés/relevés par une équipe de 5 commerciaux en moto. D'année en année, le profil de chacun de ces points de vente s'affine, ce qui permet à Nord-Sud de les alimenter en fonction du type de vente qui y est réalisé.

1.1.1.3. OPERATIONS DE PROMOTION

La Caravane du Livre est une opération de promotion spontanément citée par environ la moitié de notre panel. Certains libraires n'expriment pas d'avis particuliers envers cette initiative ; d'autres en revanche ont un avis plus tranché. Pour quelques-uns, il s'agit d'un « événement attendu chaque année » ; on apprécie par exemple au Mali que la caravane « sillonne Bamako, et surtout l'intérieur du pays ». Un de ces traits les plus positifs est qu'elle permet de vendre des livres à moitié prix, qu'elle génère des ventes importantes pendant l'action elle-même, et même au-delà puisqu'on peut continuer à écouler les invendus au même prix pendant le reste de l'année. Certains détracteurs de la Caravane soulignent en revanche le fait qu'elle soit assez consommatrice en temps et en personnel pour, au final, un bénéfice qu'on estime assez réduit ; sur un plan plus « idéologique », on entend aussi parfois déplorer qu'elle soit surtout composée de livres français, et que les ouvrages en provenance d'éditeurs africains y soient réduits à la portion congrue.

Au-delà de cette opération annuelle AILF, la plupart des librairies étudiées procèdent à des animations-promotions assez classiques :

- Public jeune : concours (concours de dictée comme à *Bon Pasteur*, de contes comme chez *Bufalo*), expositions dans les Instituts français, opération mensuelle « un dictionnaire par foyer » (*Mercury*),
- Grand public adulte : signatures (librairies béninoises),
- Public universitaire/technique : stands montés à l'occasion de congrès⁴, expositions Programme Plus, expositions dans les universités.

Les Foires du Livre d'Afrique de l'Ouest ne suscitent guère d'enthousiasme de la part des libraires locaux, qui estiment qu'elles sont, d'une part, plutôt destinées aux éditeurs qu'aux libraires et, d'autre part, onéreuses pour un faible résultat. Tel libraire malien s'est rendu par deux fois à la FILO de Ouagadougou, mais n'a pas poussé l'expérience plus avant, car cette manifestation « n'est plus ce qu'elle était ». Les éditions locales d'*Étonnants voyageurs* ne l'ont pas plus convaincu de la nécessité d'y reprendre un stand par la suite. La FILDAK de Dakar, qui a un moment bénéficié d'un certain rayonnement dans la sous-région, jouit à présent d'une réputation quelque peu ternie, dont les libraires sénégalais ne sont pas les

⁴ La Maison du Livre de Niamey emploie 5 étudiants à temps partiel, payés à la commission, en marge de chaque événement au Palais des Congrès de la capitale (pour le congrès des experts comptables, des notaires, etc.). Cette librairie réalise 60 % de son chiffre d'affaires dans de telles manifestations.

derniers à se faire l'écho, en soulignant en particulier le coût trop élevé de la participation, eu égard à une organisation jugée déficiente.

1.1.1.4. LIVRE AFRICAIN : DEMANDE, LOGISTIQUE D'IMPORTATION, PRATIQUES COMMERCIALES

Très rares sont les libraires du continent qui considèrent leur rayon « éditeurs africains » comme un des phares de leur établissement. L'évocation de la possibilité de développer l'exposition à l'édition régionale dans leur propre magasin est en général accueillie par un enthousiasme assez limité. On verra plus loin dans cette section qu'une grande partie de cette réticence peut être expliquée par des difficultés logistiques d'ordre commercial et de transport. Car, de fait, il existe bel et bien une demande, pour le moment assez ténue mais réelle, envers le livre africain de la part des clients des librairies du continent. Comment pourrait-on expliquer sinon qu'un libraire principalement technique, tel que *Mercury*, ait dans ses projets la création à Ouagadougou d'une librairie entièrement dédiée au livre africain : *Afrolivres* ?

Le livre africain occupe en général de 5 à 10 % du chiffre d'affaires des librairies que nous avons interrogées. En de rares occasions, et souvent sur des secteurs particuliers (littérature, jeunesse, sciences humaines), cette proportion atteint 50 %. Il est intéressant de noter que dans ce cas-là c'est grâce à une présence relativement massive de l'édition purement nationale (en général ivoirienne ou camerounaise) que de tels taux peuvent être atteints. Ainsi *Matila*, la librairie sciences humaines de Douala, affiche-t-elle un taux de livres « africains » de 50 % sans aucune importation. On remarque le même phénomène au Bénin, où les éditeurs africains les plus vendus par les libraires ne sont autres que les maisons locales, telles que *Ruisseaux d'Afrique* ou *Flamboyant*. Mais *Bufalo* se montre beaucoup plus éclectique géographiquement en important – « sous réserve que la qualité éditoriale des livres soit respectée », du Sénégal (droit), du Mali (*Cauris*), du Cameroun (*UCAC*, *CLE*), ainsi que de Côte d'Ivoire. Les librairies maliennes font également la part belle à leurs propres éditeurs ; seul le Sénégal fait exception, les librairies de Dakar ne tenant pas en très haute estime leurs éditeurs nationaux, qu'elles jugent plus âpres à la subvention qu'à la qualité professionnelle, et trop nombrilistes.

De pôles éditoriaux régionaux. D'une manière générale, une demi-douzaine d'éditeurs « majeurs » dominent l'importation qui puisse actuellement exister à l'intérieur de l'Afrique francophone sub-saharienne. Ils sont groupés autour de quelques pôles :

- Côte d'Ivoire : NEI, Classiques Ivoiriens, Eburnie, Edilis
- Bénin-Togo : Ruisseaux d'Afrique, Flamboyant, Graines de Pensées, Ediverbum
- Cameroun : CLE, PUA
- Mali : Jamana, Donniya

L'importance de la qualité. Au-delà de la proximité ou à l'éloignement géographiques, c'est la qualité qui est recherchée par les libraires : les productions de *Ruisseaux d'Afrique* sont réputées et commandées dans le domaine de la jeunesse, celles de *CLÉ* dans la littérature africaine et les sciences humaines, d'un bout à l'autre de l'Afrique francophone sub-saharienne. Ce qui tend à confirmer notre argument selon lequel le véritable obstacle à la circulation du livre africain sur son propre continent n'est pas d'ordre logistique, mais dépend de la demande, donc de la qualité des ouvrages et de la promotion/information que leurs éditeurs en font auprès des clients potentiels.

Des livres proches de la clientèle. *Edilac*, qui présente — en proportion à sa taille — l'un des rayons africains importés les plus fournis des librairies que nous ayons visitées⁵, considère plutôt le livre du continent comme un « achat d'impulsion⁶ » ; elle fait la part belle à des romans, et à la collection « Adoras » des NEI. Une priorité corroborée par la *Librairie de France* : « Les gens veulent des histoires de chez eux », explique-t-on à Abidjan ; c'est la raison pour laquelle cette enseigne propose un rayon « Littérature ivoirienne » et même un corner « Langues ivoiriennes ». La moitié du chiffre d'affaires de la *Librairie de France* en littérature générale est générée par des éditeurs africains, principalement ivoiriens, qu'il s'agisse des éditeurs traditionnels de la place ou des ouvrages à compte d'auteur (dont la librairie a vendu pour 150 000 € en 2010). De même, 7 % du chiffre d'affaires total de *Notre-Dame* à Cotonou est constitué par les ouvrages béninois mis en dépôt par leurs auteurs.

L'influence de la politique éducative et linguistique nationale sur la demande en édition locale. L'aspect linguistique joue un rôle important dans l'attractivité que l'édition africaine peut susciter. Nombre de librairies citent les dictionnaires français-langues nationales parmi les meilleures ventes des éditeurs locaux, lesquels produisent également des titres bilingues français/langues nationales, en particulier dans le domaine de la jeunesse. À cet égard, le fait qu'un gouvernement décide qu'au moins pendant les premières années de scolarisation l'enseignement soit prodigué dans une des langues nationales et non en français, contribue bien évidemment au dynamisme de l'édition locale en langues nationales. La librairie *Nord-Sud* à Bamako propose ainsi dans ses rayons des ouvrages en bambara, peul ou songo.

Les libraires font aussi souvent état du rôle essentiel joué par l'inscription éventuelle d'un titre sur une liste de livres prescrits, particulièrement vivace dans un pays comme le Bénin. Même si cette question de la prescription en réveille une autre, plus douloureuse : celle des auteurs africains classiques, souvent encore vivants, mais qui ne sont édités qu'au Nord. Ainsi les élèves béninois sont-ils placés devant le paradoxe de devoir lire leurs propres auteurs dans une édition parue à Paris.

Sciences humaines. Les libraires plus axés sciences humaines ou religion, tels *Clairafrique* à Dakar ou *Matila* à Douala, insistent sur l'apport essentiel que constitue l'origine africaine de l'éditeur pour une étude adéquate de la société, de l'économie ou de l'histoire du continent. De même, les livres religieux prescrits, parfois en langues nationales, constituent une bonne part des ventes africaines des réseaux religieux catholiques (Saint-Paul, Notre-Dame) ou protestants (CLE).

Les remises accordées par les éditeurs africains envers les libraires du continent sont assez constantes, et sont globalement appariées au type de cession qui prévaut entre éditeur et libraire, à savoir l'alternative vente ferme/dépôt. La vente ferme, qui s'entend en général sans retour, est créditée d'une remise de 30 %, tandis que le dépôt se voit accorder de 20 à 25 % de remise. Certains libraires géographiquement proches des sources d'approvisionnement s'en tirent mieux : ainsi *le Bon Pasteur* de Lomé bénéficie-t-il d'une remise de 35 % sur les NEI, ce qui lui permet de vendre les ouvrages de cet éditeur au même prix que sur le marché ivoirien. D'autres librairies en revanche paient le prix de leur éloignement physique : au Tchad, *La Source* doit se contenter de 20 % en vente ferme.

Une information insuffisante. Un des problèmes que rencontrent les libraires pour commander des livres africains consiste dans le caractère très parcellaire et intermittent des informations qu'ils reçoivent de la part des éditeurs. *Bufalo* au Bénin affirme que certains éditeurs, tels que *NEI*, *Star* ou *Ruisseaux d'Afrique*, lui font parvenir des catalogues, mais

⁵ Elle l'estime à 15 % de son chiffre d'affaires

⁶ L'achat d'impulsion concerne aussi la clientèle plus aléatoire, mais bien réelle, des touristes de passage, pour lesquels un ouvrage local peut constituer un souvenir de leur voyage dans le pays.

qu'il n'existe aucune campagne de promotion au-delà de ce geste, que ses fournisseurs potentiels ne déploient aucune politique promotionnelle pro-active. De manière générale, *NEI* ou *Classiques Ivoiriens* sont les seuls éditeurs à envoyer régulièrement des représentants dans les pays de la sous-région (ce qui nous fut confirmé par des libraires béninois et maliens). En ce qui concerne les autres éditeurs, les libraires doivent se contenter de la consultation de leurs sites internet, lorsqu'ils existent et sont à jour, ou de découvrir *de visu* leur production lors des divers salons du livre qu'ils fréquentent, en Europe ou en Afrique. Les éditeurs sont donc en manque d'actions concrètes qui seraient en mesure de rompre le cercle vicieux de l'ignorance et de l'indifférence entre libraires et éditeurs africains.

1.1.1.5. INFORMATISATION ET UTILISATION D'INTERNET

La plupart des librairies que nous avons étudiées sont informatisées, au sens où elles disposent au minimum d'un ordinateur sur lequel elles gèrent le stock ou parfois passent les commandes. Les logiciels de gestion de librairie sont régulièrement utilisés, qu'il s'agisse de Praxiel, Préface ou « de logiciels libres trouvés sur internet ».

Une réussite africaine : le logiciel de gestion de la Librairie de France

La Librairie de France d'Abidjan a développé en interne un logiciel de gestion de librairie bâti « sur la base de logiciels de gestion de librairies classiques », mais adapté au contexte particulier de la librairie africaine : intégration de la proportion extraordinaire de livres importés, calcul automatique du prix de vente. Selon ses promoteurs, ce logiciel a l'avantage d'intégrer sa propre maintenance. Il propose de plus une interface avec Dilicom, tout en prenant en compte des questions de stock, de finances, etc. Il est à noter que l'appartenance à l'AILF permet d'obtenir 50 % de réduction à l'achat de ce logiciel (2 000 € au lieu de 4 000 €)... ce qui, aux dires de beaucoup de libraires rencontrés, représente l'un des intérêts non négligeables de l'adhésion à l'association.

Au niveau de l'utilisation d'internet par les libraires, la situation est assez contrastée, et dépend à vrai dire largement de la qualité du réseau et de la bande passante dont dispose le pays (un libraire béninois nous a dit utiliser internet, « pour autant que cela marche »). Les libraires déclarent utiliser le courriel pour leurs relations avec les éditeurs, lesquels parfois leur communiquent aussi leurs nouveautés par ce biais. Parmi les librairies étudiées, seules quatre d'entre elles (*Clairafrique*, *Ikirezi*, *Nord-Sud* et *Bufalo*) ont un site propre et en fonctionnement. Il est intéressant de constater qu'à part Clairafrique, aucune des librairies « de référence » de la région (*Quatre Vents*, *Librairie de France*, *Notre-Dame*...) n'affiche de site, et que ce sont plutôt les nouveaux venus qui sont en pointe sur ce sujet. D'ailleurs les projets de site internet en cours concernent aussi cette génération de librairies africaines : *La Source* au Tchad, *Mercury*⁷ au Burkina Faso. Le projet le plus avancé est celui d'*Ikirezi* au Rwanda, qui, d'ici la fin 2011, prévoit de rendre possible la vente en ligne.

⁷ Ce libraire envisage de devenir la première librairie africaine de vente en ligne, même s'il reste assez flou sur les modalités pratiques de son projet.

1.1.2. MAISONS D'ÉDITION

1.1.2.1. PROFILS

Plus encore que la librairie, l'édition africaine est en plein renouvellement : sur les 21 éditeurs que nous avons interviewés, 9 ont été créés au cours de la dernière décennie, et 8 entre 1990 et 2000. Un apport de sang neuf d'autant plus remarquable qu'il intervient dans un contexte quelque peu morose en Afrique francophone, dû en particulier à la rareté des appels d'offres d'édition scolaire. Mais à l'aspect négatif du manque d'oxygène scolaire a répondu l'évènement relativement positif qu'a constitué la dévaluation du franc CFA en 1993, rendant *ipso facto* tous les produits fabriqués localement plus compétitifs par rapport aux produits importés. Cette règle s'est également appliquée au livre, malgré une aide massive des pouvoirs publics français dans les premières années post-dévaluation afin de permettre aux éditeurs français de ne pas voir leur compétitivité s'écrouler du jour au lendemain sur le continent africain.

La plupart des éditions rencontrées peuvent être qualifiées de généralistes, même si quelques-unes ont une « coloration » plus jeunesse, ou littérature générale. Parmi les éditions spécialisées, ce sont celles axées « scolaire » qui sont le plus nombreuses. Mais nous ne parlons là malgré tout que d'une poignée de maisons (*EENAS* au Sénégal, *Asselar* et *Donniya* au Mali, *Edilis* en Côte d'Ivoire), alors qu'en Afrique anglophone, 80 % de notre panel aurait été constitué d'éditions scolaires dont l'accès aux marchés éducatifs nationaux via appels d'offre d'édition leur fournit un ballon d'oxygène financier leur permettant de « nourrir » par ailleurs une production plus grand public. Mais il existe aussi en Afrique francophone des éditions juridiques (*PUA* au Cameroun, la Malgache *Juridika* pour l'Océan indien) ou techniques (les *NENA* de Dakar).

Les chiffres d'affaires ne sont pas toujours faciles à obtenir de la part des éditeurs, mais les données que nous avons pu recueillir font ressortir la diversité des situations éditoriales, qui vont d'une petite structure au chiffre d'affaires de 9 000 € à une grande entreprise à dominante scolaire pouvant afficher jusqu'à 150 000 €. Mais quel que soit le volume d'affaires de ces entreprises éditoriales, elles nous ont toutes confié la difficulté qui est la leur d'obtenir des prêts bancaires : entre les taux d'intérêt (au-delà de 15 %) et les conditions draconiennes exigées de la part des banques, il est bien rare que de tels financements aient finalement pu avoir lieu.

Production annuelle. Le rapport titres au catalogue/nouveautés annuelles est d'environ de 1 à 4, moins pour les maisons reposant principalement sur le scolaire telles qu'*EENAS* ou *Asselar*.

1.1.2.2. ORGANISATION INTERNE

Salariés. Les éditions africaines que nous avons interviewées fonctionnent avec un nombre de salariés à peu près égal à celui que l'on pourrait constater en Europe pour des structures d'envergure comparable. Ainsi, *Edilis*, éditeur scolaire de Côte d'Ivoire, compte-t-il six salariés : deux secrétaires d'édition, un maquettiste, deux commerciaux et une comptable. Les *Presses universitaires d'Afrique*, quant à elles, s'appuient sur une équipe plus étoffée, composée de neuf personnes dont cinq commerciaux pour le Cameroun et un pour les autres pays d'Afrique vers lesquels les *PUA* font porter leur effort commercial (Bénin, Mali, Gabon). On peut parallèlement de toutes petites structures, telle que *Caarec* au Bénin, qui ne compte aucun salarié, ou *BLD* au Sénégal, qui se rapproche plus d'une ONG que d'une édition à part entière. Ce qu'il est intéressant de noter est donc la professionnalisation

progressive de l'édition du Sud, en contraste avec le déclin d'anciens mastodontes de l'édition africaine para-étatique du type *NEAS*.

Formation. En dépit de l'existence depuis 1970 du CAFED de Tunis, censé contribuer à la formation de cadres africains de l'édition, nous n'avons rencontré qu'un seul professionnel à y avoir suivi des cours⁸. Sans doute faut-il voir là le signe que ce Centre était principalement consacré à la formation de cadres d'éditions d'État, au premier chef scolaires⁹, et encore dans une perspective post-indépendance. La génération des grands professionnels du livre d'Afrique francophone qui a pris son essor dans les années 1970 doit beaucoup au CAFED, mais depuis lors le centre de Tunis a quelque peu perdu de son aura.

Chaîne technique. Aucun de nos interlocuteurs éditeurs n'a évoqué le manque de formation comme un obstacle majeur. Seul *Edis* à Bamako nous a déclaré avoir du mal à trouver des infographistes de qualité sur le marché malien.¹⁰ Car la plupart des éditeurs rencontrés réalisent l'ensemble de la chaîne éditoriale en interne, y compris au niveau pré-press. En ce qui concerne l'impression, elle peut être confiée à des imprimeurs nationaux si le tirage ne dépasse pas un certain niveau, mais au-delà, les éditeurs, en particuliers scolaires, font souvent appel à des prestataires européens : Espagne pour le nouvel éditeur scolaire malien *Asselar*, France pour *Le Figuier*. Mais, en dehors du scolaire, les tirages sont assez timides dans le but d'éviter tout sur-stockage, véritable hantise des éditeurs africains.

1.1.2.3. POLITIQUE COMMERCIALE

Canaux de diffusion. Dans un paysage éditorial dont paradoxalement le scolaire est le grand absent, l'essentiel de l'effort de diffusion des éditeurs se fait par le canal des librairies traditionnelles, de l'ordre de 80 %. Quelques éditions spécialisées, telle que *NENA* à Dakar, vendent leurs produits directement à leurs clients « à haute valeur ajoutée »¹¹ ; *ENDA Tiers-monde* réalise la plupart de ses recettes par vente directe, principalement à travers son réseau d'ONG sœurs. A travers la région, les ventes en librairie s'en tiennent pour l'essentiel aux points de vente de la capitale. Certains éditeurs organisent pourtant des transports à destination des librairies de province : *La Sahélienne* par exemple a développé son propre réseau de cars, qui desservent cinq librairies de l'intérieur.

La promotion du livre représente parfois une pomme de discorde entre éditeurs et libraires, chaque partenaire reprochant à l'autre de ne pas jouer son rôle (en particulier au Sénégal et au Mali). Le fait est que les vecteurs de promotion du livre en Afrique ne brillent pas par leur abondance. Les éditeurs se plaignent de la difficulté d'accès aux médias : « *L'Essor*, pourtant l'un des principaux quotidiens maliens, s'intéresse très peu à la littérature, nous a-t-on déclaré au *Figuier*. De fait, notre expérience nous a montré qu'il fallait regarder au-delà de la presse écrite : le meilleur créneau d'exposition pour un livre à promouvoir se situe à la fin du journal télévisé. » Sinon, les éditeurs ont souvent recours aux signatures au moment de la sortie des livres, une opération promotionnelle peut-être peu originale, mais qui a fait ses preuves.

⁸ Certes, sept fois ! Il s'agit du directeur des éditions Star au Bénin

⁹ Sur les 466 personnes formées au CAFED de 1970 à 2000, 28 par exemple provenaient du Niger, pays à l'époque sans édition privée, soit presque autant que de stagiaires ivoiriens (27), issus pourtant d'un pays dont l'industrie éditoriale est beaucoup plus développée et diverse que celle du Niger.

¹⁰ L'ACDI Mali se dit prête à financer des formations pour ce type de métier. Notons que l'OIF organise un peu partout en Afrique francophone des formations décentralisées axées sur les savoir-faire techniques du l'édition, ceux pour lesquels la demande est la plus forte actuellement.

¹¹ En l'occurrence, concrètement : entreprises, organisations internationales, cabinets d'avocats

Bénin : la jeune génération se lance dans la promotion

Plurielles est une maison d'édition béninoise fondée en 2007. Koffi Attede, son jeune directeur, publie une revue culturelle trimestrielle et a lancé un concours littéraire, « Plumes dorées », qui alimente chaque année à une publication de grande qualité. Il pense pouvoir mobiliser : « Les jeunes s'intéressent à la lecture mais ils n'ont pas de cadre pour lire » explique-t-il. Faute de pouvoir utiliser les ressources coûteuses de promotion qu'offre la télévision (30 € pour passer 1 minute sur la chaîne béninoise Canal 3 ; 950 € la demi-heure pour organiser une émission littéraire télévisée), M. Attede va plutôt explorer les possibilités de Facebook (mur pour le concours « plumes dorées ») et des réseaux sociaux.

