Jean-Pierre LEGUÉRÉ
Georges STERN

Manuel pratique d'édition pour l'Afrique francophone

3ème édition

ORGANISATION INTERNATIONALE DE la francophonie

Manuel pratique d'édition pour l'Afrique francophone

3ème édition

Organisation internationale de la Francophonie
19-21 avenue Bosquet
75007 Paris (France)
Téléphone : (33) 1 44 37 33 00
Télécopie : (33) 1 45 79 14 98
Site : www.francophonie.org

© OIF, CAFED, 3e Edition, Tunis, 2012

PRÉSENTATION DES AUTEURS

Cette troisième édition du *Manuel Pratique d'édition pour l'Afrique francophone* a été réalisée par le CAFED (Centre Africain de Formation à l'Édition et à la Diffusion, Programme de l'OIF) fin 2011 uniquement sous forme électronique.
Le choix de ce format a été dicté par un double souci : une économie de papier et de frais de distribution et une meilleure diffusion (gratuite) via l'Internet et les réseaux sociaux.

Réalisée sous la direction de Ridha NAJAR, Directeur Technique du CAFED, qui a particulièrement actualisé les éléments relatifs aux techniques numériques, cette 3e édition a été entièrement révisée par son auteur principal Jean Pierre Leguéré.
Le co-auteur de la première et de la seconde édition, Georges Stern, n'a pas participé à cette révision. Qu'il soit, ici, remercié pour son ancienne contribution. De même, la partie additionnelle des deux précédentes éditions du manuel, « Le libraire en Afrique » n'a pas été reprise dans cette 3e édition.

Jean Pierre Leguéré
Auteur, formateur puis éditeur, Jean Pierre Leguéré a mené de front deux activités : il a fondé et dirigé une entreprise de formation vouée à l'information scientifique et technique (Danaé Sciences). Chargé de mission en Afrique, depuis 20 ans, par plusieurs organismes internationaux, il est aujourd'hui un spécialiste reconnu des problèmes d'édition en Afrique francophone. Il a particulièrement contribué à former des générations d'éditeurs et de formateurs francophones au travers des activités du CAFED.

Georges Stern
Successivement adjoint au directeur commercial du livre au sein du groupe Hachette, directeur international aux éditions Flammarion puis directeur du département éditorial de l'OCDE, Georges Stern posséde une expérience approfondie du livre et de la communication. Il a effectué de nombreuses missions en Afrique francophone. Dans le cadre du CAFED, il a animé plusieurs sessions de formation aux techniques de la diffusion et de la distribution du livre.

Ridha Najar
Directeur technique du CAFED, Ridha NAJAR possède trois casquettes : journaliste, formateur et chercheur. Professeur de l'Enseignement Supérieur en Sciences de l'Information, il a assuré un enseignement de 1970 à 2007 à l'IPSI (Institut de Presse et des Sciences de l'Information de Tunis). De 1983 à 2007, il a dirigé le CAPJC (Centre Africain de Perfectionnement des Journalistes et Communicateurs de Tunis). Journaliste de presse écrite à l'hebdomadaire DIALOGUE (1974-1981), il a été Adjoint au Directeur (1970-1974) puis Directeur de la Télévision tunisienne (1981). Il a publié de nombreux ouvrages et recherches dans le domaine des médias à l'échelle tunisienne et arabe, dont un livre animé pour enfants, *L'oasis, une halte dans le désert*, éditions Alif, Tunis 1992.

Jean-Pierre LEGUÉRÉ
Georges STERN

Manuel pratique d'édition pour l'Afrique francophone

3ème édition

Organisation internationale
de la Francophonie

Centre Africain de Formation
à l'Édition et à la Diffusion

SOMMAIRE

Préface	9
Introduction	11
L'Organisation internationale de la Francophonie	13
Le Centre Africain de Formation à l'Édition et à la Diffusion	17
Manuel pratique d'édition pour l'Afrique francophone	21
1- L'entreprise d'édition	23
2- La relation éditeur-auteur	39
3- Gérer	65
4- Le secrétariat d'édition	87
5- Fabriquer	121
Le papier	*123*
L'impression	*143*
Le façonnage	*169*
6- Les spécificités du livre scolaire	177
7- Diffuser et distribuer	185
8- Bibliographie sélective	207
9- Webographie sélective	211
10- Glossaire	215
11- Annexes	235
12- Table des matières	243

PRÉFACE

Pour l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF), le livre a toujours constitué une priorité absolue comme véhicule du savoir et comme expression des identités culturelles et des spécificités nationales. En privilégiant, par la formation et le perfectionnement des professionnels du livre, l'appropriation du processus de production d'ouvrages scolaires et de littérature générale par les pays francophones du Sud, la Francophonie est en parfaite cohérence avec son engagement pour le respect de la diversité des cultures et des langues et son combat pour l'éducation et la culture.
C'est dans ce cadre que se situe l'action du CAFED (Centre Africain de Formation à l'édition et à la Diffusion). Programme de formation permanente dans les métiers du livre de la Direction de l'Éducation et de la Formation de l'OIF, le CAFED est un exemple réussi de la politique de décentralisation de l'Organisation puisque sa gestion a été confiée, dès son lancement en 1991, à l'Agence Tunisienne de Coopération Technique (ATCT), Correspondant national de la Francophonie en Tunisie. C'est également un exemple réussi de coopération multilatérale, en particulier sud-sud.

En vingt ans (1991-2011), le CAFED a pu organiser 65 actions au bénéfice de 1028 participants appartenant à 33 pays francophones. Ces sessions de formation et séminaires d'échanges ont couvert tous les maillons de la chaîne du livre, de la politique éditoriale à la librairie en passant par la gestion, la fabrication ou la diffusion-distribution du livre. Le Programme a contribué à former un vivier de formateurs africains dans les métiers du livre et qui ont pu démultiplier dans leurs régions respectives le savoir et savoir-faire reçus. Il a également permis le rapprochement des éditeurs africains pour la réalisation effective de plusieurs coéditions et co-productions entre eux. Enfin, il a édité plusieurs ouvrages dont l'Annuaire des Stagiaires et Participants et, surtout, un *Manuel Pratique d'Édition pour l'Afrique Francophone* dont c'est, ici, la troisième édition sous forme électronique.
Le choix du format numérique témoigne du fort engagement de l'OIF pour les nouvelles technologies de l'information et de la communication au service du développement des pays du sud et de la coopération multilatérale.

Je tiens, ici, à remercier les auteurs de ce manuel, mais également les éditeurs africains qui, lors des lectures accomplies pendant les sessions, ont enrichi la 1ère édition de ce manuel de leurs expériences et de leur vécu. Je remercie également Ridha Najar, Directeur Technique du CAFED, pour la supervision de cette troisième édition et pour la continuité de la qualité et du dynamisme de son action au service du Programme. Bonne lecture à tous !

Clément DUHAIME
Administrateur de l'Organisation internationale de la Francophonie

INTRODUCTION

L'initiative de ce manuel a été prise par le Centre Africain de Formation à l'Édition et à la Diffusion (CAFED) en l'an 2000. Une seconde édition a vu le jour en 2002. L'ambition était de doter les formateurs africains, formés par le Programme, d'un Manuel didactique qui soit un référent pédagogique commun pour démultiplier, dans leur propre environnement, le savoir et savoir-faire reçus. Dès le départ donc, il n'a poursuivi aucun but lucratif, en pleine conformité avec la politique de l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF) de favoriser le développement des industries du livre et des compétences éditoriales dans les pays africains francophones. Telle est, d'ailleurs, la mission du CAFED, programme décentralisé de formation permanente dans les métiers du livre de l'OIF et qui dépend de la Direction de l'Éducation et de la Formation.

Ce manuel a été conçu sous forme de fiches pratiques qui tentent de répondre aux multiples questions rencontrées par les formateurs et les professionnels, aux différentes étapes et phases par lesquelles passe un livre avant d'arriver entre les mains de son lecteur, de la conception éditoriale à la distribution en passant par la gestion des coûts, la fabrication, le façonnage, la promotion et la diffusion.

Ces fiches pédagogiques ne prétendent à aucune exhaustivité. Elles ont été testées au cours de trois sessions de formation de formateurs organisées à Tunis par le CAFED : la gestion éditoriale, la fabrication et la diffusion-librairie. Elles ont été enrichies par le vécu et l'expérience des participants africains à ces sessions. Elles ont été actualisées en fonction de l'évolution des métiers. Leur forme même, en fiches détachables, leur souci du côté pratique des choses et leur prise en compte de la réalité africaine, correspondent au vœu de leurs auteurs et à celui de la Direction Technique du CAFED qui souhaitaient, qu'au fur et à mesure de l'évolution des situations et des technologies, elles soient complétées et actualisées par les formateurs et les professionnels.

Cette troisième édition, évolution des métiers et développement de l'Afrique obligent, se présente sous la forme d'un fichier numérique qui permet une souple navigation entre les thèmes et les différents chapitres. De nombreuses parties ont été revues par l'auteur principal de l'ouvrage, M. Jean-Pierre Leguéré. La bibliographie sélective a été enrichie par des ressources sur l'Internet, notamment par des liens à des études sur la réalité de l'édition en Afrique francophone.

Des schémas et illustrations ont été empruntés à des ouvrages de référence, qui ont été, à chaque fois, nommément cités, notamment l'excellent « Guide de la chaîne graphique » de Jean Valion, édité en 1997 par l'Union Internationale des Journalistes de la Presse de Langue Française (UIJPLF). Que leurs éditeurs et ayants droit soient, ici, remerciés.

Ridha NAJAR
Directeur Technique du CAFED

L'Organisation internationale de la Francophonie

Forte d'une population de plus de 890 millions d'habitants et de 220 millions de locuteurs de français de par le monde, l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF) a pour mission de donner corps à une solidarité active entre les 77 États et gouvernements qui la composent — soit plus du tiers des États membres des Nations unies. Une communauté de destin consciente des liens et du potentiel qui procèdent du partage d'une langue, le français, et des valeurs universelles.

La Francophonie est le dispositif institutionnel qui organise les relations politiques et de coopération entre les États et gouvernements de l'OIF, ayant en partage l'usage de la langue française et le respect des valeurs universelles.

Le dispositif institutionnel de la Francophonie comprend des instances politiques décisionnelles dont la plus haute est le Sommet des chefs d'État et de gouvernement qui se réunit tous les deux ans, et le Secrétaire général de la Francophonie, clé de voûte de ce système. Depuis 2003, le Secrétaire général de la Francophonie est Abdou Diouf, ancien Président de la République du Sénégal. Le Secrétaire général nomme un Administrateur chargé d'exécuter et de gérer la coopération. Clément Duhaime occupe cette fonction depuis 2006.

La coopération multilatérale francophone est mise en œuvre par l'Organisation internationale de la Francophonie et quatre opérateurs spécialisés.

La Francophonie dispose d'un organe consultatif, l'Assemblée parlementaire de la Francophonie (APF). Les quatre opérateurs spécialisés sont : l'Agence universitaire de la Francophonie (AUF), la chaîne internationale de télévision TV5, l'Association internationale des maires francophones (AIMF) et l'Université Senghor.

L'OIF a été fondée en 1970 sur la base du Traité de Niamey (Niger). Elle mène des actions politiques et de coopération multilatérale pour donner corps à une solidarité active au bénéfice des populations de ses États et gouvernements membres. Elle agit dans le respect de la diversité culturelle et linguistique et au service de la promotion de la langue française, de la paix et du développement durable.

Objectifs

Les objectifs de la Francophonie sont consignés dans sa Charte adoptée en 1997 au Sommet des chefs d'État et de gouvernement à Hanoi (Vietnam) et révisée par la Conférence ministérielle en 2005 à Antananarivo (Madagascar) :

- l'instauration et le développement de la démocratie ;
- la prévention, la gestion et le règlement des conflits, et le soutien à l'État de droit et aux droits de l'Homme ;
- l'intensification du dialogue des cultures et des civilisations ;
- le rapprochement des peuples par leur connaissance mutuelle ;
- le renforcement de leur solidarité par des actions de coopération multilatérale en vue de favoriser l'essor de leurs économies ;
- la promotion de l'éducation et de la formation.

Missions

L'OIF a pour objectif de contribuer à améliorer le niveau de vie de ses populations en les aidant à devenir les acteurs de leur propre développement. Elle apporte à ses États membres un appui dans l'élaboration ou la consolidation de leurs politiques et mène des actions de politique internationale et de coopération multilatérale, conformément aux 4 grandes missions tracées par le Sommet des chefs d'État et de gouvernement en 2004 à Ouagadougou (Burkina Faso) pour la période 2005 – 2014 :

- Promouvoir la langue française et la diversité culturelle et linguistique ;
- Promouvoir la paix, la démocratie et les droits de l'Homme ;
- Appuyer l'éducation, la formation, l'enseignement supérieur et la recherche ;
- Développer la coopération au service du développement durable.

Une attention particulière est accordée aux jeunes et aux femmes, ainsi qu'à l'accès aux technologies de l'information et de la communication.

Instances de l'OIF

L'OIF est placée sous l'autorité de trois instances politiques : Le Sommet, l'instance suprême de la Francophonie qui se réunit tous les deux ans, la Conférence ministérielle de la Francophonie (CMF) et le Conseil permanent de la Francophonie (CPF).

La Conférence des chefs d'État et de gouvernement des pays ayant le français en partage, communément appelée "Sommet de la Francophonie", est l'instance suprême de la Francophonie.

Le Sommet se réunit tous les deux ans. Il est présidé par le chef d'État ou de gouvernement du pays hôte du Sommet jusqu'au Sommet suivant. Il statue sur l'admission de nouveaux membres de plein droit, de membres associés et de membres observateurs à l'OIF. Le Sommet définit les orientations de la Francophonie de manière à assurer son rayonnement dans le monde, dans un Cadre stratégique décennal. Il adopte toute résolution qu'il juge nécessaire au bon fonctionnement de la Francophonie et à la réalisation de ses objectifs. Il élit le Secrétaire général de la Francophonie. Le XIIIè Sommet s'est déroulé à Montreux (Suisse) du 22 au 24 octobre 2010.

L'OIF compte une délégation et plusieurs directions de programme ou d'appui. Elle dispose de quatre représentations permanentes : à Addis-Abeba, auprès de l'Union Africaine et de la Commission économique de l'Afrique de l'ONU, à Bruxelles, auprès de l'Union européenne, à New York et à Genève, auprès des Nations unies ; de 3 bureaux régionaux : à Lomé (Togo) pour l'Afrique de l'Ouest, à Libreville (Gabon) pour l'Afrique centrale et l'océan Indien, à Hanoï (Vietnam) pour la zone Asie-Pacifique ; de 2 antennes régionales : à Bucarest (Roumanie) pour l'Europe centrale et orientale et à Port-au-Prince (Haïti) pour la Caraïbe.
L'OIF, ce sont aussi des femmes et des hommes : plus de 300 employés travaillant à pied d'œuvre au siège, à Paris, ou dans les unités hors-siège.

Aux côtés de l'OIF

L'OIF agit en synergie avec l'Assemblée parlementaire de la Francophonie (APF), les quatre opérateurs spécialisés des Sommets que sont l'Agence universitaire de la Francophonie (AUF), TV5, l'Association internationale des maires francophones (AIMF), l'Université Senghor d'Alexandrie ; ainsi qu'avec les deux Conférences ministérielles permanentes : la Conférence des ministres de l'Éducation nationale (Confémen) et la Conférence des ministres de la Jeunesse et des Sports (Conféjes).

Elle s'appuie, toujours davantage, sur les organisations de la société civile. Le Secrétaire général de la Francophonie convoque tous les deux ans une Conférence francophone des organisations internationales non gouvernementales (OING). En 2009, on compte 63 OING et autres organismes de la société civile accrédités auprès des instances de la Francophonie. Elles sont consultées et associées dans la mise en œuvre de certains programmes de l'OIF.

Par ailleurs, l'OIF a conclu des accords de coopération avec de nombreuses organisations internationales ou régionales (Nations unies, Union européenne, Union africaine, Alecso, etc.).

Coordonnées :

Organisation internationale de la Francophonie
19-21, avenue Bosquet, 75007 Paris (France)
Téléphone : (33) 1 44 37 33 00
Télécopie : (33) 1 45 79 14 98
Site internet : www.francophonie.org

Le Centre Africain de Formation à l'Édition et à la Diffusion

INSTRUMENT de formation permanente au sein de l'espace francophone, le Centre Africain de Formation à l'Édition et à la Diffusion du livre (CAFED) est un programme de l'Organisation internationale de la Francophonie (Direction de l'Education et de la Formation).

HISTORIQUE

Décidé par la IIe Conférence des Chefs d'État et de Gouvernement des pays ayant en commun l'usage du français (Québec, Septembre 1987), le CAFED a vu son opportunité confirmée par le Sommet de Dakar (Mai 1989).
Un protocole d'accord fixant les modalités de conduite du programme a été signé en Mai 1990 entre l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF, ex-ACCT) et la Tunisie. Selon ce protocole d'accord, le CAFED est un programme à gestion décentralisée localisé à Tunis.
Sa gestion pédagogique est confiée à une Direction Technique et sa gestion financière est confiée à l'ATCT (Agence Tunisienne de Coopération Technique), Correspondant National de la Francophonie.

MISSION

Le CAFED a une triple mission :

- **Une mission de formation** qui consiste à :
- identifier les besoins de formation ;
- concevoir, imprimer et diffuser les programmes de formation ;
- organiser des stages et séminaires de formation et de perfectionnement, en formation présentielle, décentralisée ou à distance ;
- offrir une assistance en expertise aux entreprises d'édition en fonction de leurs besoins ;
- organiser des stages en entreprise ;
- produire tout outil ou support pédagogique au bénéfice de ses objectifs ;
- mener toute étude relative à son objet.

- **Une mission d'information et de rayonnement** qui consiste à :
- réunir et conserver les résultats des travaux et publications relatives à ses activités ;
- établir et entretenir des relations de coopération et d'échange entre les Centres opérant dans les domaines similaires ;

- diffuser et rendre accessibles les différentes documentations aux organismes et personnes intéressées, par le truchement, entre autres, des nouvelles technologies ;
- concevoir, entretenir et animer un réseau dédié aux métiers du livre.

• **Une mission de coopération** qui consiste en :
- le renforcement de la coopération entre les différents organismes partenaires ;
- la mise en réseau des ressources humaines entre les partenaires ;
- les échanges d'expertise et le partenariat international, en particulier Nord-Sud et Sud-Sud.

ORGANES DE DIRECTION

Le CAFED est un programme à gestion décentralisée de la Direction de l'éducation et de la formation de l'Organisation internationale de la Francophonie. Ses organes de direction sont :
- *Le Conseil d'Orientation* composé d'experts du Nord et du Sud des différents secteurs des métiers du livre.
- *La Direction Technique* et pédagogique est assurée par M. Ridha NAJAR, expert tunisien, Professeur à l'Institut de Presse et des Sciences de l'Information de l'Université de Tunis, ex-Directeur général du Centre Africain de Perfectionnement des Journalistes et Communicateurs (CAPJC).

POPULATIONS CIBLES

Les sessions de perfectionnement et les séminaires d'échanges organisés par le CAFED s'adressent en priorité aux professionnels africains dans les métiers du livre, en particulier dans le domaine du livre scolaire et de l'édition générale. Les profils des populations cibles couvrent l'ensemble des corps de métiers impliqués dans la chaîne industrielle et commerciale du livre, de la conception éditoriale à la distribution au client en passant par tous les stades de la fabrication, de la gestion, de la promotion, de la diffusion et de la distribution.

MODE DE DIFFUSION DE L'INFORMATION

L'acheminement des candidatures se fait généralement par le truchement du réseau officiel des Correspondants nationaux de l'Organisation internationale de la Francophonie. Ceux-ci reçoivent l'offre de formation et la répercutent sur les parties nationales concernées.

Pour assurer une plus large diffusion à ses offres de formation, le CAFED utilise également le réseau des maisons d'édition qui ont déjà envoyé des stagiaires et qui figurent au fichier informatisé du Programme.
Grâce à ses anciens stagiaires et à son vivier de formateurs africains, le CAFED a également tissé une vaste toile d'ambassadeurs informels et amicaux qui se chargent, bénévolement, de diffuser l'information et de conseiller leurs collègues.

MODE DE SÉLECTION DES CANDIDATURES

Les candidatures doivent être directement adressées à la Direction Technique du CAFED qui forme, à chaque fois, un comité de sélection ad hoc. Les critères de sélection adoptés sont purement pédagogiques et n'obéissent à aucun souci d'équilibre politique ou régional.

CONDITIONS DE PRISE EN CHARGE

En général, les participants sélectionnés bénéficient de la prise en charge totale par l'Organisation internationale de la Francophonie de leurs frais de voyage, de perfectionnement et de séjour.

APPROCHE PÉDAGOGIQUE

À l'instar des autres opérations de perfectionnement professionnel proposées par l'Organisation internationale de la Francophonie, les sessions du CAFED dans le domaine des métiers du livre obéissent aux principes de base suivants :

- C'est une offre de perfectionnement qui s'adresse à des adultes, de courte durée et en milieu multiculturel ;
- Il s'agit essentiellement de sessions de groupe, visant à améliorer le savoir-faire et le savoir-être des participants en valorisant l'expérience professionnelle de chacun ;
- La formation dispensée alterne les "cours théoriques" et les travaux pratiques et tient compte des conditions de travail des participants ;
- L'importance des aspects pratiques de la formation conduit la Direction Technique à faire appel à des formateurs chevronnés, composées de professionnels du Nord et du Sud, permettant ainsi à ceux-ci de confronter leurs méthodes et leurs techniques de formation. Des visites et des stages en entreprises permettent de compléter les connaissances pratiques des participants.

PUBLICATIONS

Le CAFED a déjà publié trois ouvrages :

1- *Les métiers du livre en Afrique francophone : situation et besoins de formation,*
ACCT, Bordeaux, 1996, 218 p., ISBN 92-9028-241-X.
Il s'agit d'une étude comparative dans six pays africains (Cameroun, Côte d'Ivoire, Maroc, Sénégal, Tunisie, Zaïre) sur la situation de l'édition et sur les besoins de formation et le suivi des stagiaires du CAFED.

2- *L'Annuaire des stagiaires et participants,* Trois éditions : *1989-98, 1989-2005 et 1989-2012*,
OIF-CAFED, Tunis, 1999 et 2005, 88 p., ISBN 92-9028-262-2., *Edition électronique seule en 2012*.

3- *Le Manuel d'édition pratique pour l'Afrique Francophone*, Trois éditions
OIF-CAFED, Tunis, 2000 et 2002, 270 p., ISBN 92-9028-265-7., *Edition électronique seule en 2012*.

Une enquête de suivi auprès des stagiaires du CAFED a été diligentée en janvier 2013.

BILAN DES ACTIONS DE FORMATION DU CAFED (1989-2012)

Au terme de plus de vingt ans d'activités (Décembre 1989 - Décembre 2012) — et sans compter les deux séminaires d'échanges co-organisés en 1992 et 1994 en partenariat avec l'EIB (École Internationale de Bordeaux) — le CAFED a organisé 67 activités au bénéfice de 1053 participants appartenant à 33 pays dont 32 francophones. Les thèmes des 67 séminaires et des sessions de formation assurés se répartissent comme suit sur les maillons de la chaîne du livre :

1- Axe éditorial et gestion d'entreprise : 23
2- Axe fabrication du livre : 26
3- Axe diffusion, distribution et librairie : 12.
4- Formation de formateurs : 3
5- Divers : 3

RÉPARTITION PAR PAYS DES PARTICIPANTS ET STAGIAIRES (1989-2012)

Pays	Stagiaires
Belgique	6
Bénin	59
Burkina-Faso	18
Burundi	4
Cameroun	89
Canada Québec	3
Comores	3
Congo	28
Côte d'Ivoire	89
Djibouti	12
France	15
Guinée	38
Guinée-Bissau	1
Haïti	2
Liban	1
Madagascar	17
Mali	36
Maroc	49
Maurice	26
Mauritanie	12
Niger	64
Nigéria	1
RCA	12
RD Congo	53
Rwanda	5
Sénégal	138
Seychelles	1
Tchad	14
Togo	60
Tunisie	188
Ukraine	1
Vanuatu	1
Total	**1053**

Manuel pratique d'édition pour l'Afrique francophone

3ème édition

L'ENTREPRISE D'ÉDITION

1.1 Qu'est-ce qu'un éditeur ?
1.2 La politique d'entreprise et l'édition
1.3 La finalité de l'entreprise éditoriale
1.4 Objectifs, environnement et stratégies
1.5 L'édition et l'environnement africain
1.6 Créer une entreprise d'édition
1.7 Créer son entreprise : quelle mise de fonds ?
1.8 Si on commençait par devenir "packager" ?
1.9 La chaîne éditoriale
1.10 Les métiers de l'édition
1.11 Un exemple d'organigramme
1.12 La vie associative

L'entreprise d'édition

La profession d'éditeur est souvent comparée à celle d'architecte ou de chef d'orchestre pour marquer la nécessaire capacité de l'éditeur à maîtriser plusieurs métiers, différents les uns des autres mais inséparables, tous dirigés vers un même objectif : *publier*. Œuvre de l'esprit en même temps qu'objet industriel, le livre requiert l'intervention d'auteurs, de responsables éditoriaux, de concepteurs, de graphistes, de fabricants, aussi bien que de commerciaux ou de comptables. Cette capacité à maîtriser les techniques d'un ensemble de métiers disparates, jointe à la responsabilité financière de la chaîne éditoriale fait de l'éditeur un entrepreneur, quelle que soit la taille de son entreprise et le type de livres produits.

Qu'est-ce qu'un éditeur?

Alvaro Garzon, chef de la Section du livre et des industries culturelles à l'Unesco nous donne une excellente définition de l'éditeur.
« L'éditeur exerce fondamentalement trois fonctions :
1- Il décide des livres à publier.
2- Il assume les risques financiers de sa décision.
3- Il coordonne, tel un architecte, les activités de l'auteur, du ou des traducteurs, de l'illustrateur, de l'imprimeur, du relieur, du publicitaire et des distributeurs. »

La fonction première de l'éditeur passe inaperçue pour beaucoup qui perçoivent difficilement la différence entre un éditeur et un imprimeur. Pour faire simple, disons que le premier *produit* alors que le second *reproduit*. L'éditeur apporte une contribution intellectuelle originale à la société. Passeur de savoirs de toute nature, il participe à l'éducation tout au long de la vie. Découvreur de talents originaux, il publie des romans, des poèmes, du théâtre, toutes œuvres de l'esprit dont le rassemblement constitue la culture du pays et son évolution. Au fil du temps, les catalogues croisés des éditeurs participent à la construction de l'identité nationale.

La dualité du livre, à la fois bien culturel et bien économique, ne doit pas faire oublier que l'éditeur est un commerçant financièrement responsable : la décision de publier, jointe à la responsabilité financière de l'entreprise, sont à l'origine de cette prise de risque que l'on appelle le *pari éditorial*. Décider des livres à éditer, c'est donc sélectionner, parmi les manuscrits reçus, ceux que l'éditeur juge susceptibles de figurer dans son catalogue. Ce jugement se fonde sur le thème, l'intérêt, les qualités stylistiques, l'originalité, l'ensemble des qualités qu'il trouve au texte, mais surtout sur les chances qu'a le livre de rencontrer le public de sa maison d'édition. Il lui faut estimer l'adéquation entre la sensibilité de l'ouvrage et l'ensemble des livres qui forment le fonds de la maison d'édition et son image. C'est, en grande partie, de cette labellisation que dépend la rentabilité de l'opération éditoriale.

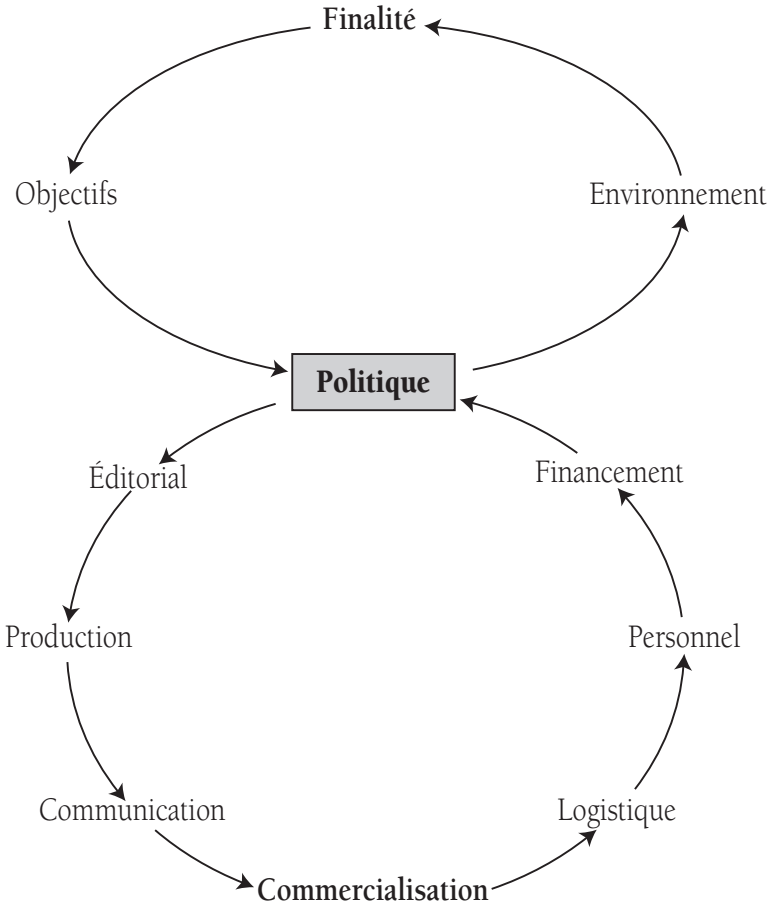
Une bonne recommandation !
La langue anglaise contribue quelque peu à introduire la confusion entre les fonctions : en anglais le mot publisher désigne l'éditeur au sens français du mot, alors que le terme editor définit un responsable éditorial, souvent appelé, en France, chef de produit.

On comprendra encore mieux cette démarche en sachant que lorsque l'éditeur pense qu'il y a un marché pour un certain type de livres, c'est lui qui peut rechercher un auteur auquel il passera une commande d'écriture : c'est le cas aujourd'hui, en France, d'environ 60 % des ouvrages publiés.

La politique d'entreprise et l'édition

Gérer une entreprise, de quelque nature qu'elle soit, exige la prise en compte de l'ensemble des éléments qui concourent à sa vie.

En d'autres termes, il n'y a pas de gestion sans "politique", c'est-à-dire sans une manière concertée de conduire les affaires. La finalité, les objectifs et enfin l'environnement composent le trépied sur lequel l'éditeur construit les éléments essentiels de la politique ; cette dernière détermine à son tour des stratégies en matière de ligne éditoriale, de production, de fabrication, de financement, de ressources humaines, de communication et de commercialisation. Le schéma ci-dessous montre comment s'organisent, s'articulent, s'interpénètrent, s'influencent mutuellement, en un perpétuel mouvement d'itération, les différentes composantes de la politique et des stratégies de l'entreprise.



La finalité de l'entreprise éditoriale

La finalité de l'entreprise est la raison première pour laquelle ses fondateurs l'ont créée. Elle est la pierre angulaire de l'édifice, fondatrice d'une politique constructive.

Dans la majeure partie des sociétés, faire du bénéfice se présente comme la finalité essentielle et constante: la firme est un être vivant dont le devenir dépend de ses bénéfices; le monde de l'édition n'échappe pas à cette règle. Mais au-delà du souci économique, l'éditeur trouve son dynamisme dans d'autres motivations qui peuvent être d'ordres très différents comme :

- participer à l'éducation ;
- transférer des savoirs ;
- créer les conditions d'une véritable démocratie citoyenne ;
- faire vivre les langues nationales ;
- aider les citoyens à vivre leur vie quotidienne ;
- participer à l'expression culturelle d'une nation.

La liste est longue de ces motivations qui sont l'âme, le souffle même du métier ... À ces motivations avouées s'ajoutent naturellement les désirs obscurs des hommes du livre : se faire valoir, se parer d'un manteau d'intellectuel, participer au pouvoir du verbe ... Toutes motivations qu'on ne saurait laisser dans l'ombre sans danger pour l'entreprise car elles sont également porteuses de décisions.

Objectifs, environnement, stratégies

Les objectifs

« *Il n'y a pas de bon vent pour celui qui ne sait où il va* », nous enseigne le philosophe latin Sénèque. Mettre à la voile ... mais dans quelle direction ? La finalité de l'entreprise s'exprime dans ses objectifs, c'est-à-dire essentiellement dans les projets qu'elle entend mener à bien. Encore ces projets ne prendront-ils corps que s'ils sont :

1- viables,
2- ancrés dans le temps, à court, moyen ou long terme,
3- financièrement mesurés,
4- conçus en fonction du public visé.

Cette dernière condition prend naturellement plus de poids dès lors qu'il s'agit de publier des ouvrages à caractère scolaire, technique ou utilitaire, ce que le jargon technocrate nomme "produit". Il va de soi que la publication d'ouvrages d'âme : les essais, la fiction, le roman, la poésie, par exemple, engage différemment l'éditeur comme l'auteur : nul ne sait si le livre trouvera son public et l'expression « pari éditorial » (voir fiche 3.1 p.68) prend alors tout son sens.

L'environnement

Qu'il soit social, économique, linguistique ou culturel, monopolistique ou concurrentiel, l'environnement est naturellement un élément décisif, au sens propre du terme, il est l'eau même dans laquelle évolue l'entreprise d'édition. Et cette eau, sur le continent africain (Voir fiche 1.5 p.30) comme dans les pays du Nord, est constamment changeante : changement de programme scolaire, disparition ou remplacement d'un partenaire essentiel, approbation ou désaccord de banques ou d'organismes internationaux, apparition d'un concurrent, émergence d'un nouveau segment de marché, fluctuation des parités monétaires ... L'éditeur est en présence d'un corps instable dont il ne maîtrise pas les composantes mais auquel il doit impérativement s'adapter.

Les stratégies

Une fois définie la finalité, une fois connu l'environnement, l'éditeur est en mesure de construire une politique c'est-à-dire de mettre en place et gérer des stratégies. Ces stratégies touchent :

- à la production éditoriale, c'est-à-dire au choix des œuvres et des auteurs et à la meilleure façon de les socialiser,
- à la recherche et la gestion des meilleurs moyens de financement,
- aux moyens et aux choix de production,
- aux circuits et aux modes de commercialisation,
- à l'adéquation des moyens de promotion,
- à la pertinence de la communication,
- à la bonne gestion de la plus précieuse richesse de l'entreprise : le personnel.

Nous l'avons souligné, cet ensemble fonctionne dans l'interdépendance et la solidarité de chaque élément avec les autres. La cohérence est la première condition de vie de l'entreprise.

L'édition et l'environnement africain

Les freins à la création de projets éditoriaux sont nombreux en Afrique. Ils tiennent, en premier lieu, aux dimensions restreintes de la plupart des marchés nationaux. Mise à part l'immense République démocratique du Congo avec près de 69 millions d'habitants, et au Magrheb, le Maroc avec 34 millions, les pays les plus peuplés, la Côte d'Ivoire et le Cameroun approchent les 20 millions ; ils sont suivis d'une majorité de pays dont la population se situe entre 10 et 15 millions d'habitants ; enfin 3 pays, le Togo, la République Centrafricaine et le Congo Brazzaville en comptent moins de 5 millions. Ces chiffres ne représentent malheureusement en rien la réalité des marchés. La faiblesse du taux d'alphabétisation et la pauvreté, cruellement installées, notamment en Afrique subsaharienne, sont d'impitoyables freins de l'accession au livre. Dans un pays où 75% de la population est analphabète et vit en dessous du seuil de pauvreté, il faut avoir l'utopie chevillée au corps pour organiser une fête du Livre avec l'espoir de donner le goût du livre et de la lecture…

Malgré de grands progrès, le frein le plus sensible reste, dans la majeure partie des pays, l'absence de politique du Livre. Si elle avait été fondée sur une production endogène des livres scolaires, cette politique aurait permis, depuis de longues années déjà, de faire tourner les machines des imprimeurs, de donner vie aux éditeurs et par la même aux auteurs et à la vie culturelle des pays. Dans la même logique, la ratification du *Protocole de Nairobi* au lieu des seuls Accords de Florence aurait permis depuis longtemps la détaxation des matières importées nécessaires à la production du livre. Il est difficile de fabriquer des livres s'il n'y a pas d'industrie graphique, il est inutile de produire des livres s'il n'y a pas de réseau de diffusion, de créer des bibliothèques s'il n'y a pas de livres, d'écrire des livres s'il n'y a pas d'éditeur ... Seule une vision globale de l'industrie du livre permettra la création de ces structures sans lesquelles ne peut subsister aucune dynamique éditoriale.