Les Foires du Livre sont censées constituer une valeur sûre, un rendez-vous régulier pour la promotion du livre. Or, au fil du temps, ces rencontres ont disparu de l'agenda des professionnels de l'édition en Afrique francophone subsaharienne. La FILDAK de Dakar existe toujours, mais est très décriée. « Pourquoi y investir 3 ou 4 millions F CFA, nous a demandé une éditrice sénégalaise ? Le retour sur investissement est mauvais, et la Foire n'est au service que d'un petit cercle d'initiés. » De fait, les professionnels régionaux regrettent la disparition de cet espace de rencontre, dont le rôle revient véritablement actuellement... au Salon du Livre de Paris, ou, dans une moindre mesure, à Casablanca ou Tunis, autant de villes géographiquement en-dehors de l'Afrique francophone subsaharienne. Reste la FILO de Ouagadougou, mais elle est aussi loin de donner satisfaction, ou Étonnants voyageurs de Bamako, qui reste une manifestation trop épisodique et ciblée. L'Afrique francophone subsaharienne est donc encore à la recherche de sa Foire du Livre de référence. En attendant, certains éditeurs, tel *CLÉ* (qui dispose, il est vrai, du soutien d'un véritable réseau panafricain) se rendent à diverses foires sur le continent : Lagos, Libreville ou Accra.

1.1.2.4. RELATIONS AVEC EDITIONS AFRICAINES / EUROPEENNES

Export intra-africain. À quelques exceptions près (*NEI*, *Ruisseaux d'Afrique*, *PUA*), les maisons d'édition africaines sont peu orientées vers l'exportation sur leur propre continent. Selon *EENAS* au Sénégal, « les traits culturels sont divergents, et nous sommes confrontés à des problèmes de logistique ». *Eburnie* avoue s'être livré à des tentatives d'export, mais les « retours très timides » l'ont convaincu de s'arrêter. Il semble donc qu'il faille être un éditeur déjà établi pour se lancer dans l'exportation à destination des pays voisins. *Jamana* réalise de 10 à 15 % de son chiffre d'affaires au Burkina Faso, au Sénégal, au Bénin. *ENDA Tiers Monde*, appuyant sur son propre réseau, vend ses ouvrages chez *Notre-Dame* à Cotonou, ou chez *Nord-Sud* au Mali.

Coéditions. Face aux difficultés réelles ou supposées auxquelles se heurtent les efforts d'exportation, les maisons d'édition africaines, dans la tradition de la partie francophone du continent, aiment à se lancer dans des coéditions, dont les partenaires peuvent être aussi bien africains que français. *Jamana* a ainsi coédité des ouvrages avec *Papyrus* au Sénégal, mais aussi *Sépia* et *Présence africaine* en France. *Edilis* a publié 10 titres avec les *NEI*, *Ruisseaux d'Afrique* avec le Sénégalais *BLD*, mais aussi *Eburnie* ou *Jeunes Malgaches*. *La Sahélienne* quant à elle se distingue en allant chercher des coéditeurs en Afrique du Sud (New African Book au Cap) ou en Chine (*Zhe Zhiang*), dans le domaine des livres de jeunesse.

Les coéditions avec les maisons françaises sont souvent assises sur des contrats jugés léonins. Ainsi *Le Flamboyant* se plaint-il de sa coédition de la collection Caméléon Vert avec *Edicef-Hachette* : le stock est chez Hachette, mais l'éditeur béninois dit ne jamais arriver à en obtenir. C'est un cercle vicieux : les titres coédités avec Edicef et qui sont sur les listes scolaires sont vendus aux libraires béninois par Hachette et jamais par *Le Flamboyant* puisqu'il n'en a pas en stock.

Star a réussi à récupérer les droits de la « Fille têtue » de Pliya – L'auteur béninois par excellence. Ce titre anciennement publié aux *NEAS* était épuisé et l'éditeur sénégalais n'envisageait pas de rééditer.

L'expérience de la co-édition africaine solidaire, initiée par l'AEIE, remonte à 2006, lorsque huit éditeurs du Sud publient « L'ombre d'Imana » de Véronique Tadjo. Imprimé par un seul éditeur, le livre porte la griffe des autres co-éditeurs, bénéficie d'une publication simultanée dans les huit pays, ainsi que d'un prix de vente unique et abordable (entre 1500 et 2000 F CFA). C'est ainsi que naîtra la collection *Terres solidaires* qui s'enrichira en 2008 de deux nouveaux titres : « Soza Boy » de Ken Saro Wiwa, et « De l'autre côté du regard » de Ken Bugul. À l'exception de « L'ombre d'Imana », ces publications ont en commun d'être des rééditions de livres parus précédemment chez des éditeurs du Nord. En 2009, deux nouveaux titres paraissent : « Kaveena » du Sénégalais Boubacar Boris Diop et « Jazz et vin de palme » du Congolais Emmanuel B. Dongala, sous la marque des éditions *Ifrikiya*, à côté d'autres éditeurs du Sud : *Cauris*, *Editions Eburnie*, *Le Fennec* (Maroc), Librairie *Ikirezi* du Rwanda, *Graines de pensées*, *Lemba* du Congo-Brazaville, *Sankofa&Gurli* du Burkina Faso, *Barzakh* d'Algérie et enfin *Ruisseaux d'Afrique* du Bénin. En tout, 10 éditeurs réunis au sein de l'Alliance internationale des éditeurs indépendants, éditeur-pivot du projet.

Les cessions de droits « conventionnelles » sont aussi une option que certains éditeurs africains explorent. Ce fut le cas de *Cauris* avec un éditeur béninois, même si cette tentative n'est pas parvenue à son terme. D'une manière plus classique, *CLE* a, au cours de la Foire de Bologne, cédé deux titres à des éditeurs algériens, et a vendu des droits de reproduction pour des anthologies de l'édition africaine à Lafont et Nathan. Enfin, *Le Flamboyant* vient de céder les droits d'un roman (*La handicapée* de T.Gninga) à l'association française GRAD : 500 € pour 3.000 ex.

1.1.2.5. DIFFUSION

Diffusion nationale. ENDA Tiers Monde à Dakar fournit les librairies de la capitale, avec un taux de remise s'étalant de 30 à 45 %. Auparavant, l'édition avait confié sa commercialisation à un « diffuseur », qui faisait le tour des points de vente possibles du Sénégal en porte à porte. Mais certaines remontées d'argent n'ont pas toujours été parfaites et, selon les termes d'ENDA, « la confiance a été rompue » et, dans son sillage, toute collaboration avec des diffuseurs extérieurs. A vrai dire, cet éditeur en particulier n'en a pas tellement besoin, dans la mesure où la plupart des recettes de ce qui était à l'origine une ONG provient de commandes extérieures, lesquelles sont souvent recueillies sur le site internet de la maison d'édition. L'OMS par exemple lui commande pour environ 10 000 € par an. Sans compter toutes ses participations à diverses manifestations extérieures, qu'elles soient spécialisées (conférences, colloques) ou grand public (FILDAK, Foire de Genève)

Une autre édition sénégalaise, les NEAS, a également tenté l'expérience de grossistes, qui se disent spécialisés dans la librairie/papeterie pour ses ventes en province, mais avec un taux de satisfaction plus élevé que ses collègues d'ENDA. Ces grossistes sont surtout focalisés sur le secteur informel des librairies par terre, et passent pour leur diffusion par un réseau tout aussi informel de parents et d'amis établis dans les principales villes du Sénégal.

Les remises aux points de vente régionaux se montent à 20 ou 30 % sur une base de vente ferme sans possibilité de retour.

Les éditions Laha, ou l'imagination au service de la diffusion

Le groupe Laha est une hydre à plusieurs têtes. Basé au Bénin, il mène des activités dans les domaines de la production audiovisuelle et cinématographique, du sport, de l'immobilier, de l'informatique, de la mode et de la micro finance.

Il s'est ouvert depuis peu à l'édition en publiant des romans sentimentaux qui connaissent un énorme succès commercial à Cotonou. Une réussite qui est peut-être à chercher au-delà de la simple qualité « littéraire » de ces ouvrages. En effet, Laha propose à ses lecteurs de devenir les acteurs des films tirés des romans ; des jeux concours sont aussi proposés avec des lots à la clé !

Quant au mode de diffusion, il est innovant lui aussi : les ouvrages de Laha sont disponibles non seulement en librairie mais aussi dans tous les bureaux de poste du Bénin, suite à un accord passé avec la Poste nationale, qui achemine chaque nouveauté dans tous les bureaux du pays, aussi éloignés soient-ils de la capitale.

Autre éditeur béninois, *Caarec* commissionne des enseignants (à hauteur de 10%) sur la vente de ses livres au Bénin et confie certains de ses ouvrages à des éditeurs partenaires qui se rendent dans les foires du Nord. Il s'est allié avec deux éditeurs, l'un ivoirien (*Kasimex*), l'autre béninois (*D. Gnamakou*) afin de tenter d'élargir sa diffusion en France – avec, jusqu'à présent peu de résultats.

Chez le Malien Donniya, « tout le monde fait tout », du travail éditorial à la diffusion, laquelle couvre dix librairies à Bamako. Le Figuier quant à lui pratique le dépôt chez les libraires (avec une remise de 20 %), et confirme les problèmes que ce mode de diffusion entraîne souvent en Afrique : certains libraires sont « corrects » (donc honnêtes sur les quantités vendues et ponctuels dans leurs échéances), d'autres en revanche mettent plus de temps à payer, et ne tiennent pas toujours un compte très précis de leurs ventes.

La Sahélienne prend en main sa diffusion

Cette édition malienne dynamique et imaginative a lancé sa structure de diffusion en distribuant des journaux. Puis ce réseau a été utilisé pour diffuser des livres de La Sahélienne en langues nationales, avec tant de succès qu'il a signé un contrat de concession avec le ministère de l'Education pour distribuer des manuels en zones rurales. Outre dix librairies bamakoises, La Sahélienne diffuse ses ouvrages dans cinq points de vente en province (librairies ou galeries d'art) : deux à Ségou, un à Mopti, un à Gao, un à Kidal. Les livres sont envoyés par transporteurs, et réceptionnés par les correspondants locaux à la gare routière. On travaille là aussi en mode dépôt, avec 20 % de remise

Avec ses confrères de Togouna, la Sahélienne est en train de créer une structure plus étoffée de diffusion, actuellement en phase de capitalisation (l'objectif étant de lever 3 millions F CFA de tour de table)

Diffusion internationale et croisée. L'une des manières d'accroître la diffusion intra-africaine consiste à conclure des accords de diffusion croisée. C'est le cas du Béninois *Star* avec les *Classiques ivoiriens* : il lui confie ses livres à Abidjan, sous un système de dépôt avec 40 % de remise. Un point est réalisé tous les 6 mois. Selon l'éditeur béninois – qui, donc, distribue parallèlement certains ouvrages des *Classiques ivoiriens* au Bénin – ce système est assez satisfaisant. Il est à noter que *Le Figuier* au Mali s'est engagé dans un partenariat croisé semblable avec les mêmes *Classiques ivoiriens*. Pas d'envoi régulier entre le Mali et la Côte d'Ivoire, les réassorts se faisant au coup par coup, par expédition postale de 100 à 200 livres.

Autre exemple qui dépasse un peu le cadre strict de l'Afrique sub-saharienne : *Star* distribue également au Bénin les livres de cuisine de l'éditeur marocain *Charaoui*.

Les diffusions ciblées de Kalaama

Edition sénégalaise axée sur la jeunesse et les langues nationales, Kalaama est dirigée par Mme Gakou, par ailleurs Présidente de l'Association sénégalaise des Femmes d'Affaires. Ce qui n'est sans doute pas étranger à la créativité dont elle fait preuve pour la diffusion de ses ouvrages. Sur son marché domestique, Kalaama a accès au fichier de l'Association des Banques sénégalaises, et peut donc cibler tous les employés du secteur bancaire national, qui reçoivent régulièrement les offres de l'éditeur. Disposant des courriels des employés de la BCAA, Kalaama leur propose des paquets de 10 titres, à payer à tempérament. L'astuce commerciale va au-delà du ciblage de clientèle, puisqu'elle permet aussi de passer outre la sous-bancarisation extrême dont souffre le Sénégal, à l'instar de la plupart des pays en développement : quelle catégorie professionnelle serait-elle la plus à même de disposer d'un compte bancaire... si ce n'est celle des salariés de banque, évidemment ?

Mais *Kalaama* cible aussi sa diffusion au-delà des frontières du Sénégal, et même de son continent. Qui savait que les Etats-Unis comptaient plus d'immigrés et de citoyens d'origine sénégalaise que la France ? Nous avons dû confesser notre ignorance. Mais pas *Kalaama*, qui a noué un partenariat avec la mairie de New York, à laquelle elle fournit régulièrement des ouvrages bilingues anglais / langues nationales sénégalaises pour ses bibliothèques municipales situées dans des quartiers à forte immigration sénégalaise.

1.2. STRUCTURES ETATQUES ET INTERPROFESSIONNELLES

L'Afrique francophone sub-saharienne est une région dans laquelle les structures étatiques de l'édition sont assez présentes, par le biais des ministères de la Culture et de l'Education. Pour dialoguer avec les représentants de l'Etat et des partenaires du développement se sont créées des associations interprofessionnelles nationales qui répondent avec plus ou moins de bonheur aux attentes de leurs membres.

1.2.1. LES ACTIONS PUBLIQUES EN FAVEUR DU LIVRE ET DE LA LECTURE

La Direction du Livre et de la Lecture sénégalaise joue un rôle financier important auprès du secteur éditorial national, par le biais de ses 600 millions F CFA de subventions distribués annuellement aux éditions du pays¹². Elle se livre par ailleurs à des activités de promotion du livre et de la lecture, en organisant par exemple le festival international des journaux lycéens francophones, en lançant le projet d'une « librairie nationale du Sénégal » qui serait la vitrine de la production éditoriale du pays, ou en soutenant l'élaboration de la future Loi sur le Livre sénégalaise (en collaboration avec l'UNESCO). La plupart des pays de la sous-région comptent aussi des Directions du Livre et de la Lecture, qui se sont réunies pour la première fois à Dakar en juin 2011. L'existence de ces structures étatiques de soutien aux métiers du livre constitue une originalité sous-régionale, et sans doute un plus potentiel par rapport aux pays africains anglophones. Reste à savoir comment ce soutien se traduit concrètement, quel est son degré de transparence et d'égalité de traitement. On peut également se demander si les pouvoirs publics d'Afrique francophone, plutôt que de financer des DLL¹³, ne devraient pas plutôt consacrer leurs efforts et leurs fonds à ce que leurs propres marchés scolaires n'échappent pas à leurs éditeurs nationaux privés, seule manière d'apporter une croissance soutenable à des entreprises éditoriales du Sud.

L' AFLAM met le feu à l'édition malienne

Le projet AFLAM (Appui à la Filière Livre au Mali) a été signé en 2000 entre le SCAC de Bamako et les autorités maliennes, avec une dotation de 1,2 milliards F CFA. Il était assis sur trois composantes principales : lecture publique, bibliothèques scolaires, manifestations autour du livre. D'importantes sessions de formation ont aussi été réalisées auprès d'éditions et de librairies maliennes, ainsi que des invitations à divers salons du livre africains et européens. Des concours de manuscrits avec publication à la clé (chez Donniya et Jamana) ont été lancés, et des stages de formation sur la co-édition ont abouti à la coédition de 2 titres avec une quinzaine d'éditeurs hors du Mali. Un Centre national de la Lecture publique a été créé et fonctionne toujours.

A présent que l'AFLAM est clos, son bilan est plutôt positif, dans la mesure où le projet a contribué à professionnaliser une édition malienne appelée à changer de dimension à la suite du passage à des appels d'offre scolaire nationaux. L'on peut cependant se demander si, maintenant que les formations sont à rafraîchir et que les achats de bibliothèque n'existent plus, l'AFLAM n'a pas été qu'un feu de paille qu'il conviendrait de raviver bientôt.

¹² Une manne dont la logique, voire la raison d'être, sont fortement contestées par certains professionnels sénégalais

¹³ Qui ne sont pas toujours très efficaces : un libraire nigérien s'est plaint du fait que dans son pays la DLL n'apportait que peu d'aide aux professionnels du secteur

1.2.2. LES ASSOCIATIONS INTERPROFESSIONNELLES

Les associations professionnelles nationales des métiers du livre sont parfois contestées. L'association des Editeurs du Sénégal est considérée par certains professionnels comme peu dynamique, et manquant d'activité dans le domaine de la solidarité ou des opérations de promotion. De fait, la concurrence qui existe entre les éditeurs du pays les empêche de véritablement s'unir pour parler d'une seule voix, car chacun a peur de trop se dévoiler vis-à-vis du concurrent. L'OMEL malienne est perçue par certains éditeurs nationaux comme une « structure sclérosée, clientéliste », qui ne constituerait pas un bon réceptacle de fonds pour les partenaires du développement. Ce dernier reproche est assez préoccupant, dans la mesure où justement l'intérêt d'une telle structure interprofessionnelle est de pouvoir servir d'« aiguillage » en toute neutralité. On conteste aussi son efficacité quand il s'agit de se faire entendre dans des affaires de marché public : la librairie Edilac a eu à souffrir de problèmes de paiement sur un important marché étatique, et elle a dû mener cette bataille toute seule.

Au Bénin, la librairie SONAEC a l'intention d'accompagner la création d'une structure qui regrouperait et défendrait les intérêts d'une centaine d'auteurs béninois auprès des éditeurs et des libraires, avec en perspective l'idée d'en finir avec les livres à compte d'auteur en dépôt, qui font perdre beaucoup de temps et d'espace aux libraires (au Bénin comme dans la plupart des pays de la région).

1.3. SYSTEMES DE TRANSPORT

Dans le contexte général d'atonie de la demande du livre intra-africain, il n'existe pour l'instant pas de système formalisé (et, a fortiori, subventionné) de transport de livres à l'intérieur de l'Afrique francophone. Les libraires et éditeurs que nous avons interrogés et qui d'ores et déjà proposent un choix plus ou moins varié de livres africains partagent leurs modes de transport entre les différentes catégories suivantes :

1.3.1. MODES DE TRANSPORT FRET/PASSAGERS CLASSIQUES

Les professionnels du livre africains se tournent naturellement vers les modes de transport classiques par lesquels voyagent dans la région passagers et marchandises : car, avion, transporteur, train.

1.3.1.1. LE CAR

Par sa souplesse et la relative densité de son réseau, le car reste le moyen le plus usité, principalement entre pays limitrophes, mais pas uniquement. Ce sont les éditeurs ivoiriens qui ont le plus formalisé le recours à ce type de transport, allant, pour l'un d'entre eux, jusqu'à conclure un contrat (« verbal ») avec l'une des compagnies faisant régulièrement la liaison Abidjan-Lomé-Cotonou. L'éditeur remet à cette compagnie, CTI, les cartons de livres, que le libraire viendra chercher à la gare routière de son côté. Cela marche aussi dans l'autre sens, par exemple lorsque *Ruisseaux d'Afrique* veut transporter ses livres vers la *Librairie de France*. Faire voyager un colis de 20 kg entre Abidjan et Cotonou coûte entre 5 000 et 6 000 F CFA, réglés par le réceptionnaire des livres. Un coût qui n'est pas négligeable eu égard au prix moyen des livres en Afrique.

Ces liaisons par car sont utilisées sur d'autres trajets de la sous-région : Bamako-Ouagadougou ou Abidjan, Cotonou vers Ouagadougou ou Niamey (200 F CFA/kg), Cotonou-Ouagadougou.

Il est à noter que de nombreux professionnels utilisent ce moyen « faute de mieux » : même si l'on reconnaît sa commodité, on le trouve parfois onéreux et peu sûr : la cohabitation avec d'autres denrées, alimentaires en particulier, n'est pas sans danger, et les cartons de livres sont parfois subtilisés avant d'arriver à bon port.

1.3.1.2. L'AVION

L'avion représente quasiment la seule solution pour qu'un livre d'un éditeur d'Afrique centrale se retrouve sur les rayons d'un libraire d'Afrique de l'Ouest ou vice-versa. La fin d'Air Afrique il y a une dizaine d'années a permis l'émergence de nouveaux acteurs aériens de la région, qu'ils en soient issus (Air Mali, Air Burkina, etc.), ou qu'ils y réalisent des vols dans le cadre de liaisons de plus grande envergure (Ethiopian Airlines et sa filiale A Sky, ou Kenya Airways). Un libraire camerounais nous a déclaré utiliser l'avion pour faire venir ses ouvrages de Côte d'Ivoire. Cela lui revient de 1 600 à 2 000 F CFA le kg, soit quasiment la moitié du prix public final de l'ouvrage. *SONAEC* à Cotonou affirme quant à lui que le prix des livres qu'il importe du Cameroun est de 30 à 40 % plus élevé que celui d'ouvrages locaux, une fois imputé le surcoût transport. C'est la raison pour laquelle certains éditeurs, contrairement aux usages, mais avec l'objectif de promouvoir leurs ventes dans l'autre sous-région, prennent en charge la moitié du transport aérien.

1.3.1.3. LE TRANSPORT ROUTIER

Vecteurs naturels du transport de livres en pays développés, les transporteurs routiers ne sont que très rarement utilisés, sans doute par manque de volume d'affaires. *BLD*, un petit éditeur sénégalais aimerait pouvoir identifier une ou plusieurs entreprises, dédiées au livre, et qui effectuerait des « boucles » d'une manière régulière dans le pays et la sous-région. *Bon Pasteur* à Lomé réalise un groupage camion pour ses importations ivoiriennes, ce qui lui revient à 15 € le carton (soit deux fois plus que par le car). Dans les pays sahéliens, le libraire nigérien *Maison du Livre* a identifié un transporteur mauritanien, *SONEF*, susceptible de faire transiter des livres dans la région.

1.3.1.4. LA POSTE

L'intensité d'utilisation de la Poste dépend bien évidemment de la qualité de ses services, lesquels varient énormément d'un pays à l'autre. Le Mali à cet égard semble relativement privilégié. Une édition comme *Le Figuier* utilise les services postaux pour livrer des librairies maliennes, mais aussi ivoiriennes. Il lui en coûte 30 000 F CFA pour envoyer une centaine de livres à Abidjan. À Dakar, les *NEAS* expédient également leurs ouvrages vers la Côte d'Ivoire, le Mali, et le Niger par la Poste. Au Bénin, l'éditeur *Laha* a passé un accord avec la Poste nationale afin que ses ouvrages soient déposés dans tous les bureaux de poste du pays, pour y être vendus. Dans ce cas-là, la Poste joue donc un double rôle : transporteur et détaillant. Une fusion des genres reprise à son compte par un éditeur malien, *Edis*, qui a inventé la BMoL, ou « Boutique mobile du Livre ». Il s'agit d'une moto dont la partie side-car est transformée en astucieuse « malle-bibliothèque », et qui n'est encore malheureusement qu'à l'état de projet. Il est chiffré à 1,5 millions de F CFA pièce et permettrait, aux dires de son promoteur, de « faire circuler les livres comme le pain », puisque les boulangers de Bamako utilisent déjà ce type de deux-roues commercial.

1.3.1.5. LE TRAIN, LE BATEAU

Les moyens de transport que l'on pourrait considérer comme « naturels » dans la région, le train et la mer, restent paradoxalement les parents pauvres du transport de livres intra-africain. Seuls les *Classiques ivoiriens* nous ont affirmé utiliser la voie ferroviaire entre Abidjan et Ouagadougou qui, certes lente (4 à 5 jours), ne pose pas de problème de sécurité particulier. Mais il est surprenant par exemple de constater que la ligne Dakar-Bamako,

certes de fonctionnement fort irrégulier, n'est pas prise en compte dans les échanges entre professionnels maliens et sénégalais.

Le transport maritime de cabotage, qui pourrait représenter une bonne solution pour relier la majeure partie des pays de la région, qui ont une façade maritime, est quasi inexistant. Il n'existe pas de groupage et seuls les containers de 20 pieds sont susceptibles d'être utilisés ; or, faire naviguer un tel container entre la Côte d'Ivoire et le Cameroun reviendrait à 1,7 million de F CFA (2 600 €).

1.3.2. MODES DE TRANSPORT NON CONVENTIONNELS

Pour compléter ce tableau d'éparpillement des modes de transport du livre en Afrique, il convient d'ajouter deux modes de transport plus informels : les voyageurs avec bagages, et, pour employer une expression que nous avons souvent entendue, « le système D »

Bagages accompagnés. Beaucoup de professionnels du livre africains profitent tout simplement de leurs propres déplacements, ou de ceux de leurs proches, pour ajouter à leurs bagages personnels une valise remplie de livres destinés à être vendus dans un autre pays de la région. C'est ainsi que procède *Edilis* en Côte d'Ivoire, ou *Flamboyant*, pour transporter sa production du Bénin vers le Togo ou Abidjan. Quant au Sénégal ou au Congo, l'éditeur béninois passe par un réseau « informel » de voyageurs aux bagages largement constitués de livres. Le Camerounais *CLÉ* profite du fait que cette édition fait partie d'un réseau panafricain pour faire voyager ses livres au gré des déplacements des responsables des différents bureaux *CLÉ* en Afrique. *Jamana* au Mali, *Eburnie* en Côte d'Ivoire, disent également « profiter d'amis qui voyagent ».

L'aspect « informel » des modes de transport utilisés peut aussi se traduire par le fait que le libraire ou l'éditeur n'en privilégie aucun. *Ruisseaux d'Afrique* déclare passer par l'avion, la route ou le fameux « système D » selon les circonstances. Les pays plus isolés, tels le Tchad, sont obligés de déployer des trésors d'imagination : à N'Djamena, *La Source* passe par une agence de voyage pour importer ses livres camerounais ; cette agence gère le port du colis en train jusqu'à N'Gaoundéré puis son transfert en bus jusqu'à Kousséri, où le libraire vient le récupérer. De semblables systèmes mixtes de transport sont mis en place par *La Source* pour importer ses livres du Bénin ou de Côte d'Ivoire. Le prix du port, intégré à la facture par l'éditeur, s'étale de 750 à 2 000 F CFA/kg.

1.4. AFRILIVRES

Au-delà de la stricte analyse de l'activité de l'association, l'audit qui a été conduit à Cotonou a surtout été l'occasion de faire un bilan de la structure, dix ans après sa création, de comprendre quelles ont été les forces et les faiblesses de cet ambitieux et nécessaire projet afin de dessiner les contours d'une structure revitalisée, capable de répondre aux besoins du public – nombreux – intéressé par les publications d'éditeurs africains, aussi bien en Afrique qu'au Nord.

1.4.1. PRESENTATION DE L'ASSOCIATION

1.4.1.1. VOCATION

La vocation d'Afrilivres est d'offrir aux éditeurs francophones d'Afrique et de l'océan Indien une structure collective qui soit à la fois une vitrine de leur production et une structure de diffusion/distribution de leurs ouvrages, aussi bien à l'intérieur du continent qu'au Nord. Quatre axes fondateurs soutiennent cette structure :

1. la promotion, le renforcement et le développement de l'édition africaine en Afrique ;
2. la participation des éditeurs au développement économique, environnemental et culturel de l'Afrique ;
3. la meilleure collaboration entre tous les acteurs de la chaîne du livre ;
4. la promotion des échanges, des coéditions et des coproductions entre les membres de l'association.

1.4.1.2. HISTORIQUE – SATES CLES

• **2001** : Esquisse du projet par un comité de pilotage d'éditeurs africains réunis par Africultures avec l'aide de la Fondation *Charles Léopold Mayer pour le progrès de l'homme*.

• **2002** : Réunion en mai à Dakar autour de l'initiative Afrilivres ; 34 éditeurs de 14 pays manifestent leur intérêt ; on enregistre cette année-là 127 nouveautés dont une partie ont été coéditées ou coproduites entre éditeurs du Sud (collections *Libellule*, *Serin*, *Miroirs d'encre*) dans le cadre du programme de l'AIEI (collection *Enjeux Planète*).

La société *Servedit* est pressentie pour distribuer les ouvrages au Nord. Un contrat est signé avec l'association.

• **2003** : • Lancement du site d'Afrilivres (avec un service de commande en ligne) au salon du livre de Paris, avec le soutien de la revue Africultures.

• Parution d'un catalogue papier des livres disponibles africains. Il sera diffusé et distribué gratuitement à tous les professionnels du livre français et africain dans le cadre d'un programme de soutien à l'édition africaine.

• Assemblée générale extraordinaire d'Afrilivres au salon du livre de Dakar confirmant le lancement de la structure par l'élection d'un nouveau bureau.

• **2005** : Interruption du contrat avec Servedit.

• **2006** : Création de la centrale de diffusion/distribution de Cotonou. Mme Béatrice Gbado, directrice de *Ruisseaux d'Afrique* Bénin, est nommée présidente.

• **2008** : Élection d'un nouveau président, M. Joachim Adjovi, des éditions *Star* à Cotonou.

• **2010** : Élection d'une nouvelle présidente, Mme Marie-Michèle Razafintsalama, des éditions *Jeunes Malgaches* à Madagascar.

1.4.1.3. STATUTS

Afrilivres est une association sans but lucratif régie par la loi 1901 sur les associations (cf. nouvelle version approuvée par l'AG extraordinaire du 16 mars 2010).

L'Assemblée générale (« physique ou virtuelle »), composée de l'ensemble des membres à jour de leur cotisation, se réunit au moins une fois tous les deux ans. Elle élit alors un bureau exécutif élu pour deux ans composé d'un(e) président(e), d'un(e) secrétaire et d'un(e) trésorier(e) qui sont respectivement, depuis avril 2010, Marie Michèle Razafintsalama, des

éditions *Jeunes Malgaches* à Madagascar, Monsieur Edmond VII Mballa Elanga, des éditions *Tropiques* au Cameroun et Monsieur Omar Sylla, de *Tropiques Éditions*, France/Côte d'Ivoire.

Elle est animée par Monsieur Phocas Ekouedjin, secrétaire permanent.

Depuis son déménagement des éditions *Ruisseaux d'Afrique*, le siège béninois est installé au domicile de M. Ekouedjin.

1.4.1.4. MEMBRES

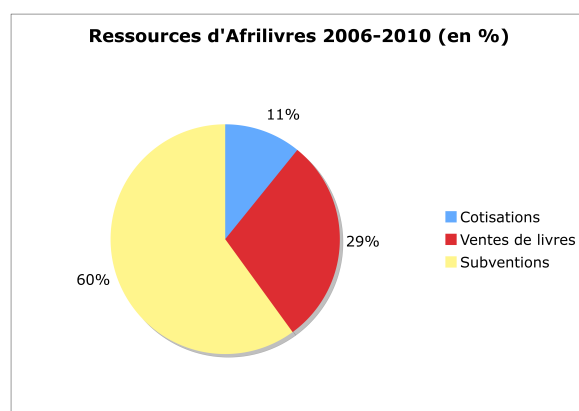
30 éditeurs sont considérés à ce jour comme membres de l'association. Ils se répartissent entre :

- **l'Afrique de l'Ouest : 18** (Bénin : *Éditions du Flamboyant*, *Star*, *Ruisseaux d'Afrique* – Burkina Faso : *Éditions Jel et Sankofa & Gurli* – Côte d'Ivoire : *Édilis*, *Classiques ivoiriens*, *Eburnie*, *PUCI*, *Tropiques* – Guinée : *Éditions Ganndal* et *Balanza* – Mali : *Éditions Donniya* et *Jamana* – Sénégal : *Éditions BLD* – Togo : *Éditions CTCE/Haho*, *Graines de pensées*, *Éditions de la Rose bleue*)
- **l'Afrique centrale : 8** (Cameroun : *Éditions Ndze*, *Presse Universitaire de Yaoundé*, *Tropiques du Cameroun*, *Presses Universitaires d'Afrique* - Congo Brazzaville : *Éditions Lemba* et *Mokandart* – Gabon : *Éditions du Silence* – Rwanda : *Editions Bakame*)
- **les pays de l'océan Indien : 4** (Madagascar : *Éditions Prediff*, *Tsipika* – Maurice : *Éditions Vizavi* – Djibouti : *Éditions Couleur locale*).

Remarque : on notera la disparité entre les régions et le poids important de l'Afrique de l'Ouest. Certains pays sont totalement absents (RCA, RDC,...). Par ailleurs, si l'on veut être puriste, il faut admettre que ce chiffre de 30 est supérieur à la réalité car il va au-delà des seuls membres à jour de leur cotisation ; or, à l'heure actuelle, nombreux sont les retards d'acquittement de cotisation.

1.4.1.5. RESSOURCES

Les ressources d'Afrilivres sont constituées des subventions, des cotisations de ses membres et des ventes de livres réalisées par la Centrale de Cotonou. Les pourcentages ci-dessous sont calculés sur l'ensemble des cinq années d'existence d'Afrilivres.



- **Subventions (60 %) :** Importantes au lancement de la centrale de Cotonou (14 000 € en 2006 – 10 000 € du MAE, 2 000 € de l'AIEI et 2 000 € du service culturel de l'ambassade de

France au Bénin), elles se sont réduites au fil des années (3 000 € en 2007, 2 000 € en 2008 puis 1 000 € en 2009 et 2010). L'AIEI est actuellement la seule structure à apporter son soutien à l'association sous la forme d'un don de 1 000 € par an.

- **Les adhésions et les cotisations (11 %)**

- Stables entre 2006 et 2010, elles ont représenté un montant moyen d'environ 770 € par an, ce qui reste bien en deçà de ce qui est attendu.

En effet, la cotisation annuelle par membre est de 100 FCFA par jour, soit 36 500 FCFA par an, soit environ 55 euros.

Si l'on établit une moyenne, on peut considérer que chaque année, Afrilivres n'a perçu qu'environ 14 cotisations... nettement moins donc que le nombre de membres. Plusieurs éditeurs, pratiquant une forme de compensation, ont en fait choisi de payer cette cotisation lors de la vente de leurs ouvrages.

Début 2011, aucun des membres (ou presque) n'est à jour de sa cotisation.

- En revanche, **certains éditeurs non-membres ont payé une adhésion sans devenir membres** ; c'est le cas de deux éditeurs maliens (*EDIS* et les éditions du *Figuier*) et de trois éditeurs nigériens (les éditions *Alpha*, *Afrique Lecture*, *le Bureau de composition et d'édition*).

- Enfin, il semble que **certaines demandes d'adhésion n'aient jamais pu aboutir** ; cela concerne trois éditeurs qui ont laissé des dépôts chez Afrilivres (*Prisanites* — Bénin, *Ifrikiya* — Cameroun, *Clairafrique* — Sénégal) et plusieurs autres avec lesquels les prises de contact n'ont jamais pu aboutir (*Afredit* et *Kattie Louka* au Cameroun).

On notera aussi que les éditions *CLE* du Cameroun, éditeurs historiques, autrefois membre, ont quitté la structure sans jamais vouloir réadhérer.

Remarques :

- *Le non-paiement des cotisations est évidemment un manque à gagner pour Afrilivres. Ce n'est pas le montant qui est mis en cause par les éditeurs mais la structure elle-même : il apparaît que les « membres » d'Afrilivres estiment ne pas tirer du versement régulier de la cotisation un bénéfice suffisant.*

- *Malgré les contacts qu'Afrilivres a pu avoir avec de nouvelles maisons d'édition, le nombre des membres est resté stable.*

- *Les ressources ont varié d'une année à l'autre. Elles sont à ce jour trop faibles pour permettre à l'association d'avoir une activité réelle.*

1.4.2. LA CENTRALE DE DIFFUSION ET DE DISTRIBUTION D'AFRILIVRES

Créée en 1986 pour résoudre les difficultés de diffusion et de distribution d'Afrilivres, elle est installée au siège même de l'association à Cotonou et est animée par son secrétaire permanent, Phocas Ekouedjin.

1.4.2.1. LA FONCTION DIFFUSION

1.4.2.1.1. LA PROMOTION ET SES OUTILS

En l'absence d'un cahier des charges définissant les instruments à mettre en place pour assurer la diffusion des éditeurs membres, et en fonction des moyens qui étaient les siens à tel ou tel moment, la Centrale d'Afrilivres s'est appuyée sur un certain nombre d'outils de promotion pour assurer sa diffusion.

- **Le site Afrilivres**

Le projet initial. En 2002, avec la naissance du projet Afrilivres, et pour permettre aux professionnels d'obtenir des informations précises sur la production de livres africains, un

site ambitieux www.afrilivres.net est créé par Africultures avec le soutien du ministère français des Affaires étrangères et de l'Agence intergouvernementale de la Francophonie. Son objectif est de proposer une base de données complète et à jour. À ses débuts, il décrit effectivement plus de 900 titres disponibles, édités en Afrique ; il propose par ailleurs un service de commande en ligne permettant à tout utilisateur d'acheter les livres d'une sélection de 150 titres (cyber-librairie avec paiement sécurisé) et, pour les autres livres, de prendre un contact directement avec l'éditeur et/ou ses diffuseurs et distributeurs. La vente était alors assurée par Servédit, une société française dont le siège est à Paris et qui proposait aussi une librairie et un comptoir de vente.

La vie du site. Ce site, qui devait être mis à jour par les éditeurs membres d'Afrilivres eux-mêmes, exigeait de leur part une discipline pour intégrer leurs nouveautés, chaque fois qu'elles paraissaient.

Certains éditeurs jouant le jeu, d'autres pas, le site a rapidement perdu de sa vitalité, de sa représentativité... et donc de son intérêt.

En 2008, le déménagement du siège au domicile (mal relié au réseau Internet) du secrétaire permanent a entraîné de vraies difficultés ; elles ont été aggravées du fait que l'administrateur (Campus numérique) n'a jamais terminé son travail de restructuration du site et qu'Afrilivres a interrompu ses paiements à Bénin-Télécom, hébergeur du site.

C'est ainsi qu'à partir de 2009, devenu une coque vide, le site d'Afrilivres était totalement inopérant.

Le catalogue papier. Ce document de près de 400 pages, édité en 2004 grâce au soutien du ministère français des Affaires étrangères, de l'Alf et de l'AIEI, présentait 1 311 titres publiés par 54 éditeurs. Véritable outil de travail pour les libraires et les bibliothécaires, il a bien entendu perdu de son intérêt avec le temps.

Quelques exemplaires sont encore en stock à la centrale de Cotonou.

Des catalogues disponibles sous forme de fichiers électroniques. En l'absence d'un site et d'un catalogue papier à jour, une présentation des ouvrages disponibles chez Afrilivres a été mise au point par le secrétaire permanent, non pas dans le but de recenser la production des membres d'Afrilivres mais de présenter, pour les promouvoir et les vendre, les titres en stock chez Afrilivres.

Elle se présente sous la forme de trois fichiers numériques « Pdf » (un pour la littérature jeunesse — 143 titres -, un pour le scolaire — 12 titres -, un pour les livres pour adultes — 106 titres). Les ouvrages, classés par éditeur, sont présentés avec une reproduction de la couverture et les indications suivantes : Titre/Auteur/Genre/Numéro ISBN/Année de publication/Prix en CFA (avec, dans le cas de Ruisseaux d'Afrique, une distinction entre prix Bénin et prix Afrique) et parfois en €. Pour connaître les disponibilités à un jour J, les clients qui en font la demande ont à leur disposition, avec ces catalogues, une liste Excel des quantités d'ouvrages disponibles par titre.

Remarques :

- Dans la mesure où ces catalogues ne correspondent qu'à une photographie du stock à un moment T et qu'ils n'intègrent pas les nouveautés des éditeurs membres de l'association, ils perdent de leur représentativité avec le temps... et donc de leur intérêt pour les acheteurs potentiels.

- Dans ces trois catalogues, 20 éditeurs seulement sont cités parmi les 30 que compte le réseau. Plusieurs éditeurs membres n'apparaissent pas : Eburnie, Tsipika, Presse Edition et Diffusion.

- Les éditeurs cités sont très inégalement représentés (cf. tableau ci-dessous). À titre d'exemple, sur 261 titres présentés, 44 % sont des ouvrages de Ruisseaux d'Afrique, 18 % d'Edilis.

Editeur	Jeunesse	Scolaire	Adulte	Total
BLD	1			1
Akoma Mba	5			5
Classiques Ivoiriens	4			4
Lemba			5	5
Flamboyant	4		1	5
Graines de pensées	2		6	8
Edilis	11	2	36	49
Star	1		3	4
Ruisseaux d'Afrique	99	4	12	115
Jamana	4		3	7
Rose bleue	2		13	15
Prisaintes			4	4
Tropiques	3			3
Ifrikiya	2		12	14
NEA	3			3
Donniya	2		2	4
CTCE			7	7
NEI			1	1
PUA			1	1
Clairafrique		6		6
	143	12	106	261

Compte tenu de l'importance éditoriale de certains autres éditeurs (*Classiques ivoiriens*, *Graines de pensées*, *NEI*, etc.), on peut s'interroger sur la représentativité et donc la pertinence de cet outil.

À ce jour, pour répondre aux éventuelles demandes, les seuls outils de promotion d'Afrilivres sont donc les catalogues numériques : ils ne représentent qu'une sélection arbitraire, partielle et vieillissante du fonds des éditeurs membres. Ils n'ont jamais servi à faire d'opérations de promotion (mailings à la presse, aux libraires...).

1.4.2.1.2. LA PRESENCE SUR LE TERRAIN

Tournées commerciales. Faute de moyens probablement, mais aussi de savoir-faire, de la part du Secrétaire permanent dont la mission commerciale n'était pas inscrite dans le descriptif de poste au moment de sa prise de fonction, il n'y a jamais eu de véritables tournées commerciales.

M. Ekouedjin a été en contact avec quelques librairies béninoises (pas toutes – le directeur de la grande librairie SONAEC de Cotonou, pour ne citer que lui, ne connaissait pas Afrilivres) et de manière très irrégulière.

Sauf exceptions, les ouvrages ont été mis en dépôt dans ces quelques librairies sans qu'il y ait le suivi qui aurait permis de réassortir les ouvrages vendus.

Salons du Livre. Jusqu'en 2008, la présence d'Afrilivres aux différents salons du livre a, en revanche, été bien assurée par certains de ses membres. C'est probablement par les salons qu'Afrilivres s'est fait connaître.

1.4.2.2. LA FONCTION DISTRIBUTION

1.4.2.2.1. LE STOCK

Origine des ouvrages

- ✓ La centrale est alimentée par les ouvrages des éditeurs membres... et de quelques éditeurs non-membres.
- ✓ On observe en effet que des éditeurs non-membres ont déposé des ouvrages. Rien ne justifie pourtant qu'ils bénéficient des services de la centrale s'ils n'y ont pas adhéré.
Aucune règle particulière, qu'elle soit qualitative ou quantitative, ne paraît présider à l'entrée en stock des ouvrages à la centrale.

Cela crée bien entendu des déséquilibres entre les différents éditeurs puisque certains peuvent être plus représentés que d'autres sans que cela ait toujours un lien avec leur poids dans le paysage éditorial africain.

Par ailleurs, la centrale ne devrait-elle pas valider certains critères qualitatifs (au niveau de la mise en page, de la qualité de papier...) avant d'intégrer un ouvrage dans son stock ? Elle devrait en effet, ne serait-ce que vis-à-vis de ses clients, et pour donner « plus de chances » aux ouvrages qu'elle reçoit, être garante d'une qualité éditoriale.

Statut des ouvrages

Les ouvrages en stock sont indifféremment des dépôts ou des achats fermes.

L'inventaire général à fin décembre 2010 fourni par Afrilivres détaille les mouvements de stock par titre et par année.

Il ressort que sur 2 456 ouvrages entrés en stock chez Afrilivres entre 2006 et 2009 :

- 1 816 (soit 74 %) ont été achetés en compte ferme,
- 640 (soit 26 %) ont été mis en dépôt par les éditeurs.