Pourtant, un regard dans le rétroviseur nous montre que l'environnement s'inscrit dans une dynamique favorable. La situation était plus sombre en l'an 2000, lors de la publication de la première édition de cet ouvrage, qu'aujourd'hui, en 2011. Au plan de la politique du livre évoquée plus haut, même si toutes les lois ne sont pas encore écrites, la prise de conscience est là ; les approches préliminaires fondent la réalité de la réflexion. Par ailleurs, le nombre de professionnels du livre a augmenté et, avec eux, un savoir-faire qui assure leur crédibilité, qui l'assurera mieux encore lorsqu'ils sauront se fédérer en syndicats représentatifs pour devenir de véritables partenaires des gouvernements. Enfin, certains pays comme le Bénin, le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire ou Djibouti ont réussi leur passage à la production endogène du livre scolaire, soit à travers leurs instituts pédagogiques pour l'intégralité de la chaîne, soit avec le concours des éditeurs privés du pays. Ces évolutions nous montrent que, loin de regarder l'environnement des métiers du livre comme une photographie, nous devons la voir comme un film, un film dont il nous appartient d'écrire les scénarios à venir.

Créer une entreprise d'édition

Les finalités

Tout entrepreneur a pour finalité de gagner de l'argent. Est-ce la finalité principale de l'éditeur? Certes non (Voir fiche 1.3 p.28). Tout autre métier permet d'en gagner plus et le *money-macker* a peu de chance d'y trouver son compte ; mieux vaut, surtout quand on débute, conjuguer deux métiers pour assurer la sécurité familiale. Pour s'engager, il faut donc avoir la volonté farouche de participer à la vie culturelle et sociale de son pays, dans un métier que l'on aime et dont on connaît les techniques. En sachant que tout cela n'est rien si l'on ne dispose pas, en plus, d'un excellent carnet d'adresses.

Les atouts du livre scolaire

Eu égard au faible pouvoir d'achat des éventuels lecteurs et à la médiocrité du réseau de diffusion, s'engager dans la seule publication de littérature générale paraît aujourd'hui périlleux. Il faut se montrer inventif : parascolaire, formation technique et artisanale, tourisme, livre d'enfants sont des marchés possibles. Mais pénétrer le marché du livre scolaire est sans doute, aujourd'hui, au Sud, la voie royale. Encore faut-il avoir la prudence de pratiquer une politique éditoriale à la mesure de ses moyens. Il faut faire ses preuves dans les manuels de base ou d'alphabétisation, là où se pose avec le moins d'acuité la concurrence avec les éditeurs du Nord.

Quelques voies d'accès

On ne s'improvise pas éditeur. Le métier s'apprend par les formations et par la pratique: faire ses classes chez d'autres éditeurs, du pays ou d'ailleurs, est une nécessité pour acquérir la pratique et prendre la mesure des problèmes.

Commencer comme *packager*, c'est-à-dire créer une entreprise dont le rôle est de vendre des services aux éditeurs déjà confirmés ou aux services de communication des entreprises ou des organismes d'État est une autre approche possible : proposer ses services en prépresse, par exemple, permettra de se créer un réseau relationnel dans le milieu de l'édition sans pour autant se demander, à chaque ouvrage publié, si l'on survivra à l'aventure. C'est aussi le moyen de se constituer les premiers fonds propres dont on aura inévitablement besoin pour créer une véritable entreprise d'édition.

La recherche des synergies

Rappelons également à tout candidat à la création d'entreprise l'étroitesse du marché : un pays de 10 millions d'habitants, pauvres pour la plupart et très peu scolarisés, représente-t-il un marché suffisant pour publier ? Mieux vaut imaginer de travailler à l'échelle des sous-régions et penser à des formules de partenariat. Il en existe d'excellents exemples en Afrique francophone. Ces dernières peuvent réunir plusieurs éditeurs du Sud aussi bien que des partenaires du Sud et du Nord. Dans tous les cas, vous vous assurerez que vous pouvez partager les mêmes finalités et viser des objectifs communs. À vous d'éviter, en particulier, les associations Nord-Sud où l'éditeur africain n'est que le cheval de Troie d'un partenaire à la seule recherche du profit.

Votre recherche de synergie peut également s'appuyer sur les Instituts pédagogiques, les organisations non gouvernementales et autres institutions à caractère non marchand.

Créer son entreprise : quelle mise de fonds ?

La question, souvent posée, est pertinente mais de réponse difficile. Une somme de 15 à 20 millions de F CFA paraît un ordre de grandeur concevable si l'on tient compte du modeste inventaire livré ci-dessous, à partir duquel vous pourrez commencer à chiffrer vous-même :

Que faut-il pour commencer ?

– assumer les frais de constitution d'une société,
– acquérir un bail commercial et effectuer les éventuels travaux d'aménagement,
– acquérir les ordinateurs et logiciels nécessaires au prépresse,
– prévoir les charges salariales et autres charges de structure avant le démarrage nécessaires aux mois d'amorce,
- assumer les frais promotionnels de lancement.

Avec ce capital-là, vous disposez d'une structure propre à faire du *packaging* (Voir fiche 1.8 p.33) mais vous n'êtes pas encore paré pour l'aventure éditoriale. C'est que vous ne disposez pas de la trésorerie nécessaire pour faire face aux premières factures des papetiers et imprimeurs: comptez bien que, prudents, ils demanderont des garanties et un règlement de la moitié de la facture avant d'effectuer le travail.
La banque acceptera-t-elle de vous prêter de l'argent sur une commande d'État ? Un fonds d'aide vous permettra-t-il d'entreprendre vos premières publications scolaires à partir desquelles vous aurez amorcé la pompe?
Parce qu'elle fait appel à des prestataires de service, parce qu'elle utilise de la matière première, parce qu'elle doit faire de lourdes avances de trésorerie, l'entreprise d'édition a besoin de fonds propres dès le départ.
Au-delà du matériel et des ressources financières, il faut surtout de la gague ! tous les itinéraires des éditions qui ont réussi montrent l'importance de la personnalité des créateurs d'entreprises. Tous leurs témoignages montrent à l'évidence qu'il faut savoir ajuster ses rêves à la réalité, s'accrocher au terrain, profiter des opportunités, faire preuve de ténacité et de pugnacité.

Si on commençait par devenir "packager" ?

Le mot « packager » qui n'a pas d'équivalent en français désigne un professionnel, ou une équipe de professionnels, capable d'effectuer tous les travaux de la chaîne éditoriale sans avoir à assumer le risque financier de l'édition. Les tâches concernées sont :
La préparation de copie,
La saisie,
l'enrichissement typographique
les corrections d'épreuve
le traitement des images
la mise en page
la capacité d'établir un cahier des charges
la demande de devis
la sélection des fournisseurs d'impression et de brochage
Le suivi du travail de production et de fabrication
Le contrôle de la qualité.

Ces prestations de service peuvent être vendues à toute entreprise, organisme, institution d'État ou privé qui produit du papier imprimé ; ce type de clients existe dans n'importe quel pays. Dans le cas d'un marché avec l'État, par exemple, ce dernier resterait l'éditeur au sens financier du terme ; en revanche il pourrait déléguer à son sous-traitant l'ensemble ou une partie des tâches éditoriales.

Un pas vers le métier d'éditeur

Les moyens nécessaires à la création d'un atelier de packager sont relativement importants dans un contexte de pauvreté : il faut un local, des moyens de communication, un ou deux ordinateurs avec des logiciels de traitement de texte et de mise en page, un scanner, une bonne imprimante. Cependant, l'ensemble reste amortissable rapidement sur les travaux effectués, demande peu de trésorerie et permet d'atteindre rapidement un seuil de rentabilité. Nous sommes loin des sommes importantes que représente l'édition d'un livre, plus encore d'un manuel scolaire. La qualité du personnel de production et le « perçant » d'un bon commercial sont bien sûr les atouts majeurs d'un tel type d'entreprise.
Se présenter en « packager » permet de lancer rapidement une entreprise de type éditorial, de se confronter aux réalités du métier, d'acquérir au fil du temps un savoir-faire reconnu. Quant à l'État, il ne peut que gagner à la mise en place d'entreprises nécessaires à la politique de production du livre endogène.

La chaîne éditoriale

Manuscrit

↓

Études

Contenu
Public
Définition du produit
Moyens
Décision

Contrat avec l'auteur

↓

Établissement de la forme imprimante

Préparation de la copie
Enrichissement de la saisie
Épreuves Corrections
Préparation des illustrations
Épreuves Corrections
Mise en pages
Épreuves
Fichier PostScipt
Flashage
Imposition
Ozalids
Gravure des formes imprimantes

↓

Impression et façonnage

Calage Impression
Vérification
Brochage ou reliure
Vérification

↓

Commercialisation

Stockage des ouvrages
Promotion
Diffusion
Distribution

Les métiers de l'édition

À chaque élément de la chaîne éditoriale correspondent des métiers ; ces métiers ne doivent rien à l'improvisation, les hommes et les femmes qui les pratiquent ont reçu une formation adaptée que confirme l'expérience quotidienne. Nous avons regroupé ci-dessous les métiers par fonction et dans ces fonctions nous avons précisé le rôle de chacun.

Les fonctions éditoriales

Directeur éditorial : à lui –ou elle– la responsabilité de la "ligne éditoriale", c'est-à-dire la définition des grandes orientations de la production sur le court et le moyen terme. Il participe étroitement avec la direction générale à construire la stratégie telle que décrite dans les fiches consacrées à la politique de l'entreprise (Voir fiches 1.3 p.28 et 1.4 p.29). Il porte donc en grande partie la responsabilité de la gestion et de la coordination des différentes collections. Sa personnalité comme la qualité de son travail sont essentielles à l'image de l'entreprise auprès des auteurs comme des partenaires.

Directeur de collection, responsable d'édition ou encore chef de produit, l'appellation diffère d'une entreprise à l'autre, selon le type de production de la maison pour désigner un ou une responsable dont le travail est proche de celui du directeur éditorial auquel il -ou elle- est hiérarchiquement soumis. Ce dernier ne saurait en effet diriger efficacement toutes les collections de la maison : chacune nécessite des connaissances spécifiques, une capacité de jugement adapté, un réseau de relations…

Secrétaire d'édition, l'ambiguïté du titre ne doit pas nous laisser imaginer qu'il s'agit d'un ou d'une secrétaire. Le métier est à "géométrie variable" et, plus qu'aucun autre, varie selon les maisons. Secrétaire d'édition, c'est avant tout une responsabilité sur la qualité du texte : préparations et corrections font l'essentiel de leur travail, mais, dans la majeure partie des entreprises, c'est quelqu'un qui peut aussi être en charge de l'iconographie ou de la coordination des services ou encore du respect de la planification.

Les fonctions de production

Le *Chef de fabrication* : il établit le cahier des charges des demandes de devis, il choisit les imprimeurs et les façonniers, il veille au planning de fabrication, il contrôle la qualité et la quantité des ouvrages imprimés. Aussi est-il le grand dépensier de la maison : en plus de solides connaissances techniques, il doit connaître le marché pour obtenir les meilleurs prix des fournisseurs les plus adaptés. Il joue un rôle puissant d'interface entre les responsables éditoriaux et les créatifs dont les exigences peuvent entraîner des dépenses trop lourdes. Il a en principe également la main sur la répartition des travaux au sein de l'équipe prépresse.

Dans les grandes entreprises, il lui est adjoint un technicien de fabrication chargé du suivi des ouvrages

Graphiste : créatif, il –ou elle– a la charge de la maquette de couverture et de l'élaboration du style des collections, en accord étroit avec les responsables éditoriaux. Ses choix typographiques créent le rythme de la double-page, la personnalité du livre. De la qualité de son travail dépendent l'équilibre et l'agrément visuel de la page dans le respect constant d'une bonne lisibilité.

Les *infographistes*. Techniciens du prépresse, souvent intitulés techniciens de PAO, on les appelait autrefois maquettistes ; sous la tutelle du graphiste, ils procèdent au *montage* avec les logiciels de mise en pages ou de traitement de l'image. Ils sont les auxiliaires précieux du graphiste et peuvent se substituer à lui dans la mise en forme des ouvrages non complexes. L'édition électronique leur ouvre un champ d'activité important dans l'univers du numérique.

Les fonctions commerciales

Directeur commercial, Comme son nom l'indique le "*directeur commercial*" porte la responsabilité de la bonne diffusion des publications. Nous verrons (Voir fiche 7.1 p.186) que la fonction commerciale joue un rôle amont, lié à la connaissance du marché, et à la conduite des projets, elle a un rôle aval pour la mise en marché et le suivi de la diffusion et de la distribution à travers le diffuseur-distributeur (Voir fiche 7.2 p.187).

Le directeur commercial peut s'appuyer sur des collaborateurs directs, comme :

– *les représentants* ou *attachés commerciaux*,

– *les délégués pédagogiques* dont la fonction se révèle nécessaire chez les éditeurs dont l'activité est en lien avec le monde éducatif, scolaire et parascolaire.

L'attaché(e) de presse assure la relation avec les médias. Sa fonction peut s'élargir jusqu'à s'appeler *directeur de la communication*.

Les fonctions logistiques

Le *Gestionnaire des stocks* est comptable des ouvrages disponibles : il tient à jour les fiches de stocks qui participeront au calcul des droits d'auteur,ou à la décision de réédition. Il est également en charge de la sûreté des locaux et des stocks qu'ils abritent

Metteurs à part, le terme désigne les techniciens chargés de recevoir les commandes et de les préparer pour envoi aux clients.

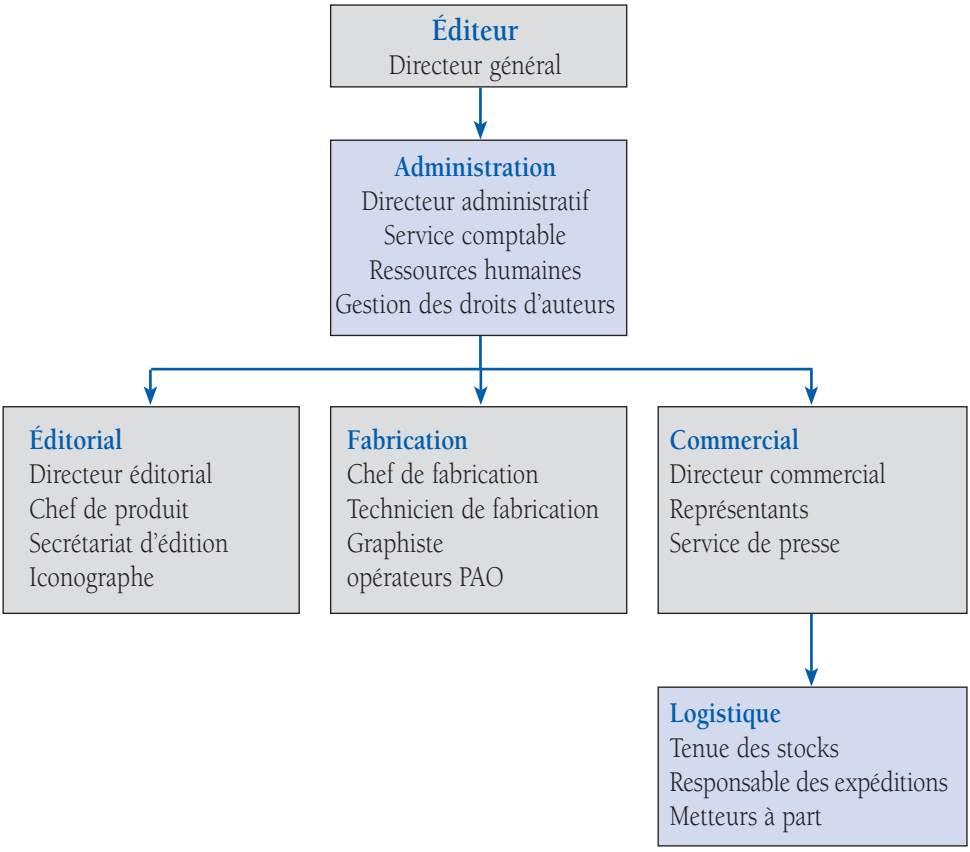
Les fonctions administratives et financières

Souvent occupé par un *directeur administratif*, le poste requiert les qualités nécessaires à la gestion comptable de l'entreprise, à la gestion des droits d'auteur, enfin à la gestion des ressources humaines.

Le besoin de définir les métiers de notre profession pourrait laisser penser qu'il faut être fort nombreux pour faire tourner une maison d'édition ! En France comme en Afrique francophone, nombre d'entreprises sont de très petites sociétés de deux ou trois personnes salariées, quand il ne s'agit pas de sociétés unipersonnelles dont le chef d'entreprise est aussi bien directeur éditorial que metteur en page ou coursier. Pour nombre de services, en particulier le prépresse, il lui faut alors externaliser…

Une bonne recommandation !
Utiliser le vocabulaire le plus juste possible est un moyen de professionnaliser nos métiers, de faciliter la communication entre nous, d'aider nos différents partenaires à s'y retrouver, enfin, et ce n'est pas le moins important de faciliter la reconnaissance de la profession par les pouvoirs publics.

Un exemple d'organigramme



On retrouve dans cet organigramme les différentes fonctions décrites plus haut (Voir fiche 1.10 p.35).

Pour de nombreuses entreprises, un tel personnel apparaît comme pléthorique et la même personne peut occuper plusieurs de ces fonctions, toutes nécessaires. Il importe donc moins de voir dans cette organisation un cadre hiérarchique, qu'un ensemble d'individus, partageant les mêmes objectifs et dont la bonne communication est un élément essentiel à la réussite.

La vie associative

Le développement d'une politique du livre au sein de l'État, la crédibilité auprès des bailleurs de fonds, l'amélioration des crédits bancaires, la reconnaissance sociale tout cela ne s'obtient pas isolement, mais requiert un travail collectif, source de reconnaissance. Sans associations, nationales et internationales organisées et actives, les professionnels ont peu de chance d'être écoutés par les pouvoirs publics. Il leur devient alors difficile d'agir sur leur environnement.

Participer à la vie associative est donc un réel devoir pour chaque éditeur. Les freins sont encore trop nombreux qui ralentissent le pas : la difficulté à passer par-dessus l'esprit de concurrence, les rapports de pouvoirs, les divergences de vue dans les buts à atteindre, les difficultés de financement ne sont que quelques unes des pierres d'achoppement. Les dépasser ensemble est une question de survie pour chacun.
Au-delà des indispensables associations nationales, il faut participer à la vie des associations internationales comm Afrilivres, l'Alliance des éditeurs ou encore Adélia. Nous leur consacrons quelques lignes ci-dessous.

Afrilivres réunit des éditeurs d'Afrique francophone subsaharienne, de Madagascar et de l'île Maurice. L'association a mis en ligne un Cyber-catalogue vitrine de l'association, sous l'adresse www.afrilivres.net il présente les livres disponibles de ces éditeurs.
L'initiative Afrilivres a été lancée par un comité de pilotage d'éditeurs africains réunis en novembre 2001 par Africultures avec l'aide de la Fondation Charles Léopold Mayer pour le progrès de l'homme.

L'Alliance internationale des éditeurs indépendants créée en 2002, regroupe 85 maisons d'édition et collectifs d'éditeurs de 45 pays différents, organisés en 5 réseaux linguistiques.
L'Alliance organise des rencontres internationales et mène des actions de plaidoyer en faveur de l'indépendance. Elle soutient aussi des projets éditoriaux internationaux – soutien qui peut prendre la forme d'une aide à la traduction ou à la coédition. Enfin, l'Alliance contribue à la promotion et à la diffusion des productions du Sud et tente, modestement, d'inverser le sens « unique » des flux commerciaux. L'Alliance participe ainsi à une meilleure accessibilité des œuvres et des idées, à la défense et à la promotion de la bibliodiversité.

ADÉLIA (Association pour le développement du livre en Afrique) est un réseau d'acteurs du livre. Créé en 2010. Il veut réunir non seulement des éditeurs mais aussi des imprimeurs, des libraires, des diffuseurs, des bibliothécaires avec un objectif : contribuer à l'amélioration de l'environnement du livre dans les pays d'Afrique francophone. La priorité d'actions d'Adélia est l'appui aux actions interprofessionnelles et la formation partagées de l'ensemble des acteurs du livre. Il constitue également un pôle de veille pour les États et les bailleurs.

LA RELATION ÉDITEUR-AUTEUR

2.1 Les fonctions du service éditorial
2.2 L'auteur dans la maison d'édition
2.3 L'auteur dans la maison d'édition (schéma)
2.4 Établir la fiche auteur
2.5 La note de lecture
2.6 La décision de publication
2.7 Droit d'auteur et copyright
2.8 Droit moral et droit patrimonial
2.9 Les droits d'auteur, modalités de rémunération
2.10 Les droits d'auteur, modalités de rémunération (2)
2.11 Les droits d'auteur et l'édition numérique
2.12 À quoi s'engagent les partenaires ?
2.13 Les termes du contrat
2.14 Un exemple de contrat simple
2.15 Le traducteur fait œuvre originale
2.16 Illustrateurs ou photographes, ils sont auteurs
2.17 Le droit de citation
2.18 Achat de droits de reproduction, modèle de lettre
2.19 Cession de droits de reproduction, modèle de lettre

Réussir la relation entre éditeur et auteurs

Ce qui différencie le travail de l'éditeur de celui d'un imprimeur, c'est la relation qu'il crée avec l'auteur et sa production. L'essentiel du travail éditorial, c'est de rechercher des auteurs, de les accompagner, enfin de les promouvoir pour qu'ils rencontrent leur public. C'est ce jeu relationnel qui, avec le temps, permettra à l'éditeur de construire un catalogue riche et original.

Parce qu'elle touche à l'intime de la personnalité, à l'énergie créatrice aussi bien qu'à l'argent, la relation entre l'éditeur et ses auteurs est complexe, subtile, mouvementée, parfois passionnelle et, par là même, non réductible à un modèle unique. Paradoxalement, alors même que l'écriture de fiction est essentiellement un travail solitaire, c'est probablement la plus exigeante dans la relation entre l'écrivain et son éditeur. Mais l'accompagnement des auteurs d'ouvrages de commande, qu'il s'agisse de guides touristiques, de livres de cuisine ou de manuels scolaires demande tout autant d'engagement, d'autant plus qu'il s'agit souvent d'œuvres collectives.

La maîtrise de cette relation passe par la création d'un cadre de travail et le strict respect des obligations des deux parties fondées sur le code de la propriété intellectuelle.

Les fonctions du service éditorial

La fonction éditoriale est le métier majeur dans une entreprise d'édition. C'est au service éditorial que revient la responsabilité de définir, avec le chef de maison, la ligne éditoriale dont les résultats doivent conduire à la construction d'un catalogue significatif, doté d'une image forte, et dont les résultats financiers permettent à l'entreprise de progresser.
Le service éditorial effectue un certain nombre de tâches de manière autonome :

- définition des collections,
- recherche de nouveaux auteurs et de manuscrits,
- évaluation des manuscrits commandés ou reçus,
- suivi humain et professionnel des auteurs de la maison,
- travail sur le contenu et la forme,
- préparation de la copie et suivi des épreuves jusqu'à l'obtention du *bon à tirer*,
- relation avec le milieu professionnel.

Il déploie, par ailleurs, un grand nombre d'activités en étroite collaboration avec les différents autres services de la maison:

Avec le service commercial

- étude de marché,
- définition du prix de vente public,
- décision du chiffre du tirage,
- choix de la couverture,
- décision de la date de mise en vente,
- préparation des opérations de promotion,
- préparation du service de presse,
- décision de réimpression ou de réédition.

Avec le service fabrication

- définition du planning de production,
- recherche des maquettes intérieures et de couverture,
- recherche de la qualité de papier adaptée,
- recherche des moyens techniques de reproduction et des fournisseurs les mieux adaptés.

Avec le service administratif

- établissement et gestion des droits d'auteur,
- état des stocks.

Avec le service financier

- recherche des financements,
- établissement du plan de trésorerie prévisionnel,
- établissement du compte d'exploitation prévisionnel.

Mais également avec les fournisseurs extérieurs

- iconographes,
- illustrateurs,
- photographes.

L'auteur dans la maison d'édition

Les cas de figures d'introduction d'un manuscrit dans une maison d'édition sont multiples, avec toutefois deux cas récurrents :
1- le manuscrit arrive chez l'éditeur à l'initiative de l'auteur
2- le manuscrit est commandé par l'éditeur.
Le cas de figure retenu ici et schématiquement exposé dans la fiche suivante (Voir fiche 2.3 p.44) est un cas simple: un auteur adresse, de sa propre initiative, un manuscrit de littérature générale à un éditeur.

Vous trouverez ci-dessous un certain nombre de précisions ou commentaires concernant quelques-uns des postes cités dans le schéma:

2- **Enregistrement :** cela exige un cahier où le secrétariat aux auteurs note:
- l'identité et l'adresse de l'auteur,
- la date de réception du manuscrit; le nom du premier lecteur et la date à laquelle lui a été remis le manuscrit,
- la date de retour de la note de lecture du premier lecteur et sa décision.

4- **Lecteur :** s'il n'est pas l'éditeur lui-même, le premier lecteur est un familier de la maison d'édition, spécialiste du domaine auquel appartient l'ouvrage. On ne se contente pas de sa part d'un rapport de lecture oral, mais on exige de lui une appréciation sous forme de note de lecture argumentée (Voir fiche 2.5 p.46). Elle permet de décider du sort du manuscrit, c'est-à-dire du refus ou de la soumission au comité de lecture.

5- **Refus :** un grand nombre de refus tiennent à la mauvaise qualité du manuscrit, mais la raison du refus peut également tenir au fait que l'ouvrage présenté n'entre pas dans la stratégie éditoriale de la maison ou n'est pas opportun dans l'instant.

7- **Acceptation :** il s'agit là du passage du premier filtre que représente le lecteur originel; le texte intéresse suffisamment pour que la lecture soit confiée au Comité de lecture. L'auteur n'est pas informé officiellement de ces décisions internes.

8- **Comité de lecture :** dans certaines grandes maisons d'édition du Nord, le comité de lecture est le lieu de toutes les ambitions et de toutes les intrigues, au point que les mots *Comité de Lecture* paraissent chargés d'enviables et frissonnants mystères. En fait, il s'agit le plus souvent de professionnels du livre ou de proches à la parole desquels l'éditeur accorde quelque crédit.

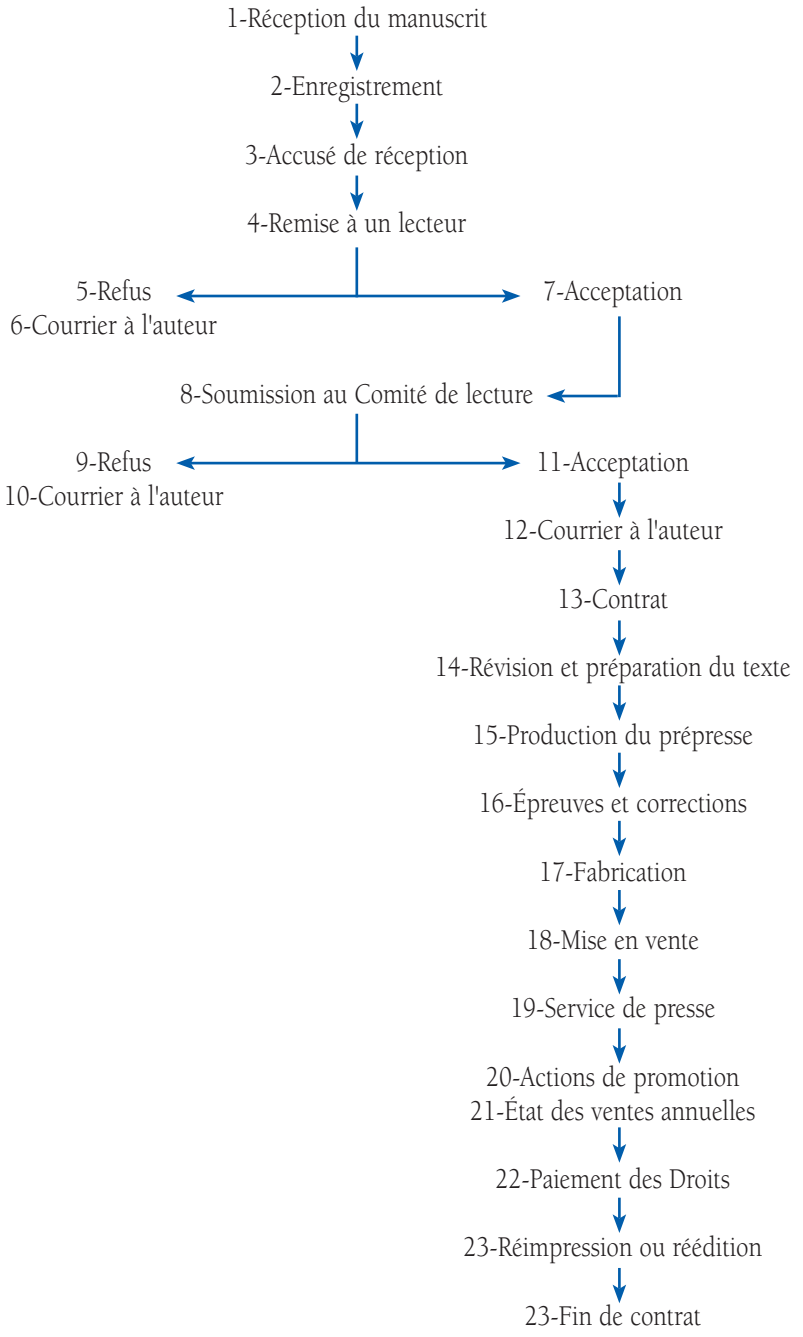
13- **Contrat :** à partir de la signature du contrat, l'auteur est associé étroitement au processus de production et de mise en vente de l'ouvrage.

16- **"Bon à tirer" :** l'auteur doit donner un *bon à tirer* (BAT) sur chaque page publiée. C'est le respect de son droit moral, mais c'est surtout pour l'éditeur une garantie contre les contestations ultérieures au sujet de l'intégrité du texte et de sa présentation.

23- **Réimpression :** attention à ne pas confondre réimpression qui est un nouveau tirage à l'identique et réédition qui est un nouveau tirage comportant des modifications : c'est le cas de l'ouvrage que vous avez entre les mains.

24- **Fin du contrat :** la mévente, suivie par l'éditeur de la décision de ne pas poursuivre l'exploitation, peut entraîner la rupture du contrat entre auteur et éditeur.

L'auteur dans la maison d'édition



Établir la fiche auteur

La fiche de l'auteur, remplie par l'auteur avec le secrétariat aux auteurs, va servir :
1- aux services administratifs et financiers
- pour établir le contrat, payer les droits, remplir les éventuelles obligations sociales ;
2- au service littéraire et commercial
- pour écrire la « quatrième de couverture » et tous autres documents de promotion ;
- pour préparer et effectuer le service de presse ;
- pour préparer et effectuer la mise en vente.

Nom et prénoms de l'auteur .....
Nationalité .....Date et lieu de naissance .....
Adresse professionnelle .....
Adresse personnelle .....
Titres universitaires éventuels .....
Notice biographique pour la quatrième de couverture .....
Renseignements administratifs nécessaires au règlement de ses droits .....
.....
.....

Liste des ouvrages publiés antérieurement
- 1 .....
- 2 .....
- 3 .....
- 4 .....
- 5 .....

et pour chacun d'entre eux :.....
Date de l'édition .....
Éditeur.....
Chiffre de tirage et de ventes connus .....
.....
Prix obtenus .....
.....
Collaboration dans les médias .....
.....
Ayants-droit désignés par l'auteur .....
.....

La note de lecture

Vous ne confiez pas la lecture d'un manuscrit pour vous entendre dire "*Bof!* " ou "*Génial*!".. Vous avez besoin d'une fiche de lecture argumentée qui vous permettra de prendre une décision réfléchie. Dans la mesure où vous prendrez une décision positive de publication, elle vous permettra également d'évaluer le travail à fournir avec l'auteur pour mener l'ouvrage au niveau souhaité.

La structure d'une note de lecture rappelle à votre lecteur un certain nombre de critères d'appréciation. Après l'avoir établie, il remettra la fiche de lecture à la direction éditoriale qui la conservera, soit pour classement, soit pour action. La check-list ci-dessous est adaptée à des ouvrages de type technique; il va de soi qu'il faut l'adapter aux différents types d'ouvrages: fiction, poésie, scolaire, etc.

Auteur **Nom du lecteur :**
Titre

1- Contenu de l'ouvrage
Le lecteur résume le contenu de l'ouvrage en quelques lignes

2- Logique de l'organisation
1- L'ouvrage comporte-t-il une introduction ?
2- L'organisation générale est-elle cohérente ?
3- L'organisation de chaque partie est-elle logique ?
4- Les liens entre les différentes parties et chapitres sont-ils établis ?
5- Y a-t-il des éléments hors sujet ?
6- L'ouvrage comporte-t-il assez d'exemples ?
7- L'auteur a-t-il établi une bibliographie ?
8- Un glossaire, est-il nécessaire ? S'il est présent, est-il suffisant ?

3- Qualité d'écriture
9- L'écriture adoptée est-elle adaptée au public ?
10- L'auteur sait-il susciter l'intérêt du lecteur ?
11- Le style est-il en cohérence avec le sujet ?
12- La syntaxe est-elle correcte ?
13- L'orthographe est-elle respectée ?
14- Le style est-il clair ?

4- Illustrations
15- Les schémas sont-ils lisibles de façon autonome ?
16- Les dessins sont-ils d'une qualité suffisante ?
17- Les photographies sont-elles pertinentes ?
18- Les légendes accompagnent-elles les illustrations ?

5- Présentation matérielle
19- S'agit-il d'un texte manuscrit, d'une dactylographie, d'une saisie sur un logiciel de traitement de texte?

6- Recommandation du lecteur
- Ouvrage à éviter
- Ouvrage intéressant mais n'entre pas dans la ligne éditoriale de la maison
- Ouvrage qui mérite le passage en Comité de lecture

Date de la note

La décision de publication

Qui prend la décision de publication ?

La réponse à cette question varie suivant les entreprises d'édition : mais il est raisonnable de penser que la décision appartient au chef d'entreprise ou au directeur éditorial, après l'avis du comité de lecture. C'est en effet lui qui décide du "pari éditorial". Sa décision va s'appuyer sur quatre éléments :
1- le résultat positif du comité de lecture,
2- la cohérence avec la ligne éditoriale de la maison,
3- l'avis du service commercial,
4- éventuellement l'accord d'un organisme d'aide à la publication.

Mais le décideur tient également compte d'autres éléments comme le programme éditorial, les disponibilités d'investissement, la présence ou non d'un événement favorable à la publication.

Qui est concerné, pour action ou pour information ?

Pour action

1– Le service éditorial pour :
le planning éditorial du travail sur le contenu, texte et image et la création d'une pré-maquette,
l'établissement du contrat avec l'auteur, en accord avec le service juridique,
l'écriture des argumentaires de vente.

2– Le service fabrication pour :
la détermination du cahier des charges,
la recherche des fournisseurs,
l'établissement d'un devis prévisionnel précis,
les plannings de production en accord avec les plannings des fournisseurs : imprimeurs, façonniers…
la mise en fabrication.

3– Le service commercial pour :
le planning de mise en place,
la détermination des éventuelles actions publicitaires ou de promotion.

4– Le service financier pour :
l'intégration de l'ouvrage dans les plans de trésorerie.

Pour information

Le service administratif
pour enregistrement de l'auteur.

Droit d'auteur et copyright

En abordant le thème des droits d'auteur, nous sommes au cœur même de notre chapitre dédié aux relations équilibrées et durables entre les deux partenaires, éditeurs et auteurs. Les quelques fiches qui suivent ne prétendent pas se substituer à un guide complet du droit d'auteur : elles décrivent l'essentiel, vous indiquent des directions et vous encouragent à en savoir plus par la consultation d'un ouvrage spécialisé.

À quoi sert le copyright ?

Le *copyright*, littéralement "droit de copie", est l'élément le plus visible de la protection des œuvres. Il protége les droits d'exploitation de l'ouvrage et signifie le droit exclusif de l'auteur ou, plus souvent encore, de l'éditeur concessionnaire, d'exploiter l'œuvre selon les conventions internationales et la législation nationale..

L'éditeur doit mentionner sur tous les exemplaires, au verso de la page de titre, en pied de page, le symbole © pour *copyright*, le nom du titulaire du droit : auteur ou éditeur, l'année de première publication. En cas de réédition avec changements, comme c'est le cas de ce manuel, on affectera la nouvelle année.