Nous n'avons pas d'éléments pour savoir ce qui justifie qu'un ouvrage ait été acheté en compte ferme ou pas. Il semble qu'en 2006, à l'aide de la subvention (2 000 €) accordée par le service culturel de l'Ambassade de France à Cotonou, Afrilivres ait payé comptant les ouvrages des éditeurs présents au lancement de la centrale de diffusion et que, pour les salons et les commandes de libraires, il ait pratiqué de même.

Le dépôt semble avoir été le fait des éditeurs eux-mêmes, intéressés par le potentiel de diffusion d'une structure comme Afrilivres.

Ce rapport de 3 livres achetés en ferme pour 1 pris en dépôt est élevé et injustifié dans la mesure où Afrilivres n'a pas la certitude de les vendre.

En effet, si les livres sont vendus « en ferme » sur les salons, les librairies les prennent le plus souvent en dépôt.

Les résultats corroborent cette réserve ; en effet, sur les 2 456 ouvrages entrés en stock entre 2006 et 2009 :

- 1 287 ont été vendus, soit 52 % du total, moins donc que le stock acheté en compte ferme ;
- 280 sont placés dans la catégorie « dépôt » (209 à la librairie *Saint Paul* de Parakou, 71 au salon de Tunis) ;
- 844 restent en stock chez Afrilivres.
- 45 (soit 1,8 % — proportion très « acceptable ») manquent à l'appel.

Ce sont tout de même plus de 1 000 exemplaires représentant une valeur de 2 908 436 FCFA (4 433 €) qui n'ont pu être vendus et qui sont encore ou en dépôt ou en stock au siège de la centrale (c'est-à-dire dans une armoire du domicile du secrétaire permanent) !! 394 d'entre eux (dont 202 de Ruisseaux d'Afrique et 71 d'Edilis) sont la propriété d'Afrilivres. Le solde appartient de fait aux éditeurs. L'essentiel du stock est ancien : il date en effet de 2006 et a perdu une partie de son intérêt pour le public.

Petite curiosité béninoise. Parmi les ouvrages en dépôt, certains sont apportés directement par les auteurs d'éditeurs membres. En effet, certains auteurs recevant leurs droits sous forme de livres ne trouvent rien de mieux pour tirer un maigre profit de leurs travaux que de proposer leurs ouvrages à Afrilivres. Et il est arrivé que leurs ouvrages soient intégrés au stock... ce qui n'en simplifie certes pas la gestion !

1.4.2.2.2. LA GESTION DES COMMANDES

Quand elle reçoit une commande, la Centrale doit :

- réunir, si possible, l'intégralité des ouvrages commandés,
- les livrer dans les meilleurs délais.

Les étapes de la gestion des commandes

1. Consultation du stock

- *Soit* les ouvrages commandés sont en stock à la Centrale et les choses sont simples ;
- *Soit* certains ouvrages sont manquants à la Centrale (ce qui est généralement le cas) et le secrétaire permanent les réunit de la manière suivante :
 - Si certains de ces titres font partie du stock en dépôt à la librairie Saint-Paul de Parakou, il vérifie avec le libraire leur disponibilité effective et lui demande de les mettre de côté pour un envoi par bus (à confirmer) !
 - Il vérifie la disponibilité des autres titres (vendus sans remise) chez des libraires de la place et les fait mettre de côté ;
 - Il demande des pro-forma aux éditeurs pour les titres manquants (avec transport avion pour les titres en provenance de Guinée, de Côte d'Ivoire, du Mali, du Cameroun et du Sénégal).

2. Envoi d'une pro-forma au client

Le secrétaire permanent envoie alors une pro-forma au client en incluant les frais de port (à moins que celui-ci ait son propre transporteur et prenne le port à sa charge).

3. Préparation de la commande

Dès le retour du client et sa confirmation sur les titres et le mode de transport, il regroupe les ouvrages commandés (stock Afrilivres + stock Parakou + stock libraires Cotonou + livres envoyés par les éditeurs), établit la facture et prépare l'expédition.

4. Expédition

Elle se fait par le moyen de transport convenu (avion ou « système D » très fréquemment).

5. Paiement des ouvrages commandés aux éditeurs

Par chèque, virement bancaire, transferts type Western Union, espèces ; si l'éditeur n'est pas à jour de sa cotisation, il y a compensation des cotisations non payées.

6. Recouvrement de la créance auprès du client

Par virement bancaire, chèque ou espèces.

- Cette pratique compliquée aurait dû être simplifiée en excluant totalement le recours coûteux à des libraires locaux. Les livres manquants auraient dû n'être commandés qu'aux éditeurs. C'est la raison même de leur affiliation à Afrilivres.
- Pour limiter les risques de non-paiement, toute pro-forma aurait dû être réglée avant que les ouvrages ne soient expédiés.
- Par ailleurs, l'absence d'un logiciel de facturation et de gestion des stocks semble avoir rendu le traitement administratif de la commande assez lourd.

1.4.2.2.3. LA QUESTION DE LA REMISE

Question, en effet, à laquelle aucune réponse précise ne semble avoir été donnée ; on observe, sans pouvoir toujours l'expliquer, des variations du taux de remise d'une opération à l'autre.

Taux de remise des éditeurs à Afrilivres

Il varie de 30 à 50 % :

- Lors du lancement de l'association en 2006, la plupart des ouvrages ont été achetés aux éditeurs avec une remise de 50 % (pas de frais de port).
- La plupart des réassorts (demandés par Afrilivres pour servir « en ferme » des libraires) ont été facturés avec une remise de 30 %, le port restant à la charge de l'éditeur (*Classiques ivoiriens, Donniya*).
- Pour les salons, les livres envoyés à Afrilivres ont généralement été vendus avec une remise de 50 %, le port restant à la charge d'Afrilivres ; certains éditeurs (Ex. *Gannal*) ont décidé unilatéralement de vendre à 40 % et de prendre à leur charge le transport.

Taux de remise d'Afrilivres aux libraires

Il est généralement de 25 % sauf en cas de dépôt où il passe à 20 %.

Remarque : pour clarifier la question de la remise et éviter qu'elle ne varie d'un éditeur à l'autre, d'une commande à l'autre, ne faudrait-il pas mettre au point un contrat-type entre Afrilivres et les éditeurs membres qui précise les conditions d'échange ?

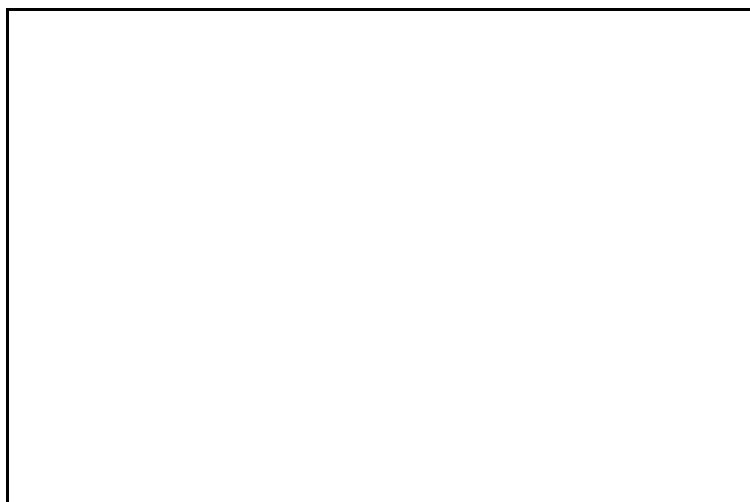
Le montant des taux de remise devra alors faire l'objet d'une discussion entre les différents partenaires car il est central.

Si 25 % est un taux acceptable pour les libraires, il faut admettre qu'il n'est pas très incitatif. Par ailleurs, demander aux éditeurs de consentir une remise de 50 % est certainement un effort que peu d'entre eux sont prêts à envisager sur le long terme.

1.4.3. LA REALITE DES CHIFFRES

Les chiffres que nous avons ne portent que sur 4 ans : 2006 à 2009. Il semble en effet qu'il n'y ait plus eu d'activité réelle à partir de 2010.

1.4.3.1. UN CHIFFRE D'AFFAIRES FAIBLE, AVEC UNE OPERATION « EXCEPTIONNELLE » EN 2008



Le chiffre d'affaires d'Afrilivres dégagé entre sur 4 ans (2006-2009) s'élève à 6.651.329 FCFA, soit 10.140 €.

Le pic de l'année 2008 est dû au marché tout à fait exceptionnel qu'Afrilivres a obtenu de la librairie *Bufalo* de Cotonou (fourniture de 250 exemplaires d'un même titre des *PUA* pour 3.719.475 FCFA, soit 5.670 €) ; si l'on enlève le montant de ce marché, le chiffre d'affaires sur 4 ans n'est plus que de 4.470 € (tous types d'acheteurs confondus) !, ce qui est bien faible si on le ramène au résultat net.

1.4.3.2. LES MOUVEMENTS DE STOCK

2006

- **Constitution du stock** (2.000 €) dans le cadre de la création de la centrale de Cotonou. Des livres apportés par les éditeurs sont achetés (à 50 % du prix public) aux dix éditeurs présents au séminaire de formation à l'utilisation du nouveau site Afrilivres.
- Réassort du fonds *Classiques ivoiriens* avec une remise de 30 % cette fois-ci !
- **Salon du livre de Montreuil** – ouvrages achetés aux éditeurs avec une remise de 30 % et revendus au prix net. Pas de retour.

2007

- **Éditions du *Flamboyant*** : l'éditeur achète à Afrilivres pour 71.000 FCFA des ouvrages de 6 éditeurs membres.
- **Foire du livre de Tunis** — Ouvrages achetés avec une remise de 20 %. Vente pour 86.000 FCFA. Ouvrages invendus jamais retournés.
- **Foire du livre de Casablanca** — Vente pour 44.000 FCFA.
- **Salon du livre de Paris** : achats à *Ruisseaux d'Afrique* (avec une remise de 50 %), *CTCE*, *Mokandart*, *Donniya* (avec une remise de 30 %) et à *Bufalo* (sans remise) pour d'autres petits éditeurs. Vente pour 515.613 FCFA.

2008

- **Librairie du Bon Pasteur (Lomé).** Vente pour 175.000 FCFA
- **Salon de Québec** — Stand tenu par Mémoires d'encrier : achats à *Ruisseaux d'Afrique*, *Akoma Mba*, *Edilis*, *Classiques ivoiriens*, *Jamana*, *BLD*, *Graines de pensées*, *Lemba*, *Donnya*, *Flamboyant*, *NEI*, *Star*, *Ganndal* (Remise de 40 ou 50 %, envois par la poste). Vente pour 780 400 FCFA.
- À une **bibliothèque du Togo** (qui avait découvert Afrilivres par son site), vente pour 102 540 FCFA – Règlement en espèces.
- À la **librairie Bufalo** de Cotonou, qui avait remporté un appel d'offres de livres universitaires : vente de 278 ex. ! d'un même titre de droit des Presses Universitaires d'Afrique pour 3.719.475 FCFA (le meilleur chiffre qu'ait jamais fait Afrilivres !). Remise PUA-Afrilivres : 50 %/remise Afrilivres-Bufalo : 35 %.
- **SILCO** — Salon de Cotonou : présentation du fonds disponible. Vente pour 39.500 FCFA.

2009

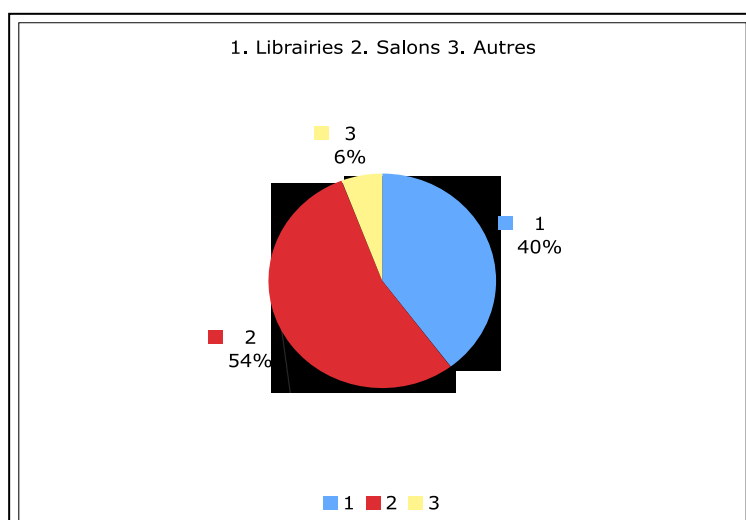
Pour **deux libraires du Bénin** (*Rachel* et *Saint-Paul Parakou*), achat d'ouvrages avec une remise de 20 % à deux éditeurs du Bénin (*Ruisseaux d'Afrique* pour 80 ex. de « Saveurs du Bénin » et *Flamboyant*) et aux *Presses universitaires d'Afrique*. Le point sur les ventes de la librairie *Saint Paul de Parakou* n'a pas réussi à être fait !

1.4.3.3. LES CLIENTS

Compte tenu de son importance relative, le marché Afrilivres/*Bufalo*/*PUA* de 2008 fausse un peu la répartition des ventes entre les types de clients que sont les libraires (1), les salons (2) et les « divers » (3) – associations, notamment.



Répartition du CA Afrilivres 2006-2009 (avec marché PUA/Bufalo) par type de client.



Hors marché Bufalo, les ventes d'Afrilivres se répartissent donc entre :

- les libraires (40 %)
- les salons (54 %)
- les « divers » (6 %) ; dans le cas présent, une bibliothèque du Togo et un éditeur béninois.

LES LIBRAIRES

• Un chiffre d'affaires relativement faible...

Le chiffre d'affaires réalisé avec les libraires en 4 ans s'élève à 7.450 € dont 5.670 € sur un seul marché avec la librairie *Bufalo* (Cotonou), ce qui représente au total une activité très limitée et certainement bien en-deçà des possibilités.

• Un chiffre d'affaires réalisé quasi exclusivement avec les libraires béninois.

À l'exception de la librairie du *Bon Pasteur* de Lomé (pays voisin), les seuls libraires à s'être fournis auprès d'Afrilivres sont des libraires béninois !

• La pratique du dépôt

La plupart des libraires prennent des ouvrages en dépôt.

Cette pratique exige une gestion rigoureuse et un suivi régulier — mensuel au minimum — difficile à tenir.

Pour preuve, le dépôt de la librairie *Saint-Paul de Parakou* dont le montant s'élèverait à près de 500.000 CFA et dont Afrilivres semble avoir des difficultés à obtenir un état à jour. Il apparaît par ailleurs que les libraires réassortissent rarement les ouvrages vendus, ce qui est un handicap pour les éditeurs.

Selon le secrétaire permanent d'Afrilivres, les éditeurs membres dont les livres sont en dépôt auprès des libraires s'inquiètent rarement de la situation de ces dépôts.

Conclusion : *Un contrat entre Afrilivres et les libraires dépositaires aurait du être établi dès le départ pour formaliser la relation et assurer le suivi des dépôts.*

• Des achats d'ouvrages originaux du Bénin et de la sous-région.

Il est étonnant de constater que les ventes aux libraires concernent pour l'essentiel des ouvrages d'éditeurs, sinon du Bénin, du moins de la sous-région. Une seule exception : les ventes faites aux librairies *Bufalo* et à *Rachel* (toutes deux situées à Cotonou) d'ouvrages universitaires des *PUA* (Cameroun).

Certains éditeurs béninois se sont montrés irrités par le fait qu'Afrilivres vende au Bénin des ouvrages d'éditeurs béninois.... On peut comprendre !

Conclusion : *En 4 ans, le résultat des ventes d'Afrilivres aux libraires, exceptionnelles et concentrées quasi exclusivement sur le Bénin, a donc été très décevant.*

Dans la plupart des cas, dans la mesure où le stock d'Afrilivres n'intègre pas les nouveautés, les libraires préfèrent effectivement acheter directement aux éditeurs africains avec lesquels ils ont généralement de bons rapports.

LES SALONS

Afrilivres a été présent sur six salons :

- 2006, Montreuil
- 2007, Tunis, Casablanca et Paris
- 2008, Québec et Cotonou.

Le montant total des ventes a été de 2 425 €, ce qui reste assez faible.
Les ouvrages invendus du salon de Tunis n'ont jamais été retournés à Afrilivres.

LES « DIVERS »

Cela ne concerne qu'une très faible proportion des ventes (173.634 FCFA). Il s'agit de deux achats : des éditions du Flamboyant et d'une bibliothèque de Lomé.

1.4.3.4. LES « EDITEURS A SUCCES » D'AFRILIVRES

Les deux graphiques ci-dessous présentent le résultat global des ventes sur quatre ans (2006-2009) par éditeur ; le premier inclut le marché exceptionnel Bufalo/PUA, le second l'exclut.



Afrilivres 2006-2009 • CA par éditeur (avec marché exceptionnel PUA/Bufalo)



Afrilivres 2006-2009 • CA par éditeur (hors marché exceptionnel PUA/Bufalo)

Remarque 1 : Seulement 15 des 29 éditeurs « membres » d'Afrilivres ont vendu des ouvrages par le biais d'Afrilivres.

En revanche, des livres d'éditeurs non-membres (ex. *NEI*, *Bognini*, *Akpagnon*) figurent sur la liste des titres vendus.

Comment se fait-il que les ouvrages des éditeurs comme *Eburnie* (Côte d'Ivoire), *Prediff* (Madagascar), etc. n'aient pas été vendus, ne serait-ce que sur les salons ?

Remarque 2 : L'éditeur qui a fait le plus gros chiffre d'affaires avec Afrilivres est l'éditeur universitaire PUA au Cameroun.

Ce chiffre s'est fait en deux fois : 1. Marché exceptionnel de 5.670 € de livres universitaires pour *Bufalo* / 2. Achat de la librairie universitaire *Rachel* de Cotonou pour 139,50 € ;

Remarque 3 : Si l'on exclut le marché exceptionnel des PUA, les ouvrages vendus proviennent pour l'essentiel des éditeurs d'Afrique de l'Ouest et tout particulièrement du Bénin.

CA Afrique de l'Ouest : 2.638.423 FCFA (soit 90 %)

CA Afrique centrale : 293.431 FCFA (soit 10 %)

CA éditeurs béninois : 1.232.036 FCFA (soit 42 %)

Remarque 4 : Deux éditeurs se démarquent nettement : *Ruisseaux d'Afrique* (Bénin) et les *Classiques ivoiriens* (Côte d'Ivoire)

Ruisseaux d'Afrique réalisent à eux tout seuls 31 % des ventes d'Afrilivres ; les *Classiques ivoiriens* 19 %.

Ces deux éditeurs sont en effet très actifs et il est assez naturel qu'ils se retrouvent bien placés chez Afrilivres, d'autant plus que leur siège est pour le premier à Cotonou, pour le second à Abidjan, accessible sans difficulté par car.

Toutefois, ces deux pourcentages, notamment celui de *Ruisseaux d'Afrique*, sont particulièrement élevés par rapport aux autres.

Remarque 5 : quelques éditeurs représentent plus ou moins 5 % du chiffre d'affaires d'Afrilivres.

On peut citer *Edilis* (Côte d'Ivoire), *Akoma Mba* (Cameroun), *Star* (Bénin), *Donniya* (Mali) et *Ganndal* (Guinée).

Remarque 6 : nombreux sont ceux dont la représentation est très faible, quasiment insignifiante.

Mokandart (Congo – 1,25 %), *Lemba* (Congo Brazzaville, 0,95 %), *Jamana* (Mali, 0,9 %), *BLD* (Sénégal, 0,51 %).

1.4.3.5. LA SITUATION COMPTABLE

Lors de notre mission à Cotonou, il nous a été remis plusieurs documents sur les flux des ouvrages et sur les ventes mais, chose surprenante, aucun véritable élément comptable (ni compte d'exploitation, ni bilan !) à l'exception de cinq fichiers indiquant les mouvements de trésorerie effectués mois par mois au cours des années 2006 à 2010.

MOUVEMENTS DE TRESORERIE

Pour pouvoir comparer les résultats d'une année sur l'autre, nous avons fait de ces cinq tableaux un document unique établi en euros (voir ci-dessous) qui appelle quelques commentaires.

	2006	2007	2008	2009	2010	Total
RESSOURCES						
<i>Désignations</i>						
Cotisations	705	890	721	877	654	3847
ventes de livres	330	1412	7762	633	0	10138
subventions	14000	3000	2000	1076	1004	21080
cessions	0	0	0	505	0	505
Total	15035	5302	10483	3091	1658	35570
DEPENSES						
<i>Désignations</i>						
Achat de livres	1994	906	4698	395	0	7993
frais transport de livres		279	717	23	0	1019
Communication	178	380	299	99	0	956
TIC	1568	1255	963	119	0	3904
Entretien des appareils	394	49	232	61	30	766
Consommables Informatiques	62	99	117	19	0	298
Fournitures de bureaux	40	51	16	50	0	158
Loyers	503	579	366	366	0	1814
Salaires	1609	2560	2762	1611	1381	9924
Déplacements	54	256	239	183	0	731
Missions		297	102	18	0	418
Dons et réceptions	64	73	46	0	0	183
Autres frais génér.	83	301	215	94	0	693
Frais fi.	22	48	101	51	25	246
Remboursement d'emprunts	1365	569	46	0	0	1980
Provisions pour dépenses ultérieures	6860	162	0	0	0	7022
transfert site	610	0	0	0	0	610
hébergement site	387	0	0	0	0	387
achat d'ordinateur	1479	0	0	0	0	1479
meublier de bureau	252	0	0	0	0	252
formation et AG	2163	0	0	0	0	2163
Restauration, hébergement ...	1756	0	0	0	0	1756
TOTAL	21443	7863	10918	3090	1437	44751
Résultat	-6408	-2560	-435	1	221	-9181

• Dans la partie « Ressources » :

- les ventes de livres (29 % du total des ressources) représentent un total de 10.138 € sur 3 ans (pas de vente en 2010), soit la moitié des subventions sur le même laps de temps, avec une vente exceptionnelle de 5.670 € à la librairie *Bufalo*.

Si cette vente n'avait pas eu lieu, le total des ventes aurait été de 4.468 €, soit légèrement plus de 1.000 € par an, ce qui est bien peu (si l'on ramène ces ventes au résultat net).

- les « cessions » : le montant de 500 € en 2009 correspond en fait à la revente, au moment du déménagement d'Afrilivres, de la mise en place de l'ADSL à *Ruisseaux d'Afrique*, qui abritait la structure depuis sa création.

• **Dans la partie « Dépenses » :**

Par ordre décroissant :

1. Salaires : 9.924 € sur 4 ans.

2. Achats de livres (transport compris) – Ces deux postes doivent bien entendu être regroupés. Ils totalisent **9.012 €...** alors que le montant total des ventes s'est élevé à 10.138 €. Un bénéfice net de 1.126 €... bien faible sur 4 ans ! Certes, Afrilivres est une association à but non lucratif et non une société privée mais on doit s'interroger sur la faiblesse de ce montant qui ne permet aucun développement à la structure et qui la rend très dépendante.

3. Techniques de communication/frais de gestion du site : 4.900 € — Ce montant regroupe 50 % de la facture de « relookage » du site par son administrateur (Campus Numérique), travail jamais terminé et donc pas totalement payé, le paiement à l'hébergeur Bénin Télécom et au gestionnaire de domaine Gandi, paiements interrompus fin 2008.

4. La formation et les frais d'AG : 2.163 €, en 2006 uniquement.

5. Les remboursements d'emprunts et les frais financiers : 2.226 €. Ces deux postes ont-ils vraiment leur place dans ce type de tableau ?

6. Les loyers – 1814 € sur 3 ans (Compte tenu de son augmentation, le loyer de 2008 a été payé en deux fois sur deux ans). Abrisé au départ dans les locaux de Ruisseaux d'Afrique, le siège a dû être déplacé fin 2008 chez Phocas Ekouedjin, secrétaire permanent de la structure, dans un local ne permettant pas une activité normale (problème de connexion notamment).

7. Restauration, hébergement : 1.756 € en 2006 uniquement, au moment de la création d'Afrilivres et du rassemblement du premier groupe d'éditeurs à Cotonou.

8. Autres postes : Ordinateur (1.479 €) et un ensemble de petites sommes sans grand impact sur le budget global.

NB. La rubrique « **Provisions pour dépenses ultérieures** » correspondrait à une somme mise à la disposition du Secrétaire par la trésorière de l'association pour régler ses achats de livres aux éditeurs, avancer les frais de port...

On comprend mal d'où vient cette somme (6.860 €), importante en regard du total, et pourquoi elle est placée à cet endroit. Ne devrait-elle pas être intégrée aux ressources ? Le document laisse en tout cas apparaître un déficit de plus de 9.000 € alors que le bénéfice tiré de la vente des livres s'élèverait, sur 4 ans, à 1.126 € !! Une somme effectivement bien insuffisante pour animer une association comme Afrilivres.

CHARGES RESTANT DUES PAR AFRILIVRES AU 15 JUIN 2011

(Selon récapitulatif remis par M.Ekouedjin le 5/6/2011)

- À Bénin Télécom : 204 € (abonnement ADSL)
- À Phocas Ekouedjin
 - Loyers 2009 : 549 €
 - Loyers 2010 : 549 €
 - Loyers au 30 juin 2011 : 274 €
 - Salaires 2009 : 151 € (1.000 € versés le 1/6/2011)
 - Salaires 2010 : 1.151 €

Soit un total de 2.878 €.

Remarque : Même si, légalement, une association n'a pas l'obligation de présenter tout un arsenal d'outils comptables, il apparaît nécessaire de tenir une comptabilité rigoureuse, ne serait-ce que pour rendre compte aux membres de l'usage de leurs cotisations et aux bailleurs de celle de leur subvention.

La comptabilité permet de suivre au fur et à mesure de la vie de l'association sa santé financière et de prévoir, à l'avance les besoins de financement pour la réalisation de projets, d'achats... et notamment les besoins de trésorerie (règlement des loyers, des charges sociales, des salaires...).

Bien qu'Afrilivres soit une association sans but lucratif, elle a une activité lucrative et, à ce titre, elle doit faire plus qu'établir un document de trésorerie mois par mois.

Les documents suivants sont nécessaires :

- inventaire mobilier : un tableau doit faire ressortir leur prix d'acquisition, le montant de l'amortissement et leur valeur nette comptable ;
- créances : subventions accordées à recevoir, sommes dues à l'association...
- dettes : factures que l'association n'a pas acquittées ;
- situation financière de l'association : les soldes comptables du compte bancaire et de la caisse doivent correspondre à la réalité ;
- situation des adhésions et des cotisations par éditeur et par année ;
- compte d'exploitation ;
- bilan.

Il serait par ailleurs naturel qu'un comptable certifie les résultats. Or, à la lecture des tableaux de mouvement de trésorerie, il ne semble pas qu'un comptable soit intervenu auprès d'Afrilivres.

1.4.4. PREMIERES CONCLUSIONS

De cet état des lieux, plusieurs conclusions s'imposent :

1.4.4.1. UNE SITUATION FINANCIERE FRAGILE ET DES RESULTATS NEGATIFS QUI EMPECHENT D'ENVISAGER TOUT DEVELOPPEMENT

- Au terme de quatre années d'exercice, les résultats sont en effet négatifs. L'association présente un déficit de 4.000 € ;
- Sur cette période de quatre ans, le bénéfice net tiré de la vente des livres est légèrement supérieur à 1.000 €... soit 250 € par an, ce qui ne permet absolument pas à l'association d'envisager un autofinancement et de poursuivre son activité sur des bases saines.
- Les ressources d'Afrilivres se réduisent d'année en année, qu'il s'agisse des cotisations que les membres paient très irrégulièrement ou des subventions reçues par l'association.

1.4.4.2. UN VOLUME D'ECHANGES LIMITE ET CERTAINEMENT BIEN EN-DEÇA DU POTENTIEL DE L'ASSOCIATION

- Le faible chiffre d'affaires généré sur quatre ans (un peu plus de 10.000 €) prouve à quel point l'association n'a pas réussi à s'intégrer dans la chaîne du livre africain et à devenir un véritable intermédiaire capable de résoudre les questions de diffusion et de distribution du livre africain en Afrique et au Nord.
- Si l'association a su assurer la visibilité de ses membres par sa présence dans les salons et les foires du livre francophone, elle a plus ou moins manqué son rendez-vous avec les libraires. En effet, son action en librairie s'est quasiment limitée au Bénin, pays où l'association a son siège. Une seule vente libraire a été enregistrée en dehors du Bénin en

quatre ans.

- Elle n'a pu mettre en place un réseau de diffusion et de distribution au Nord.

À sa décharge, il faut reconnaître que la diffusion et la distribution sont de vrais métiers et que le secrétaire permanent mis en place par l'association pour l'animer à partir de Cotonou, tout bon administratif qu'il est, reconnaît lui-même ne pas avoir l'expérience commerciale qu'exige un tel poste.

1.4.4.3. UN DEFICIT DE COMMUNICATION ET UNE ABSENCE D'OUTILS DE PROMOTION HANDICAPANTS

Le fait que le site de l'association ne fonctionne plus depuis la fin 2008 représente un handicap majeur pour Afrilivres.

En effet, à partir de cette date, et en l'absence d'une politique de communication auprès de relais (ministères de la Culture, de l'Education, Services culturels des ambassades...) et de promotion auprès de prescripteurs ou d'acheteurs potentiels, Afrilivres a perdu de sa visibilité.

1.4.4. 4. UNE IMAGE GLOBALEMENT NEGATIVE

Afrilivres est perçue par la plupart des éditeurs et libraires que nous avons rencontrés comme une association dévitalisée, fermée, qui, de surcroît, aurait souvent servi les intérêts d'un petit groupe de privilégiés au détriment de la majorité.

Elle est par ailleurs inconnue de certaines structures qui auraient pu la soutenir (Ex. Ambassade de France au Bénin) et même de quelques libraires.

1.4.4.5. DES MEMBRES DE PLUS EN PLUS DEMOBILISES

À deux ou trois exceptions près, les membres d'Afrilivres se désintéressent progressivement de l'association car ils la jugent partielle, et/ou inefficace, et/ou vieillissante.

Les contacts entre le secrétaire général et les éditeurs membres sont devenus très irréguliers, les cotisations ne sont plus versées, les nouveautés plus envoyées... d'où un découragement du côté du secrétaire permanent qui dit craindre de faire concurrence aux éditeurs et ne plus pouvoir répondre aux objectifs premiers d'Afrilivres.

1.4.4.6. UNE ABSENCE DE LIENS CONTRACTUELS

Aucun lien contractuel n'existant entre l'association et chacun des éditeurs membres, tout comme entre l'association et les libraires, un grand flou subsiste sur les conditions d'achat et de revente (ferme ou dépôt ; taux de remise...).

1.4.4.7. UNE ABSENCE D'OUTILS COMPTABLES SURPRENANTE

Ne serait-ce que pour lui donner quelques repères, et pour rendre compte de son activité à ses membres, il apparaît indispensable qu'une association comme Afrilivres ait des outils comptables certifiés par un professionnel.

● ● ● ● ● ● ● ● ● ● 2. RECOMMANDATIONS ● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

2.1. STIMULER LA DEMANDE

L'industrie du livre en Afrique pâtit d'un certain nombre de handicaps identifiés de longue date dans une société marquée par l'oralité (réticences quant à la nécessité de la lecture hors du circuit scolaire, problèmes d'accessibilité et de coût, absence de politique de lecture publique...) qui se traduisent par un déficit général de lisibilité de l'objet même du livre.

Si la plupart des éditeurs d'Afrique francophone souffrent de manque de moyens, d'isolement, de l'absence de soutien des pouvoirs publics de leur pays, une poignée de maisons d'édition indépendantes (Classiques ivoiriens, Ruisseaux d'Afrique, Jamana, Asselar...) a réellement réussi à émerger ces dix dernières années ; de même, une nouvelle génération de jeunes éditeurs dynamiques et imaginatifs (Plurielles, Laha, La Sahélienne, NENA...) sait faire mentir des préjugés sur l'édition africaine qui sont souvent le fruit de modèles peu adaptés à ce continent.

Parallèlement, si le réseau des libraires reste limité, il se maintient et se renforce parfois (plusieurs librairies créent des succursales – par exemple Mercury au Burkina, la Source au Tchad, Donniya au Mali...), généralement en s'appuyant sur les recettes plus « sûres » du livre prescrit et/ou importé. Le livre africain (hors scolaire) ne représente en effet rarement plus de 5 % du chiffre d'affaires des libraires interrogés.

Il n'en reste pas moins vrai que ces derniers, pour autant que les ouvrages correspondent à la demande et fassent l'objet de promotion de la part des éditeurs, se disent prêts à soutenir le livre africain et à devenir de véritables relais de promotion.

L'insuffisance de communication autour du livre en Afrique est frappante. Il est donc nécessaire de mettre en œuvre un certain nombre d'actions pour valoriser, promouvoir et faire connaître les ouvrages publiés en Afrique.

2.1.1. ACTIONS AUPRES DES PROFESSIONNELS

2.1.1.1 ÉDITEURS

2.1.1.1.1 Aide à la création d'un site Internet

La majorité des éditeurs africains rencontrés n'ont pas de site Internet et donc pas de vitrine publique.

La mise en place d'un cadre-type simple leur permettant d'indiquer en ligne leurs coordonnées, de présenter leur catalogue, leurs nouveautés, de communiquer les contacts des diffuseurs, distributeurs et libraires avec lesquels ils travaillent, serait d'une grande utilité. Cela constituerait en tout cas le point de départ indispensable pour des activités collectives futures.

Cette aide pourrait s'articuler en trois volets : 1. Fourniture d'une maquette-type – 2. Aide à l'adaptation au contexte de l'éditeur – 3. Soutien opérationnel pendant un an.

2.1.1.1.2 Aide à l'impression d'un catalogue papier

La plupart des libraires rencontrés se plaignent de l'absence de catalogue des éditeurs africains et s'appuient souvent sur cette lacune pour expliquer les faibles commandes qu'ils passent auprès des éditeurs du continent. Un catalogue est en effet un outil « dynamique », indispensable pour aider les libraires à passer leurs commandes et pour permettre au public (des librairies, des salons) de se familiariser avec des fonds.

Nous proposons la mise en place d'une aide qui financerait le coût d'impression du catalogue à hauteur de 50 % (avec une limite supérieure à fixer).

Les maisons d'édition, c'est-à-dire les structures ayant un numéro d'existence d'éditeur (ISBN) et dont l'activité principale est la publication de livres, seraient les seules bénéficiaires de ces aides.

2.1.1.1.3 Poursuite et développement du soutien à la participation aux salons et aux foires du livre

Dans la limite d'un coût de présence maîtrisé, les éditeurs s'accordent tous pour reconnaître qu'ils tirent un immense profit des moments phares que sont les salons du livre. Lieux d'échanges privilégiés entre membres de la profession, ce sont aussi des occasions uniques de concevoir des projets collectifs, de rencontrer leurs acheteurs et leurs lecteurs.

L'Institut français, l'OIF... soutiennent déjà largement la participation des éditeurs africains à ces foires (cf. librairie du Sud au dernier salon du livre de Paris). Cette aide doit :

- se maintenir (en permettant notamment aux éditeurs qui se déplacent moins fréquemment d'être aussi représentés sur les stands collectifs),
- s'élargir à des zones où les éditeurs d'Afrique francophone sub-saharienne ont une présence moindre, comme l'Afrique anglophone, dont la proximité géographique et culturelle doit permettre d'envisager des développements éditoriaux (cessions de droits, coéditions...).

- La FILDAK, qui se tient à Dakar tous les deux ans, permet d'assurer la visibilité d'une bonne partie de la production éditoriale africaine, de faire connaître la diversité des situations littéraires du continent et de créer des animations autour du livre. Elle doit se professionnaliser et s'ouvrir aux éditeurs africains qui n'y ont pas encore participé.

- Les années où la FILDAK n'a pas lieu, il serait pertinent d'organiser de manière tournante des foires du livre professionnelles sous-régionales comprenant un forum de droits.

2.1.1.1.4. Création d'une base de données de prescripteurs potentiels, en Afrique et au Nord

Cette base de données n'existe pas encore. Or elle est indispensable pour permettre aux éditeurs d'informer de leurs parutions tous ceux qui sont à même de commander des ouvrages, qu'il s'agisse :

- des libraires africains et internationaux potentiellement concernés par le livre africain,
- des bibliothèques (grand public et universitaires) et des centres de recherche,
- des services culturels des ambassades et des bureaux du livre,
- des médias (radio, TV, presse – dont les magazines à destination des bibliothèques) susceptibles de relayer l'information sur l'activité éditoriale africaine,
- des bureaux de projets éducation des pays africains (qui financent des achats

d'ouvrages de bibliothèques),

- des ministères de l'éducation et des instituts pédagogiques (qui établissent des listes d'ouvrages prescrits chaque année) et de la culture africains,
- des associations (type Bibliothèques sans Frontières...), ONG et organismes de jumelage, intéressés par l'achat de livres publiés en Afrique.

Cette base de données, qui fournira les coordonnées précises et les adresses mails, pourra être utilisée régulièrement par les éditeurs pour faire des annonces ciblées, proposer des offres...

Elle pourrait être complétée par la liste des événements africains et internationaux concernés par le livre africain (foires, salons, festivals, événements régionaux...).

2.1.1.1.5. Inscription systématique des nouveautés sur des bases bibliographiques type Electre ou Médialivre (moteur de recherche : MediaBasepro), plus récent et, selon les dires de son promoteur, plus souple.

2.1.1.2. LIBRAIRES

2.1.1.2.1. Poursuite et renforcement d'actions promotionnelles

À de rares exceptions près, l'opération de *La Caravane du livre*, initiée par l'AILF en 2004, est extrêmement appréciée. Elle propose des animations culturelles et des ouvrages de littérature africaine à prix réduits dans plusieurs villes africaines avec le soutien de libraires locaux. Si certains estiment qu'elle génère une augmentation des ventes, d'autres regrettent que la production africaine y soit minoritaire et que l'opération entraîne des frais collatéraux élevés qui ramènent parfois sa rentabilité à zéro¹⁴.

Il n'empêche que ce type d'action est essentiel pour promouvoir les ouvrages publiés en Afrique et que d'autres événements doivent être encouragés pour créer une véritable dynamique autour du livre.

Il pourrait s'agir d'opérations ponctuelles que les libraires ne se privent d'ailleurs pas d'organiser (conférences-dédicaces, expositions-ventes, concours de lecture, ateliers d'écriture...) mais aussi d'événements plus « collectifs » et mobilisateurs qui mettraient en jeu tous les acteurs de la chaîne du livre et qui seraient largement relayés par les médias locaux.

En relation avec le ministère de la culture local (et/ou quand elle existe, sa Direction du Livre et de la Lecture) les maisons d'édition nationales, les librairies et les bibliothèques locales, une **semaine du livre africain** pourrait ainsi être mise en place au même moment dans les pays africains intéressés. L'idée serait alors de faire aller le public dans les librairies (et pourquoi pas, dans les maisons d'édition), d'y rencontrer les auteurs et de lui permettre de mieux comprendre comment se construit la chaîne du livre.

¹⁴ On peut aussi lui reprocher de « stériliser » un nombre trop important d'employés de la librairie.

2.1.1.2.2. Création d'un « fonds de base africain » de librairie vendu à moindre coût

Pour accroître et diversifier la présence du livre africain dans les librairies tout en réduisant son prix de vente, le dispositif suivant pourrait être envisagé :

- Création d'une sélection d'une trentaine de titres phares (choisis chaque année dans les catalogues de 30 éditeurs différents) vendus à 60 % de leur prix de base habituel.
- Inscription de ces titres « labellisés » sur une liste remise à jour une fois par an par un comité de libraires et de distributeurs.
Partage du coût du différentiel de 40 % entre l'éditeur, le libraire et l'organisme initiateur du projet.
- La seule contrainte du libraire serait d'acheter les ouvrages en compte ferme.

2.1.2. ACTIONS AUPRES DES INSTITUTIONS NATIONALES ET PANAFRICAINES

Il est surprenant de constater à quel point, en l'absence de structures africaines professionnelles solidaires et actives dans le domaine du livre, les institutions culturelles nationales méconnaissent les activités des éditeurs et des libraires de leur pays.

Pourtant, il semble que certaines autorités politiques fassent preuve d'un début de volonté visant à trouver les moyens de revitaliser le secteur¹⁵

2.1.2.1. INSTITUTIONS NATIONALES

Dans chaque pays, plusieurs ministères sont concernés au premier chef par le livre et pourraient contribuer à la « stimulation de la demande ». Il s'agit :

- **du ministère de l'Éducation.**
La plupart des ministères de l'Éducation prescrivent des ouvrages de littérature sur les listes scolaires qu'ils établissent chaque année.
Il s'avère que, très souvent, ces ouvrages sont publiés en France (Ex. pour le Bénin : *Les bouts de bois de Dieu*, *L'Enfant noir*, *L'Aventure ambiguë*, *L'étrange destin de Wangrin...* ; même chose au Cameroun, etc.). Les éditeurs africains s'en plaignent mais disent ne pas pouvoir faire grand-chose pour changer la situation.
Une sensibilisation des ministères de l'éducation est nécessaire pour qu'ils introduisent sur les listes des titres publiés en Afrique. Au-delà, et cela rejoint le paragraphe suivant, il conviendrait qu'aussi bien les autorités nationales que les partenaires du développement internationaux soient conscients du fait / sensibilisent les ministères de l'éducation à l'intérêt évident qu'il y aurait à faire basculer l'approvisionnement national en manuels scolaires (et non seulement en listes para-scolaires) du côté d'appels d'offre d'édition intégraux, auxquels les éditeurs nationaux aient raisonnablement une chance de participer, soit en tant que tels, soit après avoir souscrit un accord de partenariat avec un éditeur du Nord. Dans cette même optique, on peut également imaginer les mesures suivantes :
 - dévolution des budgets d'acquisition de matériel didactique au niveau des écoles,

¹⁵ Au Bénin, par exemple, une feuille de route sur la promotion du livre est en cours d'élaboration. La Direction du Livre et de la Lecture du ministère de la Culture sénégalais existe et distribue de 600 millions à un milliard F CFA par an aux éditeurs du pays, mais certains professionnels contestent l'efficacité d'une telle manne.

- obligation de consacrer une fraction (20-25%) de ces budgets à du matériel non-manuel,
- acquisition des matériels didactiques auprès de librairies locales par le biais de bons d'achat,
- recommandation/obligation auprès des lycées français d'effectuer leurs commandes via des librairies locales.

Le seul pays visité dans lequel cette tendance à la « nationalisation » du marché scolaire domestique soit en marche (bien qu'imparfaitement), le Mali, permet à son secteur éditorial de bénéficier d'une vitalité quasi-unique en Afrique francophone sub-saharienne.

Dans des marchés éditoriaux constitués à 95 % de scolaire ou para-scolaire, le fait pour un éditeur et un libraire de savoir qu'ils disposeront de ce ballon d'oxygène leur permet d'envisager l'avenir avec beaucoup plus de sérénité, et donc de se lancer parallèlement dans des projets éditoriaux plus divers et plus risqués. Une telle consolidation de l'armature éditoriale renforce *ipso facto* la collaboration inter-régionale : la généralisation des appels d'offre scolaires en Afrique de l'Est à la fin des années 1990 a permis à des éditeurs kényans de soumissionner à des appels d'offre ougandais et, au cours des derniers changements linguistiques au Rwanda, à des éditions ougandaises de participer à des appels d'offre à Kigali.

- du **ministère de la Culture.**

Entre autres tâches, les ministères de la Culture initient et gèrent la politique du livre, coordonnent le réseau de bibliothèques – dans la mesure où il existe. Ils disposent aussi parfois de budgets de soutien non négligeable, et utilisés à plus ou moins bon escient. Il s'agit donc de prescripteurs potentiels qui doivent être informés et sensibilisés, eux aussi, aux questions de diffusion du livre africain en Afrique.