Le droit d'auteur : une notion ancrée dans l'histoire

Les aspects juridiques de ce que l'on appelle le *droit d'auteur* varient selon les législations nationales. Nous nous limitons ici à mettre en évidence certains des aspects fondamentaux de ce droit particulier. Résultat d'une longue et lente évolution dont on peut faire remonter l'origine au début de l'ère historique, la notion de *propriété littéraire et artistique* — c'est-à-dire des droits d'un auteur sur l'œuvre qu'il a créée — est déjà nettement affirmée dans l'Antiquité gréco-latine. Mais la révolution technique introduite au XV^{e} siècle par Gutenberg se trouve être sans aucun doute le « déclencheur » essentiel. L'augmentation considérable de la production de textes et d'images due à l'imprimerie, l'abaissement des coûts de production et donc des prix de vente, les techniques de commercialisation mises au service de cette production accrue et diversifiée, enfin, les enjeux financiers qui en résultèrent avec les abus — allant jusqu'au piratage — qui suivirent, conduisirent peu à peu les États à réglementer l'impression et la diffusion des ouvrages. Ces réglementations avaient par ailleurs l'avantage de permettre aux pouvoirs publics — longtemps liés au pouvoir religieux — d'exercer un contrôle pouvant aller jusqu'à la censure, sous les diverses formes qu'elle a revêtues.

Une introduction au droit moral et patrimonial

À la fin du XVIl^{e} siècle et surtout au XV1II^{e}, certains pays d'Europe et certains États des États-Unis d'Amérique affinèrent la notion de propriété littéraire, allant jusqu'à affirmer qu'elle était *La propriété la plus sacrée*. Des législations nationales en découlèrent ; elles furent suivies, à la fin du XIX^{e} siècle, par un premier accord multinational, la *Convention de Berne* (1886), et, au milieu du XX^{e} siècle, sous l'égide de l'Unesco, par la *Convention universelle du droit d'auteur*, dite *Convention de Genève* (1952). L'une et l'autre de ces conventions ont donné lieu à plusieurs

révisions. Parmi celles-ci, les *Révisions de Paris* (1971) s'attachèrent principalement au renforcement des mesures propres à favoriser les pays en voie de développement du point de vue de l'éducation, de la science et de la culture. Un régime particulier y est instauré concernant les ouvrages scolaires, universitaires et de recherche. Après ce rapide aperçu historique, il convient de souligner les deux principaux *attributs* (c'est le terme juridique consacré) du droit d'auteur qui sont aujourd'hui généralement reconnus: le *droit moral* et le *droit patrimonial* (ou de propriété, ou encore pécuniaire).

Droit moral et droit patrimonial

La propriété littéraire et artistique est le droit exclusif donné par la loi à l'auteur d'une œuvre de l'exploiter et de veiller à son intégrité. Vous rencontrerez cette même notion sous les termes *propriété intellectuelle* ou encore tout simplement *droit d'auteur*. Le terme auteur désigne aussi bien un écrivain, un traducteur, qu'un photographe, un illustrateur ou tout autre créateur de ce qu'on appelle une œuvre de l'esprit. Sous le concept de propriété littéraire et artistique cohabite deux notions différentes mais complémentaires : la première s'intéresse au droit moral, la seconde aux droits patrimoniaux.

1- Le droit moral pour respecter l'œuvre et son auteur

Le droit moral se fonde sur l'idée qu'une œuvre est le reflet de la personne, de son créateur. Au travers de l'œuvre, le public peut apprendre à connaître l'auteur, à percer sa personnalité profonde, à mesurer ce qu'il ressent comme ses qualités et ses défauts. L'auteur doit donc pouvoir conserver la maîtrise de son œuvre. Pour ce faire, le droit moral lui accorde 4 prérogatives :

1- L'auteur a seul le droit de divulguer son œuvre; de plus, il a le droit de choisir les conditions de la divulgation: l'éditeur ne peut, en principe, choisir seul le moment de la diffusion, non plus que la collection dans laquelle sera publié l'ouvrage;

2- L'auteur a le droit d'apposer son nom sur l'œuvre comme il l'entend. Il peut aussi bien signer de son nom que du pseudonyme de son choix;

3- L'auteur a droit au respect de l'intégrité de son œuvre, aussi l'éditeur ne peut-il en altérer la forme par des coupures, des adjonctions ou toutes autres modifications;

4- L'auteur enfin dispose d'un droit de repentir ou de retrait: l'éditeur ne peut empêcher un auteur de vouloir retirer entièrement son livre du commerce, il ne peut l'empêcher non plus de le remanier. Il pourra, en revanche, demander des compensations pécuniaires pour compenser ses frais ou réparer son préjudice matériel.

Le droit moral comporte de plus quelques aspects particuliers:

– il est *incessible*, c'est-à-dire qu'il est *intransmissible* du vivant de l'auteur ;

– il est *inaliénable* ce qui revient à dire que l'auteur ne peut en être dessaisi d'aucune ; il sera façon,

– enfin il est *perpétuel* et *transmissible aux héritiers*.

2- Les droits patrimoniaux pour garantir la rémunération de l'auteur

La vocation des droits patrimoniaux est de permettre à l'auteur de tirer profit de son œuvre. Très concrètement, ils se matérialisent par les droits d'auteur que l'éditeur verse à l'auteur qui lui a cédé son droit d'exploitation (voir fiche 2.9 p.51). Contrairement aux droits moraux, les droits patrimoniaux sont *cessibles*, *aliénables* et *limités dans le temps*. Cette dernière caractéristique prévoit qu'à la mort de l'auteur les droits pécuniaires échoient à ses héritiers pendant une période de 70 ans ; l'œuvre tombe ensuite dans le domaine public, c'est-à-dire que, à condition de respecter le droit moral, peut l'exploiter qui veut.

La Propriété littéraire et artistique et le contrat-type

Ne confondons pas le droit de la propriété littéraire et artistique avec le contrat-type d'édition : la législation s'applique à l'ensemble de la propriété artistique et fait force de loi ; le contrat-type est une convention entre particuliers, inscrite dans le cadre de la loi; il peut servir de canevas, mais ne présente aucun caractère d'obligation quant à la forme.

Les droits d'auteur, modalités de rémunération

Une fois la décision de publication prise, la rédaction d'un contrat s'impose ; il sera le garant de la qualité de vos futures relations Nous verrons plus loin qu'il s'intéresse à d'autres éléments que la rémunération. Mais sur quoi se fonde cette dernière ?

Deux principes clairs et simples d'application

Pour établir les droits de vos auteurs, vous pouvez vous appuyer sur ces deux principes simples :

1– La rémunération de l'auteur doit être proportionnelle aux recettes effectuées;

2– Le pourcentage doit être calculé sur le prix de vente au public hors TVA, prix qui devrait se trouver dans le contrat et apposé sur la quatrième de couverture du livre.

Ces deux principes clairement posés, aussi bien par l'Unesco que par la législation française, souffrent quelques dérogations qui autorisent la rémunération forfaitaire (Voir fiche 2.10 p.52).

Quel pourcentage ?

Si le droit précise l'assiette sur laquelle calculer la rémunération, il est muet sur le pourcentage attribué à l'auteur. Ce pourcentage s'établit de gré à gré entre l'éditeur et son auteur. Il varie selon le genre de l'ouvrage, l'importance du public visé, la notoriété de l'auteur : 3 à 5% pour un recueil de poésies dont l'éditeur n'est pas sûr d'atteindre le seuil de rentabilité, 8 à 10%pour une œuvre de fiction dont l'auteur a déjà publié, 15% pour un auteur de renom dont l'ouvrage se vendra à coup sûr à plusieurs dizaines de milliers d'exemplaires : voilà des indicateurs, non des modèles.

Rien n'empêche que l'éditeur et l'auteur s'entendent sur des pourcentages progressifs selon le nombre des ouvrages vendus, par exemple:

3% de 100 à 500 exemplaires.,
7% de 501 à 1501 exemplaires,
10% au-delà.

Ce procédé permet à l'éditeur d'accéder un peu plus facilement à son seuil de rentabilité ; à l'auteur de se trouver rémunéré, même symboliquement… et d'être diffusé.

Nombre d'éditeurs tentent de déroger à ces usages en fondant l'assiette de la rémunération sur le prix de cession, en diminuant le montant des droits du coût de composition ou toute autre malice, largement inspirée par les agissements des éditeurs du Nord. Il y a là quelque stupidité puisque les deux parties peuvent s'entendre librement sur le pourcentage des droits et que, au lieu de contracter sur la base de 12 ou 15 % sur le prix de cession, l'éditeur peut tout aussi bien proposer 6 ou 8 % sur le prix de vente au public.

Quand et comment régler les droits ?

Le règlement des droits d'auteur se calcule et se paie une fois par an à la date prévue au contrat, généralement au premier trimestre de chaque année. Ainsi vous verserez les droits d'auteur calculés sur l'année 2011 au premier trimestre 2012.

Toutefois, lorsque l'ouvrage paraît au cours du dernier trimestre d'une année, il est d'usage de ne payer les droits d'auteur qu'au compte de la deuxième année qui suit la publication. Exemple : vous avez publié un ouvrage en novembre 2011, vous ferez un état des ventes sur les années 2011 et 2012 et vous paierez les droits dus au premier trimestre 2013.

Une bonne recommandation !
En cas de disparition de l'auteur, n'oubliez pas que vous avez les mêmes obligations vis-à-vis des ayants droit que vis-à-vis de l'auteur.

Les droits d'auteur, modalités de rémunération (suite)

Acompte ou avance sur droits ?

La rémunération proportionnelle ne vous empêche pas de verser à l'auteur une avance sur droits ou des acomptes. Veillez toutefois au vocabulaire utilisé ! Acomptes et avances ne sont pas synonymes : l'**acompte** est une somme que vous versez à l'auteur, généralement à sa demande, avant la date convenue du règlement annuel de ses droits ;. vous récupérerez cette somme au moment de régler les droits avec le risque, il est vrai, que les droits réels soient inférieurs à l'acompte…

En revanche, **l'avance sur droits** est contractuelle : c'est une somme que vous êtes convenu de verser à l'auteur à une date ou à des dates prévues. Attention : elle reste acquise à l'auteur quel que soit le résultat des ventes.

***"Combien t'en as vendu ?"* : l'éternel conflit**

La querelle est vieille comme le monde ! L'auteur affiche souvent le sentiment que le nombre d'exemplaires déclarés vendus par la maison d'édition est très largement inférieur à la réalité et que ses droits s'en trouvent amputés d'autant.

La difficulté de la rémunération tient, pour l'auteur, à l'opacité des ventes. La loi donne une réponse ; elle prévoit que l'auteur peut, au moins une fois l'an, exiger la production par l'éditeur d'un état mentionnant le nombre d'exemplaires fabriqués pendant l'exercice ; cet état doit préciser la date et l'importance des tirages ainsi que le nombre d'exemplaires en stock.

Le reste est affaire de confiance mutuelle. Une confiance d'autant plus difficile à instaurer que les réseaux de diffusion sont confus, que les vols alimentent les "librairies par terre", que les éditions pirates bousculent le jeu.

Quand pouvez -vous proposer une rémunération forfaitaire ?

Pour une grande partie des œuvres de commande, vous pouvez proposer une rémunération forfaitaire aux auteurs dans les cas suivants :

1- ouvrages scientifiques ou techniques,
2- anthologies et encyclopédies,
3- traductions,
4- préface, annotations, introductions, présentations,
5- illustrations d'un ouvrage, dans la mesure où celle-ci n'est pas l'élément constituant principal de la publication.

S'ajoutent à cette liste :

1- les éditions de luxe à tirage limité,
2- les livres de prières,
3- les éditions populaires à bon marché,
4- les albums bon marché pour enfants.

Attention : Acomptes et avances ne sont pas synonymes : l'acompte est une somme que vous versez à l'auteur, généralement à sa demande, avant la date convenue du règlement annuel de ses droits ; vous récupérerez cette somme au moment de régler les droits.
En revanche, l'avance sur droits est contractuelle : c'est une somme que vous êtes convenus de verser à l'auteur à une date ou à des dates prévues et qui restent acquises à l'auteur quel que soit le résultat des ventes.

Le droit d'auteur et l'édition numérique

Le contrat d'édition tel qu'il est présenté dans les pages précédentes vaut-il pour l'édition numérique ? La réponse est oui, sans hésitation. Comme nous l'avons vu, le contrat est fondé sur le droit de la propriété intellectuelle dont l'un des premiers articles veut que l'acte de cession identifie chacun des droits annexes cédés (Voir fiche 2.13 p.57); il veut également que ceux-ci fassent l'objet d'une mention distincte dont les limites soient situées dans l'espace, et dans la durée. Comme l'écrivent Marin Dacos et Pierre Monier dans leur essai sur l'édition électronique : *"En droit la situation est donc simple : toute nouvelle exploitation d'une œuvre sur un support numérique et en ligne doit faire l'objet d'un nouveau contrat"* Pourtant, comme le soulignent ces mêmes auteurs, la réalité est plus complexe. Tout comme la naissance de l'imprimerie a modifié les pratiques du livre, l'introduction des nouvelles technologies modifie la relation auteur-lecteur telle que nous la connaissons depuis la Révolution française. Aussi les parties prenantes débattent-elles avec ardeur depuis près de vingt ans.

Mais comment réguler la copie?

Débats contradictoires mais aussi fondés : l'un des usages que le droit d'auteur traite principalement est celui du contrôle de la reproduction de l'œuvre ; il est dévolu à ceux qui en ont reçu l'autorisation et à eux seuls. Si ce contrôle est aisé pour une œuvre matérielle sous forme de livre, il est en revanche peu adaptable à une œuvre virtuelle dont la transmission prend la forme d'une multiplicité de reproductions de fichiers contenant l'œuvre tout au long de la chaîne de transmission de l'information depuis l'émetteur jusqu'au récepteur. Comment insérer une régulation dans un tel système ? Et faut-il vraiment insérer une régulation, interrogent les plus provocateurs ? C'est de ce débat que sont nées deux options que nous exposons succinctement ici.

DRM : Un régulateur intégré dans un système de protection

Une première réponse est de mettre en place des dispositifs formels de délivrance d'autorisation inclus dans les dispositifs techniques eux-mêmes pour autoriser ou interdire la copie. Venus des États-Unis, le concept de *Digital Rights Management Systems* (DRM) a donné vie à ce type de régulateur avec l'adoption du *Digital Millenium Copyright*, alors qu'en Europe apparaissait l'*European Union Copy Directive* intégré dans le droit français par la loi DAVSI (Droit d'auteur et droit voisin dans la société de l'information).

Malgré les insuffisances du système et les critiques affichées, les différentes générations de liseuses, comme Sony, Booken, Amazon ont embarqué des systèmes issus du DRM. Ils reposent sur l'attribution d'un identifiant unique au fichier diffusé au moment du chargement ; chaque nouvelle lecture du fichier communique cet identifiant à un serveur de contrôle qui délivre ou refuse l'autorisation de lecture.

Creative commons : une alternative pour libérer la circulation des copies

Si les fonctions DRM ont pour fonction de contrôler la circulation des copies, les licences libres et *creative commons* souhaitent au contraire la libérer : le créateur qui désire favoriser la diffusion de son œuvre y trouve son compte. Elles présentent une alternative, largement utilisée par

les éditeurs de photographies et de musique, de blogs, d'auteurs en auto-édition ou de pages de sites web. Le plus connu de ces sites est évidemment celui de l'encyclopédie en ligne Wikipedia. Les éditeurs de livres sont, par nature, réticents devant un système qui altère l'essence même de leur métier qui est d'offrir au public des ouvrages sélectionnés et met en jeu leur existence économique qui repose sur la cession de droits patrimoniaux.

La conjonction du système DRM et des licences libres offre aux auteurs un champ de relation élargi avec leurs lecteurs : c'est ce nouveau rapport possible entre les deux partenaires, auteur et lecteur, qui modifie profondément la manière dont les textes peuvent être produits, reproduits et diffusés.

À quoi s'engagent les partenaires ?

Vous trouverez (fiche 2-14 p.58) un contrat-type d'édition. Toutefois, avant d'en prendre connaissance, examinons l'essentiel des engagements respectifs des uns et des autres : ce sont ces engagements qui déterminent les termes du contrat.

Les trois engagements de l'auteur

1- L'auteur s'engage à livrer une œuvre originale
L'originalité ne réside pas dans la seule nouveauté du contenu ; rien de ce qui est écrit, par exemple, dans ce "*Manuel pratique d'édition*" n'est nouveau puisque nous sommes dans le transfert de connaissances ; les auteurs ne sont pas les inventeurs des informations contenues. En revanche, l'ouvrage porte la marque de l'originalité de la présentation de l'information vers un public ciblé, et, par là même, il est novateur.

2- Cette œuvre doit être libre de toute servitude
En termes simples, cela signifie que l'auteur n'a pas déjà engagé sa signature auprès d'un autre éditeur pour le même ouvrage. Cela signifie aussi que l'ouvrage ne risque pas de tomber sous le coût d'une interdiction pour cause de diffamation, atteinte à la vie privée ou encore atteinte à l'ordre public ou aux bonnes mœurs.

3- L'auteur doit livrer son ouvrage dans un temps donné
Lorsque l'auteur propose lui-même un manuscrit, cette clause ne pose guère de problème, encore que d'éventuels remaniements ou corrections pourraient retarder la date de parution annoncée et gêner la commercialisation. En revanche, lorsqu'il s'agit d'un ouvrage de commande, comme un livre technique ou plus encore un manuel scolaire, le respect de la date de livraison prend alors toute son importance.

Les quatre engagements de l'éditeur

1- L'éditeur s'engage à produire l'ouvrage…
Cet engagement semble évident, mais toutes sortes d'événements peuvent intervenir qui influent sur l'éditeur et pourraient le détourner de la publication s'il n'y était obligé : environnement politique ou social, irruption sur le marché d'un ouvrage concurrent, problèmes économiques liés à l'activité de l'entreprise, etc.

Une bonne recommandation !
Ces engagements de l'un et de l'autre des partenaires forment le fondement du contrat d'édition. Vous pouvez y rajouter de nombreuses précisions, vous ne pouvez, en revanche, rien en retrancher.

2- …dans un temps donné
L'éditeur est tenu de publier dans un délai qui figure au contrat. On comprend bien que l'auteur doit pouvoir défendre ses intérêts et ne pas laisser "geler" la publication de son œuvre entre les mains d'un éditeur paralysé. L'obligation paraît évidente quand il s'agit d'un ouvrage scolaire qui doit naturellement paraître avant la rentrée.

3- À en assurer la diffusion

L'éditeur est tenu d'assurer à l'œuvre une exploitation permanente et suivie et une diffusion commerciale, conformément aux usages de la profession. L'éditeur doit, en particulier, veiller à ce que l'ouvrage soit disponible en librairie ; cette dernière responsabilité, convenons-en, n'est pas simple à assumer sur le continent africain.

4- enfin, à rémunérer l'auteur

Si le principe de base de la rémunération est simple (Voir fiche 2.9 p.51), il souffre de tant d'exceptions que vous trouverez un exemple de modalités de rémunération (voir fiche 2-14, article 6 p.58).

Les termes du contrat

Les fiches précédentes énumèrent les points essentiels du contrat d'édition. La précision avec laquelle les partenaires souhaitent prévoir toutes les éventualités peut en allonger considérablement les termes. C'est ainsi que nous assistons, en France, au fil des ans, à une inflation de la longueur des contrats. Certains pensent que les juristes dont s'entourent aujourd'hui les grandes maisons sont à l'origine du phénomène ; d'autres, plus prosaïques, prétendent que la possibilité d'appuyer sur un simple bouton pour sortir plusieurs feuillets de la mémoire d'un ordinateur, sans recourir à la frappe d'une secrétaire serait une cause tout aussi profonde. Rien n'oblige les éditeurs Africains à suivre le mouvement! Vous trouverez ci-dessous une liste des points indispensables et sur les fiches suivantes un exemple de contrat.

Plan du contrat

Désignation des parties
Objet du contrat

1- Étendue de la cession
dans le temps,
dans l'espace,
avec ou sans les droits annexes (citer chacun d'entre eux)).

2- Remise du texte
forme et date,
précisions sur les épreuves et corrections.

3- Production et exploitation de l'ouvrage

4- Droits d'auteur
assiette,
taux,
exploitation des droits annexes,
réédition et versements des droits.

5- Fin du contrat,
mévente,
solde.

6- Droit de préférence

7- Règlement des différends

La notion de droits annexes

Dans la majorité des cas, l'auteur cède à l'éditeur, en plus de l'exploitation des droits de reproduction, le droit d'exploiter les droits annexes, c'est-à-dire l'exploitation du livre sous d'autres formes : édition de poche, édition numérique, traductions, enregistrement sonore, adaptation théâtrale ou cinématographique, par exemple.

Un exemple de contrat simple

Éditions d'Afrique
24, rue Blaise Diagne
Dakar

Entre les soussignés :
Fanta Cissé, habitant 18, rue des Allouines à Dakar, d'une part
et
La société Éditions d'Afrique, sise 24, rue Blaise Diagne à Dakar, représentée par son directeur général, Babakar Diop, d'autre part
Il a été convenu ce qui suit:

Article 1- Madame Fanta Cissé concède aux Éditions d'Afrique, dans les termes des lois actuelles et futures tant sénégalaises qu'étrangères et des conventions internationales, pour pour la durée de sa propriété littéraire et celle de ses héritiers ou ayants droit), le droit exclusif d'imprimer, de publier et de vendre un ouvrage de sa composition dont le titre est: *"Le Jour de Gloire"*.

Article 2- Madame Fanta Cissé s'engage à remettre à l'éditeur à la date du 30 septembre 2011, sous la forme d'un fichier Word et d'une sortie papier conforme au contenu du fichier, un exemplaire du texte définitif et complet de son ouvrage. L'auteur déclare conserver un double de son texte.

Article 3- L'éditeur s'engage à envoyer les épreuves de l'ouvrage mis en page à l'auteur qui devra de son côté les lire, les corriger et les retourner dans un délai maximum de 3 semaines.

Article 4- Les frais relatifs aux éventuelles modifications du texte original demandées par l'auteur sur les épreuves montées seront à sa charge.

Article 5- Les Éditions d'Afrique s'engagent à éditer cet ouvrage dans un délai qui ne saurait dépasser douze mois et se réservent le droit de fixer le format, le tirage et le prix du volume. Toutefois, le chiffre du premier tirage ne pourra être inférieur à 1000 exemplaires.

Article 6- Les Éditions d'Afrique verseront à Madame Fanta Cissé, sur le prix fort de vente et par exemplaire vendu, un droit d'auteur de:
6 % sur les mille premiers exemplaires vendus,
8 % sur les trois mille exemplaires suivants,
10 % au-delà.

les Éditions d'Afrique verseront à Madame Fanta Cissé une avance sur droits de 200 000 F CFA à la date de mise en vente de l'ouvrage. Cette avance afférente aux 1000 premiers exemplaires restera acquise à l'auteur en tout état de cause, même si le nombre d'exemplaires vendus se trouvait inférieur.

Article 7- Les exemplaires destinés à la presse et à l'auteur seront, comme d'usage, exempts de tous droits.

Article 8- Les comptes de l'ensemble des droits dus à l'auteur seront arrêtés une fois par an, le 31 janvier de chaque année. Ils seront transmis à l'auteur dans les deux mois suivant la date d'arrêté des comptes et réglés le jour même.

Article 9- Les sommes produites par la cession des droits de traduction dudit ouvrage en langue étrangère seront partagées par moitié entre l'auteur et l'éditeur. Les sommes produites par la vente des autres droits annexes seront également partagées par moitié entre les deux partis.

Article 10- Les droits annexes feront l'objet d'un compte à part, séparé de celui des droits issus de l'édition courante. Dans chaque cas, la part revenant à l'auteur à la suite de la cession des droits sera réglée dans le mois suivant l'encaissement par l'éditeur.

Article 11- Madame Fanta Cissé recevra à titre gratuit dix exemplaires du premier tirage. Les exemplaires dont elle pourrait avoir besoin en plus de ce nombre lui seront cédés avec une remise de 50 % sur le prix fort de vente.

Article 12- En cas de mévente, c'est-à-dire lorsque la vente annuelle sera descendue au-dessous de 5 % du dernier tirage, l'éditeur aura le droit de solder les exemplaires restant en magasin, à moins que l'auteur, dûment prévenu par lettre recommandée, ne préfère les racheter. Le prix de rachat ne pourra être supérieur au prix de revient des exemplaires. Conformément à l'article 8 du présent contrat, Madame Fanta Cissé ne pourra dans ce dernier cas prétendre aux versements de droits sur les ouvrages qu'elle aura achetés.

Article 13- Si, après épuisement de l'ouvrage, les Éditions d'Afrique décident de ne pas effectuer de réimpression, Madame Fanta Cissé pourra reprendre la libre disposition de son titre et de son ouvrage après écoulement d'un délai d'une année qui suivra la demande de réimpression qu'elle aura adressée par lettre recommandée avec accusé de réception aux Éditions d'Afrique.

Article 14- Madame Fanta Cissé accorde aux Éditions d'Afrique une option sur les prochains ouvrages qu'elle écrira. Les Éditions d'Afrique disposeront d'un délai de trois mois pour informer l'auteur de leurs possibilités d'édition et, en cas d'acceptation, d'un délai de douze mois pour publier l'ouvrage présenté.

Article 15- Tout différend pouvant naître à l'occasion du présent contrat sera soumis à une conciliation préalablement à tout recours devant les tribunaux de Dakar.

les Éditions d'Afrique verseront à Madame Fanta Cissé une avance sur droits de 200 000 F CFA à la date de mise en vente de l'ouvrage. Cette avance afférente aux 1000 premiers exemplaires restera acquise à l'auteur en tout état de cause, même si le nombre d'exemplaires vendus se trouvait inférieur.

Dakar, le 30 mai 2011

Fanta Cissé Babakar Diop

Le traducteur fait œuvre originale

Afrique, continent au mille langues ! L'Afrique francophone, à elle seule en connaît plusieurs centaines, en comptant celles qui ne sont utilisées que par quelques milliers de personnes. Nationales, dotées depuis peu pour certaines d'une transcription alphabétique, ou transfrontalières comme le Haoussa, le swahili ou le horuba, officielles, issues des anciens colonisateurs français, anglais, portugais, leurs usages se côtoient, s'entremêlent ou se superposent.
Écrite par des africains ou des occidentaux en langue occidentale, écrite par des africains en langue africaine, la littérature du continent est une source inépuisable d'échanges et par conséquent de traductions. Il faut y ajouter la littérature orale, nichée dans la mémoire des plus âgés, receleurs des connaissances, de la sagesse et des traditions, sous forme de contes, de mythes et de chansons. Elle requiert des chercheurs pour les collectionner et les transcrire, les comparer, elle demande des traducteurs pour leur donner le public qu'elle mérite.

Qu'est ce qu'un traducteur ?

Georges Belmont, traducteur de l'anglais vers le français des plus grands : Beckett, Joyce, William Irish, Antony Burgess, nous a laissé une note qui fait suite à sa traduction de *"Voyages avec ma Tante"* de Morris West ; cette note nous intéresse parce qu'elle livre une définition intéressante du travail du traducteur : *"Avec le respect de l'esprit et du style de l'auteur, le principe essentiel de toute traduction doit être sa lisibilité. On doit la lire comme une œuvre originale en français, de qualité et d'originalité correspondantes. Sinon, elle est trahie. D'où la nécessité d'éviter le plus possible et à tous égards que cela sente le traduit"*. Nous pouvons, bien sûr substituer au mot *français* toute autre langue.

Un droit incontestable

Au même titre que l'auteur, le traducteur produit une œuvre originale, donc protégeable par le droit d'auteur. À cet énoncé si simple, Emmanuel Pierrat, auteur du *"Guide du droit d'auteur à l'usage des éditeurs"* apporte la nuance du praticien : "Il semblerait, écrit-il, qu'en théorie, le contrat de traduction doive répondre aux mêmes exigences que celui du contrat d'auteur; cependant la pratique ignore cette question et s'accommode apparemment sans mal de contrats qui ne répondent pas à de telles exigences". De fait, les traducteurs sont souvent payés de façon forfaitaire et le contrat réduit au strict minimum s'il existe.

Le contrat

Pourtant le contrat de traduction doit être rédigé de façon très proche dans sa forme du contrat d'auteur. La durée et l'étendue de la cession, les délais de remise du texte et de sa publication, le chiffre du premier tirage, l'assiette des droits de rémunération enfin le règlement des comptes sont autant d'éléments indispensables.

Illustrateurs ou photographes, ils sont auteurs

Éditions Afrique
24, rue Blaise Diagne
Dakar

Dakar, le 27 septembre 2011

Monsieur Marcel Byria
28, Grand-Marché
Lomé, Togo

N/Réf. :

Cher Monsieur,

Nous avons le plaisir de vous confirmer notre commande pour la réalisation de 15 illustrations destinées à l'ouvrage de Julie Bébéké "*Soleil d'Ivoire*".
La livraison de ces illustrations est prévue au plus tard le 18 décembre 2011 pour une publication en mars 2012.

Nous sommes convenus pour ce travail d'une rémunération de 150.000 F CFA payables par moitié à la remise des illustrations et par moitié à la publication de l'ouvrage.

En contrepartie, vous cédez à la société Éditions d'Afrique le droit d'exploiter, imprimer, publier, et vendre en tous pays, à nos frais, risques et périls lesdites illustrations pour tout le temps que durera la propriété littéraire et artistique.

Vous nous garantissez l'originalité des illustrations. Pour la bonne règle, nous vous remercions de nous retourner un exemplaire de cette convention, datée, revêtue de votre signature précédée de la mention *"lu et approuvé"*.

Nous vous prions de croire, cher Monsieur, à l'expression de nos cordiales salutations.

Babakar Diop

Une bonne recommandation !
Les droits de l'illustrateur font partie des coûts éditoriaux. Ne les omettez pas dans le calcul de votre prix de revient.

Le droit de citation

Vous avez deux bonnes raisons de vous intéresser à ce que l'on appelle le *droit de citation*: d'une part pour vous assurer que vos auteurs ne contreviennent pas à la loi, d'autre part pour défendre les intérêts des auteurs de votre maison. Le droit de citation n'est pas toujours libre et gratuit !

Le droit de citation sous conditions

Le droit de citation fait exception à la protection légale des œuvres publiées. Il prévoit l'usage libre et gratuit, sous certaines conditions, de textes protégés. Quelles sont ces conditions? Il y en a trois qui touchent à la justification de la citation, à sa brièveté et enfin au respect du droit moral de l'auteur. Nous les explicitons ci-dessous :

1- Il faut que la présence de la citation soit justifiée, c'est-à-dire qu'elle permette à un auteur de se référer à une œuvre antérieure pour en discuter les termes et mérites ou appuyer son argumentation. C'est ainsi que, dans le contexte qui est le nôtre, dans cet ouvrage, nous pouvons citer cette phrase du professeur Sirineli à des fins pédagogiques et d'argumentation :

"La citation doit véritablement poursuivre une fin critique, polémique, pédagogique, scientifique ou d'information, elle doit être incorporée à d'autres développement qui justement contribuent à cette fin."

2- La citation doit être courte : aucun texte ne prévoit un nombre de signes ou de lignes dans l'absolu et les rumeurs qui courent à ce sujet sont dénuées de fondement. En revanche, le législateur précise que l'emprunt ne peut reprendre l'essentiel de l'œuvre citée et que l'œuvre citante doit pouvoir survivre à la suppression de la citation.

3- La citation ne doit pas porter atteinte au droit moral de son auteur; en clair, cela signifie que le nom de l'auteur de la citation doit être présent, que la forme aussi bien que l'esprit de l'œuvre doivent être respectés. Cette dernière disposition est sans doute la plus difficile à réaliser, même si l'auteur citant est de bonne foi, il reste que la citation, tronquée et extraite de son contexte, ne donne qu'une représentation altérée de l'esprit de son auteur.

Montant des droits

Cette négociation s'accompagne en principe de versements de droits. L'Unesco demande depuis plusieurs années que les citations, en particulier pour les ouvrages scolaires destinés aux pays en voie de développement, soient libres de tout droit, mais ce n'est pas encore la règle. Aujourd'hui, selon l'éditeur et la longueur de la citation, les droits à verser sont de l'ordre de 30.000 F CF à la page. À ce tarif, on comprend aisément que le coût des droits d'une anthologie puisse dépasser 2 millions de F. CFA.

Le cas des recueils de citations et des anthologies

Les ouvrages qui sont des recueils de citations ou des anthologies ne bénéficient naturellement pas du droit de citation libre et gratuit puisque l'œuvre citante ne saurait survivre à la suppression des citations qui sont l'objet même de l'ouvrage. Vous serez donc conduit à demander ou, au contraire, à accorder une autorisation de reproduction d'un morceau de texte de l'un de vos auteurs pour faire suite à la demande d'un éditeur. Vous trouverez (fiche 2.18 p.63 et 2.19 p.64) des modèles de lettre pour les deux cas.

Une bonne recommandation !

Si les citations qui utilisent votre auteur sont payantes, n'oubliez pas d'en inscrire le montant dans la liste des frais éditoriaux et de le répercuter dans votre prix de revient.
N'oubliez pas non plus qu'il s'agit là de l'exploitation de droits secondaires et que vous en rétrocéderez une partie à l'auteur selon les termes du contrat.

Achat de droits de reproduction, modèle de lettre

ÉDITIONS OCÉANES
18, rue de l'Institut
Abidjan

Dakar, le 18 novembre 2011

Monsieur Babakar Diop
Éditions d'Afrique
24, rue Blaise Diagne
Dakar

N/Réf. : Lettres africaines

Monsieur,
Notre maison s'apprête à publier, au mois de mars 2000, l'ouvrage d'Aïssatou Seidou intitulé *"Lettres africaines"*. Notre auteur souhaite publier dans cette anthologie des extraits de votre ouvrage,

Fanta Cissé : *Le Jour de Gloire*, pages 122 et 123.

Nous vous remercions de bien vouloir nous donner votre accord de principe et nous indiquer les conditions de cette cession, sachant que le tirage prévu est de 3000 exemplaires.

Veuillez croire, Monsieur, à l'expression de nos sentiments confraternels.

Gaston Seidou

Cession de droits de reproduction, modèle de lettre

Éditions d'Afrique
24, rue du Docteur-Fariq
Dakar

Dakar, le 25 novembre 1999

Monsieur G. Seidou
Éditions Océanes
18, rue de l'Institut
Abidjan

Votre référence : Lettres Africaines

Messieurs,
Ce courrier fait suite à votre demande du 15 novembre 1999.
C'est très volontiers que nous vous autorisons à reproduire, à titre non exclusif, dans votre ouvrage à paraître *"Lettres africaines"*, l'extrait tiré de l'ouvrage de notre fonds aux conditions suivantes :

Arthémise Cissé : Le Jour de Gloire, pages 122 et 123. 57 000 F CFA pour un tirage prévu à 3000 exemplaires.

Nous vous remercions à l'avance de nous adresser un exemplaire justificatif lors de la parution de votre livre et de faire figurer les mentions bibliographiques d'usage.
Veuillez croire, Messieurs, à l'expression de nos salutations distinguées.

Babakar Diop

GÉRER

3.1 Le pari éditorial
3.2 Où va le produit de la vente d'un livre ?
3.3 Maîtrise des coûts : une marge étroite
3.4 Frais fixes et frais variables
3.5 Frais de structure et de commercialisation
3.6 Le chapitre des recettes
3.7 Le calcul du seuil de rentabilité
3.8 Comment amortir ses frais éditoriaux en cas de réimpression ?
3.9 La maîtrise des coûts passe par la maîtrise du temps
3.10 Un exemple de planning de fabrication
3.11 La collection, un espace stratégique efficace
3.12 Coproduction et coédition : les principes généraux
3.13 Coéditions et coproductions : en Afrique francophone
3.14 Simulation d'une coproduction sud/sud
3.15 Les incidences de la répartition
3.16 Coédition ou coproduction : il faut contracter
3.17 Un exemple de contrat de coproduction

Gérer

Sous ce chapitre, vous trouverez réunis des thèmes d'apparence disparate. C'est que la gestion habite toute la vie d'une maison d'édition pour donner son intelligence au pari éditorial. Chaque action, à un moment donné, se traduit en chiffres. Tout acte A, d'origine éditoriale, a une conséquence B, d'ordre financier ; tout acte issu de la stratégie de production a une conséquence mesurable financièrement ; elle pèse, en négatif ou en positif, sur tous les autres axes et ainsi de chaque autre décision. La gestion de l'entreprise est donc une action transversale qui s'exerce au quotidien ; elle habite tous les axes stratégiques et détermine les choix d'allocations de ressources financières, humaines ou techniques propres à assurer la pérennité de l'entreprise.

Le pari éditorial

Le "pari éditorial" – qui se traduit à terme par le succès ou l'échec en librairie – s'inscrit dans l'essence même du métier. Aucun éditeur n'y échappe, pas plus celui dont la production tente de cerner le marché et de répondre à la demande que le découvreur d'une œuvre littéraire authentique. Bien gérer n'est pas seulement s'intéresser aux chiffres, c'est aussi être capable de développer des stratégies novatrices: savoir monter un projet, créer une collection ou monter une coédition.

Pour que le pari ne soit pas hasardeux et, pour assurer son existence, comme tout autre commerçant, l'éditeur doit maîtriser au mieux les enjeux économiques :

- connaître le marché;
- produire des ouvrages en adéquation avec le public visé;
- fonctionner par projet avec une prise en compte de tous les éléments;
- analyser les coûts et maîtriser les prix de revient;
- suivre les ventes;
- organiser la trésorerie;
- tenir compte des contraintes de planning.