D'une manière générale, les États africains devraient être partie prenante de tous les projets de développement de l'édition et de la promotion du livre car c'est un facilitateur.

N'y aurait-il pas lieu, pour faciliter la coordination et la mise en place de projets futurs, de demander la nomination de personnes ressources de la profession au sein de ces ministères ?

2.1.2.2. INSTITUTIONS PANAFRICAINES ET INTERNATIONALES

En dehors des institutions nationales, certaines institutions panafricaines peuvent apporter leur concours pour faciliter la diffusion du livre africain en Afrique.

Il s'agit notamment de l'UEMOA dont nous avons rencontré un des cadres qui s'est montré vivement intéressé par l'étude. Cet organisme serait prêt à examiner la mise en place d'un dispositif de suppression des taxes inter-africaines sur le livre, sous certaines conditions bien entendu. Ce premier contact mérite certainement d'être approfondi. De même, la BAD est un partenaire potentiel.

En ce qui concerne les institutions internationales, il conviendrait d'effectuer un tableau synoptique, pays par pays, des partenaires du développement dont l'action porte sur les matériels didactiques. Et de mener une campagne de conscientisation afin que l'argent prêté / donné soit utilisé pour lancer des appels d'offre d'édition selon le modèle décrit dans la section précédente, et non pour acheter des manuels produits par des éditeurs du Nord, fût-ce sous couvert de « coédition » avec les instituts pédagogiques nationaux.

Qui dit « campagne de conscientisation » dit « association professionnelle » pour la porter. Les années 1990 avaient vu la création d'APNET, une tentative intéressante,

mais malheureusement tombée sous les coups conjugués des soubresauts politiques des pays hôtes et d'une gestion hasardeuse, de faire vivre une véritable association panafricaine et multilingue d'éditeurs.

La plupart des pays d'Afrique francophone sub-saharienne comptent des associations nationales de professionnels du livre, d'assise et d'efficacité variables. Afin de mieux faire entendre leur voix, il serait souhaitable de contribuer à la création d'un Réseau des Professionnels francophones du Livre au Sud du Sahara.

2.1.3. ACTIONS AUPRES DES MEDIAS

2.1.3.1. TELEVISION ET RADIO

- La télévision et la radio sont d'excellents supports pour sensibiliser au plaisir de la lecture, pour relayer l'annonce de la parution de nouveautés littéraires et faire découvrir au public des auteurs, des maisons d'édition et la vie littéraire de leur pays. Les éditeurs africains connaissent l'efficacité du support télévisuels et sont intéressés ; ils sont freinés par son coût. Le seul passage au journal télévisé est, par exemple, payant au Bénin (30 € la minute). Dans ces conditions, mettre sur pied une émission littéraire à la télévision (sans l'aide de l'État) relève du domaine du rêve.
- La radio, très écoutée, est plus abordable : plusieurs libraires y ont ponctuellement recours pour annoncer des opérations commerciales ou des animations. Mais aucune émission littéraire n'est programmée sur les ondes africaines.

N'y aurait-il pas des partenariats à établir avec une chaîne et une radio largement diffusées en Afrique susceptibles de mettre en place des émissions sur l'actualité littéraire du continent ?

2.1.3.2. PRESSE

Pour que les lecteurs africains soient informés des parutions et aient envie d'aller les découvrir en librairie ou dans les autres lieux de diffusion du livre, les éditeurs africains ont un gros travail d'information à mener auprès des organes de presse de leurs pays.

N'y aurait-il pas lieu de trouver les moyens de sensibiliser les magazines et journaux africains pour que les (rares) critiques littéraires africains s'expriment de façon plus régulière dans les colonnes de leur presse ?

2.2. MIEUX FAIRE VOYAGER LES LIVRES

2.2.1. PHYSIQUEMENT

À l'origine, cette question du transport était au cœur de la présente étude, car une vision rapide des problématiques de la vente des livres africains sur leur propre continent tend à conclure qu'un des principaux obstacles à leur diffusion est constitué par l'absence de liaisons de fret bien établies entre les pays de la région, pourtant liés – à de rares exceptions près – par une langue et une devise communes. De fait, cette lacune est souvent citée par les libraires africains comme étant l'une des principales causes de la faible présence des ouvrages du continent sur leurs rayons ; et ces professionnels de comparer le chaos bricolé intra-africain à la commodité de la machine aussi bien huilée que subventionnée que représente le groupage Saga en provenance de France.

Cependant, un examen plus approfondi de la situation sur le terrain tend à contredire quelque peu cette première vision :

- De fait, des libraires et éditeurs véritablement motivés ont réussi à mettre en place des routes de transport intra-africaines, qui peuvent apparaître peu orthodoxes à un œil européen, mais qui s'appuient en réalité sur les conditions et le dynamisme propres à ce continent jeune et imaginaire.*
- Le « problème du transport du livre en Afrique » n'est donc pas tant seulement une affaire de logistique qu'une question de développement de la demande, un sujet abordé dans la sous-partie précédente. Une fois établie une demande régulière de livres interne au continent, les embryons de systèmes de transport existants se renforceront et se formaliseront, selon les pistes que nous fournissons ci-dessous.*

2.2.1.1. IDENTIFIER LE MODE DE TRANSPORT LE PLUS ADEQUAT ENTRE BLOCS DE PAYS ET EN NEGOCIER LE PRIX

L'Afrique francophone sub-saharienne continentale représente 17 pays¹⁶. Soit mathématiquement quelque 272 possibilités de liaison de pays à pays. Il est évident que nous ne pouvons pas fournir un tableau exhaustif de l'ensemble de ces possibilités. Cependant, à la lumière des discussions que nous avons eues avec les professionnels, nous pouvons suggérer des modes de transport privilégiés selon les blocs de pays :

- Entre la Côte d'Ivoire et ses pays limitrophes, étendus au Togo et au Bénin : le transport en car est déjà relativement professionnalisé, avec des accords entre des libraires et éditeurs spécifiques et la compagnie de cars CTI. Ces accords pourraient être écrits et prendre la forme d'un contrat classique.
- Au sein des pays sahéliens (Mali, Niger, Burkina Faso, Tchad) : outre le classique car, des transporteurs effectuant des liaisons régulières avec des marchandises pourraient être abordés afin qu'ils incluent à leur cargaison, de manière régulière, des colis de livres qui seraient sécurisés.
De même, la Poste peut être utilisée : dans certains pays (Mali, Bénin), elle est remarquablement organisée, et ses camions sillonnent les provinces les plus reculées.

¹⁶ En incluant le Rwanda, officiellement éloigné de la francophonie, mais où le français est encore de loin la langue européenne la plus répandue ; et Djibouti, bien ancré dans la francophonie, mais isolé géographiquement.

- Les pays côtiers pourraient utiliser des systèmes de cabotage maritime éditorial reliant par exemple Dakar à Conakry ou Yaoundé à Kinshasa. Ces systèmes ont disparu avec l'avènement des conteneurs maritimes. Un « groupage » côtier pourrait être envisagé afin de relier des marchés dont la demande se serait raffermie.
- Les deux principaux marchés producteurs et consommateurs de la région, le Cameroun et la Côte d'Ivoire, ne peuvent être reliés que par avion. Il faut utiliser les nouvelles compagnies qui ont émergé au cours de ces dernières années (Ex. A Sky) sur le marché africain et négocier avec elles des tarifs fret.

2.2.1.2. METTRE EN PLACE UN DISPOSITIF INTRA-AFRICAIN D'AIDE AU TRANSPORT DE LIVRES

Les professionnels africains de l'édition ne tarissent pas d'éloges sur le dispositif Saga d'aide Nord-Sud au transport de livres. Mais cette aide est bien souvent contre-productive pour le livre africain : pour un libraire béninois, par exemple, l'importation d'un livre camerounais revient nettement plus cher que celle d'un livre français.

Il paraît donc logique de chercher à mettre en place en Afrique un appareil proche de celui de Saga, axé cette fois strictement sur le transport de livres à l'intérieur du continent. Au-delà des mesures de plateformes logistiques qui seront examinées plus avant dans le rapport, il conviendrait de créer un dispositif de prix de transport bonifiés, de pays à pays, selon le mode de transport utilisé.

Par exemple :

<i>Trajet pays</i>	<i>Mode de transport utilisé</i>	<i>Prix du marché¹⁷</i>	<i>Prix bonifié</i>
Côte d'Ivoire-Bénin	Car CTI	1000 CFA/kg	300 CFA /kg
Mali-Cameroun	Avion – Kenya Airways	4000 CFA/kg	1200 CFA/kg
Bénin-Niger	Transporteur X	1500 CFA/kg	450 CFA/kg

Ces négociations seraient menées par Afrilivres, à travers en particulier ses trois plateformes logistiques.

2.2.1.3. NEGOCIER UNE REDUCTION DES FRAIS D'APPROCHE AVEC LES POUVOIRS PUBLICS

Bien que souvent « négociables » dans les entrepôts d'arrivée avec les fonctionnaires concernés, les frais de douane représentent parfois une charge assez lourde pour l'importateur de livres. Parallèlement, les accords de Nairobi et de Florence ne sont pas toujours appliqués en ce qui concerne la non taxation des ouvrages, aussi bien que celle des intrants. Certains pays pratiquent également une délimitation floue entre ouvrages scolaires et non-scolaires.

Etant donné l'aspect gouvernemental de telles discussions, il serait bon qu'elles soient menées, d'une manière coordonnée, par les Postes de chacun des pays de la région, auprès des autorités douanières et fiscales nationales.

¹⁷ Ce prix est une approximation très large ; l'obtention des prix véritables ne pourra se faire qu'à l'issue d'une étude de marché en bonne et due forme (voire « Tableau des Recommandation », en Annexe)

2.2.2.ELECTRONIQUEMENT

Il est indéniable que, quels que soient les efforts mis en œuvre par les divers partenaires publics et privés, la demande intra-africaine de livres va demeurer fragmentaire pendant encore plusieurs années, et les moyens de transport physiques aléatoires. On peut alors se poser la question : à l'instar du téléphone mobile africain, qui a vite dépassé un réseau filaire encore en voie de finalisation dans les années 1990, l'Afrique ne va-t-elle pas directement « sauter » à une version électronique du livre, qu'il s'agisse d'eBook, de CD-Rom ou d'impression à la demande ?

2.2.2.1. NUMERISATION

Le distributeur britannique de livres africains en Europe, *African Books Collective*, créé dans les années 1980, avait commencé par un schéma classique d'entrepôt d'ouvrages issus du catalogue de ses membres africains et vendus sur catalogue ABC, d'abord papier, puis électronique. Ce modèle s'est malheureusement révélé non viable économiquement, et à présent ABC fonctionne sans aucun livre en stock, et uniquement en impression à la demande. C'est donc la preuve qu'il est possible de numériser la quasi-intégralité des publications d'une maison d'édition africaine, malgré les obstacles que l'on reconnaît en général à ce type d'opération en pays en développement¹⁸. « Seuls les titres antérieurs à 1994 ne sont pas en version électronique originale, nous a déclaré sa directrice, Mary Jay, mais nous sommes en train d'y travailler ».

2.2.2.2. IMPRESSION A LA DEMANDE

Le livre numérisé peut être vendu de deux manières : soit en ebook, soit en impression à la demande. Pour le premier type de cession, chaque éditeur pourrait mettre sur pied un processus de vente électronique sur le type de celui qui est décrit pour un possible futur site marchand d'Afrilivres.

L'impression à la demande, quant à elle, relève d'une logique *a priori* plus industrielle. L'expérience balbutiante de *l'Expresso Book Machine* (un terminal d'impression à la demande situé en librairie) doit encore être finalisée techniquement et, surtout, est beaucoup trop onéreuse pour le client moyen d'une librairie africaine (qui paierait son ouvrage à un prix européen majoré), et *a fortiori* pour le gérant moyen d'une librairie africaine (qui devrait investir les dizaines de milliers d'euros nécessaires à l'acquisition et à la maintenance d'une telle machine).

African Books Collective fait actuellement entièrement reposer son modèle sur l'impression à la demande : le groupe a un accord avec *Lightning Source*, un des leaders mondiaux de l'impression à la demande et chaque commande passée sur le site d'ABC est automatiquement transmise à *Lightning Source* Grande-Bretagne ou Etats-Unis, selon la situation géographique du client, qui l'imprime et l'expédie. Nous avons pu voir le rendu de ces impressions à la demande, et il est absolument impossible de les distinguer d'une impression classique, même pour les livres d'art. Le problème, dans ce cas-là bien évidemment, est le prix, puisque chaque volume vaut environ, expédition comprise, 15 € de plus que son équivalent librairie. Mais ABC a misé sur les essais, les titres universitaires et,

¹⁸ Octavio Kulesz, l'auteur de l'étude AIEI *L'Edition numérique en pays en développement* (mai 2011), en identifie cinq : les professionnels locaux ne disposent pas toujours du savoir-faire nécessaire ; les fonds des maisons d'édition ne sont pas numérisés ; le piratage est très répandu ; les appuis manquent de la part du secteur public ; les logiciels sont trop chers.

par conséquent, sur des clients spécialisés prêts à payer un peu plus cher pour acquérir des livres qu'ils savent difficiles d'accès.

Dans le contexte africain, l'impression à la demande de type *Expresso Book Machine* ou *Lightning Source*, semble peu viable, principalement pour des raisons financières, mais aussi de maintenance d'équipements sophistiqués dans des conditions climatiques et matérielles difficiles. Cependant ce type de diffusion, adaptée au continent, a les faveurs de certains éditeurs africains à Dakar, Marc-André Ledoux est le directeur des *Nouvelles Editions numériques africaines*, une entreprise sénégalaise spécialisée dans la compilation de textes de loi de l'Union des Etats d'Afrique de l'Ouest, qu'il édite en CD Rom de 12 000 pages chacun, en format PDF. À 80 000 F CFA pièce, il lui suffit de 250 CD pour rentrer dans ses frais à chaque titre. « Un autre élément d'une intervention utile, nous a expliqué cet entrepreneur sénégalais-québécois, serait la mise sur pied en Afrique d'une unité d'impression à la demande. C'est de toute évidence la solution d'avenir pour l'imprimé. L'étude de sa faisabilité technique est tout à fait à l'ordre du jour. ». Le Camerounais Serge Kouam, des *Presses universitaires d'Afrique*, a pour sa part déclaré à Octavio Kulesz¹⁹ : « Je pense que si on arrivait à faire un lien entre la petite poignée d'éditeurs locaux et les terminaux de tirage à la demande, ça pourrait accroître les possibilités commerciales et donc financières des éditeurs locaux. Donc l'idée n'est pas de créer un marché local de tirage à la demande ; c'est de créer un marché extérieur pour étendre les frontières de vente de la production locale ».

2.3. FAVORISER LA PROFESSIONNALISATION, LES ECHANGES ET LA FORMATION

Les entretiens que nous avons eus avec les professionnels du livre des pays africains ont tous fait ressortir un besoin vivace de formation et d'échanges interprofessionnels. Qu'il s'agisse des éditeurs ou des libraires, tous sont soucieux de rester au fait de l'évolution de leur profession et de ses développements à l'heure des nouvelles technologies et d'Internet, tous insistent sur le besoin d'une formation permanente.

2.3.1.LES POPULATIONS CIBLES DE LA FORMATION

2.3.1.1. LES EDETEURS

Les différents besoins de formation en provenance de ce secteur couvrent les domaines suivants :

- *Travail éditorial* : chez la plupart des éditeurs, les équipes éditoriales sont souvent réduites et le niveau de formation insuffisant ; les secrétaires d'édition sont rares ; le résultat : des textes relus de manière approximative et des documents dont la qualité éditoriale laisse parfois à désirer²⁰.
- *Graphisme* : les nouveaux logiciels de mise en pages sont méconnus ou sous-utilisés. Des erreurs de mise en page sont fréquentes.
- *Technique* : l'évolution des techniques d'impression, qui permet aux éditeurs de faire des économies importantes, est mal connue de certains. De même, la connaissance des possibilités d'impression à moindre coût dans certains pays émergents mériterait

¹⁹ *L'Edition numérique en pays en développement*, op. cit.

²⁰ Nombre de libraires interrogés nous ont cité la mauvaise qualité éditoriale et physique des livres africains comme l'une des raisons de leurs faibles commandes de livres en provenance du continent.

d'être partagée. Cela permettrait d'améliorer la qualité physique des ouvrages... que critiquent de nombreux libraires.

- *Gestion et politique commerciale* : la planification de l'entreprise éditoriale, son contrôle budgétaire et la programmation du travail commercial sont de plus en plus nécessaires pour assurer la pérennité des entreprises d'édition.
- *Numérique* et les opportunités qu'il offre au monde de l'édition.

Sur tous ces points, des formations doivent être mises en place, ne serait-ce que pour permettre aux éditeurs africains d'éditer des ouvrages de meilleure qualité et d'entrer, s'ils le souhaitent, dans le monde du numérique.

2.3.1.2. LES LIBRAIRES

Tous les libraires rencontrés s'accordent pour dire qu'en-dehors d'une ou deux personnes généralement formées, ils manquent de personnel qualifié.

Aujourd'hui, dans ce métier en grande mutation, la vie d'une librairie repose sur la mise en application de trois qualités essentielles :

- une compétence culturelle,
- une capacité de gestion,
- une capacité de « communicant ».

Des techniques existent pour tout cela. Elles peuvent vraiment aider et permettre au librairie de gagner un temps précieux. C'est pourquoi la formation est plus que jamais essentielle.

2.3.2. LES AXES DE FORMATION

2.3.2.1. LA POURSUITE ET LE RENFORCEMENT DE LA FORMATION PERMANENTE

- Les actions entreprises par le BIEF et l'AILF doivent se poursuivre et s'intensifier en établissant des partenariats à la demande avec des professionnels et/ou des centres de formation installés en Afrique (CAFED, mais aussi l'ESSTIC de Yaoundé).
- Les possibilités du E-learning et de la formation à distance doivent aussi être explorées.

2.3.2.2. LA VALIDATION DES ACQUIS DE L'EXPERIENCE

Plusieurs libraires ou éditeurs juniors sont intéressés par l'obtention de certificats de qualification professionnelle pour valoriser leur expérience. Des accords spécifiques à l'Afrique avec le comité interministériel pour le développement de la VAE pourraient-ils être envisagés ?

2.3.3. LES FORMATEURS

Nous préconisons la création d'un *pool* de formateurs africains, dans les domaines de l'édition, de la fabrication, de la promotion, de la gestion et de la librairie.

Proches des réalités du terrain, ils seront en mesure d'imaginer et de coordonner (avec des partenaires du Nord éventuellement) des programmes de formation adaptés.

2.3.4. FONDS D'AIDE AU DEVELOPPEMENT DES METIERS DU LIVRE

Compte tenu des taux d'intérêt bancaires élevés qui se pratiquent en Afrique, plusieurs éditeurs et libraires rencontrent des difficultés pour trouver des financements pour leurs

projets de développement.

Dans ces conditions, ne serait-il pas opportun de créer un fonds d'aide au développement des métiers du livre alimenté par des fonds publics ou mixtes dont la provenance reste à déterminer (bailleurs de fonds, gouvernements nationaux, organisations africaines intergouvernementales, éditeurs du Nord et du Sud...).

2.4. DEVELOPPER LA CESSION DE DROITS

2.4.1. RESERVER LES DROITS AUX TERRITOIRES D'ORIGINE DES AUTEURS

Il apparaît essentiel que les voix de la littérature africaine se fassent entendre sur leur continent d'origine et que les éditeurs africains parviennent, par leurs productions, à créer un véritable patrimoine littéraire africain.

2.4.1.1. Pour les auteurs contemporains

On peut comprendre la déception d'un éditeur africain de voir un auteur de son pays se faire publier au Nord, sans « irriguer » pour autant son propre terreau éditorial national.

Les auteurs africains qui publient à l'étranger doivent être sensibilisés pour faire réserver par l'éditeur du Nord les droits pour leur pays d'origine à un éditeur du pays. Pour de tels ouvrages, des accords de coédition doivent être encouragés de façon à permettre la création d'un partenariat, source d'échanges entre professionnels.

Par ailleurs, les coéditions solidaires mises en place par l'AIEI, qui ont permis de faire un bond en avant sur ce plan, doivent évidemment se poursuivre avec le même objectif de mise à disposition du patrimoine africain au public africain au moindre coût.

2.4.1.2. Pour les auteurs décédés non encore dans le domaine public

On observe que la plupart des « grands classiques » de littérature africaine inscrits sur les listes scolaires en Afrique francophone sub-saharienne, et donc vendus à plusieurs milliers d'exemplaires par an dans ces pays sont publiés par des éditeurs du Nord (Pocket, 10 x 18, Hachette, Seuil...).

Des accords de rachat de droit devraient être mis en place pour permettre aux éditeurs africains de bénéficier de cette manne annuelle.

De tels ouvrages ne pourraient-ils pas être intégrés au programme de coédition solidaire de l'AIEI ?

2.4.2. DEVELOPPER LA VENTE DE DROITS

Si la vente de droits est généralement une source de revenus supplémentaire pour les éditeurs, il semble que les éditeurs africains la pratiquent peu.

Pour la favoriser, il serait intéressant de :

- mettre en place un « espace-forum de droits d'Afrique francophone » au sein d'une foire du livre en Afrique anglophone (au Cap, par exemple),
- faciliter l'édition d'un catalogue de droits reprenant une sélection d'ouvrages édités en Afrique dont les droits pourraient être cédés.