Dans la mesure où il est inscrit au programme et bénéficie de l'appui de l'État, le livre scolaire échappe partiellement au pari éditorial; le marché est identifié, dénombré. Les ministères de tutelle et les fonds d'aide financent la production et, dans nombre de pays, assurent la distribution physique des manuels. Les éditeurs du Nord le savent bien qui se pressent encore aux portes des ministères pour imposer leur production. Encore faut-il être en mesure de répondre aux appels d'offres des grands bailleurs de fonds.

Alors qu'il y a une dizaine d'années, le recours à la coédition rencontrait beaucoup de méfiance sur le continent africain, les nombreuses occasions de rencontres entre professionnels, telles les foires de livres ou les actions de formation, ont contribué à lever les freins, à créer des liens, à constituer des réseaux. Les éditeurs ont aujourd'hui perçu l'intérêt qu'ils avaient à se regrouper pour financer, produire et diffuser. C'est pourquoi, la coédition est devenue un atout majeur dans la gestion des entreprises éditoriales, un outil pour gagner ensemble le pari éditorial.

Où va le produit de la vente d'un livre ?

Comment s'opère la répartition du prix de vente au public d'un livre? Le tableau ci-dessous montre cette répartition telle qu'elle s'effectue dans les pays du Nord lorsque l'éditeur utilise un circuit classique de distribution, par le réseau de libraires. La répartition diffère peu si l'éditeur vend par correspondance. Les chiffres donnés sont hors taxes.

Pourcentage de répartition	Répartition pour un livre vendu 15 €
Droits d'auteur : 10 %	1,50 €
Commercialisation : 58 % dont libraire : 33% Diffuseur- distributeur : 25%	8,70 €
Reste à l'éditeur : 32%	4,80 €

Le tableau montre que la majeure partie du produit de la vente est en fait affectée au poste dédié à la diffusion et la distribution. Pour payer son personnel et ses frais de structure, pour concevoir, fabriquer et promouvoir ses productions, l'éditeur ne dispose, en fait, que de 32 % du prix de vente d'un livre au public.

Ce tableau peut-il servir de modèles de réflexion aux acteurs africains de la chaîne du livre ? Certainement ! L'accès au marché ne s'opère pas ex *nihilo*. Vendre coûte cher : les frais de transport en particulier sont élevés. Nombre de jeunes éditeurs subsahariens ont tendance à "oublier" cette réalité. Faut-il voir là le résultat d'une culture de la subvention, au coup par coup, qui a régné pendant de nombreuses années ? On a trop encouragé la production sans se soucier suffisamment de la diffusion. Cette pratique est l'une des raisons de la faiblesse du réseau de diffusion. Pour progresser, il faut se donner les moyens de vendre, transporter, sécuriser la marchandise, facturer, encaisser; il faut également motiver les acteurs.

Une bonne recommandation !
Question de vocabulaire : le terme *prix de cession* désigne le prix auquel l'éditeur cède le livre au distributeur: c'est le prix public moins les 58 % abandonnés au réseau de distribution, dans l'exemple ci-dessus, le prix de cession est de 6,30 € F CFA.

Maîtrise des coûts : une marge étroite

Les pages suivantes s'attachent à montrer un mode de calcul des coûts dont l'usage permet des simulations rapides. Elles introduisent à la recherche du seuil de rentabilité et aux différents chapitres concernant la gestion de la trésorerie.

La maîtrise des coûts est fondamentale pour tout éditeur ; elle est cruciale pour l'éditeur africain : en effet le pouvoir d'achat du public, même s'il diffère d'un pays à l'autre, reste si faible que la marge entre le prix de revient réel et le prix de cession est très réduite ; 2 ou 3 % d'écart sur un seul des postes, multipliés sur l'ensemble des tirages d'une entreprise, peuvent rapidement conduire à sa perte. C'est l'une des raisons pour laquelle la bonne formation, l'expérience et la rigueur, enfin les contrôles constants sont des éléments clé de réussite.

Attention danger ! L'examen de la grille de calcul des prix montre que pour faire baisser le prix de revient unitaire, il suffit d'allonger les tirages. Cette pratique ne trouve sens que dans la mesure où l'éditeur est assuré de la vente de la plus grande partie de ce tirage à moins qu'une subvention, un achat de l'État ou un bon contrat de coédition, viennent alléger le poids des frais fixes. Rien ne sert de torturer à l'infini la grille des prix de revient, pour sortir du cadre infernal : Tirage long = prix de revient unitaire faible = stock d'invendus et…pilon !.

Il existe maintenant des presses numériques qui permettent des tirages courts, à la commande: pour les romans, les ouvrages de poésie, les monographies, les ouvrages à caractère scientifique, n'est-ce pas l'une des solutions que doivent envisager les éditeurs africains comme le font dès maintenant certains éditeurs du Nord?

Une bonne recommandation !
Retenez que le taux de croissance du bénéfice devrait être égal ou supérieur au taux d'accroissement du chiffre d'affaires.

Frais fixes et frais variables

Pour utiliser les grilles de calculs de coûts proposées dans les fiches suivantes éclairons ensemble quelques notions de vocabulaire.

Les frais fixes

Sous le nom de frais fixes, on réunit les frais éditoriaux, les frais de prépresse et de fabrication de la forme imprimante.
Les frais fixes sont indépendants du chiffre du tirage : que l'ouvrage soit tiré à 500 exemplaires ou à 100 000, les frais de préparation de copie ou de maquette par exemple, restent constants.
Sans prétendre être exhaustive, la liste ci-dessous mentionne les postes les plus courants :

Forfait à l'auteur ou aux auteurs (quand il ou ils ne sont pas payés au pourcentage),
Documentation,
Révision de manuscrit,
Réécriture,
Préparation de copie,
Enrichissement de la saisie
Corrections d'épreuves,
Traduction,
Achat de droits iconographiques,
Achat de droits de reproduction de textes,
Réalisations des dessins, schémas, etc.
Traitement des images,
Maquette du corps d'ouvrage,
Montage de l'ensemble des pages du corps d'ouvrage
Maquette et montage de la couverture,
Production des films.

Les frais variables

Les frais variables sont ceux dont les factures fluctuent avec la longueur du tirage : la facture d'impression sera évidemment plus lourde pour un tirage à 100 000 exemplaires que pour un tirage à 500. Les frais variables sont donc les frais de fabrication liés aux tâches de reproduction du livre. Nous les retrouvons dans les factures concernant le papier, l'impression et le façonnage.

Les frais de production

L'ensemble (frais éditoriaux + frais de fabrication) prend le nom de frais de production.
Les frais de production ne sont pas les seuls postes de dépenses de l'éditeur : il faut y ajouter les frais de structure, et les frais de commercialisation. La fiche suivante en dresse la liste.

Frais de structure et de commercialisation

Aux dépenses de production, l'éditeur ajoute les frais de structure et les frais de commercialisation. Leur amortissement n'est pas directement lié à tel ou tel ouvrage, telle ou telle collection, mais il faut en répartir les charges sur l'ensemble des ouvrages.

Frais de structure

Salaires et charges sociales,
Loyer,
Électricité,
Entretien,
Assurances,
Frais de stockage,
Téléphone,
Frais postaux,
Frais financiers,
Frais de change,
Taxes non récupérables,
Honoraires professionnels,
Formation,
Documentation.

Frais de commercialisation

Publicité,
Promotion,
Catalogue,
Déplacements,
Représentation,
Service de presse.

Ces deux listes ne prétendent pas à l'exhaustivité. Mais le souci de l'éditeur est moins de les allonger que de livrer une chasse drastique aux frais superflus. L'analyse rigoureuse des différents postes de dépense permet d'établir le compte d'exploitation prévisionnel, de monter un plan de trésorerie fiable et, à travers l'étude du seuil de rentabilité, de rechercher la bonne équation entre les trois termes : longueur du tirage, prix de cession, équilibre. C'est ce qu'on appelle le *seuil de rentabilité* (Voir fiche 3.7 p.64).

Le chapitre des recettes

Le compte d'exploitation du projet éditorial prend en compte aussi bien les recettes que les dépenses. La liste des recettes, dans le cas d'un livre scolaire est simple à établir : elle est égale au produit des ouvrages distribués. Mais, en littérature générale, de nombreuses perspectives s'offrent, en principe, à l'éditeur. Nous les énumérons ci-dessous :

Ventes

Ventes en librairie,
Ventes à l'exportation,
Marchés spéciaux,
Aides et subventions.

Droits dérivés

Vente des droits de traduction ou d'adaptation,
Réédition en édition de poche,
Prépublication dans la presse autrement appelée "bonnes feuilles",
Droits radiophoniques ou télévisés,
Droits multimédia.

Autres recettes

Vente d'espace publicitaire
Prestations de service

Que l'éditeur qui réussira le jackpot de réunir tous ces postes de recette sur un seul produit veuille bien le signaler à la rédaction de cet ouvrage ... Nous ne manquerons pas de citer son exploit dans la prochaine édition du *Manuel pratique d'édition pour l'Afrique francophone* !

Le calcul du seuil de rentabilité

Calculer le seuil de rentabilité, c'est répondre à la question : à partir de combien de livres vendus les ventes équilibreront-elles le montant des coûts? Il existe deux réponses selon les éléments que l'on veut prendre en compte.

1- La première formule de calcul est la plus simple. Elle se fonde sur les résultats obtenus lors du calcul du coût de production. Elle peut s'écrire:

$$\frac{\text{Ensemble des frais fixes de production}}{\text{Prix de cession - (Frais variables à l'unité + droits d'auteur)}} = \textbf{Seuil de rentabilité}$$

Rappelons que le prix de cession (Voir fiche 3.2 p.69) désigne le prix de vente au public, hors TVA, duquel l'éditeur aura soustrait les frais de diffusion et distribution.
Exemple: Soit un ouvrage de 96 pages, de format 16 x 24, en impression monochrome recto/verso, vendu 2 500 F CFA pour lequel on enregistre les coûts suivants:

- frais fixes de fabrication: 430 0000 F CFA
- frais variables à l'unité: 280 F CFA
- droits d'auteur: 250 F CFA (10 % du prix de vente au public)
- prix de cession: 1250 F CFA

Seuil de rentabilité :

$$\frac{\text{4 300 000 F CFA}}{\text{1250 - (280 + 250)}} = \text{8 270 exemplaires}$$

2- La seconde formule corrige les insuffisances de la première et vise à prendre en compte les frais de structure de l'entreprise. Pour corriger cette insuffisance, le gestionnaire avisé fixe un pourcentage dont l'assiette est fondée sur le prix de cession du livre: 25 ou 30 % par exemple du prix de cession; ils retranchent ce résultat du prix de cession, comme cela a été fait plus haut pour les droits d'auteur et les frais variables. Dans ce cas, la formule devient:

$$\frac{\text{Ensemble des frais fixes}}{\text{Prix de cession - (FV + D.A. + n \% des frais de structure)}} = \text{Seuil de rentabilité}$$

Exemple: en reprenant le même ouvrage que dans l'exemple précédent, avec les mêmes chiffres :

- frais fixes de fabrication: 4 300 000 F CFA
- frais variables à l'unité: 280 F CFA
- droits d'auteur: 250 F CFA (10 % du prix de vente au public)
- Prix de cession: 1250 F CFA
- pourcentage affecté aux droits de structure : 25% du prix de session, le résultat s'exprime de la façon ci-dessous, soit 312 F CFA :

Seuil de rentabilité :

$$\frac{\text{4 300 000 F CFA}}{\text{1250 - (280 + 250 +312)}} = \text{11 621 exemplaires}$$

Comment amortir ses frais éditoriaux en cas de réimpression?

	Première édition à 3 000 ex.	Réimpression à 6 000 ex.	Réimpression à 2 000 ex.
Frais éditoriaux	2 600 000		
Frais fixes de fabrication	800.000		
Calage	600.000	600 000	600.000
Frais variables	1 200 000	2 400 000	800 000
Total	**5 200 000**	**3 000 000**	**1 400 000**
Coût unitaire	1762	500	700

Le tableau ci-dessus nous raconte l'histoire d'un livre en 3 épisodes. Les Éditions d'Afrique ont publié un ouvrage à 3 000 ex. L'ouvrage s'est très bien vendu au point que l'éditeur a dû réimprimer 6 000, puis, quelque temps plus tard, 2000 exemplaires. L'évolution des coûts unitaires retrace fidèlement les conséquences de ces impressions successives. On voit que la disparition de l'ensemble des coûts fixes dans les deux réimpressions a fait chuter les prix de revient de manière significative. Notons que le recours à un imprimeur équipé d'une machine CtPress permettrait de plus de supprimer les frais de calage.

Une stratégie prudente

Au vu de ces résultats, on se dit que l'éditeur aurait pu amortir ses frais éditoriaux sur l'ensemble des trois impressions : avec un prix de revient unitaire nettement diminué, il aurait pu vendre ses ouvrages moins chers et probablement conquérir un marché plus étendu. L'analyste mesure bien que le conseil est facile à tenir a posteriori et que si Babakar Diop avait connu a priori le succès de son ouvrage, il aurait tout bonnement tiré 11 000 exemplaires dès son premier tirage, économisant ainsi 12 000 francs de calage. Il a préféré faire un pari prudent et réimprimer au fur et à mesure du succès de son livre.

Les avantages financiers de la collection

La collection n'est pas une réimpression, mais son existence permet des amortissements de même type : l'existence d'une collection entre autres avantages (Voir fiche 3.11 p.78) est un moyen de réduire les frais éditoriaux ou du moins de les répartir sur les différents ouvrages : c'est le cas par exemple des frais de maquette de couverture et de corps d'ouvrage.
Le manuel scolaire, dans la mesure où le programme reste inchangé pendant plusieurs années, permet d'envisager un amortissement des frais fixes de production sur plusieurs années.

La maîtrise des coûts passe par la maîtrise du temps

La maîtrise des coûts passe par la maîtrise du temps. Et les raisons de contrainte ne manquent pas :

- La date de sortie d'un livre peut être impérative; cela va de soi dans le scolaire, c'est vrai aussi pour nombre d'ouvrages que l'on sort à une date donnée pour accompagner une exposition, une inauguration, un centenaire ... À quoi bon sortir un ouvrage d'art sur les bronzes du Bénin lorsque l'exposition qui réunit quelques-uns de ces chefs d'œuvre ferme ses portes ?
- Même si la sortie de l'ouvrage n'est pas déterminée en fonction d'un événement, elle tient compte de la date de commercialisation : manquer la mise en marché de quelques jours, c'est s'assurer quelques soucis de trésorerie un ou deux mois plus tard.
- L'éditeur est un coordinateur : maître d'œuvre d'un produit qui requiert l'intervention de nombreux professionnels différents, sa première tâche est de coordonner leurs actions : la mise en page ne peut commencer tant que le travail de relecture n'est pas achevé, l'imprimeur ne peut rouler sans le papier qu'il aura fallu commander et réceptionner, le façonnier ne peut travailler sans avoir reçu et le corps d'ouvrage et la couverture...Encore ne s'agit-il là que de quelques exemples !

Une bonne recommandation !
Il faut se souvenir qu'un planning est la représentation de la vie, non une photographie mais en quelque sorte du cinéma: il faut le tenir sans cesse à jour et le rectifier en fonction des changements.

Le planning est l'outil qui permet d'inscrire la production dans le temps. L'éditeur ne dispose pas que d'un planning mais de plusieurs:

- le planning éditorial prend en compte l'ensemble des opérations de création, production et commercialisation du livre ; il est la matrice sur laquelle les autres plannings vont se caler; le "chef de produit" ou le directeur de collection; en sont responsables.
- le planning de fabrication ne s'intéresse naturellement qu'aux actions directes de production du livre;
- le plan de trésorerie permet de prévoir et contrôler les entrées et sorties financières.

Le planning de Gantt

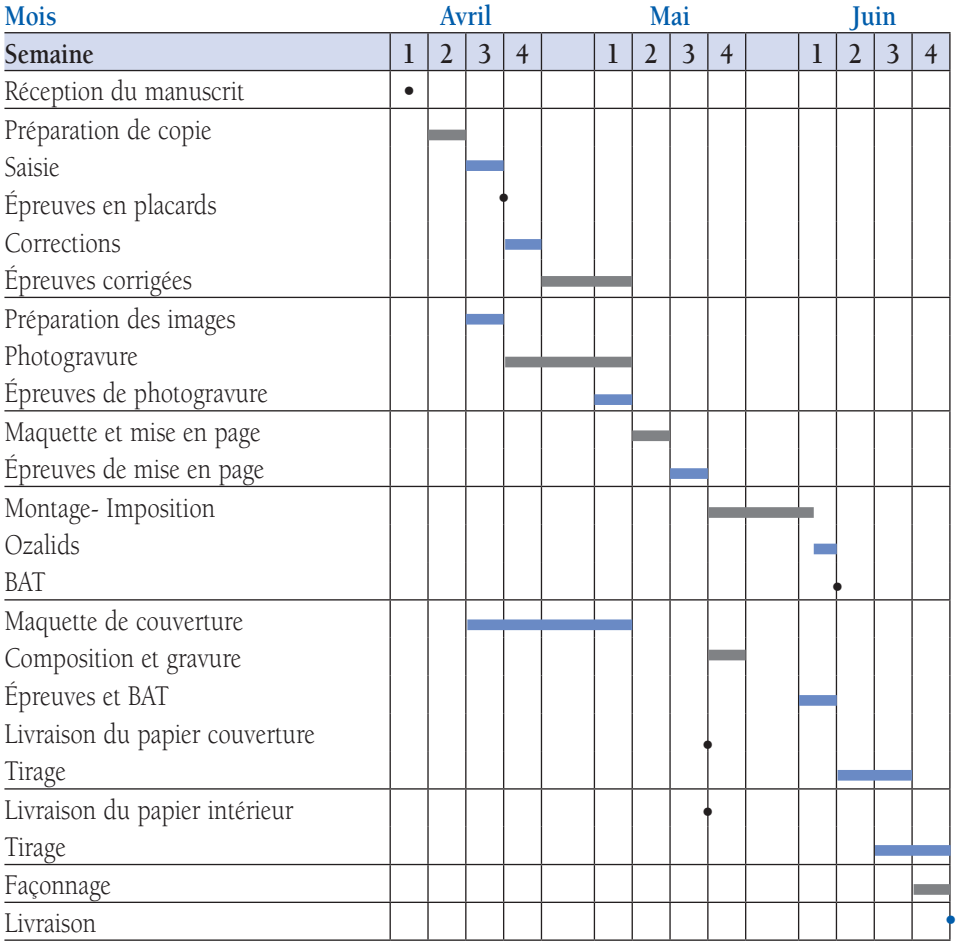
Le planning ne s'attache pas tant à placer sur un calendrier des tâches isolées qu'à montrer leurs mutuelles interactions ; le planning de Gantt dont vous trouverez un exemple sur la fiche suivante 3.10 n'est pas le simple inventaire des travaux alignés les uns sous les autres mais bien l'établissement d'un réseau des tâches à effectuer. Comment l'établir ?

Il faut dans un premier temps établir la liste des tâches de façon aussi exhaustive que possible, puis les situer sur le calendrier les unes en fonction des autres. Le principe de base est qu'aucune tâche ne peut être effectuée tant que les tâches préalables qui contiennent ses conditions de réalisation ne sont pas réalisées. Le plus simple exemple n'est-il pas celui de la mise en route de la machine à imprimer ? Cette mise en route est impossible à effectuer tant que l'imprimeur ne dispose pas du papier et des formes imprimantes. Il est donc indispensable que le papier ait été réceptionné et que les plaques aient été gravées.

Une bonne recommandation !
Une modification de planning risque d'entraîner des modifications pour les autres acteurs du travail. N'oubliez pas de les en avertir !

La référence calendaire peut s'écrire en semaine ou en mois ou en jours, selon l'importance du travail à effectuer; mais plus le responsable du planning est précis, plus le projet a de chances d'aboutir.

Un exemple de planning de fabrication



Tout l'intérêt du planning de Gantt est de mettre en évidence les dates ultimes de fin des tâches nécessaires et suffisantes pour passer à la suivante. Le planning se fait ordinairement à rebours: on remonte de la date de livraison vers le début des opérations.

Nous voyons ici que le papier doit être livré au façonnier la semaine 3 de juin : c'est cette date qui détermine la date de réception du corps d'ouvrage et la couverture; il est inutile de commencer à mettre la couverture en fabrication deux mois plus tôt: cela obligerait aussi à la payer deux mois plus tôt que la sortie du livre, on peut, en revanche, commencer la maquette beaucoup plus tôt, sans contrainte.

La date à laquelle on doit remettre le BAT à l'imprimeur s'inscrit naturellement dans le planning, dans les délais nécessaires à l'impression.

Le papier, pour des raisons d'hygrométrie, doit être livré au moins trois semaines avant le tirage: le planning indique la date de livraison souhaitable.

La collection, un espace stratégique efficace

Le concept de collection permet d'optimiser la gestion de l'entreprise d'édition. Tout comme celui de coproduction et coédition que nous abordons plus loin, il est un élément important de stratégie éditoriale.

La collection est la réunion d'un ensemble d'ouvrages qu'identifie une même ligne éditoriale :
– le public visé est homogène, les thèmes abordés affichent une certaine proximité les uns par rapport aux autres ;
– pour les ouvrages de transfert de savoir, le système d'écriture est constant, appliqué à la population cible visée ;
– la présentation visuelle et graphique obéit à une charte définie une fois pour toutes ;
Seuls le contenu et la déclinaison des éléments graphiques font la différence d'un titre à l'autre. Le lecteur doit se retrouver dans un univers connu et sécurisant.

Bien conçue, la collection crée une marque, crédibilise les ouvrages qu'elle contient, fidélise leur clientèle, facilite leur mise en marché, prolonge leur durée de vie.

La collection favorise la promotion et la diffusion

Rigoureusement construite, la collection participe à la nécessaire image de l'entreprise d'édition : le lecteur doit savoir associer le tandem "éditeur-produit". La collection est un espace déterminé mais aussi un accès balisé. C'est chez *tel éditeur que j'ai une chance de trouver tel ouvrage !* doit pouvoir se dire l'acheteur potentiel.
La collection facilite les actions de promotion : on ne peut guère amortir l'énergie ni l'argent dépensé pour assurer la promotion d'un livre isolé, cet amortissement devient, en revanche, envisageable pour une collection de livres appartenant au même domaine. Par ailleurs la collection s'auto-promeut : le rappel des autres titres sur la couverture ou à l'intérieur de chaque ouvrage est une publicité efficace puisqu'elle touche une cible préalablement intéressée, une publicité économique puisque son coût disparaît dans la fabrication des ouvrages.
Dans le même ordre d'idée, la collection est un atout pour la filière de diffusion :
- le diffuseur accepte aisément de défendre une collection dont il a quelques chances de placer plusieurs titres chez ses clients d'un seul acte de vente;
- le libraire trouve quelque facilité à mettre en place une collection dans ses rayons alors qu'il ne sait trop où classer l'ouvrage isolé.

Une bonne recommandation !
L'éditeur veillera à assurer un rythme de publication suffisant pour bénéficier des avantages exprimés ci-dessus, sans excès pour ne pas saturer un marché dont l'acte d'achat ne peut se répéter trop rapidement.

Enfin, le concept de collection contribue à réduire les coûts de fabrication : imprimer deux livres en un même tour de machine entraîne de réelles économies; faire la sélection de couleurs et imprimer trois ou quatre couvertures à la fois change considérablement le prix de revient.

Coproduction et coédition : les principes généraux

Une grande partie de la production des livres du Nord naît de la coédition. La pratique en est lointaine puisque les premiers exemples datent du XV^e^ siècle, en Europe, pour s'épanouir à la fin de la seconde guerre mondiale. Les éditeurs ont donc compris très tôt l'intérêt de s'associer pour élargir le marché des ouvrages d'art et plus généralement tout livre où l'illustration abonde dans de meilleures conditions financières. Le principe en est le suivant : plusieurs éditeurs de langues et de nationalités différentes créent un partenariat pour publier un même titre en plusieurs langues. Ils élargissent ainsi le marché, ce qui leur permet de mieux amortir les frais éditoriaux (Voir fiche 3.4 p.71) en même temps qu'une partie des frais d'impression en couleurs. Le livre qui n'aurait peut-être jamais existé en une seule langue à cause d'un prix de revient prohibitif se trouve abordable s'il est simultanément publié en France, en Italie et en Allemagne, par exemple. L'auteur parce qu'il trouve une audience plus vaste, les éditeurs parce qu'ils font un pari raisonnable et le public parce qu'il paye un prix abordable, tout le monde y trouve son compte.

Deux approches bien différenciées

Philippe Schuwer, dans son manuel de coédition, établit la distinction entre la coédition et la coproduction :

– La coédition rassemble des éditeurs, en général de pays différents, après la production de l'ouvrage dans une première langue ;
– la coproduction réunit des éditeurs de nationalités différentes en amont de la production, dans l'établissement d'un projet.

Coédition et coproduction sont multiformes ; les partenaires contractent comme bon leur semble. Aussi voit-on des collaborations:

1- dans des langues différentes,
2- dans la même langue,
3- entre éditeurs d'un même pays,
4- entre éditeurs de nationalités différentes,
5- sans co-impression mais avec vente des films,
6- avec co-impression.

Dans tous les cas, outre les avantages de marchés plus étendus, outre de meilleures assises financières, outre enfin une plus grande disponibilité en hommes de talents, les éditeurs voient ainsi diminuer le prix de revient unitaire de leur production par le partage :

– *des frais fixes éditoriaux*
  maquette,
  à-valoir aux auteurs,
  cartographie,
  droits photographiques,
- *et des frais fixes de fabrication*
  photogravure,
  montage,
  report des plaques de couleurs,
  calage des plaques de couleurs,
  frais fixes de façonnage.

La coédition traverse toute la chaîne éditoriale et touche aussi bien aux problèmes de droit qu'à ceux de fabrication, de gestion et de commercialisation. Nos lecteurs comprendront aisément qu'il n'est pas possible, dans le cadre de ce manuel, d'aller au-delà d'une initiation.

Coéditions et coproductions en Afrique francophone

Depuis la fin des années 1990, grâce entre autre aux formations et séminaires du CAFED, les éditeurs africains ont appris à parler *coédition* ou du moins à utiliser le terme pour désigner une multiplicité de partenariats de toute nature. Dans la majeure partie des pays africains, le marché autre que scolaire est insignifiant : les éditeurs du Burkina Faso, par exemple, le savent bien, un roman se tire à 500 exemplaires et pour le vendre il faudra… quelques années. Les stratégies de coédition paraissent alors le levier la plus adaptée, non seulement pour élargir le marché mais aussi pour gagner en force face à une situation socio-économique difficile.

Des figures variables de coédition

Coédition ou cheval de Troie ? En 1999, Edicef réussit à convaincre une petite dizaine d'éditeurs africains de s'associer pour créer une collection d'albums pour la jeunesse : "Caméléon vert". L'éditeur français s'octroyait la conception et la fabrication des ouvrages, quant aux partenaires – béninois, camerounais, guinéens, malgaches, maliens, haïtiens –, ils figuraient à l'affiche, c'est-à-dire qu'ils ajoutaient leur copyright sur la couverture, mais leur rôle se réduisait en fait à acheter, en vente ferme, un nombre d'ouvrages fixé par contrat et se débrouiller pour les vendre…Cette coédition de façade, montée sans implication éditoriale réelle des partenaires africains dans la conception des albums, a rapidement montré ses limites et s'est éteinte deux ou trois ans plus tard, faute de rentabilité. Ce premier cas de figure nous montre un modèle de coédition trop déséquilibré entre les partenaires pour réussir.

Le cas de coédition Sud-Sud qui nous est offert par les deux collections *"Le Serin"* et *"La Libellule"* repose comme le précédent sur des accords commerciaux plus que sur une volonté de produire ensemble. L'opportunité offerte par l'Organisation internationale de la francophonie, au début des années 2000 d'encourager les livres de jeunesse incitent les éditions *Ruisseaux d'Afrique*, au Bénin, à chercher des partenaires sur le continent. Cérès en Tunisie, *Éburnie* en Côte-d'Ivoire, *Gandall* en Guinée signent un contrat avec l'éditeur primaire. Ils signent en fait moins une vraie coédition qu'un accord de diffusion au sein duquel les coéditeurs se répartissent le territoire pour tirer le meilleur parti sur leurs propres circuits de vente. Quels avantages en ont tiré les partenaires ?

1- la collection n'aurait pu exister sans l'accroissement de marché provoqué par la coédition ;
2- le prix de revient unitaire de l'ouvrage, bénéficiant à la fois d'un tirage plus long et de la subvention de l'OIF, a permis de baisser le prix de vente et par là même d'accroître encore le marché potentiel ;
3- plutôt que d'avoir à négocier l'acquisition des droits, chacun a profité de la démarche de l'éditeur primaire.

Les bénéfices finaux ont-ils satisfait chacun des signataires de la même façon ? Les subventions ont-elles été justement réparties ? Laissons la réponse aux acteurs de l'opération. Quelles que soient les réponses, ne comptons pas pour négligeables les apports secondaires de l'opération :

elle a donné à tous une expérience professionnelle ; elle a ouvert la voie à d'autres coéditions, en particulier dans le domaine du livre de jeunesse ; enfin elle a été essentielle dans la création d'une association, *l'Alliance des Éditeurs indépendants* à l'origine de nombreuses coéditions.

Les collections *"Enjeux Planète"* et *"Le Miroir d'Encre"* sont toutes deux issues de partenaires de l'*Alliance des éditeurs indépendants* ; elles nous présentent un exemple de création collective plus élaborée que les précédentes. Ces collections réunissent douze éditeurs, du Nord et d'Afrique francophone, dans un esprit avoué d'édition solidaire et de commerce équitable. Aussi les rôles sont-ils mieux dévolus : le pilotage des productions s'effectue en principe de façon tournante ; les subventions éventuelles sont redirigées vers les pays les moins économiquement favorisés. Le choix des titres est collégial, le travail éditorial croisé, la répartition proportionnelle des coûts calculée selon la conjoncture économique des pays participants : nous nous trouvons là devant une forme élaborée de coédition, bien adaptée aux contraintes de petites entreprises en milieu défavorable.
Les coéditons en langue officielle, le français, sont les plus fréquentes, les plus visibles aussi, mais le champ est maintenant ouvert à des expériences de coéditions et coproductions dans des langues africaines transnationales comme le pular, le kiswahili, le mandingue, le hausa.
Mamadou Seck, ancien directeur de l'Office des presses de l'Unesco, écrivait en 1990 : *"Que dire de la coédition Sud-Sud sinon qu'elle est indispensable, plus facile à gérer parce que dépouillée de préjugés ? L'étroitesse des marchés nationaux, la modicité des moyens y obligent. Le système de distribution y contraint. Pour les pays d'un même continent, elle permet de délimiter des zones d'actions respectives."* Ce qu'il appelait de ses vœux est aujourd'hui une réalité.

Ouvertures et risques de la coproduction entre pays africains

Tous les cas de figures sont imaginables pour travailler en coproduction, mais il y a des passages obligés sans lesquels le projet court des risques. Une coproduction porteuse est exigeante :
– elle implique une convergence de vue des éditeurs partenaires sur l'objet à concevoir, produire et vendre ;
– les études préalables doivent être conduites pays par pays de façon à ce que chacun énonce son tirage en fonction du public qui est celui de son territoire ;
– le rôle de l'éditeur pilote, coordinateur doit être strictement défini ;
– le planning est sous le contrôle de l'éditeur pilote ;
– les investissements financiers de chacun doivent arriver à temps sous peine de bloquer la progression du travail.

Simulation d'une coproduction Sud/Sud

Un éditeur ivoirien envisage une collection d'ouvrages destinés au savoir-faire des métiers d'artisanat, suivant les caractéristiques suivantes:
128 pages, en format 16 x 24
Impression recto quadri, verso noir
Impression couverture quadri
Papier intérieur; offset satiné, 80 g
Papier de couverture: couché 1 face 250 g
Il a demandé des devis pour un tirage à 3000 exemplaires et prévoit les dépenses suivantes:

• *Frais éditoriaux*

Mise au point du projet	150 000 F CFA
Relecture et corrections	250.000 F CFA
Recherche documentaire	120.000 F CFA
Coûts photographiques	230 000 F CFA
Honoraires de l'auteur	400 000 F CFA
Honoraires des illustrateurs	180 000 F CFA
Honoraires maquettiste corps d'ouvrage	110 000 F CFA
Honoraires maquettiste couvertures	100.000 F CFA
Soit total	**1 540 000 F** CFA

• *Frais fixes de fabrication*

Montage Xpress	200 000 F CFA
Traitement des images	120 000 F CFA
Couvertures	50 000 F CFA
Reports et Calages	1 200 000 F CFA
Soit total	**1 570 000 F CFA**

• *Frais variables à l'unité*

Papier	300 F CFA
Impression	270 F CFA
Façonnage	290 F CFA
Soit total	**860 F CFA**

• *Le prix unitaire pour l'éditeur serait de*

$$\frac{(1\,540\,000 + 1\,570\,000)}{3000} + 860 = 1896{,}66 \text{ F CFA}$$

• *Le prix global pour 3000 exemplaires représenterait*
1 5400 000 + 1 570 000 + (860 x 3000) = 5 690 000 F CFA

• *L'investissement pour une collection de 10 volumes représenterait 56 900 000 F*
Voyons sur la fiche suivante ce qui se passerait si au lieu d'un seul, trois éditeurs de pays différents coproduisaient l'ouvrage suivant la répartition suivante:
Côte d'Ivoire: 3000, Sénégal: 5 000, Bénin: 2000.

Les incidences de la répartition

Le tableau ci-dessous représente le résultat du partage des coûts entre les 3 partenaires :

	Côte d'Ivoire 3000 exemplaires	Sénégal 5000 exemplaires	Bénin 2000 exemplaires
Frais éditoriaux	462 000	770 000	308 000
Frais fixes de fabrication	471 000	785 000	314 000
Frais variables de fabrication	2 580 000	4 300 000	1 720 000
Investissement total	3 513 000	5 855 000	2 342 000
Prix de revient unitaire	1171	1171	1171

On le voit, les incidences financières modifient la donne et assurent la faisabilité du projet.

l- L'allègement de l'investissement

Le tableau précédent (Voir fiche précédente 3.14) nous montrait que l'éditeur ivoirien, isolé, aurait dû investir 56 900 00 F CFA pour les 10 volumes.
En coproduction, son investissement pour un volume passe à 3 513 000 F soit, pour une collection de 10 volumes 35 130 000 F CFA.
L'investissement nécessaire à son projet diminue donc de 38 %.

2- L'abaissement du coût unitaire

Par voie de conséquence, le coût unitaire de production de chaque ouvrage passe à 1171 F. CFA au lieu de 1896 F. CFA. Avec un prix de revient à 1896 F. CFA, en prévoyant un taux de 55% pour la commercialisation et 25% de marge brute, le prix public atteignait environ 4855 F. CFA. Avec un coût unitaire de 1171 F. CFA, en appliquant les mêmes données, on arrive à un prix de vente public de l'ordre de 3000 F CFA. Les éditeurs sont en droit d'imaginer que la baisse du prix de vente rend le livre abordable pour une population plus vaste.

3- Des bénéfices secondaires appréciables

La coproduction peut entraîner quelques bénéfices secondaires appréciables, par exemple:
- des actions promotionnelles fortes sur la sous-région, concertée entre les trois éditeurs associés, qui permettrait un meilleur soutien à la vente, une meilleure présence sur les fêtes du livre, par exemple ;
- il se peut qu'un Fonds d'aide s'intéresse au projet : soit pour encourager le professionnalisme des artisans, soit pour encourager l'émergence d'un savoir-faire éditorial à travers une expérience régionale.

Une bonne recommandation !
L'intérêt de la diminution du prix de vente n'est réel que si l'on a vérifié au préalable qu'elle est susceptible d'accroître le marché.

Coédition ou coproduction: il faut contracter

Il ne saurait y avoir de coédition ou de coproduction sans contrats entre les différents partenaires. Fondés sur une longue pratique, des contrats-types ont vu le jour qui sont disponibles au Syndicat national de l'Édition à Paris. On en retrouve naturellement le contenu dans le livre de Philippe Schuwer *"L'Édition internationale, coédition et coproduction"* qu'il vaudra mieux consulter avant d'entreprendre toute opération de coédition, surtout si l'on est novice.

Les termes du contrat

Mais, nous l'avons montré plus haut (Voir fiche 3.13 p.80), les coéditons africaines ont leurs originalités et chaque projet établit son contrat. Nous présentons dans la fiche suivante, non pas un contrat-type mais un exemple de ce que pourrait être un contrat de coproduction entre trois éditeurs africains susceptibles de créer ensemble une collection. Le cas choisi se veut simple, et le contrat témoigne de cette simplicité. (Attirons cependant l'attention sur les points suivants).

Attirons cependant l'attention sur les points suivants :

1- Le rôle de l'éditeur Pilote

Toutes les formes de coproduction désignent un éditeur pilote, coordinateur responsable devant les partenaires comme devant les fournisseurs de la bonne gestion de l'entreprise commune.

2- Participation de nouveaux partenaires

Attirés par le succès de nouveaux partenaires peuvent vouloir s'intégrer à votre association après sa constitution. Pourquoi pas ? Il ne s'agira plus pour eux de coproduction puisque les principes de la collection auront été définis antérieurement à leur arrivée, mais bien de coédition. Il faudra seulement veiller à ce que la présence d'un nouveau venu n'entre pas en contradiction avec les clauses du contrat d'origine concernant la répartition du territoire et ne lèse pas l'un des partenaires de la coproduction.

3- Relations avec les imprimeurs

C'est l'éditeur pilote qui est en charge de la relation avec les fournisseurs, et en particulier avec l'imprimeur. À l'origine, l'imprimeur choisi l'a été parce qu'il a été le mieux disant. Rien ne prouve qu'il le restera tout au long de la production de la collection. Il peut être victime d'un environnement économique défavorable dans son pays, subir une concurrence plus agressive, des revers économiques ou tout simplement devenir plus exigeant. Il importe donc de récupérer les films auprès de l'imprimeur après chaque publication de façon à faire face sans dommages à un obstacle quelconque. Nous ne saurions quitter ce paragraphe concernant l'impression sans souligner qu'il peut être intéressant, dans certains cas, au lieu de transporter les ouvrages imprimés d'un pays à l'autre, de faire voyager les films, leur copie ou les fichiers numérisés. C'est un moyen d'éviter les coûts abusifs des transports et surtout leur insécurité ; l'inconvénient réside dans le fait que l'ensemble des partenaires perdent l'avantage de partager les frais fixes de report et calage, particulièrement lourd en impression traditionnelle.

Ajoutons enfin que l'un des associés peut posséder lui-même sa propre imprimerie. Ce peut être un avantage pour l'ensemble des associés, mais, par prudence, le contrat précisera qu'il ne saurait détenir de privilège de fait.

Un exemple de contrat de coproduction

Entre les soussignés:
Les Éditions A, de Côte d'Ivoire, d'une part,
et d'autre part,
Les Éditions B, du Sénégal et Les Édition C, du Bénin

Il a été convenu ce qui suit:

Article 1- Les éditions A, B, et C ont décidé de s'associer pour créer et exploiter la collection "Métiers d'artisanat". Cette association, à pour objet :
– toutes opérations se rapportant à la conception, la préparation, la production et l'exploitation de la collection visée,
– le partage, selon la clé de répartition convenue du bénéfice et des pertes résultant de l'exploitation de la collection.

Article 2- *Durée*
L'association est fondée pour une durée de dix ans renouvelable.

Article 3- *Territoire*
Les éditions A sont autorisées à commercialiser l'édition sous leur marque en Côte-d'Ivoire et au Burkina Faso ;
Les éditions B sont autorisées à commercialiser l'édition sous leur marque au Sénégal, au Mali et en Guinée ;
Les éditions C sont autorisées à commercialiser l'édition sous leur marque au Bénin, au Togo et au Niger.
Article 2- La société A est désignée comme éditeur pilote; ci-après dénommé Pilote.
Article 3- Les associés déclarent faire apport de (tel ou tel numéraire ou autres actifs)

Article 4- *Centralisation*
Toutes les opérations, la correspondance et la comptabilité relatives à la production et l'exploitation de la collection seront centralisées au siège de l'éditeur pilote.
Le Pilote tiendra une comptabilité spéciale pour l'exécution de la présente convention. Les sommes versées au financement ou aux dépenses de la coproduction seront versées sur un compte spécifique à la banque (nom de l'établissement bancaire).

Article 5- *Financement et règlements*
Les sommes prévues à l'article précédent seront versées mensuellement : chaque associé y participera selon la clé de répartition. Le pilote adressera à chaque associé un état mensuel des comptes, arrêté le 30 de chaque mois; les sommes demandées seront réglées à trente jours.

Article 6- *Décisions intéressant la coproduction*
Toutes les décisions intéressant la coproduction, la réalisation de son objet et les obligations des associés seront prises en commun. Il s'agit notamment :
- du choix des auteurs et des titres,
- du descriptif et du budget prévisionnel de la collection,
- des dates de parution,

- des options rédactionnelles et graphiques,
- du choix des fournisseurs,
- des décisions financières,
- de la fixation des prix de vente et des chiffres de tirage.

Article 7- *Clef de répartition*

Chaque associé s'engage à acheter en compte ferme :
- les éditions A, 3000 ex. de chacun des ouvrages de la collection,
- les éditions B, 5000 ex. de chacun des ouvrages de la collection,
- les éditions C 2000 ex. de chacun des ouvrages de la collection.

Article 8- *Modifications d'engagement*

Au cas où, deux mois au plus tard avant l'impression, un associé déciderait d'augmenter son engagement d'achat, et donc son propre tirage, il devra en avertir les autres associés par lettre recommandée. La clé de répartition sera alors modifiée en conséquence. Cette nouvelle clé de répartition s'appliquera rétroactivement pour les frais et le financement.

Article 9- *Choix des fournisseurs*

Les choix relatifs à la fabrication et à l'impression de la collection sont de la compétence du pilote; toutefois ces choix devront être approuvés par les associés.

Article 10- *Copyright*

La mention du copyright sera faite au nom de chacun des associés. Chacun des associés s'oblige à respecter les formalités d'usage de dépôt légal sur le territoire qui lui est concédé.

Article 11- *Films de la couverture*

Chaque éditeur est responsable de la conception et de la réalisation de la couverture de son édition. Il devra fournir les films de cette couverture 6 semaines avant la mise en impression des ouvrages.

Article 12- *Réimpression*

Dans le cas où l'un des contractants souhaiterait réimprimer l'ouvrage, un avenant au présent contrat permettra de définir le chiffre du tirage, les conditions d'impression et les éventuels droits d'auteur versés.

Article 13- *Propriété du titre*

Le titre de la collection qui sera définitivement retenu appartiendra en commun aux trois associés.

Article 14- *Propriété des films*

Les films de photogravure réalisés pour la collection sont la propriété indivise des associés. L'éditeur pilote s'engage à conserver les films.

Article 15- *Dissolution de l'Association*

L'association pourra être dissoute d'un commun accord entre les associés.

En cas de retrait d'un des associés, ce dernier ne pourra s'opposer à la reprise de la collection par un éditeur tiers sur son territoire.

Article 16- L'association n'ayant pas de siège social, les associés conviennent d'élire domicile au siège de l'éditeur pilote.

PRODUIRE : LE SECRÉTARIAT D'ÉDITION

4.1 Le prépresse : les bouleversements de la chaîne graphique
4.2 Le secrétariat d'édition
4.3 Les consignes aux auteurs
4.4 Relire et corriger
4.5 Les correcteurs orthographiques sont-ils de faux amis ?
4.6 Les signes de préparation et de correction
4.7 Un exemple de texte à corriger
4.8 La fiche de calibrage : exemple d'exploitation
4.9 Le code typo, outil de référence
4.10 Les coupures de mots
4.11 La ponctuation : le point, le point-virgule, la virgule
4.12 La ponctuation : deux points, points de suspension, tirets, crochets...
4.13 Les blancs de ponctuation
4.14 Comment traiter les abréviations ?
4.15 Ce qui se dit en italique
4.16 Les principales abréviations de mesure
4.17 Comment traiter les nombres ?
4.18 Bibliographie, présentation
4.19 Le travail sur l'illutration
4.20 Créer la maquette
4.21 Le calibrage de la copie
4.22 La matrice typographique, outil d'analyse et de dialogue
4.23 Hiérarchie des titres, organisation des pages liminaires
4.24 La page de titre : trois éléments distincts
4.25 La page de faux titre et les titres courants
4.26 Le traitement des notes
4.27 Le traitement du sommaire et du foliotage
4.28 L'édition numérique : l'ePUB

Produire : le secrétariat d'édition

Le *Monde magazine* daté du samedi 4 décembre 2010 donne la parole *"à cinq auteurs qui comptent dans la nouvelle Afrique francophone littéraire"*. Qui sont-ils ? Où sont-ils publiés ? Alain Mabanckou est Congolais, il publie chez Présence Africaine, au Seuil et chez Gallimard ; Florent Couao-Zotti est béninois, il publie au Serpent à Plumes, Véronique Tadjo est ivoirienne, elle a pour éditeur Actes Sud ; Abdou Rahman A.Waberi, lui, est Djiboutien, il publie au Serpent à Plumes et chez Lattès ; Léonora Miano, est camerounaise, son éditeur s'appelle Plon. Tous écrivains de grand talent, tous publiés chez les meilleurs éditeurs français. Quelle chance, nous avons, nous les francophones, d'entendre leurs voix !

Pourtant la question nous taraude : pourquoi, cinquante ans après les indépendances, n'y a-t-il pas un seul éditeur africain qui soit assez attractif pour publier ces auteurs de talent ? La notoriété des éditeurs d'Arles ou de Paris est bien sûr un argument imparable. Cette notoriété est justifiée, fondée sur le travail d'éditeurs intelligents, tenaces, amoureux de leur métier, audacieux dans leurs choix, fidèles aux auteurs qui composent leurs catalogues prestigieux.

Viendra-t-il un jour où les africains pourront publier pour les africains mais aussi pour le monde entier sous la couverture d'un éditeur ivoirien, congolais, djiboutien, camerounais ou béninois ? Les difficultés du terrain sont connues, sans cesse dénoncées. Elles ne gênent en rien la capacité à juger de la qualité d'un récit, de son originalité. Elles ne gênent en rien le travail d'accompagnement d'un auteur. Elles n'empêchent pas le travail attentif sur le manuscrit. Le travail sur le texte reste aujourd'hui insuffisant chez la plupart des éditeurs, la crédibilité en souffre, l'avènement d'une édition africaine s'en trouve retardée...

La métamorphose d'un manuscrit en livre. Voilà le cœur même du métier d'éditeur.

Cette partie touche depuis le moment où le manuscrit est accepté et montre ce qu'il faut faire pour obtenir un travail de qualité.
Tout cela demande une formation très rigoureuse du secrétariat d'édition.
La qualité stylistique du livre dépend de la qualité du manuscrit que vous aura remis l'auteur et des soins que va lui prodiguer la maison d'édition : vocabulaire, syntaxe, orthographe, respect du code typographique sont autant d'élements

Le travail du relecteur consiste à veiller à l'orthotypographie du texte. Le terme orthotypograhie est le juste mot pour désigner l'ensemble des règles qui couvrent :
– le respect de l'orthographe des mots,
– des normes grammaticales,
– mais aussi des règles typographiques
toutes applicables à l'édition composée, qu'elle soit livrée sous forme papier ou sous forme numérique.

Avant l'introduction de l'édition électronique, ce travail requerrait plusieurs opérations qui faisaient intervenir plusieurs corps de métier.
Le fait qu'aujourd'hui l'auteur, quelle que soit sa bonne connaissance de la langue, puisse composer son texte sur un logiciel de traitement de texte a permis d'éliminer la lourde étape de saisie. Mais, en même temps ont disparu le savoir-faire et les bonnes pratiques des « compositeurs », « tierceurs » et « protes » professionnels. N'en gardons pas la nostalgie, mais sachons en tirer les leçons.

L'éditeur ne doit en aucun cas compter sur l'auteur pour que ce dernier lui remette un texte bon à mettre en pages. Certes, il est capable de déceler ses fautes de frappe, mais il a rarement la capacité à déceler ses fautes d'orthographe ou ses fautes grammaticales ; de plus, il ignore tout des règles de base du code typographique. L'auteur de ces lignes a observé bien des cas où mieux valait ressaisir le texte que vouloir le corriger…

Une bonne recommandation !
Des logiciels spécialisés plus puissants sont disponibles pour une meilleure correction orthographique, grammaticale et typographique comme Prolexis, Antidote ou Sans-faute.
Un éditeur professionnel devrait impérativement en disposer des correcteurs gratuits (Cordial 2012) ou en ligne (Reverso, bonpatron, scribens) existent et peuvent rendre de five services.

Le prépresse : les bouleversements de la chaîne graphique

Le prépresse couvre toutes les étapes qui courent entre la saisie du texte, la mise en page et la génération du fichier PDF (Portable Document Format) destiné au flashage de la forme imprimante. Au-delà, on entre dans les métiers de l'imprimerie qui est souvent, pour son coût d'investissement, externalisée par les maisons d'édition.

La chaîne graphique, aujourd'hui, est entièrement numérisée. De la saisie du texte à la réalisation de la forme imprimante en CTF (Computer To Film) ou en CTP (Computer to Plate), tout passe par l'informatique et l'ordinateur. L'irruption de l'informatique dans les métiers de l'édition, des médias et de l'imprimerie a entièrement bouleversé le circuit de la copie (des système de rédaction collaboratif en règlent maintenant les étapes et les droits de chacun des utilisateurs), les territoires et frontières des différents métiers qui participent à la réalisation des imprimés sur papier ou électroniques (certains métiers ont disparu — typographes —, d'autres ont repoussé leurs frontières — rédacteur se chargeant de la saisie —, enfin, de nouveaux sont apparus —infographes, scanneurs, flasheurs). Textes, photos, images, infographies et illustrations sont désormais livrés dans des formats numériques. Ce bouleversement technologique a, certes, induit des économies de temps, au niveau des étapes, et d'argent, au niveau des consommables (films, produits chimiques, papier), mais il a malheureusement contribué à supprimer quelques bonnes pratiques professionnelles comme la correction sur papier et non exclusivement sur écran.

Le manuscrit de l'auteur ou du rédacteur n'est plus remis sous forme de *tapuscrit* (pages tapées à la machine à écrire). Il est déjà saisi sur ordinateur et remis sur support informatique (l'antique disquette est remplacée par des CD ou des clés USB, voire des cartes mémoire). Idem pour le photographe, l'infographe ou l'illustrateur. Tous peuvent travailler à distance et envoyer leurs fichiers informatiques par l'Internet. Les anciens formats (sur papier ou en clichés photographiques) sont scannés et convertis au format numérique. Mieux : d'anciens imprimés n'ont plus besoin d'être resaisis car scanneurs et logiciels de reconnaissance optique de caractère (ROC) se chargent de les convertir en fichiers informatiques.
La publication numérique, le multimédia, l'ouverture sur le web et la vente en ligne ont ouvert de nouvelles perspectives où il faut décliner la publication sur les formats et langages (HTML, XML…) adéquats à chaque support.
Toute cette "matière première" est déposée sur le ou les serveur(s) de l'entreprise et circulent électroniquement entre les différents intervenants. Cette organisation ne dispense pas, toutefois, d'avoir des copies de sécurité en cas de panne ou d'accident.

Le secrétaire d'édition (ou "de rédaction" pour les métiers de la presse) dispose de toute une panoplie de logiciels qui pour le traitement, la correction grammaticale, orthographique et le toilettage typographique du texte, qui pour le traitement des photos ou des illustrations, qui, enfin, pour la mise en page et l'imposition avant le flashage de la forme imprimante. Il faut

utiliser chacun de ces logiciels dans la fonction pour laquelle il a été prévu. Ainsi, si certains traitements de textes permettent une mise en page sommaire (notamment pour les imprimés sans illustrations et à justification unique), ils demeurent limités pour un travail de maquette élaboré.

Bien qu'ils automatisent certaines tâches (correction, feuilles de styles, bibliothèques, gabarits, banques d'images, etc.), ces logiciels sont en perpétuelle évolution ce qui pose de vrais problèmes de formation, de financement et de compatibilité des versions. Ils ne peuvent cependant, et en aucun cas, remplacer la vigilance et l'intelligence humaine et sa capacité d'innovation et de création.

Le secrétariat d'édition

Le secrétaire d'édition travaille sous l'autorité directe du responsable éditorial. Toutes les activités décrites ou presque, particulièrement dans les petites entreprises, concernent le secrétariat d'édition. Il s'agit donc d'un métier dont l'ampleur dépend des savoir-faire du ou de la secrétaire d'édition, des besoins de l'entreprise et de la capacité qu'a l'éditeur ou le responsable éditorial à déléguer.

À coup sûr, les tâches ci-dessous reviendront au secrétariat d'édition :

1- Travail sur la forme
- cohérence entre le sommaire et le titrage, écriture des légendes,
- choix des titres courants, fonctionnement des appels de note.

2- Préparation de la copie
- orthographe, syntaxe, ponctuation, correction des sigles et abréviations,
- et application du code typographique en général.

3- Calibrage
estimation des illustrations, estimations des textes, définition de l'importance de l'ouvrage.

4- Corrections des épreuves jusqu'à l'obtention du BAT

5- Suivi des plannings
planning éditorial, planning de fabrication.

6- Réalisation ou supervision des maquettes
- réalisation ou commande et supervision de la maquette de corps d'ouvrage,
- commande et supervision de la maquette de couverture,
- établissement de la matrice typographique.

7- Recherche de la documentation et des illustrations
- recherche de l'iconographie,
- commande et vérification des illustrations,
- demandes et suivi des autorisations de reproduction.

8- Préparation et suivi du budget de production de chaque ouvrage

Le secrétariat d'édition est un rôle-clé où les qualités professionnelles et humaines sont d'une importance décisive pour la maison d'édition: il faut gérer au quotidien, avec rigueur, la cohérence des tâches entre les collaborateurs internes et les fournisseurs extérieurs, en particulier les auteurs.

La place du secrétaire d'édition dans le service éditorial

Responsable éditorial
Secrétaire d'édition
Auteurs - Réviseurs - Correcteurs - Chef de fabrication - Illustrateurs - Iconographes - Maquettistes - Compositeur - Studio PAO - Photograveur - Imprimeur - Brocheur.

Les consignes aux auteurs

Dans la majorité des cas, l'auteur va remettre la saisie de son texte sur un support informatique. Il va falloir le relire et le corriger avant d'en faire effectuer la mise en page. Les auteurs ne sont pas typographes, de plus, ils utilisent leur logiciel de traitement de texte au mieux de leurs capacités, c'est-à-dire très loin des capacités du logiciel… De façon à vous trouver devant un manuscrit aussi propre que possible, mieux vaut distribuer aux auteurs un protocole, peu contraignant, mais apte à faciliter la compréhension du texte, sa préparation, enfin, sa mise en page. Ce protocole peut être annexé au contrat, notamment lorsque le manuscrit est le produit d'un travail de commande.

Protocole de présentation des manuscrits

Saisie du texte :

1. adoptez la saisie "au kilomètre" ;
2. utilisez une police "tout terrain", lisible à l'écran comme l'Arial ou le Times ;
3. évitez de changer de corps : le 12 interligné 2 points, c'est parfait ! Évitez également les changements de graisse ;
4. alignez au fer à gauche et laissez le logiciel couper les mots en fin de ligne ;
5. évitez les alinéas ;
6. tapez les abréviations sans points de séparation (ONU, Unesco) ;
7. n'oubliez pas d'accentuer les majuscules.

Autres recommandations

1. L'orthographe des termes scientifiques, des noms propres, des pluriels étrangers doit être uniformément respecté d'un bout à l'autre du texte et correspondre à l'orthographe adoptée dans les légendes, cartes et croquis.
2. Les abréviations, les unités, les chiffres doivent être présentés de façon uniforme suivant les normes Afnor.
3. La présentation et les titres à l'intérieur du manuscrit doivent être informatisés et si possible avec la fourniture d'une échelle des titres complète en correspondance avec le texte.
4. Les notes, variantes et autres textes à composer dans des caractères différents devront être indiqués de façon précise ;
5. Les documents des illustrations joints au texte doivent :
   - se trouver en bon état (ni épingles, ni attaches !) ;
   - être référencés dans l'ordre, les références étant reportées dans le texte ;
   - comporter au verso la mention du photographe ou de l'auteur de l'illustration ;
   - être accompagnés en annexe par les légendes référencées.

Une bonne recommandation !
Pour la normalisation des abréviations et des chiffres, voir fiches 1-49 et 1-50

Relire et corriger

Le travail du relecteur consiste à veiller à l'orthotypographie du texte. Le terme orthotypographie est le juste mot pour désigner l'ensemble des règles qui couvrent le respect:
– de l'orthographe des mots,
– des normes grammaticales,
– mais aussi des règles typographiques (Voir fiches 4.9 p.100 à 4.18 p.109)
toutes applicables à l'édition composée, qu'elle soit livrée sous forme papier ou sous forme numérique.

Une bonne recommandation !
Les corrections d'auteur sont des corrections voulues par l'auteur pour corriger ses infomations ou sa pensée. Elles grèvent lourdement le budget de saisie. Convenez avec l'auteur qu'il pourra en faire, mais que, passé un certain seuil, les éventuelles corrections d'auteur lui seront facturées.

Avant l'introduction de l'édition électronique, ce travail requerrait plusieurs opérations effectuées par des professionnels : une lecture en « première » visait à rendre la composition, effectuée chez l'imprimeur par les compositeurs, conforme à la copie manuscrite ou dactylographiée « tapuscrit ». Une lecture en « seconde » s'opérait, sans la copie d'origine, sur une épreuve lue et approuvée par l'auteur et son éditeur. Enfin, une troisième épreuve, la « tierce », permettait de vérifier que toutes les corrections demandées avaient été effectuées et qu'on n'avait pas introduit d'autres erreurs en corrigeant les fautes. Pourquoi ce rappel sur le passé ? Pour souligner le regard attentif qu'accordaient à la relecture et à la correction les éditeurs et les imprimeurs, mais aussi les étapes nécessaires respectées, enfin la prise en compte du temps indispensable au travail bien fait. Les techniques ont évolué, l'esprit de rigueur doit rester inchangé.

Relire et corriger : une succession d'étapes à respecter

L'équipe de l'éditeur aujourd'hui doit comprendre un relecteur-correcteur, à moins que l'on externalise le travail vers un professionnel confirmé. Ce relecteur travaillera selon les étapes suivantes :

1. Lire rapidement le document pour en appréhender le contexte ;
2. Passer le texte au correcteur de Word (Aller dans outils puis grammaire et orthographe) en conservant une attitude critique (Voir fiche 000) ;
3. Imprimer le texte ainsi corrigé ;
4. Relire sur la version papier avec ce dispositif de reconnaissance bio-optique éprouvé que sont les "deux yeux" d'un correcteur compétent reliés à son cerveau expérimenté;
5. Puis introduire les corrections portées sur le papier sur la version électronique;
6. Imprimer les pages corrigées de façon à ce qu'il ne se trouve aucun écart entre la version papier et la version Word.
7. Livrer un exemplaire de cette version papier à l'auteur pour qu'il donne son « bon à monter ». S'il désire apporter quelques corrections ou repentirs, il les portera sur la version papier que vous lui aurez confiée.

Ce n'est qu'après ce travail que vous pourrez livrer le texte au poste de montage.

Notez bien qu'au cours de ce travail de correction, le relecteur rencontrera des difficultés, des hésitations : ce passage contient-il une erreur ou s'agit-il d'un curiosité stylistique voulue ? Ce mot est-il vraiment le mot juste ? etc. Il ne lui appartient pas de trancher, mais il lui faut interroger l'auteur et le laisser décider.

Les correcteurs orthographiques sont-ils de faux amis ?

Sur Mac ou sur PC, vous utilisez Word ou un logiciel libre comme Open Office (LibreOffice) ? Alors, vous connaissez sans doute l'usage de leur correcteur orthographique. Il suffit de cliquer sur le menu "outil", dans la barre des menus et de le dérouler jusqu'à trouver "grammaire et orthographe" pour que le correcteur vérifie tous les textes figurant dans la zone de corrections, c'est-à-dire le texte entier, ou la zone de corrections que vous aurez préalablement sélectionnée. En principe, le correcteur vérifie l'orthographe ; mieux encore, il vous indique plusieurs propositions de correction. Pourtant le plus important de cette dernière phrase sont les deux mots "en principe" car le correcteur intégré dans Word est bien peu fiable.

L'auteur a-t-il écrit « *Maryam avait apporté deux sots d'eau* » que la seule correction proposée touchera au prénom de *Maryam* pour lequel on vous proposera *Mariam*. Que seau puisse s'écrire sceau ou sot ou encore *saut* laisse le correcteur indifférent. Ce simple exemple pour attirer votre attention sur le fait que le correcteur est souvent peu fiable. Parfait pour repérer une majuscule mal placée ou manquante, utile pour repérer les maladresses dues à l'insuffisance de nos pratiques de frappe, il ne perçoit pas le contexte et ne comprend pas le texte.

Des logiciels plus performants

Il existe d'autres logiciels de correction orthographique plus performants. Les plus répandus sont des logiciels payants comme *ProLexis* ou *Antidote*. Dotés de nombreux réglages, l'un et l'autre suggèrent des modifications et permettent de les appliquer automatiquement. De plus, ces logiciels intègrent un dictionnaire traditionnel, un dictionnaire des synonymes et antonymes, un conjugueur et une grammaire. Intégré dans la barre d'outils de votre traitement de texte ou votre metteur en page, vous pourrez facilement y accéder et trouver des réponses à vos dilemmes linguistiques. Il existe des versions plus ou moins puissantes de ces logiciels : Antidote et ProLexis, par exemple sont beaucoup plus performants que le Petit ProLexis d'un prix plus attractif et que vous pouvez acquérir en ligne pour environ 65 000 francs CFA. Il en existe une version d'essai gratuite de 30 jours.

Le mode de correction automatique est une aide intéressante, tout à fait pertinente dans le contexte de l'édition électronique, mais vous devez garder à l'esprit qu'il ne peut se substituer à vous pour comprendre et résoudre les difficultés que posent les ambiguïtés textuelles.

Le logiciel de correction, un faux ami ? Certainement pas si vos relectures suivent rigoureusement les étapes successives de corrections proposées sur la fiche précédente (Voir fiche 4.4 p.94) ?

Une bonne recommandation !
Il existe des logiciels libres pour toute la chaine du livre.
N'hésitez pas à les utiliser.
(voir fiche 4.28 p.119)

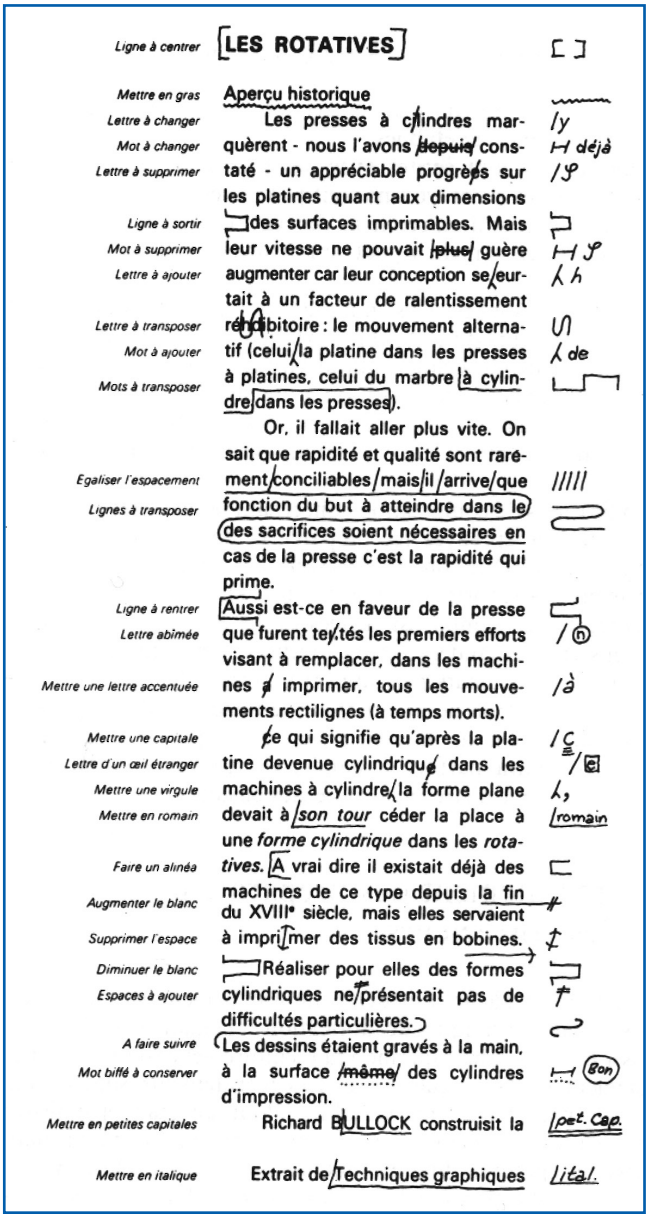
Les signes de préparation et de correction

1- Préparation de copie

Le préparateur de copie indique sur le texte, de manière usuelle, les éventuelles corrections et précisions. C'est en partie ce qui explique la nécessité de recevoir une copie en double interligne. Les noms propres qui demanderaient surcharges sont reportés dans la marge de façon à assurer au claviste la meilleure lisibilité typographique.

2- Correction des épreuves

Les signes de correction se portent dans la marge de droite et s'écrivent de droite à gauche, au fur et à mesure qu'ils se présentent. Si vous vous trouvez devant deux colonnes, vous utiliserez aussi la marge de gauche, en y écrivant les signes de droite à gauche au fur et à mesure qu'ils se présentent.



Source : Bouvaist Jean-Marie, *Pratique des métiers de l'Édition*, Éditions du Cercle de la Librairie, Paris, 1991, page 150.

Une bonne recommandation !

N'oubliez pas que les lettres accentuées en bas de casse le sont aussi en capitales:
LE PALAIS DES CONGRÈS n'a rien à voir avec LE PALAIS DES CONGRES.

Un exemple de texte à corriger

L'exercice consiste à mettre dans la colonne de droite les signes de correction correspondants aux fautes soulignées. Pouvez-vous dénicher d'autres fautes ?

Le nom du chef Kâli que attiqua l'Aïeul par traîtrise était Monoila, son père s'appelait Gang Valka, dénommé Gang Falka. La nuit où ils fondirent sur le cef peul, celui-ci put riposter les disperser, et le lendemain matin il les écrasa tous. C'est alors que les chef de Ray jeta sur eux sa grande malédiction et que, depuis, ce sont les "maudits" car ils étaient venu de leur propre initiative appeler l'Ardo au secours et ensuite l'avaient attaquer et lui avaient tué des gens. C'est à partir de cette époque que
l'éthnie Kâli éclata, se dispersa, les uns s'enfuirent vers l'Est de l'autre côté de Toubouro en pays Lakâ, d'autres gagnèrent la vallée de la Mambéré et ne se sont plus connus de nos jours que sous le nom de Kari. un petit nombre seulement continua à hâbiter leur ancien pays, entre le village de Kâli et Koum.

C'est après la bataille conre les Kâli, rapporte la tradition, que Njobdi de Boudang quitta Tourwa, traversa toute la région pour gagne la montage du côté de Ngaoundéré. Mais Hama Sambo se trouvait encore à Tchamba et n'avait pas encore fonder Tibati. Il n'y avait pas un an que Njodo occiupait Ngaoundéré losrque Hama Sambo gagna à son tour la montagne pour aller se fixer à Tibati. Une foisparvenu sur la montagne, Ardo Njobdi envoya demander au chef de Ray son aide pour venir à bout du chef Mboum appelé Bëlaka Koya. Conduisatn lui-même son armée, Bouba Njidda quitta Ray et traversa tout le territoire encore entre les mains des animistes et vint joindre ses forces à l'Ardo de Ray alors qu'il se trouvait encore à Bâdjâri, ils ne rerournèrent pas en pays Mboum mais habitèrent désormais à Ray aux côtés du chef peul. Après en avoir terminé avec les Dourous, Ardo Bouba Njidda s'attaqua aux autres Mboum dans leurs propre pays. Au cours de cette campagne, il épargna les villages de ceux d'entre les Mboum qui étaient venus s'allier aux peuls dès le début et il donna formel l'ordre à ses fils de ne jamais les attaquer. Il semble d'ailleurs que la plupart des habitants de ces villages déménagèrent pour venir s'installer dans la ville de Ray. Ils sont demeuré des hommes de statut libre. Les Mboum qu'il combâttit furent ceux des clans Npaw, Bildam et les gens du Bëlaka Taw qui commandaient à une fraction du clan Nguëw.

Extrait de : Tradition historique des Foulbé de l'Adamäwa
par ELRIDGE MOHAMMADOU

La fiche de calibrage : exemple d'exploitation

Pour en montrer le principe, vous trouverez ci-dessous un cas simple de présentation de fiche de calibrage :

Titre de l'ouvrage :	Contes camerounais
Auteur :	Aristide Beydou
Composition en caractère :	Palatino, Corps 11
Justification :	12 cm
Hauteur de page :	38 lignes
	soit, 1934 signes à la page

1- Estimation

	Chapitre 1	Chapitre 2	Chapitre 3	Chapitre 4
Nombre de signes du chapitre	30 312	50 400	43 324	39456
Nombre de signes de blancs typo	407	407	407	407
Nombre de signes total	30 719	50 807	43 731	39 863

2- Calibrage

	Chapitre 1	Chapitre 2	Chapitre 3	Chapitre 4
Nombre de signes du chapitre	30719	50 807	43 731	39 863
Nombre de signes à la page	1934	1934	1934	1934
Nombre de page	15,88	26,27	22,61	20,61

Il faut admettre que 15,88 pages nécessitent en fait 16 pages et ainsi de suite. Le secrétaire de rédaction constate donc qu'il a besoin de 16+27+23+21 pages, soit 87 pages en dehors des pages de faux titre, titre, copyright, sommaire et des pages de blanc qu'il lui faudra insérer entre les chapitres si l'on veut que chacun d'entre eux commence en belle page..

Pour augmenter ou diminuer le nombre de pages, selon les besoins, on pourra jouer :

1. sur la police de caractère utilisée puisque la chasse diffère de l'une à l'autre,
2. sur le corps et sur l'interlignage,
3. sur la justification,
4. sur le nombre de lignes à la page,
5. éventuellement sur le texte lui-même, en demandant au rédacteur de le réduire ou de l'allonger de quelques mots.

Le calibrage de l'ensemble de l'ouvrage permettra d'établir la représentation, page par page, du livre qui sera publié ; on donne le nom de "chemin de fer" à cet outil qui permet aux différents partenaires, éditeur, maquettiste, imprimeur de disposer d'un outil prévisionnel d'informations et d'échanges. Il existe aujourd'hui des logiciels de chemins de fer qui vous aideront à effectuer le travail plus rapidement.

Le code typo, outil de référence

Le code typo trouve son origine dans le besoin des imprimeurs de se doter d'usages communs et d'unifier la présentation des textes. Ainsi ont-ils légiféré, par exemple, sur l'usage des lettres capitales, sur le traitement typographique des nombres, sur les blancs de ponctuation, sur la façon de traiter les citations ou celle de titrer les livres. Avec l'espoir que tous les professionnels travailleraient en tout lieu avec la sécurité que donne une règle invariablement établie ; ainsi le compositeur, dûment formé aux règles, se trouverait en quelque sorte garant du bon usage typographique devant l'auteur, l'éditeur, les lecteurs et la postérité.

L'évolution des techniques d'impression et surtout la généralisation rapide de la publication assistée par ordinateur sont venues bouleverser l'ordre établi.
Exit le professionnel dont la dextérité se doublait d'une connaissance intime des subtilités typographiques. À l'auteur de maîtriser les vétilleux usages en matière d'abréviations, de sigles, de symboles, de coupures de mots…

L'essentiel du contenu d'un code typographique tient dans le sommaire ci-dessous :
- usage des capitales,
- usage de l'italique,
- traitement des nombres,
- abréviations et symboles,
- usage des signes de ponctuation,
- division des mots et des phrases,
- protocole des corrections sur épreuves.

Une bonne recommandation !
Vous ne pouvez pas vous passer d'un code typo. Il en existe plusieurs éditions, nous vous conseillons le Lexique des règles typographiques en usage à l'imprimerie nationale française ou le Code typographique à l'usage des éditeurs publié par le Cercle de la librairie.

Les fiches suivantes traitent les difficultés les plus fréquentes, celles que le ou la secrétaire d'édition doit mémoriser.

Les coupures de mots

En fin de ligne, la coupure d'un mot, ou division des mots, ou encore césure, se marque par un court tiret. Vous l'éviterez aisément dans les justifications longues où les espacements sont suffisamment nombreux pour permettre au logiciel une judicieuse répartition des blancs ; cela sera plus difficile dans les lignes de longueur moyenne ou courte. Les coupures de mots obéissent à des règles précises, fondées sur la facilité de compréhension du texte.

Ce que vous pouvez couper :

1- Vous pouvez couper syllabe par syllabe

- soit entre une voyelle et une consonne : auto-nomie, encoura-gement ;
- soit entre deux consonnes : profes-sion, struc-ture ;
- soit entre deux voyelles, à condition que la césure suive un préfixe : anti-oxydant, co-édition.

2- Vous pouvez couper en tenant compte de l'étymologie lorsque les composants sont discernables : atmo-sphère, cata-strophe.