2.5. REPENSER AFRILIVRES

Si l'on met en regard les missions initialement confiées à Afrilivres et les résultats obtenus en quatre ans, il faut bien admettre que les objectifs n'ont pas été atteints, qu'il s'agisse :

- de la promotion du livre africain à l'intérieur du continent et au Nord,*
- du renforcement de la participation des éditeurs africains au développement économique et culturel du continent,*
- de la facilitation de la collaboration entre tous les acteurs de la chaîne du livre,*
- de la promotion des échanges, des coéditions et des coproductions entre les membres de l'association.*

Dans ces conditions, nous suggérons de repenser totalement la structure d'Afrilivres et de créer une entité nouvelle (avec éventuellement un nouveau nom, pour « du passé faire table rase ») qui s'articule autour :

- d'un bureau de coordination dégagé des questions de distribution et chargé de définir et de mettre en œuvre une véritable politique de communication et de promotion du livre africain en Afrique et au Nord,*
- de plateformes de distribution ayant une compétence régionale (2 en Afrique de l'Ouest, 1 en Afrique centrale, 1 en France) et dont la mission serait triple :*
 - 1. relayer et adapter la politique de promotion du bureau de coordination,*
 - 2. regrouper les ouvrages commandés sur leur zone de compétence (aucun stock n'est envisagé),*
 - 3. distribuer les ouvrages dans leurs zones de compétences.*

2.5.1. CREER UN BUREAU DE COORDINATION D'AFRILIVRES

Cœur de la nouvelle structure, ce bureau serait dégagé des questions de distribution et animé par une personnalité d'envergure et d'expérience dans le domaine du livre.

Ses missions seraient les suivantes :

2.5.1.1. ASSURER LE LOBBYING DE L'ASSOCIATION auprès des politiques, trouver des fonds pour en assurer la pérennité et pour financer la promotion (subventions des pouvoirs publics, aides du monde de l'entreprise régies par des conventions de partenariat, dons, mécénat...).

À titre d'exemple, des discussions doivent être engagées avec l'UEMOA, que nous avons évoquée plus haut (cf. 2.1.2.2.) pour favoriser, entre autres choses, l'exemption des droits de douane des membres d'Afrilivres...

De même, tous les ministères de l'éducation des pays africains doivent être sensibilisés à la nécessité d'inscrire sur les listes scolaires des ouvrages de littérature publiés en Afrique et de faire en sorte que des éditeurs nationaux ou régionaux puissent participer aux appels d'offre d'édition dans une situation de concurrence non faussée avec les éditeurs du Nord.

2.5.1.2. METTRE EN PLACE UNE POLITIQUE DE COMMUNICATION SOUTENUE

Cible : les institutions culturelles nationales et panafricaines, les ministères (éducation, culture...), les associations européennes et africaines, les ONG, les libraires, les bibliothèques, le grand public...

Moyens :

- Des conférences, des articles de presse, des interviews à la radio, à la télévision destinés à faire connaître l'association et ses objectifs et à développer une relation de confiance, d'estime et d'adhésion à la structure.

Cela devrait permettre à l'association de recouvrer une visibilité et de se présenter comme un organisme dynamique, véritable promoteur du livre africain en Afrique et au Nord.

- La participation active aux salons du livre, aussi bien en Afrique qu'au Nord.

- Un site Internet à jour qui permette à Afrilivres de se faire connaître et de toucher des clients potentiels. Il apparaît donc nécessaire de reconstruire le site²¹ en renouvelant son graphisme vieilli et en en faisant un site à la fois vitrine et marchand qui propose un service de vente en ligne sécurisé des titres des éditeurs membres (dans leur version papier et éventuellement numérique). Il s'agira de :

- présenter les éditeurs membres et leurs nouveautés ; le travail d'actualisation devra se faire entre le bureau et les éditeurs eux-mêmes, chacun ayant un identifiant et un mot de passe de façon à pouvoir modifier les informations concernant sa structure et les nouveautés ;

- proposer un catalogue général des ouvrages disponibles classés par genre ;

- permettre bien entendu un lien vers les sites propres des éditeurs ;

- annoncer l'actualité du livre africain (présence aux salons du livre, événements littéraires, annonce des salons...) ;

- créer un espace de dialogue entre éditeurs ;

- intégrer l'utilisation des réseaux sociaux type Facebook ; dans le cas d'Afrilivres, il s'agirait de créer une « page » et non un « profil » et, à l'instar d'autres associations, voire de partis ou de personnalités politiques, de communiquer sur les initiatives, nouveautés, etc. engendrées par Afrilivres. Evidemment, les réseaux sociaux fonctionnent sur un « bougisme » permanent, et une page n'affichant aucun événement nouveau au moins deux fois par mois est condamnée à sombrer dans l'oubli. Aux animateurs de cette page de trouver des « événements », fussent-ils minimes, pour garder les internautes en haleine.

2.5.1.3. DEFINIR LES AXES D'UNE POLITIQUE DE PROMOTION

Création de fichiers de prescripteurs et d'acheteurs potentiels, qu'il s'agisse :

- pour chacun des pays des éditeurs membres : des directions du livre des ministères de la culture, des bibliothèques, des ambassades, des associations, des ONG, des bureaux des projets...

- pour les pays francophones non africains (France, Canada, Belgique, Suisse...) des ONG, des associations (dont les jumelages, de la coopération décentralisée) et des fondations qui mènent des projets dans le domaine du livre, de l'éducation et de la culture et des organisations internationales francophones (AIF, CEE...) susceptibles d'acheter des livres africains.

²¹ Nous tenons à remercier Mariette Robbes, dont le *Projet de refonte de la communication numérique de l'association Afrilivres* nous a été fort utile, en particulier dans ses aspects techniques.

Ces fichiers, qui fourniront les coordonnées précises et les adresses mails, seront utilisés régulièrement pour faire des annonces ciblées, proposer des offres...

On peut imaginer, par exemple, que chaque année, Afrilivres, avec le soutien de l'AILF, fasse une offre aux libraires « labellisée Afrilivres » — relayée par la radio, la presse... — sur une sélection de titres proposés à un prix spécial (Ex. pack jeunesse, actualité ou sciences humaines...);

Mise au point d'outils promotionnels « griffés Afrilivres » (PLV, sacs...) qui encouragent l'adhésion des libraires et donnent davantage de visibilité à l'association.

Inscription des nouveautés des éditeurs membres sur les **bases de données bibliographiques** existantes (Electre, Medialivres notamment...);

Mise en place d'une veille informative sur les marchés et les appels d'offres en s'inscrivant sur des plateformes d'information (type dgMarket). Certains marchés sont importants et méritent l'intérêt des éditeurs africains²². Afrilivres n'a jamais cherché à obtenir ces informations pour ses membres et n'a jamais non plus fait d'offre de groupage.

2.5.2. CONFIER LA DISTRIBUTION A DES PROFESSIONNELS (SUD & NORD) DU LIVRE AFRICAIN

Nous recommandons d'éclater la diffusion et distribution sur plusieurs plateformes-pays ayant une compétence reconnue dans ce domaine :

- deux en Afrique de l'Ouest :
 - une en Côte d'Ivoire (avec compétence sur la Côte d'Ivoire, le Bénin, le Togo, le Burkina Faso, le Niger),
 - une au Mali (avec compétence sur le Mali, le Sénégal, la Mauritanie, la Guinée),
- une au Cameroun ayant compétence sur tous les pays d'Afrique centrale,
- une en France, ayant compétence sur la France, la Belgique, le Canada et la Suisse.

Cette proposition est motivée par une triple nécessité :

- *Confier* la diffusion et la distribution à de véritables professionnels ; ce sont des métiers qui ne s'improvisent pas ; la structure actuelle d'Afrilivres n'est pas assez professionnalisée pour être efficace.
- *Rapprocher* les plateformes de diffusion des « consommateurs ». La nouvelle structure d'Afrilivres pourra bénéficier de la structure et des équipes de commerciaux actuelles des plateformes.
- *Proposer* un service de groupage (service d'Afrilivres à conserver).

Ces professionnels seraient en quelque sorte les bras exécutifs de la politique mise en œuvre par le Bureau. En concertation avec lui, ils l'adapteraient à leur zone d'intervention. Chacun aura à définir de façon précise les conditions de transport à appliquer à ses clients.

Ces distributeurs, liés à Afrilivres par contrat, et soumis aux mêmes conditions d'achat vis-à-vis des éditeurs membres, devront adopter une politique commune qui sera validée avant sa mise en place (niveau de remise, politique de retour, pratique du dépôt – nous la déconseillons fortement - , conditions de transport...). Ils auront bien entendu un rôle de relais à jouer au niveau de la diffusion.

²² En 2010, un appel d'offres important d'équipement de bibliothèques maliennes a été « raté » par les libraires /éditeurs locaux, qui l'ont laissé filer à un éditeur du Nord.

2.5.2.1.FONCTIONNEMENT

Centrale / Éditeur / Client

À moins qu'ils ne le souhaitent, il ne nous semble pas opportun que ces plateformes de diffusion disposent d'un stock du fonds des éditeurs membres chez eux.

Le processus de commande et de livraison pourrait être le suivant :

1. Les clients passent leur commande à travers le site.
2. S'il ne s'agit pas d'un libraire, le bureau renvoie le client vers le libraire le plus proche du lieu de commande.
3. S'il s'agit d'un libraire, le bureau envoie la commande à la plateforme du pays du libraire en avertissant le client.
4. Celui-ci vérifie auprès de chacun des éditeurs concernés par la commande la disponibilité et le prix des titres et établit une facture pro-forma qu'il envoie par mail au client. Il inclut les frais de port forfaitaires (fonction du pays destinataire et du nombre de livres commandés).
5. Dès réception du règlement, il s'approvisionne (à une date fixée – par exemple une fois par mois) de la quantité des ouvrages concernés auprès des éditeurs. Le stock des ouvrages reste donc chez les éditeurs. Il est géré par eux.
6. Après réception de l'ensemble des ouvrages, la « plateforme » expédie au libraire l'ensemble des volumes, tous éditeurs confondus.
7. En fin de mois, la plateforme de distribution établit pour chaque éditeur le relevé des ouvrages vendus et les crédite des sommes facturées, déduction faite de sa commission.

Commission. Si les plateformes sont rémunérées par le différentiel de remise éditeur-libraire, Afrilivres devra recevoir une commission de la part des éditeurs pour lui permettre de maintenir la qualité de son service.

Compte tenu des investissements importants à prévoir pour la relance de l'association (réorganisation du site, actions de communication...) elle devra certainement, au départ, être renforcée par des subventions d'organismes marquant leur intérêt pour l'action interprofessionnelle.

Intervention du Site internet d'Afrilivres en tant que site marchand : La création de ces plateformes logistiques donnerait toute sa raison d'être au caractère mixte promotionnel / marchand du site internet rénové d'Afrilivres. Mariette Robbes fait justement remarquer dans son rapport que « sans une plateforme de distribution de livres (...) il est difficilement envisageable de cerner l'intérêt d'un site marchand ».

Le site permettrait donc :

- d'enregistrer les commandes (qui seront ensuite dispatchées du bureau de coordination vers les plateformes de distribution susceptibles de les servir) ;
- de présenter les conditions générales de vente pour les achats depuis la plateforme de distribution la plus proche ;
- de s'essayer à la vente d'ebooks, ce qui permettrait à la fois de pallier la quasi-impossibilité pour les clients africains de payer avec une carte de crédit (seulement 4 % de bancarisation dans un pays comme le Sénégal, par exemple) et d'impliquer les librairies.

Le processus pourrait être le suivant :

1. Le client, depuis son domicile, son entreprise, son université, ou un cybercafé, sélectionne un titre sur le site.
2. Le site lui indique si une librairie de sa ville fait partie du réseau.
3. Le client va dans la librairie, paie en liquide.
4. Le libraire encaisse, active un lien de téléchargement auprès de l'éditeur.

5. L'éditeur envoie l'ebook, soit directement au client, soit au libraire qui le télécharge sur une clé USB pour le client²³.

2.5.2.2. AIDE AU TRANSPORT

Nous proposons, par ailleurs, pour encourager la prise de commande par Afrilivres, que les *frais de port de groupage (entre l'éditeur et la plateforme) soient pris en charge par Afrilivres* (sauf pour les livres à destination du Nord).

De cette manière, *le client final n'aurait à payer que la partie du transport entre la plateforme et le lieu de livraison* (assez faible dans la mesure où il ne sera jamais éloigné de la plateforme). Cette subvention partielle du port permettra de réduire le coût final du livre.

Avantages du système

Les regroupements réalisés par les plateformes offrent des avantages immédiats tant aux éditeurs qu'aux libraires. Par la diminution des frais fixes et la baisse des coûts variables unitaires, ils entraînent de véritables économies d'échelle répercutées envers chacun des intervenants et permettent une plus grande souplesse dans la distribution des ouvrages.

- **Pour l'éditeur**

- ✓ L'éditeur reçoit des commandes groupées et n'envoie aux plateformes de distribution qu'un ensemble d'ouvrages au lieu d'expédier autant d'envois qu'il a reçu de commandes : plus grande facilité et économie dans la préparation et les frais de transport ;
- ✓ L'éditeur n'émet plus que quatre factures au maximum par mois (une par plateforme), correspondant aux commandes traitées, au lieu d'émettre autant de factures que d'envois effectués vers les différents points de vente ;
- ✓ L'éditeur a la certitude d'être payé quel que soit le client qui a souhaité acquérir ses ouvrages ;
- ✓ L'éditeur est payé régulièrement, à l'échéance convenue par chacune des plateformes. Celles-ci gèrent les comptes des éditeurs ;
- ✓ L'éditeur reçoit chaque mois des statistiques de vente lui permettant d'ajuster sa diffusion, de gérer ses stocks et ses tirages.

- **Pour le libraire**

- ✓ Le libraire émet une commande unique vers Afrilivres au lieu d'émettre autant de commandes que d'éditeurs concernés ;
- ✓ Le libraire réceptionne un unique envoi provenant de la plateforme régionale dont il dépend au lieu d'un envoi par éditeur ;
- ✓ Le libraire reçoit une facture par envoi, tous éditeurs confondus, au lieu d'une facture par envoi et par éditeur.

C'est principalement ce travail de groupage qui présente un avantage concurrentiel pour les libraires et qui justifie qu'ils soient disposés à passer par une plateforme de distribution plutôt qu'à commander auprès de chacun des éditeurs.

Commission

Si les plateformes sont rémunérées par le différentiel de remise éditeur-libraire, Afrilivres devra recevoir une commission de la part des éditeurs pour lui permettre de maintenir la qualité de son service.

²³ Ce processus pose la question, difficile mais non insoluble, des processus anti-piratage

Compte tenu des investissements importants à prévoir pour la relance de l'association (réorganisation du site, actions de communication...), elle devra certainement, au départ, être renforcée par des subventions d'organismes marquant leur intérêt pour l'action interprofessionnelle.

2.5.3. RENFORCER LES LIENS ENTRE LES EDETEURS ET AFRILIVRES

Afrilivres est avant tout une association faite d'individus sans lesquels la structure est condamnée à mourir. Il est donc essentiel de maintenir des liens étroits entre ses membres, par la mise en place :

- **de commissions spécialisées au sein de la structure de coordination**

Elles s'articuleront autour de thématiques reflétant les préoccupations d'Afrilivres (commercialisation, promotion, transport, finances, numérique...) et seront animées par des coordinateurs, éditeurs-membres bien entendu, qui assureront le lien entre les membres de « leur » commission, organiseront les rencontres et en restitueront le contenu au président et au responsable du bureau de coordination. Elles permettront une réflexion sur les pratiques, une confrontation des expériences individuelles et des savoir-faire, une mutualisation des connaissances...

Ces groupes de travail, qui doivent être au cœur d'« Afrilivres 2 », constitueront un véritable lieu d'échange et permettront un réajustement du projet au fil du temps. Ils donneront à chacun le sentiment d'être partie prenante d'un projet collectif.

- **d'une lettre d'information trimestrielle** (associée à un système d'alerte) strictement destinée aux éditeurs membres à jour de leur cotisation et donnant des informations sur des appels d'offre, des marchés spéciaux, faisant le point sur les opérations communes et annonçant les opérations futures...

2.5.4. ACCOMPAGNER LA CREATION DE LA NOUVELLE STRUCTURE D'AFRILIVRES D'UN PROGRAMME DE FORMATION

Les aspects de formation évoqués plus haut dans la rubrique 2.3. devront être repris en faveur d'Afrilivres de manière à professionnaliser ses membres :

- sur le plan éditorial
- sur le plan commercial
- sur les technologies nouvelles.

ANNEXES

I. TABLEAU RECAPITULATIF DES RECOMMANDATIONS

Champ de recommandation	Mesures concrètes recommandées	Entité(s) chargée(s) de mettre en œuvre ces recommandations	Coût prévisionnel
2.1. Stimuler la demande			
2.1.1. Stimuler la demande par des actions auprès des éditeurs et des libraires			
<i>Aide à la création de sites internet des éditeurs africains</i>	1. Fourniture d'une maquette-type 2. Aide à l'adaptation au contexte de l'éditeur 3. Soutien opérationnel pendant un an.	AIEI	5.000 € (coût de gestion du site à la charge de chaque éditeur)
<i>Aide à l'impression d'un catalogue papier</i>	Mise en place d'une aide qui finance le coût d'impression du catalogue à hauteur de 50 %	AIEI	Aide maximale : 300 €/éditeur à partir de la fourniture du fichier PDF
<i>Poursuite et développement du soutien à la participation aux salons et aux foires du livre</i>	L'aide actuelle des pouvoirs publics français doit : - se maintenir (en permettant notamment aux éditeurs qui se déplacent moins fréquemment d'être aussi représentés), - s'élargir à des zones où les éditeurs africains ont une présence moindre, comme l'Afrique anglophone.	Institut français	10 mouvements/an (5 en Europe, 5 intra-Afrique) : 15.000 €/an
<i>Création d'une base de données de prescripteurs potentiels, en Afrique et au Nord</i>	Cette base de données, qui fournira coordonnées précises et adresses mails, pourra être utilisée régulièrement par les éditeurs pour faire des annonces ciblées, proposer des offres...	Institut français	5.000 € (réalisation externalisée)
<i>Publicité des nouveautés</i>	Inscription systématique des nouveautés sur des bases bibliographiques type Electre ou Médialivre	Institut français	4.000 € (Aide à l'inscription)
<i>Poursuite et renforcement d'actions promotionnelles pour les libraires</i>	- opérations ponctuelles du type de celles déjà organisées par les libraires - événements plus « collectifs » et mobilisateurs qui mettraient en jeu tous les acteurs de la chaîne du livre et qui seraient largement relayés par les médias locaux. - Semaine du Livre africain	Institut français + AILF + Afrilivres	} 15.000 € 20.000 €
<i>Création d'un « fonds de base africain » de librairie vendu à moindre coût</i>	- Création d'une sélection d'une trentaine de titres (un titre phare sélectionné chaque année chez 30 éditeurs) vendus à 60 % de leur prix de base habituel et devant être achetés en compte ferme. - Inscription de ces titres « labellisés » sur une liste remise à jour une fois par an par un comité de libraires et de distributeurs. - Partage du coût du différentiel de 40 % entre l'éditeur, le libraire et l'organisme initiateur du projet.	Institut français + AIEI + Afrilivres	$(5 \times 30 \times 5) \times 40 = 30.000 \text{ €}$ NB. 5 : Prix subventionné 30 : Nbre d'éditeurs 5 : Nbre d'ex. du même titre 40 : Nbre de libraires concernés par l'opération

Champ de recommandation	Mesures concrètes recommandées	Entité(s) chargée(s) de mettre en œuvre ces recommandations	Coût prévisionnel
2.1.2. Stimuler la demande par des actions auprès des institutions nationales et panafricaines			
Lobbying	Action auprès des ministères de l'éducation africains.	Institut français + postes + Afrilivres	7.500 € (avec, éventuellement, étude de faisabilité déterminant les ouvertures possibles auprès des diverses institutions)
	Action auprès des ministères de la culture africains.		
	Action auprès des postes.	Institut français	
	Action auprès des organisations panafricaines.	Institut français + postes + Afrilivres	
2.1.2. Stimuler la demande par des actions auprès des médias			
Actions auprès des médias	Partenariat avec des médias audio-visuels et presse écrite	Institut français + postes	15.000 à 25.000 €
2.2. Mieux faire voyager le livre			
Explorer les options de livres électroniques / Impression à la demande	- Pour certains titres s'y prêtant (techniques, universitaires...) aide à une mise en ligne pour vente - Aide à la mise en place d'un réseau d'impression à la demande africain	AIEI / Institut français	Etude : 15 000 €
Internet	Aide à la création d'une Librairie numérique africaine - Aide à la mise en place de solutions imaginatives de paiement en ligne intra-africain - Site Afrilivres	Afrilivres + prestataires	Prestataires : 15 000 €
2.3. Favoriser la professionnalisation, les échanges et la formation			
Formation éditeurs	- Travail éditorial - Graphisme - Technique - Gestion et politique commerciale - Numérique Les possibilités du E-learning et de la formation à distance doivent aussi être explorées.	Sur la base des actions entreprises par le BIEF et l'AILF, établissement de partenariats à la demande avec des professionnels africains du pool de formateurs à créer et/ou des centres de formation installés en Afrique (CAFED, mais aussi l'ESSTIC de Yaoundé).	Editeurs (15/an sur 2 ans) 15 x (500* + 500**) = 15.000 € Formateurs 3 x (500* + 500** + 1.000***) = 6.000 € * Déplacements ** Per-diem *** Coût de la formation
Formation libraires	Améliorer leurs : - compétence culturelle, - capacité de gestion - capacité de « communicant ».		Libraires (15/an sur 3 ans) 15 x (500* + 500**) = 15.000 € Formateurs 3 x (500* + 500** + 1.000***) = 6.000 € * Déplacements ** Per-diem *** Coût de la formation
Appui financier aux métiers du livre	Création d'un fonds d'aide au développement des métiers du livre	Institut français	Etude de faisabilité