Vous ne couperez pas :

1. les sigles :CREPLA,
2. après la première syllabe d'un mot lorsque cette syllabe n'est composée que d'une seule lettre: a-postrophes, i-talien,
3. après la première syllabe d'un mot lorsque cette syllabe est composée de deux lettres étroites: il-lustres,
4. avant ou après les lettres x et y lorsqu'elles sont précédées et suivies d'une voyelle : ex-amen, vo-yelle,
5. lorsqu'on obtient une coupure mal sonnante : con-tinent, ou cul-tivateur, par exemple. Encore que la notion de mal sonnant varie selon le contexte ou l'époque. Le code typo n'est pas une caserne et demande un peu d'intelligence.

Les coupures de mots comportent également certaines règles, vous ne couperez pas :

1. les initiales du prénom et le nom propre d'une personne : B. N'Diaye
2. une lettre abréviative du nom auquel elle se rapporte M. Ousseynou
3. après une apostrophe : l'harmonie
4. les nombres exprimés en chiffres : 500 000 Francs CFA
5. un nombre en chiffres du mot qu'il accompagne : 3 000 calebasses
6. l'appel de note du mot qui le précède : Mbilla1
7. l'abréviation etc.. du mot qui la précède : « cyclones, ouragans, tornades, » etc.
8. après le trait d'union d'un mot composé
9. les dates : dimanche 30 août 1999, vous pouvez en revanche rejeter à la ligne suivante le millésime.

La ponctuation : le point, le point-virgule, la virgule

La ponctuation est un ensemble de signes conventionnels employés pour délimiter les phrases et les parties de phrases. Son usage contribue à la logique du discours, mais il en nuance et en précise aussi le sens. Son utilisation est si fine que la "Bible" en la matière, l'ouvrage de Jacques Drillon "Traité de la ponctuation française" ne comprend pas moins de 472 pages ! C'est dire que les deux feuillets ci-après ne sont que rudiments.

Le point sert à marquer la fin de la phrase ; ce qui signifie que l'énoncé contenu entre deux points doit se suffire à lui-même, tant au plan grammatical qu'au plan du sens.

Le point d'interrogation s'emploie à la fin de toute phrase interrogative en style direct. Placé entre parenthèses, le point d'interrogation exprime un doute à propos de ce qui le précède, en particulier lorsqu'il s'agit de citations. Ex. :*"Le muséum est incontestablement l'un des fleurons de la recherche scientifique" (?)*.

Le point d'exclamation s'emploie après les interjections. Il marque douleur, surprise, joie, colère… Point d'interrogation et point d'exclamation revêtent une importance particulière en cela qu'ils créent de la connivence avec le lecteur.
Exemple : *"Comment qualifier cette journée? Une journée gigantesque !"*

Le point-virgule est d'un usage subtil, au point qu'on le voit trop souvent abandonné au profit du point ou de la virgule. Il sert moins à séparer qu'à coordonner ; il permet en effet de marquer l'unité d'une pensée qui comprend plusieurs propositions.
Exemple :
"Il fallait prendre une décision, on ergota ; il fallait aller vite, on atermoya ; il fallait viser haut, on s'englua dans les mesquineries les plus viles."
Le point-virgule s'emploie à la fin des propositions disposées en alinéa dont l'ensemble forme une énumération. Exemple :
"Cette entreprise fournit maints exemples de sa vitalité :
– elle créée sans cesse des innovations utiles à l'industrie du textile;
– elle assure à son personnel une vie professionnelle de qualité
– enfin elle dégage des bénéfices qui assurent sa pérennité".

La virgule vise à séparer les éléments semblables d'une même proposition — sujets, compléments, attributs, épithètes — non unis par une conjonction de coordination. De la même façon, elle sépare dans la phrase plusieurs propositions de même nature non unies par une conjonction de coordination. Rappelons qu'on ne met pas de virgule avant une parenthèse, un tiret ou un crochet et que, en revanche, le mot *etc.* est précédé d'une virgule.

Une bonne recommandation !
Ne vous dispensez pas des règles de disposition des espaces avant ou après les signes de ponctuation. (voir fiche 4.13 p.104)

La ponctuation : deux-points, points de suspension, tirets, crochets…

Les deux-points annoncent un développement, une explication, une citation; mais aussi l'analyse, l'explication, la cause, la conséquence, la synthèse de ce qui précède : *"Aucune recherche commune n'aboutissait, aucun contrat commun ne prenait corps, surtout manquait le dynamisme collectif : il n'y avait pas de communication."*

Les points de suspension indiquent la volonté de l'auteur d'une suppression, d'une interruption, d'un sous-entendu. Ils livrent un élément important de nuance pour marquer la réticence, la convenance, l'émotion, la pudeur. Leur maniement n'ira pas sans prudence puisque le lecteur y entend ce qu'il veut bien entendre ! Rappelons que le mot etc. n'est jamais suivi de points de suspension.

Les tirets sont au nombre de trois et leur usage fait souvent confusion.
Le plus petit, le tiret court, sert de trait d'union : dans "arc-en-ciel", par exemple. Il sert aussi de signe moins. Beaucoup d'éditeurs l'utilisent aussi pour encadrer les incises de préférence au tiret long pour diminuer la rupture de gris dans la ligne.
Le tiret moyen (–) est obtenu par usage des touches "Majuscules" + "alt" + "-". Il est d'usage dans les listes d'énumération, en alinéa..
Le tiret long (—), obtenu par les touches "maj en continu" + "alt" + "-", permet d'ouvrir les répliques dans les dialogues

Il faut faire la différence entre l'usage de la parenthèse et du tiret. La parenthèse s'utilise pour isoler un détail, faire part d'une information secondaire, le tiret au contraire permet de mettre en valeur une proposition, un membre de phrase, une expression, voire un mot qu'on veut séparer du contexte.
Exemple : "La pauvre veuve –pas si pauvre que cela– hérita de cinq millions."
Notez qu'en fin de phrase, on se dispense du tiret final : "Ils étaient amants –c'était donc cela !"

Les parenthèses sont utilisées pour insérer dans la phrase une indication, une précision accessoire. Plus proches de la négligence de style que du réel souci d'aider la démarche du lecteur, elles sont souvent, avouons-le, le résultat d'une paresse à exprimer un ensemble complexe. Il n'est pas rare que leur longueur et leur absence de construction syntaxique en fassent de difficiles écueils pour la lisibilité.

Les crochets ont le même usage que les parenthèses, écrit Grévisse, qui précise : *"On les emploie surtout pour isoler une indication qui contient déjà des parenthèses."*

Les guillemets servent à mettre en exergue une citation, une expression, un néologisme, un terme étranger au vocabulaire ordinaire. Les typographes se battent comme des chiffonniers pour l'utilisation des guillemets français ou anglais… L'auteur de ce texte ne se range sous aucun autre drapeau que celui de la lisibilité typographique et va au plus léger.

Les blancs de ponctuation

Les espaces utilisées avant et après les signes de ponctuation obéissent à un certain nombre de règles précises ; en voici le rappel :

Avant le signe de ponctuation		Après le signe de ponctuation
Pas de blanc espace	**Point**	justifiante
Espace fine insécable	**Point-virgule**	espace justifiante
Pas de blanc	**Virgule**	espace justifiante
Espace fine insécable	**Point d'exclamation**	espace justifiante
Espace fine insécable	**Point d'interrogation**	espace justifiante
Espace mots insécables	**Deux-points**	espace justifiante
Espace justifiante	**Tiret**	espace justifiante
Espace justifiante	**Guillemet ouvrant**	espace mots insécable
Espace mots insécable	**Guillemet fermant**	espace justifiante
Espace justifiante	**Parenthèse ouvrante**	pas de blanc
Pas de blanc	**Parenthèse fermante**	espace justifiante

Les espaces dont le logiciel de composition dispose sont de deux sortes :
1-*Les espaces mots* à valeur variable, dont l'expansion permet la justification de la ligne ;
2-les espaces à valeur fixes qui sont toujours insécables, c'est-à-dire inséparables du mot qui les précède :
- *le cadratin*, blanc dont la largeur est égale à la force du corps du caractère utilisé ;
- le *demi-cadratin* ;
- le *quart de cadratin*, qu'on appelle plus couramment *espace fine*.

À savoir : le mot "espace" est féminin pour désigner le caractère typographique, masculin dans ses autres acceptions : une espace sert donc à créer un espace !

Comment traiter les abréviations ?

Les abréviations conventionnelles courantes

- Une abréviation qui ne se compose que des premières lettres du mot se termine par un point: *département* = dép.
- Une abréviation qui se termine par la dernière lettre du mot ne comporte pas de point abréviatif : *boulevard* = bd
  Mais il peut exister plusieurs formes d'une même abréviation : bd, peut aussi s'abréger boul.
- L'abréviation des groupes de mots ne comporte pas de point abréviatif : *s'il vous plaît* : s'écrit SVP ou svp
- Si une abréviation termine une phrase, le point abréviatif et le point final n'en font qu'un. Idem pour les points de suspension.
- Une abréviation ne prend jamais la marque du pluriel.

Vous veillerez à conserver la même forme des termes abrégés dans un même texte.

La place manque pour dire toutes les exceptions et curiosités touchant aux abréviations. Un exemple ? Comment abréger les mots *société à responsabilité limitée* ? S.A.R.L. ? Voilà une forme sujette à caution ; le À de SARL n'abrège rien, la formule juste serait-elle S.à R.L. ? Résolvons-nous à l'usage : SARL est devenu coutumier, il est par conséquent devenu le bon usage.

Comment traiter les sigles ?

Le *Lexique des règles typographiques en usage à l'Imprimerie nationale* définit les sigles comme "des groupes de lettres désignant certains organismes dont le nom comporte plusieurs mots. Ils sont formés de la première ou des premières lettres ou encore de la première syllabe de chacun des constituants les plus importants".

Si vous consultez un livre âgé de quelques dizaines d'années, vous trouverez un point abréviatif après chaque lettre d'un sigle : A.C.C.T. pour Agence de coopération culturelle et technique, C..N.R.S. pour Centre national de la recherche scientifique. L'usage en est maintenant passé et vous pouvez, comme le recommande le *Lexique des règles typographiques*, traiter les initiales sans points : ONU, par exemple.
Si vous vous rangez à cette forme, nous vous conseillons vivement de composer alors le sigle deux corps au-dessous du texte : notre texte est ici composé en corps 13, composez le sigle en 11 : le *Groupement d'action pour la promotion de l'éducation en langues africaines*, (GRAPELA); cette forme ne heurte pas la vue comme le bloc que vous avez perçu trois lignes plus haut.

Les *acronymes*, c'est-à-dire les sigles qu'on prononce comme un mot : UNESCO, CREPLA par exemple, peuvent s'écrire avec la seule majuscule initiale suivie de bas de casse (minuscule) sans points : Unesco, Crepla.

Nous ne saurions conclure sans recommander d'expliciter les sigles et acronymes : la première occasion est la meilleure. Exemples : *L'Institut national de documentation, de recherche et d'animation pédagogique (Indrap) assure la publication des manuels en langues nationales.*
ou
L'Unité d'études et de recherche en pédagogie de Madagascar et la Direction nationale de l'alphabétisation fonctionnelle et de la linguistique appliquée du Mali, viennent de signer un accord de collaboration. L'UERP et la DNAFLA ont en effet constaté certaines convergences de leurs recherches..

Ce qui se dit en italique

Le texte en italique est là pour attirer l'attention sur une citation, une difficulté linguistique, une anomalie du discours, en particulier le changement de langue.

Le code typographique normalise un certain nombre de ces cas d'utilisation:

1. les citations, c'est-à-dire les passages cités empruntés à d'autres ouvrages,
2. les titres d'oeuvres et de journaux cités dans le texte,
3. les citations de titres dans les bibliographies (Voir fiche 4.18 p.109),
4. les mots en langue étrangère par rapport à la langue du texte. Avec un notion de flou pour le français puisque les mots francisés échappent à la règle. Reste à savoir quels sont les mots francisés ? Le latin *a priori* ou *a posteriori,* l'anglais *benchmark* sont-ils francisés ?
5. Les citations latines,
6. le vocabulaire de la science, en particulier en zoologie et en botanique,
7. l'argot et les néologismes,
8. les notes de musique,
9. certains mots comme les noms de bateaux ou de bâtiments : *La Belle-Poule, Trianon,*
10. Si dans un passage en italique apparaît une expression qui devrait, elle aussi, se distinguer par l'emploi de l'italique —par exemple le nom d'une œuvre d'art dans un passage en langue étrangère— on emploie le romain pour préserver la mise en valeur :par exemple dans cette citation « *Fallait-il que je lise la* Recherche du temps perdu *pour paraître cultivé* ?».

Une bonne recommandation !
préférez utiliser des polices contenant une déclinaison du caractère en italique. L'italique électronique incline les caractères romains mais au prix de l'élégance du dessin et d'une chasse plus large.

Le caractère italique peut également s'utiliser pour attirer l'attention du lecteur sur un mot, une phrase ou un passage que l'auteur tient à souligner. Préférez-en l'usage au souligné et au gras: le premier rend la lecture difficile en masquant les hampes du bas des caractères, le second est trop gras dans les polices de traitement de textes et enlaidit la composition ; les polices typographiques nous autorisent le demi-gras plus agréable à la lecture.

Une bonne recommandation !
le caractère italique est moins lisible que le romain. Évitons donc de l'utiliser pour composer des pages entières, comme on peut le voir, par exemple, dans la composition de certaines préfaces au prétexte qu'elles ne sont pas écrites de la main de l'auteur.

Les principales abréviations de mesure

Ampère	A
are	a
centiare	ca
centigramme	cg
centilitre	cl
centimètre	cm
décalitre	dal
décibel	dB
décigramme	dg
décilitre	dl
décimètre	dm
degré (angle)	°
degré Baumé	°B
degré Celsius	°C
degré Fahrenheit	°F
degré Kelvin	°K
électronvolt	eV
Franc	F
GigaOctet	Go
grade (angle)	gr
gramme	g
hectare	ha
hectogramme	hg
hectolitre	hl
hectomètre	hm
heure	h
jour	j
kilogramme	kg
kilohertz	kHz
KiloOctet	Ko
kilomètre	km
Kilomètre par heure	km/h
kilovoltampère	kVA
kilowatt	kW
kilowatt par heure	kWh
litre	l
Mégahertz	MHz
MegaOctet	Mo
Mégapixel	Mpx
mètre	m
mètre carré	m^2
mètre cube	m^3
mètre par seconde	m/s
millibar	mbar
milligramme	mg
millilitre	ml
millimètre	mm
milliseconde	ms
minute (angle)	'
minute (temps)	mn
nanoseconde	ns
picoseconde	ps
quintal	q
seconde (angle)	"
seconde (temps)	sc
stère	st
TeraOctet	To
thermie	th
tonne	t
Video Graphic Array	VGA

Les formats d'image les plus répandus

JPEG (matriciel)
GIF (matriciel)
PNG (matriciel)
TIFF (matriciel)
SVG (vectoriel)
EXIF (extension du JPEG, format des appareils photo numériques)
La protection des Images se fait avec des techniques de marquage (ou tatouage) en filigrane ou purement logicielles.
DRM (Digital Rights Management) pour Gestion des droits numériques.

Comment traiter les nombres ?

La composition des nombres utilise quatre procédés d'écriture différents : composition en lettres, composition en chiffres arabes, en chiffres romains grandes capitales, ou enfin en chiffres romains petites capitales : c'est-à-dire que vingt-deux peut aussi bien s'écrire 22 ou XXII ou encore XXII. Les textes scientifiques, où les nombres abondent, échappent à la majorité de ces règles ; le bon sens leur recommande en effet l'utilisation des chiffres arabes : ils allègent le texte, ils sont très lisibles, ils permettent des comparaisons rapides. La tendance est d'étendre cette manière de procéder à tous les types d'ouvrage, toutefois dans les compositions littéraires, vous vous efforcerez de suivre le code. Vous trouverez ci-dessous la réponse à quelques interrogations fréquentes, mais nous ne pouvons ici être exhaustifs.

– Que composer en chiffres romains grandes capitales ?

1. les millénaires : *le II^e millénaire*,
2. les divisions principales d'un ouvrage : *tome II*, *volume V*,
3. les numéros dynastiques appliqués à un nom propre de personne : *Louis XIV*, *Henri IV, Raymond VI de Toulouse*,
4. les régimes politiques, les dynasties, les réunions renouvelées de personnes : *la V^e république, le III^e Reïch, les XIX^e JO.*

– Que composer en chiffres romains petites capitales ?

1. les siècles : *le XXI^e siècle commençant*,
1. les divisions secondaires d'un ouvrage : *le chapitre XII.*

– Que composer en lettres ?

1. les nombres employés comme substantifs : *les trois quarts, redoubler la cinquième, prendre le quart, passer un mauvais quart d'heure…*
2. tout adjectif numéral ordinal indiquant l'ordre et le rang assigné à un objet : *le bâtiment embarqua 100 passagers de première classe, le troisième adjoint travaille au quatrième étage…*
3. les nombres s'appliquant à des durées : *Ils vécurent plus de trente ans ensemble*,
4. les distances dans le temps et dans l'espace, quand il s'agit de nombres entiers ou comportant les fractions usuelles (quart, demi, tiers, etc.) : *fallait-il que le trajet dure trois heures pour que nous n'ayons pas parcouru plus de vingt-cinq kilomètres ?*

Notez bien que les éléments constituant un nombre inférieur à cent sont liés soit par un trait d'union lorsqu'ils ne le sont pas par la conjonction "et": *dix-sept, quatre-vingt-treize, mais vingt et un*. Il en est de même lorsque ces nombres entrent en composition: *cent vingt-deux, deux cent vingt-trois, mille neuf cent soixante-douze.*

Notez enfin que vous pouvez élider un nombre composé en lettres : *un congrès de cinq à six cents géographes*, mais que vous éviterez de le faire pour un nombre composé en chiffres : *un congrès de 500 à 600 géographes.*

Bibliographie : présentation

Les ouvrages scientifiques, techniques et universitaires comportent tous une bibliographie. Les éléments signalétiques des ouvrages seront mentionnés dans l'ordre préconisé par les normes Afnor (Association française de normalisation) telles que nous les reproduisons ci-dessous :

1- Pour les livres

1. Nom de l'auteur ou de la collectivité auteur,
2. Prénom ou initiales du prénom,
3. Date de publication,
4. Titre complet de l'ouvrage dans la langue d'origine, éventuellement la traduction de ce titre ou le titre original si l'ouvrage cité est une traduction (entre crochets),
5. Édition ou volume,
6. Éditeur,
7. Titre de la collection à laquelle le livre appartient,
8. Nombre de pages et autres caractéristiques physiques.

Exemples :
Canel P. Delis Ph. Girard Ch., 1990, Construire la ville africaine, Karthala et ACCT, Paris, 196 p.
Al-Qâsim al-Harîrî, 1992, Le livre des malins, Phébus, Paris, coll. Domaine arabe, 478 p.
Pour une contribution à un ouvrage collectif
Roth François, 1992, "Les Luxembourgeois en Lorraine annexée, 1871-1918" dans Poitevin Raymond et Trausch Gérard, 1992, *Les Relations franco-luxembourgeoises au début du xx^e siècle*, Masson, Paris, p. 175-183.

2- Pour les articles insérés publiés dans un périodique

La référence indiquera successivement :
1. Nom de l'auteur,
2. Prénom ou initiales du prénom,
3. Date de publication,
4. Titre de l'article,
5. Traduction de ce titre ou le titre original si le titre cité est une traduction,
6. Titre complet du périodique,
7. Lieu de publication,
8. Volume,
9. Numéro,
10. Lieu de publication,
11. Pagination de l'article dans le périodique.

Exemple : Gomboscz Istvan, septembre-octobre 1993, Les aspects économiques des échanges internationaux de publications, Bulletin de l'Unesco à l'intention des bibliothèques, vol. XXV, n° 5, p. 284-299.

Le travail sur l'illustration

La responsabilité de l'éditeur par rapport aux images, illustrations, dessins, ou photographies est aussi importante que celle qu'il accorde au texte : elle est un constituant du contenu et du message, au même titre que le texte et parfois au-delà ; Dans les albums de bandes dessinées, par exemple, l'image prédomine. Rares sont dans les maisons d'éditions africaines celles qui peuvent disposer d'un iconographe ou d'un directeur artistique.
Le travail d'iconographe consiste à rechercher des illustrations préexistantes, sous toutes les formes possibles : photographies, documents, estampes, peintures, en traitant avec les ayants droit qui peuvent être des personnes privées, des organismes divers, bibliothèques, musées, etc.
Le travail du directeur artistique est de choisir un illustrateur, un dessinateur, un photographe et d'établir avec lui le cahier des charges par rapport au thème de l'ouvrage, aux fonctions attendues de l'image à la nature du papier d'impression etc.

La variété des thèmes et des fonctions

Dessins, photographies, reproductions de toutes sortes, l'image n'est pas là au seul titre décoratif. Elle s'inscrit utilement dans le domaine qu'elle illustre – et il existe autant de domaines qu'il y a de types de livres. Aussi l'illustration peut-elle être :

- littéraire : romans, nouvelles, récits, couvertures de livres, littérature pour la jeunesse
- documentaire et technique : dictionnaires, encyclopédies, ouvrages thématiques et de vulgarisation, modes d'emploi…
- éducative, notamment dans le manuel scolaire.

Sans que cette liste soit limitative. D'autant plus que les frontières entre ces diverses catégories ne sont pas toujours délimitées. D'où des fonctions multiples qui demandent réflexion. S'agit-il de :

- Souligner les nuances d'un récit,
- Inspirer un sentiment au lecteur,
- Évoquer le décor de l'action,
- Personnifier les personnages d'un récit,
- Visualiser par l'exemple les résultats d'un ouvrage universitaire ou scientifique.

Schématiser des instructions dans un guide d'apprentissage ?
L'analyse décidera du type de documents dessins, photos, illustrations, et de leur traitement au plan de la taille, des couleurs, du cadrage.

Une bonne recommandation !
N'oubliez pas les légendes !
N'oubliez pas non plus de citer les sources de l'iconographie.

Les exigences du matériel d'enseignement

Les ouvrages pédagogiques obligent plus que les autres à préciser le cahier des charges, tant au plan documentaire que technique qu'au plan de l'éthique. Par exemple :
Au plan documentaire, il faudra vérifier la conformation des représentations historiques et géographiques ou vestimentaires : l'éditeur ne saurait se tromper, par exemple, sur la pertinence des vêtements traditionnels, des matériaux de construction, de la végétation, des insignes religieux, etc.
Au plan technique, il faudra veiller à la lisibilité de l'image, à la présence d'échelles des sujets représentés, à l'absence d'ambiguïté du message ou du moins à son contrôle.
Au plan éthique, Les illustrations éviteront les discriminations raciales, religieuses, ethniques, sexuelles. Dans le même ordre d'idée, les auteurs veilleront à ne pas enfermer filles et garçons dans des rôles sociaux stéréotypés.
La liste paraît longue de ces prescriptions ; pourtant elle n'est pas plus étendue que celle qui touche au texte et on doit se souvenir que l'image, plus prégnante que le texte, peut laisser des traces tout au long de la vie.

Créer la maquette

Quand la phase de travail sur le texte est totalement achevée et seulement à ce moment, vous pourrez passer à l'étape 2 : la mise en page. L'infographiste travaillera d'après la prémaquette proposée par le maquettiste et adopté par l'éditeur. Créer cette prémaquette, c'est 3 choses :
rechercher la typographie et la mise en page les plus propres à attirer le lecteur et le retenir,
assurer la lisibilité du texte,
mettre en place la signalisation nécessaire.

Dans les petites structures, le maquettiste et le metteur en page sont bien souvent le même technicien, homme ou femme. Nous attendons de lui ou d'elle qu'il soit avant tout rompu à la pratique de la maquette et de la mise en page. Il doit par ailleurs savoir utiliser son outil de travail : l'un des logiciels de mise en page de commerce ou les logiciels libres.

Sous la direction du responsable éditorial, et en collaboration avec le chef de fabrication, il a la responsabilité de proposer l'ensemble des déterminants de la maquette, en tenant compte des contraintes économiques et du cahier des charges exprimé par le responsable de publication.

- proposer le format du livre,
- choisir l'empagement, c'est-à-dire de déterminer les surfaces imprimées et les surfaces de blancs,
- trouver la grille de mise en page la mieux à même de servir message véhiculé : on ne donne pas la même forme à un roman, un dictionnaire, une encyclopédie, un livre d'enfants,
- établir un rapport intelligent entre le texte et les visuels,
- enfin, déterminer la matrice typographqiue, c'est à dire le document de synthèse où l'on trouve,
- l'échelle de caractères choisis et de leur traitement,
- l'importance des blancs d'alinéas et d'interlignage.

Ce travail n'est pas uniquement technique. Il est étroitement lié au contenu du livre, à son esprit, à ses objectifs et à ses publics cibles. De même, il s'inscrit dans la droite ligne de la charte graphique de la maison d'édition et/ou de la collection.

Le calibrage de la copie

L'un de vos auteurs vous a remis 160 feuillets A4 tirés sur son imprimante. Quel nombre de pages comportera le livre que vous allez publier dans une mise en page prévue en Palatino corps 11, interligné 1 point, sur une justification de 12 cm et une hauteur de pages de 38 lignes? C'est à ce type de question que s'efforce de répondre le travail de calibrage. Et la réponse est d'un intérêt majeur pour le chef de fabrication qui pourra ainsi:

- estimer le nombre de pages du livre ;
- prévoir les coûts de fabrication;
- éventuellement préconiser d'autres choix typographiques pour diminuer ou augmenter le nombre de pages.

L'opération s'effectue en deux temps : estimer le nombre de signes puis calibrer.

L'estimation est l'opération qui consiste à compter le plus précisément possible le nombre de signes de la copie : le total obtenu tiendra compte des ponctuations et des espaces qui valent un signe.

Vous pouvez passer maintenant à la seconde opération : le calibrage

Connaissant le nombre de signes de la copie, connaissant également le nombre de signes à la page qu'autorise les choix typographiques prévus par le maquettiste, vous estimez sans doute qu'une simple division suffira à connaître le nombre de pages du livre. Cette division peut s'exprimer de la façon suivante :

$$\frac{\text{Nombre total de signes}}{\text{Nombre de signes à la page}}$$

Le résultat obtenu ne nous donne en fait qu'une première estimation ; elle ne tient compte ni des éléments complémentaires comme les illustrations et leurs légendes ni des contraintes que prévoit la mise en page :

Est-ce que, par exemple, chaque chapitre commence ou non en belle page (page de droite), ce qui aura pour conséquence de vous obliger à insérer une page de plus si votre chapitre précédent se termine lui-même en page de droite ?

Combien de lignes de blanc le maquettiste a-t-il souhaité placer en tête de la première page de chaque chapitre ? Ces lignes se comptent comme des signes et s'ajoutent à l'estimation.

L'utilisation rationnelle d'une fiche de calibrage, chapitre par chapitre, s'impose : ellle vous permettra une plus grande précision et, par voie de conséquence, une plus grande maîtrise de la prévision. Vous en trouverez un exemple dans la suivante.

Une bonne recommandation !

Nous avons la chance d'avoir laissé derrière nous la copie manuscrite ou dactylographiée dont le comptage n'était pas une mince affaire. Le logiciel de traitement de texte calculera le nombre de signes, espaces comprises. Dans Word, il suffit d'aller dans la barre des menus à Outils -> Statistiques et de lire le résultat affiché en nombre de caractères, espaces comprises. Malgré la grande précision affichée sachez cependant que le logiciel ne compte pas les lignes de blanc insérées entre les paragraphes.

La matrice typographique, outil d'analyse et de dialogue

La préparation de la copie ne peut s'effectuer sans une analyse précise des éléments qui entrent dans le texte à composer, de leur hiérarchie et de leur articulation. Cette analyse s'exprime dans le document de synthèse qu'est la *matrice typographique*. Se mettre devant son écran avant d'avoir procédé à ce travail, c'est se condamner à résoudre les incidents typographiques au coup par coup, sans jamais avoir de vue d'ensemble du texte à traiter. En composition traditionnelle, comme en saisie sur micro ordinateur, la matrice typographique sert également à communiquer avec l'ensemble des partenaires qui auront à intervenir sur le texte. Chacun y trouvera :
- l'échelle des caractères choisis et de leur traitement,
- l'importance des blancs d'alinéas et d'interlignage,
- les indications typographiques des mesures requises.

Ainsi la matrice typographique garantit-elle une vue claire et nette des décisions prises quant à la structuration du contenu et l'agencement des éléments typographiques. Enfin, la matrice typographique facilite le travail de composition en mise en page directe.

Exemple :
Vous trouverez ci-dessous un exemple de charte typographique.

	Police	Corps	Graisse	Traitement
Folio de la fiche	Times ten	10	normal	romain
Titre courant I	Vag Rounded	10	bold	romain
Titre courant II	Vag Rounded	10	normal	romain
Texte courant	Cochin	11	normal	romain
Titre niveau I	Vag Rounded	16	bold	romain
Titre niveau II	Cochin	13	bold	romain
Légendes	Cochin	9	normal	italique
Recommandation I	Vag Rounded	9	normal	romain
Recommandation II	Cochin	10	normal	romain

Hiérarchie des titres, organisation des pages liminaires

Hiérarchie des titres

Les ouvrages complexes demandent beaucoup de subdivisions. Rappelons la hiérarchie des titres utilisable éventuellement dans la composition d'un ouvrage :

- tome ou volume,
- livre,
- partie,
- sous-titre,
- chapitre,
- sous-chapitre,
- section,
- article,
- paragraphe,
- alinéa.

Subdivisions classiques applicables au titres ci-dessus :

- I, II, III
- A, B, C,
- 1, 2, 3
- a, b, c,

Les éléments préliminaires

On donnait autrefois le nom de "feuille de titre" à cette première feuille du livre imprimé qui contient, outre les pages de titre et faux-titre, un certain nombre de textes complémentaires généralement plus utiles à la socialisation de l'objet qu'à la compréhension du sujet. À cet ensemble de pages, on donne le nom de pages liminaires.

L'ordre habituel de présentation de ces textes obéit, en littérature générale, à des usages constants dont l'énoncé permet une énumération quasi-exhaustive :

1. Blanche,
2. Blanche,
3. Faux-titre,
4. Indications bibliographiques : "Dans la même collection" ou "Du même auteur", etc.
5. Titre,
6. © Copyright et ISBN.

Les fiches suivantes vous donneront quelques indications de traitement.

La page de titre : trois éléments distincts

La page de titre annonce l'ouvrage : cette simple phrase résume toutes les considérations d'ordre conceptuel ou esthétique que l'on pourrait émettre au sujet de son traitement. Quelle que soit l'originalité que leur talent les autorisent à déployer, le maquettiste ou le secrétaire d'édition en charge de la typographie chercheront à **exprimer l'esprit** de l'ouvrage tout en **annonçant le style** qui aura présidé à la mise en page du livre.

Dans la grande majorité des cas, le texte de la page de titre comporte trois éléments: le titre, l'auteur, l'éditeur. Des attributs peuvent s'ajouter à chacun d'entre eux :

- **auteur et ses qualités,**
- **titre avec sous-titre, genre de l'ouvrage, traduction, nom du traducteur, du préfacier, de l'illustrateur,**
- **éditeur.**

Le caractère choisi appartiendra à la même famille que celui du texte, exception faite éventuellement pour la ligne principale : bien choisie, la valeur expressive permettra de traduire avec plus de force le sens et le ton du livre. Contrairement à la couverture, la page de titre est faite pour être lue à distance normale : il est donc inutile de choisir un corps trop gros.
La bonne mesure est dans le rapport entre ces trois éléments que le lecteur doit pouvoir très nettement différencier ainsi que dans l'harmonie avec le format du livre, le style adopté, la longueur du titre, le dessin du caractère : toutes choses qui, heureusement, échappent à la normalisation.

Le code typographique prévoit :

1. de ne pas abréger le titre,
2. de ne pas utiliser le point final : en revanche les autres signes de ponctuation sont admis pour l'intelligence du texte,
3. de ne faire usage des nombres entiers qu'en toutes lettres sauf exception: *Le Train de 8h47*, par exemple,
4. de mettre une capitale aux substantifs principaux et aux adjectifs qui les précèdent : La *Divine Comédie*.

La page de faux titre et les titres courants

1- La page de faux titre

Au sein des pages liminaires, les trois premières belles pages d'un livre sont aussi prévisibles que les trois coups qui précèdent l'ouverture du rideau au théâtre :

- blanche
- faux-titre
- titre

Après quoi, le lecteur entre dans les textes.

La page de faux-titre se compose dans le même caractère, mais dans un corps moins élevé que celui utilisé en page de titre. On le met en page à la hauteur du titre ou en haut de page : c'est une simple question d'usage et le maquettiste a toute liberté, à condition de respecter l'harmonie et l'unité de style du livre.

2- Le titre courant

Son nom l'indique, le titre courant court tout au long des pages du livre, soit en en-tête, soit en pied de la page composée. Il a une fonction de signalisation, mais aussi une fonction d'identification : en cas de photocopie, l'utilisateur connaît l'origine du texte qu'il a sous les yeux. Il s'agit moins de rappeler le titre du livre – le lecteur doit quand même en avoir une idée ! – que celui du chapitre ou sous-chapitre dont il se fait l'insigne. Le texte variera donc suivant le genre et le contenu de l'ouvrage : l'essai portera le titre du livre en page de gauche, le titre du chapitre en belle page alors qu'un ouvrage technique complexe alternera titre de chapitre et titre de sous-chapitre. De plus, les revues à caractère scientifique obligent à rappeler le nom de l'auteur ou des auteurs dans le titre courant.

Les titres courants se composent habituellement dans un caractère de la même famille que celui du texte, avec une variante pour établir le contraste. Par exemple :

- bas de casse, gras, un corps au-dessous du caractère du texte,
- petites capitales du corps,
- grandes capitales un corps au-dessous du caractère du texte,

C'est le calibrage des titres courants tout autant que des raisons esthétiques qui vous aideront à choisir.

Les titres courants peuvent se placer en milieu de justification ou appuyés au fer à gauche sur la page de gauche, à droite sur la page de droite, suivant le jeu adopté avec le foliotage.

Pour séparer le titre courant du texte, une ligne de blanc suffit. Le filet a-t-il quelque utilité? Aucune règle ne peut vous aider : il faut faire l'essai.

Bien noter que ne supportent pas de titre courant :

– les pages liminaires,
– les pages de titre de chapitre,
– les pages comportant un grand cliché.

Le traitement des notes

1-Les notes de pied

Composition : Les notes de pied se composent de telle sorte qu'elles forment un contraste affirmé avec le texte principal. On les fera composer, par exemple, dans le même caractère que le texte, deux corps au-dessous.

Blanc de séparation : Rien ne codifie strictement le blanc qui sépare le texte et les notes. La valeur d'une ligne de texte paraît suffisante.

Emplacement : Cela va sans dire, la note devrait se trouver de préférence sur la page de son appel. Si, accidentellement, une note ne peut entrer entièrement dans la page, la seconde partie en est placée à la page suivante, en tête des autres notes s'il y en a et sans qu'on répète le numéro d'ordre. Si le fait se répète, peut-être convient-il de revoir la conception du système de communication. Lorsqu'une ou plusieurs notes interviennent à la fin d'un chapitre, l'usage est de placer la note immédiatement en fin de texte.

Appel de notes : Si l'ouvrage ne présente que quelques notes isolées, le plus simple et le moins coûteux est d'utiliser l'astérisque qui sera composé en même temps que le texte. En revanche, la numérotation est indispensable dès que l'appareil de notes prend quelque importance ; utiliser une numérotation par page si les notes sont courtes et tiennent à coup sûr dans la page de référence ; substituer à ce système une numérotation par chapitre si les notes sont longues au point de courir d'une page à l'autre (c'est souvent le cas dans les ouvrages scientifiques ou universitaires).

2-Les notes marginales

Trop rarement utilisées, les notes marginales sont pourtant les plus agréables pour le lecteur : parce qu'elles se trouvent immédiatement dans le parcours de la ligne d'appel, elles sont plus faciles d'accès.

Composition : La composition peut s'effectuer deux corps au-dessous du texte principal, non interligné, sur une justification de 4 à 6 douzes suivant les blancs dont on dispose. *Les marginales* peuvent se composer en drapeau, appuyées au fer à gauche, ou mieux, avec appui du côté du texte, à droite pour les pages paires, à gauche pour les belles-pages.

3-Les notes en fin de volume

La pratique est haïssable qui rejette les notes en fin de chapitre ou de volume, elle trouve pourtant des adeptes parmi les professionnels. Les victimes sont les auteurs et les lecteurs pour lesquels une telle conception est une véritable incitation à ne pas lire les textes explicatifs et les commentaires.

L'importance des gloses et des notes sur les textes de types universitaire ou scientifique, en fait de véritables textes sur le texte, et l'usage admet alors le placement en fin de chapitre pour les revues, en fin de volume pour les livres. Le maquettiste veillera alors à adopter une signalisation et une organisation des notes, variantes et commentaires qui traduisent le passage du bidimensionnel – la surface de la double-page – au tridimensionnel (le volume).

Le traitement du sommaire et du foliotage

Sommaire ou table des matières? La lecture des différents dictionnaires ne fait aucune différence de sens entre les deux termes : dans l'un et l'autre cas, le terme désigne une énumération de chapitres.
Notons cependant que l'exposé de la suite de thèmes traités au sein d'une revue se nomme sommaire alors que la représentation des parties et chapitres d'un livre est appelée *table des matières*.

Sommaire

Le sommaire ouvre l'ouvrage sur une vue d'ensemble des informations et de leur organisation: il est un guide qui permet une lecture "sommaire" de l'ouvrage, donne la clé d'une libre circulation ou d'un choix ; les essais, les ouvrages scientifiques ou techniques, les livres scolaires y trouveront avantage. Les romans ou les recueils de poésies s'accommoderont en revanche d'une table des matières, tant il est vrai que les titres ne prennent alors signification qu'après la lecture.

Table des matières

La table des matières se compose habituellement dans le même corps que le texte, à la rigueur un corps au-dessous si l'on veut éviter une tourne fâcheuse. L'utilisation de "rentrées" permet de distinguer les chapitres principaux de leurs subdivisions. Les chiffres des folios s'alignent habituellement sur la droite, précédés de points de conduite ou d'un filet pour faciliter la lecture. La table des illustrations se compose de la même manière. Mais si vous avez envie de faire autrement, n'hésitez pas à transgresser comme le fait le sommaire de ce livre. L'injonction est de participer à une bonne signalisation du livre.

Le foliotage

Folioter ou paginer, c'est numéroter les pages d'un livre, d'une revue. On donne le nom de folios aux chiffres ainsi composés.
Le folio s'exprime le plus souvent en chiffres arabes et la commodité veut que la numérotation commence à la page de garde. Notons toutefois que les pages liminaires ne portent pas de foliotage. Il arrive par ailleurs que l'on utilise les chiffres romains pour folioter les préfaces, introduction et autres avant-propos, on ne commence alors à numéroter en chiffres arabes qu'à partir du début du texte courant.

Traitement

L'emplacement et le corps du folio dépendent du traitement esthétique que vous avez réservé à vos doubles-pages et en particulier au jeu instauré avec le titre courant. On compose en général le foliotage dans le caractère et le corps même du texte à moins que, composé sur la ligne de titre-courant, il en prenne les caractéristiques. L'important est que cet élément principal de signalisation soit aisément perceptible, particulièrement lorsque la construction de l'ouvrage est complexe et recourt à de nombreuses tables et index.
Notez que les pages blanches, les pages de titre, les pages de titre de chapitre ainsi que celles qui portent un cliché de grande taille ne portent pas de folios.

L'édition numérique : l'ePUB[1]

Le livre numérique ou ePub (pour *electronic publication* en anglais) remplacera-t-il le livre papier ? Si les ventes du livre numérique sont en train d'augmenter en parallèle à l'équipement des lecteurs en tablettes numériques ou autres liseuses électroniques, il ne représente pas encore de réel danger pour le support papier en raison du confort *physique* de la lecture, encore inégalé, et du coût de l'équipement de lecture nécessaire, particulièrement pour le grand public africain. Néanmoins, il peut représenter une nouvelle niche pour les éditeurs africains surtout en matière de diffusion internationale et de vente à distance.

L'ePub, contrairement au format eBook, est réalisé en un format standardisé et ouvert pour les fichiers de livres numériques. Le standard s'appuie notamment sur le langage HTML (Hyper Texte Markup Langage), le langage de balises utilisé pour les sites web. Le format est dynamique et s'adapte aisément à différents supports de lecture en ajustant automatiquement l'affichage à la taille de l'écran. Il a été développé par l'IDPF (International Digital Publishing Forum), une organisation à but non lucratif qui cherche à promouvoir l'accessibilité en standards ouverts des publications numériques.

La dernière version du standard, l'ePub 3, permet d'enrichir le livre numérique avec des documents multimédias (fichiers audio et vidéo), intègre le support du format MathML pour les formules mathématiques et peut conserver la mise en page d'origine (fixed layout).

PDF ou ePub ?

Le PDF (Portable Document Format) mis au point par la société Adobe, outre son utilisation en prépresse pour le flashage et l'impression, est un autre format très répandu dans la publication numérique et dans la conservation des fonds éditoriaux. Il fixe d'office la mise en page d'origine contrairement à l'ePub qui adapte son affichage à la catégorie et à la taille du support de lecture. De ce fait, la conversion des fichiers PDF en format ePub pose quelques problèmes. Enfin, si le PDF est un format propriétaire fermé, l'ePub est un format ouvert qui permet d'accéder et de modifier le code source de la page. C'est en raison de cette souplesse que le format ePUB a été adopté par la plupart des grands éditeurs et vendeurs de livres numériques. Il convient tout particulièrement pour les supports mobiles en constante popularisation.

Comment créer un ePub ?

On peut générer un ePub soit à partir d'un fichier PDF soit directement (conseillé) à partir du traitement de texte (en ajoutant une extension au logiciel comme Writer2ePub ou Writer2Latex pour OpenOffice ou LibreOffice) ou en exportant directement à partir d'un logiciel de mise en page (comme le logiciel libre Scribus[2]).

Les Logiciels libres

Les logiciels libres sont en code ouvert, gratuits et en constante amélioration grâce à la contribution de la communauté internationale. Ils permettent de se libérer d'une plateforme propriétaire ou d'un seul fournisseur. Ils permettent aussi une substantielle économie pour les pays du sud sur le budget d'acquisition et de renouvellement des logiciels professionnels.

Le CAFED organise depuis quelques années, en collaboration avec la Direction de la Francophonie Numérique de l'OIF, des sessions de formations sur les logiciels libres destinés à la chaîne du livre : LibreOffice pour le traitement de texte, Gimp pour le traitement de l'image, Inskape pour les illustrations vectorielles, FontForge et FontMatrix pour la gestion des polices, Scribus pour la mise en page, Calibre et Sigil pour la création de ePub.

1. Synthèse de l'excellent article sur le sujet : http://fr.flossmanuals.net/creer-un-epub/
2. http://doc.ubuntu-fr.org/scribus et http://www.scribus.net/canvas/Scribus

FABRIQUER

Le papier — L'impression — Le façonnage

Cette partie du Manuel intéresse particulièrement les chefs et agents de fabrication. Leur responsabilité est importante puisqu'il s'agit pour eux de savoir choisir les procédés les plus adaptées à la production, les fournisseurs les plus aptes à répondre aux attentes de qualité et de prix. L'erreur entraîne des coûts qui, multipliés sur des milliers d'exemplaires, peut conduire à la catastrophe ; les bons choix techniques sont nécessaires à la pérennité de l'entreprise.

Les techniques traditionnelles subsistent très largement en Afrique subsaharienne mais les technologies modernes s'introduisent petit à petit au Sud et sont la règle chez les industriels du Nord. Ainsi, vous trouverez là le vocabulaire, les méthodes, les pratiques usuelles de reproduction des livres ; vous serez à même de parler et négocier de manière crédible avec les autres professionnels des métiers du livre.

Attention ! Lire ces pages vous donnera une représentation de la réalité de ces métiers complémentaires du nôtre. Mais il faut confronter cette vision à la réalité. Et pour cela visiter des ateliers, observer les stades de production, parler avec les imprimeurs, les ouvriers sur machine. Cette démarche volontaire est indispensable pour dépasser le stade du savoir théorique et faire de vos fournisseurs des partenaires à part entière.

LE PAPIER

5.1 L'achat de papier : un poste mal maîtrisé
5.2 La composition du papier : une mince feuille de bois
5.3 De la pâte dépend le papier
5.4 La fabrication de la feuille
5.5 Des caractéristiques multiples et rigoureuses
5.6 Pour les livres non-illustrés, les papiers "nature"
5.7 Pour l'image, les papiers avec apport de matière
5.8 Quels papiers pour les manuels scolaires ?
5.9 Les formats de papier
5.10 De l'in-plano à l'in 32 : il faut savoir plier
5.11 Combien pèse un livre ?
5.12 Imprimer, c'est gâcher
5.13 Trois exemples de calcul de gâche
5.14 Quel poids ? Quel coût ?
5.15 Comment calculer le poids d'une rame ?
5.16 L'achat sur stock
5.17 La commande sur fabrication
5-18 La commande est un contrat

L'achat de papier : un poste mal maîtrisé

Le poste papier est l'élément le plus lourd du prix de revient du livre. Selon l'importance des frais éditoriaux et la longueur du tirage, il se situe dans une fourchette comprise entre 30 et 60 %, du prix de revient d'un ouvrage ; ce qui signifie que le coût du papier pour un ouvrage dont le prix de revient est de 800 F CFA se situe entre 240 et 440 F CFA - lorsque ne s'y ajoutent pas de taxes dissuasives.

Un environnement préjudiciable

Dans la chaîne de production, c'est aussi le poste le plus mal maîtrisé par la majorité des éditeurs africains. Cela tient à de nombreuses raisons; les unes touchent à l'environnement, les autres à la méconnaissance des éditeurs.

L'environnement économique et politique est à l'origine de deux handicaps fondamentaux:

1- il n'y a pratiquement pas de production de papier en Afrique subsaharienne, excepté une usine en Afrique du Sud et une au Nigéria; le papier se trouve donc renchéri des coûts de transport et des marges des transitaires;

2- en 2010, aucun pays du Sud, membre de l'Organisation internationale de la Francophonie n'a ratifié les accords de Nairobi (voir encadré) et la majorité d'entre eux taxent l'importation de papier dans des proportions telles que la production locale ne peut concurrencer celle du Nord; ce dernier, en effet, entre au pays importateur, suivant les accords de Florence, libre de taxes.

Le protocole de Nairobi

Le "Protocole à l'accord pour l'importation des objets à caractère éducatif, scientifique ou culturel", connu sous le nom de "Protocole de Nairobi", a été adopté par la Conférence générale de l'Unesco, à Nairobi en 1976. Entre autres décisions, il prévoit l'exemption de droits de douane aux matières servant à la fabrication des livres, publications et documents (pâte à papier, papiers de réemploi, papier journal et autres papiers servant à l'impression, encres d'imprimerie, colles, etc.

Il semble qu'une évolution industrielle se dessine et que plusieurs projets permettent à terme de modifier la situation par une exploitation raisonnée des ressources forestières, par la plantation d'essences à croissance rapide, enfin par l'implantation d'usine de fabrication de pâtes à papier : notons ainsi au Cameroun le projet italo-camerounais EDEA-Tech, ou encore au Gabon un investissement important des japonais à Kengo, près de Libreville qui devrait permettre de relancer la Sogacel. Les producteurs sauront-ils aller au-delà de la fabrication de pâtes et mettront-ils en place des usines de fabrication de papier ?

La qualité de la relation entre éditeurs et imprimeurs doit progresser

Une grande partie des éditeurs ont une connaissance trop sommaire des papiers et de leurs usages respectifs et subissent un système qui leur est préjudiciable:

l- les éditeurs imaginent que le papier est l'affaire des seuls imprimeurs ;

2- les imprimeurs, pour des raisons économiques évidentes, mais aussi pour des raisons de confort de travail, ont tout intérêt à entretenir cette idée; beaucoup dissimulent le coût du papier dans les devis ou factures établies de façon globale. On en a vu se retrancher derrière le secret professionnel!

3- Cette réalité est encouragée de ce que, pour l'instant, les papetiers, en dehors des grosses entreprises éditoriales issues des groupes du Nord, ne travaillent qu'avec les imprimeurs.

La composition du papier : une mince feuille de bois

Du bois et de l'eau, voilà pour l'essentiel les composants essentiels du papier! Quelques ingrédients ajoutés à la pâte permettent de différencier la structure, l'aspect, la couleur de la feuille finie, mais ils sont là pour un faible pourcentage et ne modifient en rien notre première définition: le papier naît des arbres et des sources.

Le bois, matière première essentielle

La pâte à papier provient aussi bien des résineux que des feuillus :

- les résineux tels les pins, sapins et épicéas fournissent des bois tendres à fibres longues, de 2 à 3 mm pour les bois d'origine française, jusqu'à 8 mm pour les bois nordiques;
- les feuillus, arbres à bois dur, dont nous connaissons par exemple en Europe le bouleau ou le peuplier, mais dont les essences sont nombreuses en Afrique, donnent des fibres plus courtes inférieures à 3 mm;
- à ces essences classiques s'ajoute aujourd'hui l'eucalyptus dont la vitesse de pousse permet un rapide renouvellement de la forêt.

Quelques plantes fibreuses peuvent se substituer au bois :

- la paille, issue des céréales, ou l'alfa constituent des matières premières intéressante pour leur importante teneur en cellulose, leur faible taux de lignine et les caractéristiques de leurs fibres longues. La paille présente malheureusement l'inconvénient d'un transport peu commode;
- la bagasse, tige de canne à sucre dont on a extrait le jus, est largement produite dans les pays du Sud; malheureusement, comme le bambou, elle souffre elle aussi des difficultés liées au transport.
- le chiffon enfin, entre encore dans la composition des papiers réservés aux tirages de luxe.

Les papiers récupérés et recyclés représentent un apport cellulosique. Aujourd'hui le papier recyclé, malgré la quantité d'eau et l'énergie nécessaire au retriatement, présente un bilan favorable tant au plan énergétique qu'au plan d'économie de matières premières. Les imprimeurs peuvent l'utiliser pour la majorité de leurs travaux

Charges minérales, colles et colorants

Un certain nombre d'éléments minéraux auxiliaires sont introduits, sous forme de poudre, au cours de la fabrication du papier et permettent d'en améliorer la qualité, en particulier son opacité et sa blancheur. Elles peuvent représenter 5 à 35 % du poids d'origine:

- les charges minérales - kaolin, talc, oxyde de titane - sont destinées à augmenter l'opacité du papier, à le rendre plus blanc, à améliorer sa stabilité dimensionnelle et son imprimabilité;
- les colles ont pour rôle de lier les fibres tout en les rendant plus ou moins hydrophobes;
- enfin les colorants, azurants optiques par exemple, accroissent la blancheur ou teintent le papier dans la masse.

De la pâte dépend le papier

Le bois aussi bien que les autres matières premières destinées à produire du papier est composé de trois éléments principaux: la cellulose, l'hémicellulose et la lignine. Il s'y ajoute, en moindre proportion, nous l'avons vu des substances résineuses et minérales (fiche 5.2 p.125) Suivant la nature et la qualité du papier désiré, le fabricant admet, autour de la matière fibreuse qu'est la cellulose, une plus ou moins grande quantité des deux autres composants. Pour ce faire, il existe deux procédés fondamentaux de traitement du bois: le défibrage mécanique et le défibrage chimique.

Le défibrage mécanique râpe les rondins de bois sur d'immenses meules. Les fibres ainsi obtenues conservent l'hémicellulose et la lignine; au produit ainsi obtenu, qui représente environ 95 % du bois d'origine, on donne le nom de pâte mécanique. Les pâtes mécaniques sont dimensionnellement stables, bien opaques, mais la lignine qui assure la cohésion des fibres de bois présente l'inconvénient de jaunir à la lumière.

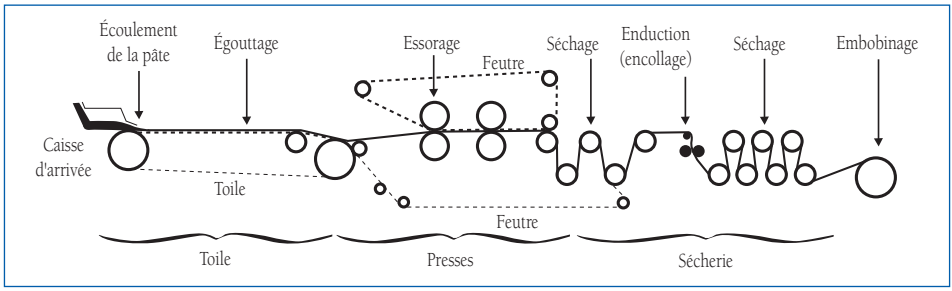
Le défibrage chimique traite le bois, réduit en copeaux, dans une eau chauffée à 180°C, additionnée de sulfates chimiques; le procédé élimine les composants indésirables du bois pour ne conserver que la cellulose. La pâte chimique offre l'avantage d'une meilleure conservation et d'une bonne résistance.

Un troisième procédé, combinant à la fois la dissolution chimique et le défibrage mécanique, procure une pâte dite cellulose mi-chimique qui présente de bonnes qualités d'opacité et de lissé ainsi qu'une bonne résistance au déchirement.
Les papiers sont donc constitués d'un mélange de fibres d'origines diverses et de pâtes traitées chimiquement ou mécaniquement; le dosage précis de chaque composant apporte au papier les caractéristiques voulues.

C'est ainsi que l'Association française de normalisation (Afnor) distingue cinq qualités de papier établies suivant le pourcentage de pâte d'origine mécanique et d'origine chimique entrant la composition pâteuse.
Selon le rapport ainsi établi, votre papier sera plus ou moins sensible au vieillissement, plus ou moins déchirable, plus ou moins opaque et aussi plus ou moins cher. La qualité de la pâte est donc un élément essentiel dans le choix que vous ferez de votre papier.

La fabrication de la feuille

Pour passer de la pâte à la feuille de papier, il faut une longue suite d'opérations effectuées sur la machine à papier.



La fabrication de la feuille sur la machine à papier
(d'après P. Durchon in "Papiers et impressions offset")

Premier temps : la pâte, après dilution, est déversée sur un tapis roulant de 6 à 10 m de long, la *toile*. C'est en fait un tamis de plastique, à travers lequel l'eau contenue dans la pâte s'égoutte; animée d'un mouvement permanent de vibrations, la toile favorise en même temps l'enchevêtrement des fibres pour accroître la résistance du papier. En sortie de toile, la pâte est devenue une nappe humide, chargée encore de 80 % d'eau.
Deuxième temps : pour éliminer l'eau, la nappe est essorée par laminage sous de gros cylindres de granit ou d'acier revêtus d'élastomère: les *presses*. À la sortie, il ne reste plus que 30 % d'eau.
Troisième temps : la feuille passe dans la *sécherie*, composée d'une batterie de cylindres chauffés à 130°C, pour sécher par évaporation. Une presse encolleuse, située entre deux batteries de cylindres de séchage, dépose une légère couche d'amidon sur la feuille pour pallier les risques de peluchage à l'impression.
Quatrième temps : la feuille, enfin sèche, subit un lissage qui en régularise l'épaisseur et l'état de surface. La qualité de papier ainsi obtenue, sans autre traitement de finition, se nomme *bouffant*. Le papier est alors prêt à subir un certain nombre de traitements qui permettront d'en différencier l'aspect de surface. Le *passage en lisse*, comme son nom l'indique permet de lisser le papier et de le rendre plus brillant pour obtenir un papier *apprêté* ou *frictionné*.
Le *calandrage* s'effectue grâce à une alternance de cylindres en fonte, en acier et en cellulose compacte, qui permettent de modifier l'aspect de surface du papier. C'est ainsi qu'on obtient du papier *satiné* lorsque ses deux faces sont lissées par passage en calandre.
Le *couchage* est obtenu par passage dans une *coucheuse* qui dépose sur une face ou sur les deux un *lait de couchage* composé à 80 % environ de pigments minéraux, tels le kaolin ou le dioxyde de titane et de 20 % environ de liants mais aussi de colorants ou d'azurants. Le papier couché, essentiellement destiné aux impressions en couleurs, est proposé en plusieurs finitions - mat ou brillant - obtenues par un nouveau passage sur différentes calandres.

Des caractéristiques multiples et rigoureuses

Les caractéristiques de composition fibreuse dues aux différents traitements mécaniques ou chimiques ne suffisent pas à définir un papier ; éditeurs et imprimeurs s'attachent tout autant aux spécifications d'aspect et aux propriétés physiques et mécaniques. Toutefois, leur regard diffère: vous comprendrez aisément que nos partenaires imprimeurs s'attachent avant tout à la façon dont le papier va se comporter en machine, donc à ses propriétés chimiques et mécaniques telles que la perméabilité à l'encre, la teneur en eau ou la résistance à l'arrachage, alors que l'éditeur, lui, va surtout s'attacher à l'aspect visuel et palpable du papier ainsi qu'à son prix de revient.
Le premier s'interroge: *ce papier se travaille-t-il bien?*
Le second se demande: *ce papier est-il adapté au livre ou au manuel que nous voulons publier ?*
Aussi, vous intéresserez-vous particulièrement aux caractéristiques ci-dessous.

1- Les caractéristiques optiques et d'aspect

- la *blancheur*, obtenue par blanchissement et adjonction d'un azurant;
- la *pigmentation* que provoque l'ajout de colorants dans la pâte;
- la *brillance* et le *lissé*. L'état de surface du papier peut être plus ou moins lisse, plus ou moins réfléchissant; ces caractéristiques sont obtenues par frictionnage, lissage et calandrage;
- *l'opacité*, particulièrement importante pour les papiers d'impression qui seront imprimés recto verso, est accrue par l'augmentation en pâte mécanique ou en kaolin.

2- Les caractéristiques physiques

- le *grammage* est le poids que pèse un mètre carré de papier; le papier sur lequel sont imprimés les livres pèse 65, 80 ou 90 g/m^2, celui d'une couverture d'un livre broché va de 250 à 350 g/m^2;
- la *main* désigne le rapport de l'épaisseur de la feuille à son grammage. Plus la valeur de ce rapport est élevée, plus le papier *"a de la main"*. À chaque type de papier correspond une main différente et, au sein de chaque type, les papiers présentent plus ou moins de main. Par exemple, le papier bouffant présente plus de main que l'offset, mais d'un bouffant ou d'un offset à l'autre, le fabricant propose toute une gamme de mains différentes. Si vous voulez donner du "volume" à votre livre, vous prendrez un papier qui a de la main, si vous voulez, au contraire, en réduire l'épaisseur vous prendrez un papier qui en est dépourvu.

3- Les caractéristiques mécaniques

- il est important, pour la facilité de pliage des couvertures, de veiller au *sens du papier*. Les fibres de la feuille doivent se trouver parallèles au sens de fabrication sur la machine à imprimer;
- la *résistance à la déchirure* est une qualité à laquelle vous serez attachés pour les livres destinés aux enfants, particulièrement les manuels scolaires que leurs utilisateurs devront pouvoir transporter, manipuler et feuilleter plusieurs années.

Pour les livres non illustrés, les papiers "nature"

L'Afnor opère une première classification du papier en fonction des teneurs en pâte mécanique ou chimique. Les différentes propriétés optiques, physiques et mécaniques conduisent, elles aussi, à de nouvelles distinctions en fonction du traitement de surface du papier.

Les papiers nature mats

On appelle *papier nature* les papiers qui ne reçoivent aucune matière de complément en surface, par opposition aux papiers couchés par exemple. À surface plus ou moins rugueuse, ils ne subissent qu'un léger traitement *à la lisse*, en fin de passage en machine à papier. Le papier bouffant appartient à cette catégorie. Il était utilisé pour l'impression en typographie; il passe maintenant sur machine offset et sur *Cameron*.

La main élevée des papiers non calandrés, leur bonne rigidité, leur opacité, leur bas prix, enfin, sont autant de qualités non négligeables. Utilisez-les pour imprimer du texte ou du dessin au trait; évitez-les, en revanche, si vous deviez reproduire des images par simili: votre reproduction perdrait trop en netteté.

Les papiers nature satinés

Ces papiers acquièrent leur surface satinée hors de la machine à papier, par le calandrage. La pression exercée par la calandre et l'humidité du papier détermineront le resserrement de la structure en profondeur et en surface.
Le calandrage améliore la qualité de reproduction de ce papier qu'on utilise largement en héliogravure.

Les papiers frictionnés

Les papiers frictionnés reçoivent eux aussi un traitement de surface, comme les papiers satinés; mais ce traitement ne s'applique que sur un côté de la feuille, l'autre conservant toute sa rugosité. Ce type de papier est particulièrement utilisé pour imprimer des affiches.

Pour l'image, les papiers avec apport de matière

Les papiers dont la surface est modifiée par apport de matière se classent pour l'essentiel en papiers *offset* et papiers *couché*.

Les papiers *offset*, avec enduction de colle

La présence d'un agent de collage réduit la perméabilité de la feuille et limite l'absorption et l'étalement de l'encre. La colle peut être ajoutée à la pâte ou, pour certains papiers, enduite en surface par une presse encolleuse placée dans la machine à papier. Ce collage en surface rend le papier apte à passer en machine offset, d'où son nom de *papier offset*.

Les papiers couchés

Les papiers couchés reçoivent un traitement de surface par apport d'un lait de couchage composé de kaolin, craie, amidon et autres liants synthétiques. Ce traitement confère au papier une meilleure imprimabilité et en fait le support idéal de la reproduction d'images en couleur. Généralement effectué sur les deux faces, le couchage peut aussi n'apparaître que sur une seule face. Les qualités de papier couché sont nombreuses. Distinguons:
- les couchés machine dont le faible poids de couche (6 à 13 g/m^2) sur un support à teneur élevé de pâte mécanique les situe en bas de gamme;
- les couchés modernes, papiers sans bois, d'une couche de 10 à 18 g/m^2;
- les couchés classiques, sans bois, d'une couche supérieure à 20 g/m^2.

Mat ou brillant ?

Par calandrage, on peut conférer aux papiers couchés comme aux papiers nature la brillance souhaitée. C'est ainsi que le catalogue des papetiers offrira une gamme de couchés brillants opposés à une gamme de couchés mats. Ces derniers auront votre préférence: ils offrent en effet une excellente qualité d'impression; leur matité donne un rendu plastique à l'image qui trouve là une possibilité de contraste optimum, sans reflets. Enfin, moins calandrés que leurs homonymes brillants, ils ont aussi plus de main.

Le choix est votre responsabilité

Vous le voyez, le choix de papier demande beaucoup de soins. Selon que vous prévoyez un ouvrage en quadrichromie ou en une seule couleur, avec des photographies ou seulement des dessins au trait, vous choisirez bouffant, offset ou couché. Selon l'épaisseur que vous voulez donner à votre livre, vous choisirez grammage et main. Encore faudra-t-il vous soucier de la teinte, comme du brillant et de l'opacité. Tout cela qui fait le support essentiel de votre livre est votre responsabilité et non celle de l'imprimeur. En revanche, ne manquez pas de demander à l'imprimeur si le papier proposé convient à ses machines et quel est le sens du papier requis.

Une bonne recommandation !
Souvenez-vous que la qualité ne nous intéresse pas dans l'absolu: ce qui importe, c'est de faire un choix adapté à l'ouvrage à publier.

Quels papiers pour les manuels scolaires?

Le choix du papier pour le manuel scolaire obéit à de nombreuses contraintes, parfois contradictoires. Le principe de base est de répondre à la nécessité de fournir aux élèves des manuels adaptés à leurs besoins et dont le coût doit être aussi bas que possible. Copier les pays du Nord, en la matière, serait une erreur grave: l'environnement, les besoins et les ressources sont totalement différents.

1- Manuel pour l'éducation de base, 32, 64, 96 pages, pour recevoir du texte et du dessin au trait, en 1 ou 2 couleurs.

Peu coûteux, le bouffant *avec traces de bois* ou même *avec bois* fera l'affaire. Prendre un 72 g, veiller à la résistance à l'arrachage et à l'opacité. La durée de vie ne sera pas très longue à cause du jaunissement du papier; si le manuel devait être utilisé plusieurs années, préférer un papier peu chargé en traces de bois.

2- Manuel avec texte et simili monochrome

Prendre du papier *offset*, éventuellement *satiné* pour obtenir un meilleur piqué des photographies. Si l'opacité est satisfaisante, prendre un 72 g. Si la durée de vie est supérieure à deux ans, prendre un papier peu chargé en traces de bois, si, au contraire, la durée de vie du manuel est réduite, préférer un papier avec bois, moins onéreux.

3- Manuel avec texte et simili en quadri

Ne vous précipitez pas sur le *couché* sous prétexte que c'est le meilleur support pour reproduire de l'image quadri : vous ne publiez pas un ouvrage d'art mais un livre scolaire. Un *offset satiné*, chargé en traces de bois, vous permettra un travail honnête. Les illustrations paraîtront un peu "éteintes", mais l'information contenue n'en sera pas modifiée et le prix de revient vous semblera nettement plus abordable. Si la durée de vie est prévue sur plusieurs années, prendre en revanche un papier sans traces de bois. Si l'ouvrage comporte beaucoup de pages, pensez au poids que l'enfant devra porter parfois sur de longues distances. Prenez un papier léger, - 65 à 72 g - en vérifiant son opacité.

Une bonne recommandation !
Le choix du papier appartient au responsable du projet éditorial avec le conseil éclairé de son chef de fabrication; l'un et l'autre doivent être capables d'en discuter avec leur imprimeur, voire de négocier directement avec un papetier.

Les formats de papier

Au sortir de la machine à papier, ce dernier se présente sous la forme de larges bobines dont la largeur, appelée *laize*, peut varier de 3 à 9 mètres. Éditeurs et imprimeurs achèteront le papier soit sous la forme de bobines plus étroites, soit en feuilles.
Les formats disponibles sur stock sont normalisés, mais nous le verrons, vous pouvez, sous certaines conditions, commander n'importe quel format sur fabrication. Série "A" et formats traditionnels figurent tous dans les catalogues des papetiers.

Les formats traditionnels

Pendant plusieurs siècles, le format des papiers s'est trouvé identifié par un filigrane intégré dans chaque feuille lors de sa fabrication. Le dessin d'une grappe de raisin, d'une couronne, d›une coquille, etc., indiquait le format de la feuille. La liste ci-dessous présente les formats les plus usuels.

Filigrane	Format	Double	Quadruple
Pot	31 x 40	40 x 62	
Couronne	36 x 46	46 x 72	72 x 92
Ecu	40 x 52	52 x 80	
Coquille	44 x 56		
Carré	45 x 56	56 x 90	90 x 112
Raisin	50 x 65	65 x 100	100 x 130
Jésus	56 x 76	76 x 112	
Colombier	63 x 90	90 x 126	

Nous connaissons tous le format A 4 de la série A. En lisant le tableau ci-contre, nous observons facilement que la série se décline de haut en bas en divisant à chaque fois la plus grande des deux dimensions par deux. Le format B se décline de la même façon, souvenez vous que le B4 est au format 250 x 353.

Malheureusement, d'un fabricant à l'autre on enregistrait des différences dans les dimensions réunies sous un même dessin : ainsi le Jésus indiqué dans le tableau ci-dessus comme mesurant 56 x 76 pouvait mesurer ailleurs 56 x 72.
Vous apprécierez d›autant mieux l'introduction du système métrique dans l'industrie papetière qui autorise une lecture plus sûre des catalogues des papetiers. Le tableau de la fiche 5-14 présente l'ensemble des formats, désignés en cm, actuellement en cours sur le marché.

Les séries A et B

À ces formats traditionnels dont les fabrications peuvent varier d'un ou deux centimètres, s'ajoutent les formats normalisés A et B. La série principale de formats, dite série A, spécifie les formats finis suivants exprimés en millimètres :

A4	210 x 297	Al	594 x 841
A3	297 x 420	A0	841 x 1189
A2	420 x 594		

Formats traditionnels ou séries normalisées se présentent suivant deux unités de paquetage : la rame de 500 feuilles et la main de 25 feuilles.

De l'in-plano à l'in-32 : il faut savoir plier

Le format d'un livre est bien sûr étroitement dépendant des dimensions de la feuille utilisée pour l'impression: un cahier est une feuille pliée suivant l'un ou l'autre des systèmes de pliage. Le plus courant en édition est celui du pliage par plis croisés qui donne des cahiers de 4, 8, 16, 32 pages et au-delà.

Non pliée, la feuille porte le nom de ..... *in-plano*
après un pli, la feuille porte le nom de ..... *in-folio*
après deux plis, la feuille porte le nom de ..... *in-quarto*
après trois plis, la feuille porte le nom de ..... *in-octavo*
après quatre plis, la feuille porte le nom de *in-16*
après cinq plis, la feuille porte le nom de *in-32*

Observons que l'in-plano comporte 2 pages, l'in-folio 4, l'in-quarto 8, etc..

Un autre système de pliage permet les plis par multiple de 6: un in-6 s'obtient avec 2 plis parallèles + 1 pli croisé. Essayez, vous obtiendrez 12 pages.

Les quelques formules suivantes vous permettent aisément de calculer le format non rogné d'un livre si vous connaissez la dimension de la feuille (a x b) et si vous vous souvenez que l'on nomme toujours le plus petit côté avant le plus grand:

In –folio : $\frac{b \times a}{2}$

in-quarto : $\frac{a \times b}{2}$

in-octavo : $\frac{b}{4} \times \frac{a}{2}$

in-16 : $\frac{a}{4} \times \frac{b}{4}$

in-32 : $\frac{b}{8} \times \frac{a}{4}$

9

Exemple:
un in-octavo carré, donc un livre établi à partir de feuilles du format dit "carré" (45 x 56 cm est un ouvrage de format 14 x 22,5 cm non rogné.

Combien pèse un livre ?

Combien pèse un livre ? La formule ci-dessous vous permet de le déterminer à coup sûr, à condition naturellement que vous connaissiez le format de l'ouvrage rogné et le grammage du papier utilisé aussi bien pour le corps d'ouvrage que pour la couverture.

Formule pour connaître le poids d'un livre

- pour le corps de l'ouvrage

surface x grammage x (nombre de pages: 2) = poids du corps d'ouvrage

- pour la couverture.

surface x gram mage = poids de la couverture

Exemple :

Quel est le poids d'un livre de 96 pages de 18 x 24 cm rogné, imprimé sur un papier de 80 g, avec une couverture en 300 g ?

1-corps d'ouvrage: (0,18 cm x 0,24 cm) x 80 g x (96 pages: 2) = 165 grammes

2-couverture: (0,24 x 0,37) x 300 = 26,64 g soit 27 grammes

Le poids total du livre est donc de 165 + 27 = 192 grammes.

Le résultat obtenu sert, par exemple, à prévoir le coût d'un envoi postal avant même que l'ouvrage soit imprimé. N'oubliez tout de même pas d'y ajouter le poids de l'emballage !

Il peut également vous donner une idée approximative du poids de papier que vous devrez commander pour fabriquer un manuel. Imaginons en effet que vous vouliez tirer à 5 000 exemplaires l'ouvrage de 96 pages que nous avons pris pour exemple. Vous suffira-t-il, pour le corps d'ouvrage, de commander (0,165 kg x 5000 ex.) = 825 kg de papier ?

Si le résultat obtenu vous donne effectivement le poids des 5000 livres, il ne vous donne pas, en revanche, le poids nécessaire de papier pour le fabriquer. Il faut en effet y ajouter deux éléments indispensables:

- les coupes nécessaires au tirage et au façonnage qui influent sur le format de la feuille (voir fiche 5.10 p.131) ;
- la gâche nécessaire au tirage qui augmente de manière significative le nombre de feuilles nécessaires (voir fiches 5-12 p.135 et 5-13 p.136).

Une bonne recommandation !
Lorsque vous aurez arrêté votre choix de papier et que votre imprimeur en aura reçu la livraison, demandez donc à ce dernier qu'il vous donne un *polichinelle*, c'est-à- dire une maquette en blanc, au format de votre ouvrage : ainsi vous aurez une bonne idée du « physique » de votre futur livre.

En ce qui concerne les tirages sur rotative à bobine, le calcul du poids de papier nécessaire à la production est complexe. Partir du poids du livre reste une approche utile ; selon que l'ouvrage est chargé ou non en couleurs, prévoyez entre 12 et 20% de gâche.

Imprimer, c'est gâcher

Déterminer le nombre de feuilles d'impression nécessaires à l'impression d'un livre est, pensez-vous, opération fort aisée: il suffit de multiplier le nombre de feuilles utiles à chaque ouvrage par le tirage total pour connaître le besoin en papier.
Le résultat est apparemment juste mais en fait insuffisant; l'imprimeur comme le façonnier se trouveraient dans l'incapacité de fournir les quantités demandées. Les opérations de calage (voir fiche 5.24 p.150), registre, repérage, etc... nécessitent, en effet, une certaine quantité de papier à laquelle on donne le nom de *gâche*. Cette gâche de papier représente une quantité non négligeable dont il faut tenir compte lors de la commande. Vous trouverez ci-dessous les taux conventionnels de gâche établis pour l'impression tels que les déterminent les *usages professionnels et les conditions générales de vente* en France :

1- Gâche de mise en train
travaux courants: 75 feuilles, par côté de feuille à imprimer
travaux soignés: 100 feuilles, par côté de feuilles à imprimer

2- Gâche de roulage
travaux courants: 3 % pour la première couleur
2 % pour les suivantes
travaux soignés: 4 % pour la première couleur
3 % pour les suivantes

Ces chiffres se trouvent multipliés par deux si l'ouvrage est imprimé recto verso, ce qui est la majeure partie des cas!