Champ de recommandation	Mesures concrètes recommandées	Entité(s) chargée(s) de mettre en œuvre ces recommandations	Coût prévisionnel
2.4. Développer la cession de droits			
<i>Réserver les droits aux territoires d'origine des auteurs</i>	Les auteurs africains qui publient à l'étranger devraient être sensibilisés pour faire réserver par l'éditeur du Nord les droits pour leur pays d'origine à un éditeur du pays	AIEI	Rachat de droits à des éditeurs français (10 titres x 2.000 €) : 20.000 € (prévoir une participation des éditeurs bénéficiaires)
<i>Edition d'un catalogue de droits d'éditeurs africains</i>	Ce catalogue permettra aux éditeurs se rendant aux foires internationales du livre (en Afrique ou en Europe) de présenter des ouvrages à céder de manière structurée. NB. La participation à ces foires est incluse dans la partie 2.1.1.	AIEI/Afrilivres	2.000 €
2.5. Repenser Afrilivres			
<i>Créer un bureau de coordination d'Afrilivres dégagé des questions de distribution, animé par une personnalité d'expérience dans le domaine du livre</i>	Sa mission sera double : - Assurer le lobbying de l'association auprès des politiques, trouver des fonds pour en assurer la pérennité et pour financer la promotion ; - Mettre en place une politique de communication et de promotion soutenue : conférences, articles de presse, salons du livre Elle sera assistée par un chargé de promotion/presse à plein temps et par un commercial à mi-temps.	Institut français – AIEI – AILF -	Salaires annuels : 10.000 € + Missions : 5.000 €/an
<i>Confier la distribution à des professionnels du livre africain, aussi bien en Afrique qu'au Nord.</i>	Eclater la diffusion et distribution sur plusieurs plates-formes pays ayant une compétence reconnue dans ce domaine (3 en Afrique, 1 en France)	Institut français – AIEI – AILF -	Mise en place des plateformes : 35.000 €
<i>Créer un dispositif de prix de transport bonifiés, de pays à pays, selon le mode de transport utilisé.</i>	Bonifier une partie du prix de transport	Afrilivres	30 000 €
<i>Renforcer les liens entre les éditeurs et l'association</i>	Par la réunion annuelle des sous-commissions thématiques	Institut français – AIEI – AILF -	15.000 €
<i>Accompagner la création de cette structure d'un programme de formation</i>	Cf. 2.3.	Cf. 2.3.	10.000 €

Annexe 2 - Tableau récapitulatif des personnes rencontrées par pays

CONTACTS PRIS POUR L'ETUDE INSTITUT FRANÇAIS/DIFFUSION DU LIVRE AFRICAIN				
ENTITE	NOM	PERSONNE RENCONTRÉE	TELEPHONE	COORDONNEES
AFRIQUE SUBSAHARIENNE				
B E N I N				
Maisons d'édition	CAAREC	Adrien Huannou	(229)21 32 12 60	03 BP 2383 Jéricho Cotonou ahuannou@yahoo.fr
	Laha	Abdel Hakim Amzat	(229)21.38.35.06	01 BP 5521 Cotonou/info@groupeelaha.com lahakimfr@yahoo.fr
	Editions de la fondation Zinsou	Céline Coyac	(229) 21 30 99 25	01 BP 7053 – Cotonou secretariat@fondationzinsounews.org
	Les éditions du flamboyant	Gérard Houessou	(229)21 03 53 42	08 BP 271 Cotonou leseditionsflamboyant@yahoo.fr
	Plurielles	Koffi Attede	(229)97.26.69.57	Godomey-Hlacoméy 02 BP 2843 Cotonou e.plurielles@gmail.com
	Ruisseaux d'Afrique	Béatrice Gbado	(229)97.23.20.32	04 BP 1154 Cotonou ruisseau@otitelecom.bj
	Star Editions	Joachim V. Adjovi	(229)21 33 43 01/97 59 46 00	01 BP 367 Rec. Princ. Lot 92 Cotonou star_editions@yahoo.fr
Librairies	Bufalo	Christelle Noudjinlodo	(229)21 31 57 26	01 BP 2815 Recette principale – Cotonou christel.noudjinlodo@bufalo-benin.com
	Le bon berger	Sabine Hounsa	(229) 21 31 31 68	Face librairie Notre-Dame Cotonou
	Notre-Dame	Joséphine Hedible	(229)90 03 12 20/21 38 01 50	01 BP 307 – Cotonou notredame@librairienotredame.com
	Sacré Cœur	Sœur Nina Bonou	(229) 97.12.22.53/ 94.22.79.10	BP 90 Bohicon Diocèse d'Abomey Mail. librairiescoeurbohicon@yahoo.fr
	Saint-Paul	Sœur Odile Sohoun	(229) 23 61 08 75 / 90 01 23 83	BP 1095 Parakou libstpaul2004@yahoo.fr
	SONAEC	Claude Achkar	(229)21.31.22.42/97.97.90.97	BP 2042 Cotonou solib@intnet.bj
Afrilivres	Phocas Ekouedjin		C/3133 lot Q Agla 04 BP 1154 - Cotonou 229 21 14 91 27 - phocasekouedjin@yahoo.fr	
Représentant d'auteurs	SBTCI	Antoine Agui	(229) 21 32 18 92/97 17 51 56	03 BP 0180 C/432 Cotonou sbtci2a@yahoo.fr
Transport	SAGA Bénin	Didier Sterlingot	(229) 21 33 15 67	01 BP 1733 Cotonou didier.sterlingot@bj.dti.bollere.com
Transit	ATTRAL	M.Dada	(229) 21 30 65 62	06 BP 2671 Cotonou dadamarius2003@yahoo.fr
Ministère de la culture	Directrice du livre et de la lecture	Marie Claire Sossouhounto		
	Conseiller technique	Elise Daubelcour-Zinkpe	(229) 97 29 70 70	daubelcourelise@yahoo.fr
Commis. nationale	Conseiller du SG	Jessica Oublié	(229) 21 30 36 66	08 BP 230 Cotonou jessicaoublie.cnpf@yahoo.fr

Commis. nationale franco.	Conseiller du SG	Jessica Oublié	(229) 21 30 36 66	08 BP 230 Cotonou jessicaoublie.cnpf@yahoo.fr
Ambassade de France	Ambassadeur	Hervé Besancenot	(229) 21.30.02.25 ou 21.30.02.26	BP 966 Cotonou ambafrance.cotonou@diplomatie.gouv.fr
	COCAC	Patrice Leroy	(229)21 30 03 23	patrice.leroy@diplomatie.gouv.fr
	COCAC adjoint	Dominique Marsteau	(229)21 30 08 24	dominique.marsteau@diplomatie.gouv.fr
BURKINA FASO				
Librairie	Mercury	Thierry Millogo	(226) 50 30 37 71	01 BP 5197 Ouagadougou mercury@fasonet.bf
UEMOA	Dir. Cab. du commissaire politiques éco. et fiscalité intérieure	Sérigne Mbacké Sougou	(226) 50 31 85 84	01 BP 543 Ouagadougou 01 smsougou@uemoa.int
CAMEROUN				
Maisons d'édition	Clé	Marcellin Vounda Etoa	(237) 222 35 54	BP 1501 Yaoundé cle@wagne.net
	Ifrikyia	François Nkeme	(237)99.85.95.9 4	BP 30332 Yaoundé frnkeme@yahoo.fr
	PUA	Serge Kouam	(237)22.20.26.9 5	BP 8106 Yaoundé contact@aes-pua.com
Librairies	Matila	Julie Bassega Biangally	(237) (3) 342 68 77	B.P. 13 223 Douala
	Messapresse	Etienne Sindjui	(237) 342 09 49	B.P.759 DOUALA librairie@messapresse.com
	Sim's & Fils	Siméon Takodjou	(237) 77.65.89.38	takodjousimeon@yahoo.fr
COMORES				
Librairie	Au paradis des livres	Mme Echat Soulaïmana	(269)75.22.00	BP 1828 – Moroni echat@hotmail.com
CONGO				
Librairie	Librairie Papeterie centrale	M.Hugues Louya	(242) 04.461.90.90	BP 1706 Brazzaville
GUINEE				
Librairie	Carrefour de Guinée	Diaby Kadidjatou Keita	(224) 64 42 68 71	BP 5698 Conakry Carrefourdeguinee@yahoo.fr
MALI				
Maisons d'édition	Cauris	Atou Konare	(223) 229 49 55	Immeuble Baldé, Av. Cheick Zayed Hamdallaye B.P. E 96 atoukonare@aol.com
	Donniya	Sékou Fofana	(223) 221 46 46	BP 1273 Bamako editionsDonniya@orangemali.net
	Edis SUARL	Samba Niaré	(223) 76 44 06 02	Baco Djicoroni ACI-SUD, Rue 849, Porte 521 Bamako edisuarl@yahoo.fr
	Editions Asselar	Mme Ba Maïra Sow	(223) 44 38 32 77	BP 490 Bamako maïrasow@yahoo.fr
	Jamana	Hamidou KONATE	(223) 675 14 92 / 229 62 89	BP 2043 Bamako jamana@jamana.org
	La Sahélienne	Ismaila Samba	(223)66.79.24.4 0	Baco Djicoroni ACI-OUEST, Bamako sahelienneedition@yahoo.fr

	Le figuier	Osman Konaté	(223) 671 51 83	BP E 2605 Bamako lefiguier@afribone.net.ml
Librairies	Edilac	Mme Dagnoko	(223) 229.31.58	Av. de l'union Africaine, ACI2000 BPE 2648 Bamako awamalicky@yahoo.fr Site : www.edilac.com
	Le bon marché	Alimata Ba	(223) 76.33.55.04	Hippodrome Rue 285 Porte 740 Ecole Mama Thiam
	Librairie Bah	Amadou Bah	(223) 229.20.67/ 229.69.69	BP 1060 Bamako livresbah@yahoo.fr Site : ww.librairienordsud.com
	Publ'image	Djénéba Sidibé	(223)20.22.53.66	BP 3249 Bamako pimage2004@yahoo.fr
Ministères	Ministère de l'éducation, direction de la pédagogie	Modibo Bah	(223) 66.76.44.98	bmodibo@yahoo.fr
Bibliothèque	Bibliothèque nationale	Amadou Ba	(223) 76 41 11 34	03 BP 102 Bamako
Institut français	Lucien Roux + M. Diarra (resp. médiathèque)		(223) 20 22 40 19	BP 1547 Bamako lucien.roux@ccfbamako.org
Ambassade de France	Dominique Bordes-M'Silti Attachée de coopération		(223) 44 97 57 57	B.P 17 BAMAKO dominique.bordes-msilti@diplomatie.gouv.fr
N I G E R				
Librairies	La farandole des livres	Tini Binta Djibo	(227) 21 76 98 57	BP 11582 Niamey bintatini@yahoo.fr
	La Maison du Livre	Abdoul Aziz Mahamadou	(227) 96 08 71 11	BP 11944 Niamey maisondulivreniger@gmail.com
R C I				
Maisons d'édition	Classiques ivoiriens	Dramane Boaré	(225) 07 07 65 63	10 BP 1034 Abidjan 10 dboare@classiquesivoiriens.com
	Eburnie	Jean Jacques Kobenan	(225) 20 21 64 65	01 BP 1984 Abidjan 01 eburnie@aviso.ci
	Edilis	Mical Drehi Lorougnon	(225) 20 21 51 72	10 BP 477 Abidjan 10 edilis@aviso.ci
Librairie	Librairie de France	Brahima Soro	(225)20 30 63 63	01 BP 228 Abidjan 01 bsoro@ldfgroupe.com
R É P U B L I Q U E D É M O C R A T I Q U E D U C O N G O				
Librairies	Lave littéraire	Mayaza Lumuna	(243)0993816995	Avenue Beni – Goma
	Plume universelle	Kabongo Aldegonde	(243) 99 85 559	170, Bd National Kikwit Commune de Nzinda 2005 laplumeuniverselle@hotmail.com
R W A N D A				
Librairie	Ikirezi	Chiel Lijdsman	(250)0252571314	Avenue de la paix – Kigali client@ikirezi.biz
S E N E G A L				
Maisons d'édition	BLD	Mariame Kante	(221) 33 834 34 94	BP 1046 Dakar ryama80@hotmail.com
	ENDA	Raphaël Ndiaye	(221) 822 98 90	54, rue Carnot, B.P. 3370 Dakar editions@enda.sn
	KALAAMA	Nicole Gakou	(221) 338 644 337	Avenue Bourguiba Immeuble ABC n°44 Dakar kalaama@hotmail.com
	EENAS	Amari Sow	(221) 33 822 15 80	BP 260 Dakar neas@orange.sn

	NENA	Marc-André Ledoux	(221) 77 734-8307	BP 25231 Dakar Fann infos@nena-sen.com
Librairies	Clairafrique	Marie-Justine N'Dione	(+221) 33 822 21 69 / 33 849 49 99	Place de l'Indépendance B.P. 2005 - Quartier de Plateau clairafinde@arc.sn Site www.clairafrique.net
	ATHENA	Lina Hussein	(221) 33.823.89.80	B. P 488 athenadir@sentoo.sn
	4 vents	Mme Jaffar	(221) 33 869 10 37	Quatrevents@arc.sn
Ministère de la culture	Direction du Livre et de la Lecture	M. Bow	(221) 822 14 94 (221) 842 34 09 +fax	Direction du Livre et de la Lecture : BP. 3393 Dakar RP SENEGAL
Ambassade de France	COCAC	Jean-Luc Lebras	(221) 338 395 100	1 rue El Hadji Amadou Assane Ndoeye, BP 4035 - Dakar jean-luc.lebras@diplomatie.gouv.fr solange.marguerite@diplomatie.gouv.fr
	Attachée éducation Amb. France	Solange Marguerite		
Comm.	DK Project	Julien Malle	(221) 33 860 78 72	BP 32339 Dakar julien@ak-project.com
T C H A D				
Librairie	La source	Ngartara Ngaryengué	(235) 22.51.76.77	BP 99. Ndjaména lib.source@yahoo.fr
T O G O				
Maison d'édition	Graines de pensées	Christiane Tchotcho Ekue	(228) 22.23.243	BP 7097 Lomé grainesdepensees@yahoo.com
Librairie	Bon Pasteur	Sœur Amouzou	(228)221.36.28	BP 1164 Lomé amareine@yahoo.fr
MAGHREB				
A L G E R I E				
Maison d'édition	Editions Barzakh	Sofiane Hadjadj & Selma Hellal	(213) 21.69.19.14	09, lot petite Provence 16035 Alger editions.barzakh@gmail.com
M A R O C				
Maison d'édition	Yomad	Nadia Essalmi	(212) 5 37 68 64 30	28, rue Dayat Aoua Agdal, Rabat info@yomadeditions.com
AMERIQUE DU NORD - QUEBEC				
Maison d'édition	Mémoire d'encrier	Rodney Saint-Eloi	(514) 989 1491	1260, rue Bélanger, bur. 201, Montréal QC info@memoiredencrier.com
FRANCE				
Transport	Centrale de l'édition	Olivier Aristide	01.40.51.11.55	20 rue des Grands augustins 75265 Paris cedex 06 oaristide@centrale-edition.fr
Numérique	ePage	Stéphane Michalon	01.55.58.32.00	76, avenue Pierre Brossolette 92240 Malakoff s.michalon@epage.fr
Presse francophone	Le français dans le monde	Jacques Pêcheur	01.72.36.30.71	9 bis rue Abel Hovelaque 75013 Paris jpecheur@fdlm.org
Distribution	Dislivre	Omar Koné	01.72.51.19.78	3, rue Bourdelle 93150 Le Blanc Mesnil dislivre@yahoo.fr
	L'oiseau indigo	Isabelle Gremillet	04.90.49.76.24	7 rue Yvan Audouard 13200 Arles isabelle.gremillet@loiseauindigo.fr
	Belin	Michel Levenez	01 55 42 84 90	8, rue Férou 75278 - Paris Cedex 06 mlevenez@aol.com

	Dilisco	Christophe Balme	01 49 59 62 55	Parc Mure 2 - Bât. 4 - BP 102 128 avenue Jean Jaurès 94208 Ivry sur Seine cedex Christophe.BALME@dilisco.fr
Bibliothèque	BSF (Bibliothèque s Sans Frontières)	Anna Soravito	07.60.36.76.00	69 rue Armand Carrel 75019 Paris nne.soravito@bibliosans frontieres.org
	La joie par les livres	Viviana Quinones	01.53.79.53.79	Quai François Mauriac, 75706 Paris cedex 13 cnlj-jpl.contact@bnf.fr

Zones bleues = contacts pris uniquement par mail.

Annexe 3 – Guides d'entretien éditeurs et libraires

GUIDE D'ENTRETIEN LIBRAIRES

A- LE PAYS DU LIBRAIRE ET LE LIVRE

1. Nombre de librairies dans le pays ? de distributeurs ?
2. Taxe sur le livre (TVA ? taxe spécifique sur le livre importé, qu'il vienne du Nord ou du Sud ? / Taxe sur le papier ?) Frais de douane ?
3. Politique du livre ? Structure professionnelle dans le pays ? Événements locaux de promotion du livre ?

B - CARTE D'IDENTITE LIBRAIRIE

1. Coordonnées propriétaire – Directeur
2. Appartenance à un groupe ? à un réseau de librairies ? Autres points de vente dans le pays ?
3. Ancienneté
4. Chiffres d'affaires - Evolution depuis 5 ans ?
5. Surface
6. Degré d'informatisation de la librairie
7. Nombre d'employés, niveau de formation ; formation à la librairie ?
8. Coface ?
9. Subventions ou aides obtenues (localement ou de l'étranger type CNL ?)
10. Eventuels problèmes financiers, bancaires, etc.

C - LE MARCHE

1. Répartition des ventes : scolaire / parascolaire / universitaire / non-scolaire (pratique, jeunesse, littérature...) en volume et en CA
2. Répartition client(s) ? : particuliers, écoles, universités, bibliothèques, etc.
/ Accès à des appels d'offres ? / Nécessité de faire es remises à certains clients ?
3. Proportion du livre local ? du livre importé (d'Afrique ou d'autres parties du monde – Principaux pays concernés ?)
4. Concurrence dans le pays ? Distributeurs ? Libraires ? Ventes directes (via des libraires étrangers) ? + La concurrence de sites Internet type Amazone existe-t-elle ?

D - ASPECTS COMMERCIAUX

- Relations éditeurs (nationaux et étrangers):
 - ✓ Relations régulières ? Visites ? Echanges mails ? Envoi courriers ?
 - ✓ Niveau d'information suffisant ?
 - ✓ Niveaux de remises (pratiquées par les éditeurs locaux, par les éditeurs africains, par les éditeurs du Nord)
 - ✓ Opérations spéciales, type prix du Sud ?
 - ✓ Offices ? Dépôts ?
 - ✓ Retours / commandes fermes / gestion des stocks
- Prix du livre : livre local ? livre importé ? tablette ? Incidence du transport et des frais d'approche sur le prix du livre ?
- Promotion : Initiatives originales réalisées par le libraire en matière de promotion et de commercialisation.

E - ASPECTS LOGISTIQUES

Structure d'importation (depuis les pays du Nord / depuis les pays du Sud ? : route, bateau, avion ?
Détailler (noms des transporteurs, raisons du choix, coûts, etc.).

- Utilisation de la centrale de Cotonou pour le livre africain (combien de commandes en un an ?)
- Délais entre moment cde et arrivée livre selon origine ?

F - VENTE DE LIVRES AFRICAINS

1. Demande ?
2. Principaux pays concernés ?
3. Prix ?
4. Mode(s) de paiement ?
5. Taxation ?
6. Commodité ?
7. Modes de transport inter-africains (livres, biens culturels / non culturels)
- ✓ Fiabilité
- ✓ Coûts (y compris douanes)
- ✓ Délais
- ✓ Prestataires

G - LANGUES AFRICAINES

- Ventes ?
- Offre suffisante ? Si oui, d'où vient-elle ?

GUIDE D'ENTRETIEN EDITEURS

A - LE PAYS DE L'EDITEUR ET LE LIVRE

- Nombre d'éditeurs dans le pays ? de distributeurs ?
- Taxe sur le livre (TVA ? taxe spécifique sur le livre importé, qu'il vienne du Nord ou du Sud ? / Taxe sur le papier ?) Frais de douane ?
- Politique du livre ? Structure professionnelle dans le pays ? Événements locaux de promotion du livre ?
- Associations professionnelles de libraires et d'éditeurs ?

B - PRESENTATION GENERALE DE LA MAISON D'EDITION

- Ancienneté
- Chiffre d'affaire ?
- Spécialité(s)
- Nombre de titres par an ?
- Nombre de titres au catalogue
- Structuration de la maison et de son actionnariat
- Auteurs : profil, recrutement, contrats
- Illustrateurs / illustrations / droits iconographiques
- Pré-presse : intégrée / externalisée ?
- Impression : où, à quel prix, quels délais ?
- Eventuels problèmes financiers, bancaires, etc.

C - STRATEGIE EDITORIALE

- Prise de décision ou non de publier un titre
- Ventilation des coûts d'un livre
- Concurrence nationale
- ISBN

D - VENTES NATIONALES

- Structure de la vente (particuliers / institutions)
- Structure de diffusion / distribution
- Stratégies commerciales
- Problèmes de pouvoir d'achat
- Taxation nationale
- Réseau de libraires en province
- Bibliothèques
- Remises
- Retours
- Transports nationaux
- Fiabilité
- Coûts (y compris douanes)
- Délais
- Prestataires
- Initiatives originales réalisées par l'éditeur en matière de promotion
- Initiatives originales réalisées par l'éditeur en matière de diffusion et distribution

E - EXPORT INTRA-AFRICAIN

- Vers quel pays ?

- Réseaux de diffusion / distribution
- Mode de paiement des factures
- Problèmes logistiques et douaniers : transport, taxes, etc.
- Modes de transport inter-africains (livres, biens culturels / non culturels)
- Fiabilité
- Coûts (y compris douanes)
- Délais
- Prestataires

F - CESSION DE DROITS INTRA-AFRICAINS

- Vers quel pays ?
- Réseaux de diffusion / distribution
- Participation à des foires du livre
- Coéditions
- Langues africaines

G - AFRILIVRES

- L'éditeur est-il membre d'Afrilivres ?
- A-t-il eu l'occasion de collaborer à un projet porté par Afrilivres ? Si oui, lequel ?
- L'éditeur a-t-il été sollicité par Afrilivres dans le cadre de la Centrale de distribution ?
- Remarques et suggestions concernant l'association Afrilivres

H - EDITION ELECTRONIQUE, IMPRESSION A LA DEMANDE, ETC.

I - ATTENTES DES EDITEURS

- Quelles sont les attentes concrètes à court terme et moyen terme des éditeurs dans le cadre de l'étude ?
- Commentaires / questions diverses