Les taux définis par la convention professionnelle française, il y a plusieurs années, paraissent aujourd'hui très élevés et les nouvelles machines feuilles qu'emploient les imprimeurs permettent de meilleurs résultats, particulièrement sur les tirages longs.

En ce qui concerne le façonnage

La convention professionnelle française *entre brocheurs-relieurs et éditeurs* reste sur ce point évasive: *"Le taux de gâche devra être convenu avec le brocheur préalablement à l'exécution du travail"*. L'expérience montre qu'il faut compter environ 2 à 3 % de gâche supplémentaire

Une situation particulière à l'Afrique subsaharienne

Toutefois, en Afrique, les conditions climatiques sont bien différentes de ce que connaît la France: taux d'humidité élevé ou sécheresse excessive, vents de sable et autres difficultés météorologiques, les climats africains mettent en échec les meilleurs matériels et les meilleurs conducteurs de machine. Il vous faut négocier ce taux de gâche avec l'impimeur lors de la demande de devis.

Une bonne recommandation !
Prenez pour référence les taux que fournit la convention établie conjointement par les éditeurs et les imprimeurs français; elle servira de base à la négociation que vous aurez avec vos imprimeurs au moment de l'établissement du devis et de la commande de papier.

Trois exemples de calcul de gâche

Le problème qui se pose à vous est de déterminer la quantité nécessaire de feuilles puis son poids et son coût avant de passer la commande au papetier ou, du moins, d'avoir une approche suffisante pour négocier avec l'imprimeur. La première opération est de chercher le nombre de feuilles utiles. Nous garderons l'exemple de l'ouvrage de 96 pages en 18 x 24 que nous avons utilisé fiche 5.11 p.134, en le tirant à 5000 ex. selon trois versions différentes; en noir recto verso, en 2 couleurs, en quadrichromie.

Exemple 1 - Ouvrage noir recto-noir verso

Le livre est imprimé, rappelons-le, en 6 feuilles de 16 pages chacune, soit 12 côtés de feuille. Nombre de feuilles hors gâche:

5000 exemplaires x 6 feuilles d'impression soit :	30 000
Nombre de feuilles de gâche de calage: 75 feuilles x 12 côtés :	900
Nombre de feuilles de gâche de roulage: 3 % de 30 000 :	900
Nombre de feuilles de gâche de façonnage: 2 % de 30 000 :	600
Nombre de feuilles total nécessaire:	**32 400**

Soit, avec un excès de 100 feuilles, **65 rames de papier**

Exemple 2 - Ouvrage 2 couleurs recto verso

Nombre de feuilles hors gâche:	
5000 exemplaires x 6 feuilles d'impression :	30 000
Nombre de feuilles de calage: (75 x 2) feuilles x12 côtés soit	1 800
Nombre de feuilles de gâche de roulage:	
3 % pour la première couleur	
2 % pour la seconde	
soit 5 % x 2 côtés, soit 10 % de 30 000:	3 000
Nombre de feuilles de gâche de façonnage: 2 % de 30 000 :	600
Nombre de feuilles total nécessaire:	**35 400**

Soit, avec un excès de 100 feuilles, **71 rames de papier**

Exemple 3 - Ouvrage en quadrichromie recto verso

Nombre de feuilles hors gâche:	
5000 exemplaires x 6 feuilles d'impression soit :	30 000
Nombre de feuilles de calage: (75 x 4) feuilles x 12 côtés :	3 600
Nombre de feuilles de gâche de roulage:	
3 % pour la première couleur	
2 % pour la seconde	
2 % pour la troisième	
2 % pour la quatrième	
soit 9 % x 2 côtés, soit 18 % de 30 000 :	5 400
Nombre de feuilles de gâche de façonnage: 2 % de 30 000 :	600
Nombre de feuilles total nécessaire:	**39 600**

Soit, avec un excès de 400 feuilles, **82 rames de papier**

Nous pouvons faire le constat que, suivant le cas, notre commande de papier sera supérieure de 8 %, 18 % ou 32 % de plus que les 30000 feuilles hors gâche.

Quel poids ? Quel coût ?

g/m²	21x29,7	29,7x42	50x65	64x90	65x100	70x102	80x120	92x130	100x140	120x 160
65	2,2	4,5	10,8	19,1	21,6	23,7	31,9	39,5	46,4	63,7
70	2,3	4,6	11,7	20,6	23,3	25,5	34,3	42,7	50,0	68,6
80	2,7	5,4	13,3	23,5	26,6	29,2	39,2	48,8	57,2	78,4
90	3,1	6,2	15,0	26,5	29,9	32,8	44,1	54,9	64,3	88,2
100	3,3	6,6	16,6	29,4	33,2	36,5	49,0	31,0	71,4	98,0
U5	3,9	7,8	19,1	33,8	38,2	41,9	56,3	70,2	82,2	112,6
120	4,1	8,2	19,9	35,3	39,8	43,7	58,8	73,2	85,7	117,6
135	4,5	9,0	22,4	39,7	44,8	49,2	66,1	82,4	96,4	132,2
150	5,0	10,0	24,9	44,1	49,8	54,7	73,5	91,5	107,1	146,9
180	6,0	12,0	29,9	52,9	59,7	62,0	83,3	109,8	128,6	176,3
250	8,4	16,8	41,5	73,5	74,3	81,6	109,7	152,5	178,5	244,8
280	8,9	17,8	46,5	82,3	82,9	91,1	122,4	170,8	200,0	274,2
300	9,6	19,2	49,8	88,2	92,9	102,0	137,1	183,0	214,2	293,8
350	11,2	22,4	58,1	102,9	99,5	109,3	171,4	213,5	250,0	342,7

Lorsque l'éditeur connaît le nombre de rames qui lui est nécessaire pour produire son ouvrage, il lui devient facile de calculer le poids de papier dont il a besoin et de prévoir le coût de la facture du papetier: il lui suffit, après avoir déterminé le format de papier dont il a besoin, de lire la table de concordance format/grammage telle que nous la présentons ci-dessous.

Exemple :

Le 96 pages qui nous a servi d'exemple tout au long de ces fiches requiert un format de feuille de 58 x 78. En 80 g/m², il pèse 18,5 kg par rame.

- La version 1, monochrome, demandera: 18,5 kg x 65 rames soit 1202,5 kg
- La version 2, deux couleurs recto verso demandera 18,5 kg x 71 rames soit 1313,5 kg
- la version 3, en quadrichromie recto verso demandera 18,5 kg x 81 rames soit 1498,5 kg

Le poids s'en ressent, les coûts aussi !

L'exemple ci-dessus met en évidence l'influence de la gâche sur les coûts. Si nous prenons un prix au kilo de 900 F CFA, les coûts prévisionnels pourront s'établir ainsi:

Version 1 : 900 F CFA xl 202,5 k = 1082250 F CFA,
soit **216,45 par ouvrage**;

Version 2 : 900 F CFA x 1313,5 K = 1182150 F CFA
soit **236,43 par ouvrage**;

Version 3 : 900 F CFA x 1498,5 K = 1348650 F CFA
soit **269,73 par ouvrage**.

Comment calculer le poids d'une rame ?

Nous l'avons vu, l'une des caractéristiques physiques essentielles du papier est son grammage, c'est-à-dire son poids au mètre carré. Les papetiers fournissent généralement avec leur tarif une table de concordance dont le rôle est d'indiquer le poids de la rame dans un format et un grammage donnés. La fiche 5.14 p.137, issue du catalogue d'un papetier, donne un exemple de ces tables et vous pourrez y recourir dans bien des cas..

Mieux vaut toutefois être capable de calculer soi-même le poids d'une rame, ne serait-ce que pour pallier l'absence de table de concordance; le cas se produit notamment lorsqu'on doit estimer un poids de papier hors des formats normalisés, pour une fabrication par exemple.

Il suffit pour cela de multiplier la surface de la feuille (S) par le grammage de référence (G): on obtient ainsi le poids de la feuille; il faudra ensuite le multiplier par 500 puisque la rame comporte 500 feuilles. L'opération ne sera complètement achevée qu'après application d'un coefficient de 1,02 représentant le poids de l'emballage.

La formule s'établit donc ainsi:

S x G x 500 x 1,02 = poids de la rame

Exemple :

Étant donné un papier de 80 g, quel est le poids d'une rame au format raisin (0,50 cm x 0,65 cm) ?
(0,50 cm x 0,65 cm) x 0,080 g x 500 x 1,02 = 13,26 kg.

Une bonne recommandation !
Lorsque vous utilisez la formule, placez bien le nombre convenable de zéros devant le format et le poids: le format est calculé sur une base de 100 centimètres, le poids sur une base de 1 000 grammes.

L'achat sur stock

L'éditeur peut acheter son papier soit à l'imprimeur, soit au distributeur soit enfin au fabricant lui-même.

La solution de facilité: acheter à l'imprimeur

La pratique actuelle en Afrique francophone est d'acheter le papier à l'imprimeur. Ce dernier dispose souvent d'un stock de différents papiers d'usage courant; il peut également procéder à une commande auprès d'un distributeur ou d'un fabricant. En s'adressant à lui, l'éditeur se décharge de la responsabilité qui touche à l'adéquation du papier aux machines utilisées. En revanche, il reste important que l'éditeur soit en mesure de vérifier les quantités annoncées, de contrôler et négocier les coûts.
Nous avons vu des cas où, profitant de la naïveté supposée de son client éditeur, l'imprimeur multipliait le prix du papier par 3 ou 4 !

Acheter sur stock chez le distributeur ou le fabricant

S'il convient de s'informer de l'avis de l'imprimeur avant d'acheter le papier, mieux vaut, quand la situation le rend possible, s'adresser directement au distributeur qui commercialise le produit d'un ou de plusieurs fabricants, à des prix souvent avantageux, ou au fabricant lui-même lorsqu'il possède son propre réseau de distribution. Il sera alors possible d'acheter sur *stock* ou sur *fabrication*.

Acheter soi-même sur stock permet d'éviter les frais de commission légitimement demandés par l'imprimeur et de disposer d'un plus grand choix. La consultation de plusieurs fournisseurs permet également de faire jouer la concurrence.
Dans les catalogues édités par les papetiers, figurent, en principe, toutes les indications permettant de rédiger sans erreur les commandes. Les tarifs sont répartis en quatre colonnes correspondant aux prix dégressifs consentis en fonction du poids du papier commandé. Notons, enfin, que certains papetiers fournissent dans leurs catalogues les particularités d'utilisation des papiers de leur fabrication.

Une bonne recommandation !
Attention aux délais !
Si vous achetez à l'imprimeur pour une impression immédiate, vous êtes prisonnier de ce qu'il a lui-même en stock; si vous achetez sur stock à un papetier, il faut penser au temps nécessaire au transport et au dédouanement: comptez 6 à 8 semaines au minimum.

La commande sur fabrication

L'achat sur fabrication permet à l'éditeur de gagner 25 à 30 % sur le coût du papier par rapport à l'achat sur stock: c'est une raison suffisante pour examiner avec soin les possibilités d'un tel mode d'achat, Notamment lorsque vous éditez du livre scolaire, domaine où les tirages sont longs et le prix du papier essentiel dans le prix de revient unitaire.

Lorsqu'un éditeur commande du papier à un fournisseur en quantité suffisante, longtemps à l'avance, ce mode d'achat se nomme achat sur fabrication. Deux conditions sont nécessaires et suffisantes pour procéder à une commande sur fabrication: elles touchent aux délais et à la quantité ; la commande ne peut en principe être inférieure à 3 tonnes et nécessite plusieurs semaines de délais auxquels il faut ajouter le temps de transport.

La condition de poids vous paraît insurmontable? Vous pensez que le tirage de vos volumes est insuffisant pour atteindre 3 tonnes? Pensez "collection", l'éditeur ne crée pas seulement des collections pour réunir des ouvrages cousins par le contenu mais aussi pour obtenir les économies d'échelle que lui procure une présentation unique pour une grande quantité de titres.

Vous vous inquiétez du stockage? Dans la majorité des cas, l'imprimeur est très heureux de le stocker pour vous: il s'assure ainsi de votre fidélité.

Cette solution permet d'acheter toutes les sortes de papier dans le format idéal d'impression, le grammage et la main qui conviennent. Tous les fournisseurs de papier pratiquent la commande sur fabrication et le mieux est de procéder à un appel d'offres de façon à profiter des avantages de la concurrence.

La commande est un contrat

La rédaction du bon de commande au papetier demande rigueur et précision ; votre fournisseur ne se contentera d'ailleurs pas d'un ordre oral ou d'un simple appel téléphonique.
Le bon de commande précisera donc les informations ci-dessous, administratives, techniques et commerciales:

1- mentions administratives
- raison sociale de l'éditeur
- références du bon de commande
- nom du responsable de la commande

2- mentions techniques
- nature et qualité du papier
- couleur
- format des feuilles
- grammage
- quantité
- sens du papier
- équerrage
- conditionnement

3- mentions commerciales
- date de livraison
- lieu de livraison
- rappel du devis
- conditions de paiement

Il faut se souvenir que le bon de commande tient lieu de contrat entre l'éditeur et son fournisseur: c'est à ce contrat que l'on se référera en cas de litige devant les tribunaux.

Une bonne recommandation !
Le papier est sensible à toute variation hygrométrique: un stockage de quelques jours chez l'imprimeur, préalable à la mise sur machine, permettra de réduire les dangers d'une variation des dimensions du papier, préjudiciable en particulier à la qualité du repérage en cas de passages multiples.

IMPRIMER

5.19 Impression et façonnage : fournisseurs et responsabilités
5.20 L'impression avec forme imprimante
5.21 Offset : le principe des machines offset à feuilles
5.22 Pour répondre aux besoins, des structures différenciées
5.23 La fabrication de la plaque offset
5.24 Calage et roulage
5.25 Pour changer de vitesse: les rotatives offset à bobines
5.26 Une famille à deux branches
5.27 Votre imprimeur est-il bien « placé » ?
5.28 Quand le numérique s'installe dans les presses
5.29 CTF : mais où est donc passée la table lumineuse ?
5.30 CTP : le film aux oubliettes
5.31 CTPress : exit le calage !
5.32 Sans film, sans plaque, sans calage : l'impression numérique
5.33 Les éléments de la demande de devis d'impression
5.34 La demande de devis pour la couverture
5.35 Frais fixes, frais variables: répartition des coûts de production
5.36 Exploitation de la grille des coûts de production
5.37 Pourquoi utiliser la grille de calcul des coûts de production ?
5.38 Isoler les termes du devis
5.39 Grille de calcul pour rechercher un coût de réimpression
5.40 Un exemple de demande de devis
5.41 La réponse de l'imprimeur
5.42 Imprimeurs, une famille composite?

Impression et façonnage : fournisseurs et responsabilités

L'impression et le façonnage d'un ouvrage recouvrent l'ensemble des opérations qui permettent d'obtenir un produit fini à l'issue du travail de prépresse, autrement dit à partir des films fournis à l'issue de l'étape de flashage. Ces opérations se répartissent entre deux corps de métiers distincts, assurés par un ou deux prestataires:
- l'imprimeur pour le travail d'impression;
- le façonnier pour le travail d'assemblage, brochage ou reliure.

S'il est courant, au Nord, de confier la fabrication à des prestataires distincts, la pratique est peu aisée au Sud où les entreprises d'impression et de façonnage dédiées aux livres sont peu nombreuses et rarement distinctes les unes des autres.

En résumé les opérations sont les suivantes:

Impression	- montage des films selon le plan d'imposition; - insolation et préparation des plaques offset; - calage des plaques et mise en train de l'impression; - roulage;
Façonnage	- pliage, découpe et montage des cahiers; - assemblage; - mise sous couverture.

Nous verrons plus loin (voir fiche 5.28 et au-delà) que l'introduction des nouvelles technologies modifie le processus d'impression décrit ici.

Vous êtes responsable de la qualité : les jeux d'épreuves

Avant d'aller plus en avant dans la description de ces tâches, prenez bien note que la qualité de fabrication est sous la responsabilité du prestataire de fabrication - en principe, l'imprimeur -, sous le contrôle de l'éditeur, représenté par son chef de fabrication.

Vous avez donc tout intérêt à définir clairement les règles du jeu entre vos fournisseurs et vous. Vous devrez respecter au moins quatre étapes de contrôle:

- Le *bon à graver* (BAG) qui intervenait lorsque la fabrication exigeait un travail de photogravure traditionnel a aujourd'hui pratiquement disparu. Vous aurez vérifié le travail de prépresse sur une épreuve de contrôle issue d'un PDF.
- Mais vous donnerez un *bon à tirer* (BAT) pour acceptation du travail de montage et d'imposition, à partir d'une épreuve de montage appelée *ozalid*; si votre travail comporte de la couleur, vous pourrez donner ce *bon à tirer* pour acceptation du travail d'impression à partir d'une épreuve de tirage ou directement sur machine;
- Enfin, avant de laisser partir le travail au façonnage contrôlez les feuilles d'impression ; certains incidents d'impression sont fréquents.

Une bonne recommandation !
Conservez un double signé et daté des bons à tirer et à brocher ; conserver également les ozalids, les épreuves de tirage du corps d'ouvrage et de la couverture.

Les *pétouilles* désignent dans le langage des imprimeurs ces petits points blancs issus de peluches arrachées au papier pendant le roulage et qui viennent se coller sur le blanchet.

- le *maculage* provient lui d'un manque de séchage du à une couverture d'encre trop élevée ou à une manutention trop rapide après l'impression.
- le *poudrage* se manifeste par des traînées sur les zones blanches ; il est dû au fait que l'encre s'en va en poudre bien qu'elle soit sèche ; là aussi le conducteur a laissé se déposer trop d'encre.
- Chez le façonnier, vous donnerez un visa de "bon à brocher" ou "bon à relier" pour acceptation du travail de façonnage, à partir d'un modèle de brochure ou reliure.

L'impression avec forme imprimante

Imprimer, c'est reproduire des textes et des illustrations, en une ou plusieurs couleurs, sur une surface quelconque, généralement du papier, grâce à la pression due au contact d'une forme imprimante préalablement gravée. Les procédés numériques modifient toutefois cette définition : certaines presses, aujourd'hui, impriment directement à partir de l'ordinateur, sans utilisation de forme imprimante.

Les procédés traditionnels

En relief	*En plan*	*En creux*
Typographie	Offset	Héliogravure
Flexographie		Sérigraphie
Lithographie		

L'impression peut être directe: la forme imprimante est en contact direct avec le papier, comme c'est le cas en typographie; ou indirecte: la forme imprimante encre un support de transfert qui lui-même imprime le papier, c'est le cas de l'offset.

La *typographie* est le principal procédé d'impression utilisant une forme en relief. C'est aussi le plus ancien puisque les premiers clichés de bois gravé remontent au VIII^{è} siècle. À la xylographie succéda, à partir de 1450, l'invention de Gutenberg qui mit au point le premier procédé industriel de multiplication des caractères par coulée de plomb, d'antimoine et d'étain dans des moules fabriqués à partir d'une matrice unique.
La typographie classique a pratiquement disparu depuis quarante-cinq ans. Lui survivent des procédés d'impression directe par formes imprimantes en relief réalisées en caoutchouc ou en polymère : la *flexographie* pour imprimer les emballages, ou encore les machines *Cameron* pour imprimer des livres en une couleur sans illustration. L'Afrique, à notre connaissance, ne recourt, sur place, à aucun de ces systèmes.

Les éditeurs utilisent en revanche largement, depuis les années soixante, l'*offset* dont les formes planes impriment aujourd'hui l'essentiel de la production. L'offset, inventé en 1910, dérive de la *lithographie* dont les premières œuvres remontent à l'époque révolutionnaire; la pierre, l'encre et le papier nous laissent un important patrimoine artistique qu'enrichit encore le travail des ateliers.

Dérivée d'un autre procédé artistique, la *taille-douce*, l'héliogravure utilise des formes imprimantes en creux. Le prix de revient très élevé des énormes cylindres d'impression en limite l'usage aux tirages importants : magazines tirés à plusieurs centaines de milliers d'exemplaires ou encore catalogues de ventes par correspondance comme ceux de la Redoute, ou des Trois Suisses.

Offset : principe des machines offset à feuilles

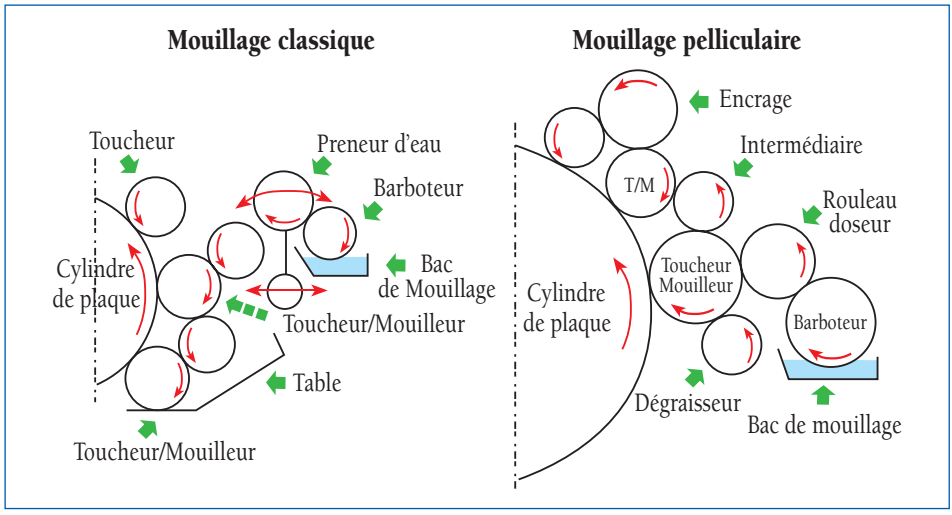
Procédé d'impression à plat, tout comme la lithographie dont il dérive, le procédé offset est fondé sur le principe physico-chimique de la répulsion réciproque des corps gras et de l'eau. Sur la forme imprimante, les zones à reproduire sont rendues réceptives au corps gras - donc aux encres - tandis que les zones non imprimantes sont sensibilisées à l'humidification et repoussent les corps gras.

Contrairement à la typographie ou l'héliogravure qui constituent des procédés d'impression directe, l'impression offset est le seul procédé par lequel l'impression ne se fait pas par un report direct de la forme imprimante sur le papier mais en passant par un support intermédiaire de caoutchouc: le *blanchet*.

Les presses offset sont toujours des rotatives, mais elles peuvent être alimentées soit par feuilles soit par bobines.

L'élément imprimant d'une presse offset dont on trouve le schéma ci-dessous se compose de trois cylindres:
- un cylindre porte-plaque;
- un cylindre porte-blanchet;
- un cylindre de contre-pression.

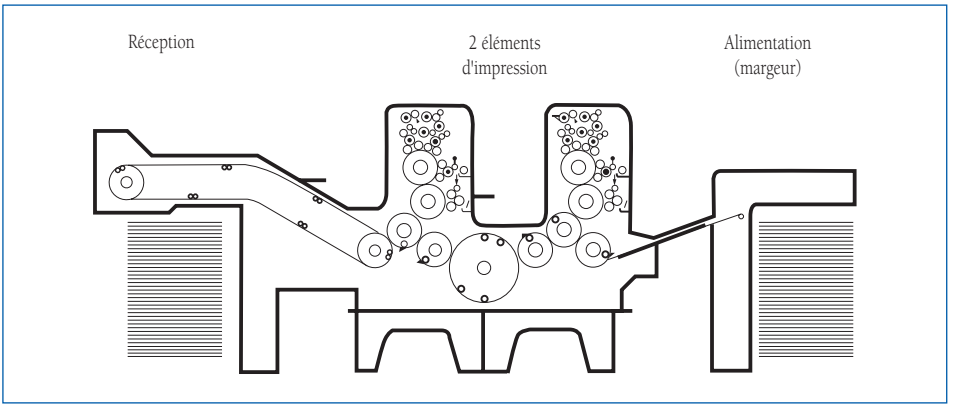
Cet ensemble est complété
- d'un système de mouillage
- et d'un dispositif d'encrage.



Les différents types de mouillage

Source : Valion Jean, Union internationale des journalistes de la Presse de langue française, 1997, *Guide de la chaîne graphique*, École Estienne, Paris, page 19.

Pour répondre aux besoins, des structures différenciées



La figure ci-dessus présente une presse offset à feuilles 2 couleurs. Elle montre la configuration modulaire des presses, axée sur une conception en trois parties: le margeur d'où partent les feuilles à imprimer, le groupe imprimant, la *réception* ou *recette* qui récupère la pile de feuilles imprimées.

La plupart des presses à feuilles sont des machines en blanc, c'est-à-dire qu'elles impriment côté par côté, même lorsque plusieurs éléments imprimants se succèdent entre la marge et la réception. Toutefois, les imprimeurs disposent de presses convertibles qui permettent d'imprimer:
- avec 2 éléments: soit 2 couleurs sur 1 côté de feuille, soit une couleur sur chaque côté. Dans ce dernier cas, la presse est dite à retiration;
- avec 4 éléments: soit 4 couleurs sur un côté; soit 2 couleurs sur chaque côté, soit 3 + 1.

Il est bien sûr possible d'imprimer plusieurs couleurs en plusieurs passages successifs avec une machine comportant un seul groupe, à condition de laver le groupe après chaque passage.

Il existe une gamme importante de machines à feuilles de tous formats (voir fiche 5.25 p.151). Chacune a la possibilité d'imprimer tous les formats intermédiaires entre un maximum limité par les dimensions des cylindres et un minimum toléré par la conception du dispositif de prise de papier. Il importe donc pour l'éditeur de choisir dans le parc à machines de ses différents fournisseurs la presse la plus apte dans les conditions d'économie et de qualité requise à réaliser le travail demandé.

Souvenons-nous enfin que les machines à feuilles, contrairement aux rotatives à bobines (voir fiche 5.26 p.152) livrent du papier à plat qu'il va falloir massicoter, plier, assembler et brocher.

La fabrication des plaques offset

La plaque offset est la forme imprimante qui va servir à reproduire l'imprimé de manière industrielle. Dans le cas d'un livre, il faut plusieurs plaques dont le format est déterminé par le chiffre du tirage, par le nombre de couleurs à imprimer et par le format de la presse dont dispose l'imprimeur. Par exemple pour un cahier de 32 pages, (16 au recto, 16 au verso) il faudra 2 plaques pour un tirage noir ; pour la même feuille en quadrichromie, il faudra 8 plaques.

Le traitement des plaques

Quelle que soit la plaque, elle est revêtue d'une couche photosensible qui permettra de la graver, c'est-à-dire de la traiter de telle sorte que, lorsqu'elle sera prête à imprimer, elle présentera deux états de surface de natures fondamentalement opposées:
- une surface imprimante qui accepte l'encre grasse et refuse l'eau;
- une surface non imprimante, hydrophile, qui refuse l'encre.

Le traitement de la plaque est une opération plus ou moins longue et complexe selon le degré d'informatisation du matériel dont dispose le photograveur ou l'imprimeur. (voir fiche 5.28).
Dans le schéma le plus traditionnel, le fichier PDF fourni par l'éditeur, permet de créer un ensemble de films qui seront montés et imposés par l'imprimeur
Ces films sont ensuite copiés en contact direct sur la plaque métallique. L'insolation agit comme un filtre à travers le film : ses parties sombres et ses parties claires permettent de dissocier sur la plaque les zones protégées ou non de la lumière.
À l'impression, les parties durcies accepteront l'encre pour la porter sur le blanchet, alors même que les parties non durcies refuseront tout encrage.
La plaque métallique passe ensuite dans une machine à développer où elle est rincée, gommée et séchée, prête à l'emploi. Il ne reste plus qu'à la caler sur la machine à imprimer.

Le choix des plaques en fonction du tirage

Il existe sur le marché plusieurs dizaines de plaques et l'imprimeur se déterminera en fonction du type de travail à effectuer, en particulier de la longueur du tirage. Pour un tirage court, il choisira des feuilles monométalliques d'aluminium ; pour un tirage long, il aura recours à des plaques bimétalliques ou trimétallique : chrome sur cuivre par exemple ou encore chrome sur cuivre sur une base d'acier, capables de résister à un tirage de plusieurs dizaines ou centaines de milliers d'exemplaires pour un manuel scolaire, par exemple.

Une bonne recommandation !
Si vous pensez réimprimer, ne manquez pas d'en informer votre imprimeur pour qu'il garde soigneusement les plaques. Mais en pays très humide dispose-t-il des moyens de les conserver sans qu'elles s'abîment?

Calage et roulage

Lorsque les formes imprimantes ont été gravées, l'imprimeur est prêt à mettre sur machine. C'est l'opération de *calage*. Elle consiste à accrocher les formes imprimantes, les *plaques*, sur les cylindres porte-plaque. Le calage est une opération relativement longue et coûteuse puisque selon le type de machine, elle demande le travail de deux hommes pendant environ 1/2 heure par plaque. C'est dire qu'un livre de 320 pages, imprimé en noir recto verso, par cahiers de 32 pages peut demander 30 minutes x 20 plaques, soit environ 10 heures de calage. Il faut comprendre dans ce temps la très importante opération de mise en train qui permet le réglage de la machine. C'est cette opération de *mise en train* qui nécessite les gâches de papier que nous connaissons sous le nom de *gâche de calage* (Voir fiche 5.12 p.135).

Le *roulage* que l'on peut aussi bien nommer *tirage* succède à la mise en train. Les machines à feuilles impriment en théorie 10 à 12 000 feuilles à l'heure environ, encore que 10 000 soit une performance rarement réalisée. La vitesse dépend en effet de la nature et de la qualité du papier, de l'amour de l'encre et du papier, de la présence ou non d'illustrations chargées en encrage, enfin de la qualité recherchée. Faites le calcul: ce livre décrit plus haut de 320 pages demandera pour un tirage à 3000 exemplaires sur une machine à retiration environ 10 heures de roulage qui vont s'ajouter aux 10 heures de calage calculées plus haut.

On le voit, imprimer demande du temps : Il y faut une bonne organisation du planning... Ne demandons à l'imprimeur que ce qu'il est capable de donner.

À qui appartiennent les plaques?

"Mais à qui appartiennent les plaques ? Puis-je les récupérer après impression ?". Les plaques restent la propriété de l'imprimeur, mais il est censé vous les conserver un an pour permettre un éventuel retirage. Les films, en revanche, sont votre propriété.

Pour changer de vitesse : les rotatives offset à bobines

À côté des machines à feuilles dont nous avons exposé le principe dans les fiches précédentes, l'offset offre un deuxième type de matériels : les presses à bobines. Comme leur nom l'indique, elles impriment du papier non plus en feuilles mais en bobines. Elles sont plus utilisées dans le monde de la presse quand dans les imprimeries et réservées aux tirages longs.

Gagner du temps sans perdre la qualité

Tous les imprimeurs, loin de là, ne sont pas équipés de rotatives à bobines; en effet, ces machines représentent par elles-mêmes de lourds investissements, exigent de vastes ateliers et entraînent des coûts d'infrastructure sans commune mesure avec ceux qu'induit l'implantation de machines à feuilles. Pour amortir ces frais, l'imprimeur doit trouver des clients dont les besoins en tirages longs et rapides sont importants: quotidiens ou périodiques, les journaux sont les clients naturels des rotatives.

Parce qu'il a besoin de tirer long et vite, l'éditeur scolaire utilisera lui aussi ce type de presses. Qu'on en juge:

- une machine à feuilles roule, en moyenne, dans de bonnes conditions de travail, 8000 côtés de feuilles à l'heure: le roulage à 32 000 exemplaires d'un ouvrage qui comporterait 5 feuilles d'impression représente donc théoriquement, hors les temps de calage et de mise en train, 40 heures de machines, derrière lesquelles il faut effectuer l'ensemble du travail de façonnage;
- pour effectuer le même travail, la rotative à bobines ne demandera pas plus de 10 heures; encore livrera-t-elle des cahiers pliés qui ne demandent plus qu'à être assemblés et mis sous couverture.

On le voit, le gain de temps est considérable. Cette rapidité permet-elle de conserver la qualité? La réponse est positive : la qualité est identique à celle d'un tirage sur une machine à feuilles, avec même une légère préférence vers la rotative pour le repérage et la brillance.

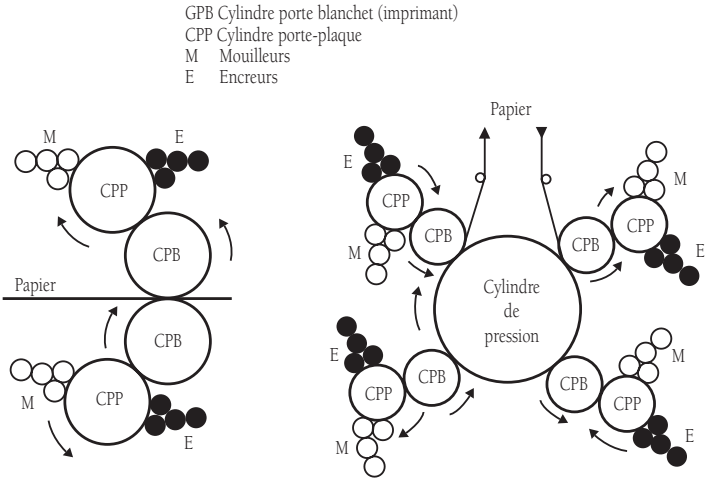
Mais attention au taux de gâche !

L'inconvénient de la rotative à bobine tient à l'importance des gâches de papier. Lors de la mise en train d'une rotative à bobines, le simple fait de passer la bande de papier dans la machine, depuis la bobine d'alimentation jusqu'à la sortie en plieuse, demande plusieurs dizaines de mètres de papier. Chaque changement de plaque, chaque changement de bobine, chaque réglage de plieuse, chaque incident mécanique demande quelques mètres supplémentaires de papier qui font rapidement de nombreux kilos.

Suivant la diversité des équipements techniques utilisés, le nombre de couleurs à imprimer, la difficulté des conditions d'exploitation, les caractéristiques du papier, le taux de gâche peut varier de 12 à 20 %. Pour préserver ses intérêts, l'éditeur devra donc négocier le taux de gâche avec l'imprimeur, en tenant compte naturellement de la gâche nécessaire aux travaux de façonnage: réglage des plieuses puis des chaînes de brochage ou de reliure.

Une famille à deux branches

Blanchet/blanchet ou planétaire? Le terme "rotatives à bobines" désigne en fait une famille à deux branches qui travaillent de façon fort différente comme le montre la figure ci-dessous :



La figure de gauche montre le principe des machines blanchet/blanchet. Ce nom leur vient de ce que les cylindres porte-blanchet, montés en opposition, font office réciproquement de cylindre de contre-pression, blanchet contre blanchet.
La figure de droite schématise, elle, le principe des rotatives dites planétaires. Les cylindres porte-plaque sont disposés en satellite autour d'un unique cylindre de pression. Le papier est imprimé sur une face, puis après passage en sécheur sur la seconde face.

La rotative à bobines plie avant de livrer

Blanchet/blanchet ou planétaires, les rotatives bobines sont équipées en sortie d'une plieuse et d'un dispositif de coupe et d'empilage des cahiers. C'est ainsi que la plieuse la plus utilisée, dite "plieuse à cônes" réalise des plis croisés avec la possibilité de fournir des cahiers de 8, 16 ou même 32 pages.

Votre imprimeur est-il bien "placé" ?

Vous trouverez ci-dessous les formats les plus usuels de machines à feuilles. Ces formats sont définis par les dimensions maximales de la feuille de papier que peut accepter la presse.
Format 36 X 52
Format 52 x 72
Format 72 x 104
Format 100 x 140
Format 120 x 160
Format 72 x 102
Format 100 x 140
Vous observez qu'ils sont plus ou moins multiples les uns des autres.

Vous pouvez également trouver des machines de formats légèrement différents comme par exemple :
Format 48 x 65
Format 92 x 130
et, dans les très grands formats, une presse à retiration 120 x183.

Selon les modèles, ces machines sont faites pour tirer 1 seule couleur ou 2 ou encore 4 pour tirer en quadrichromie. Certaines presses sont dites à retiration : elles ont capables de tirer les deux côtés de feuilles à la fois. On le voit les possibilités sont nombreuses ; encore que la liste présentée ci-dessus n'est pas exhaustive et n'aborde pas les rotatives à bobine.

Il faut concilier des exigences multiples

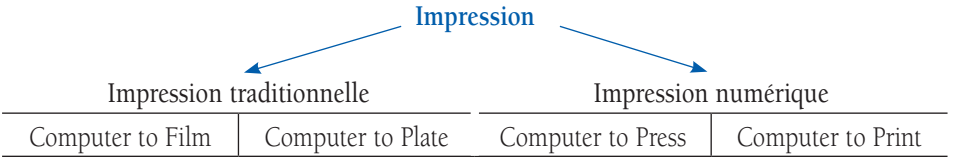
Dans le chapitre concernant le papier, vous avez trouvé les principaux formats de papier dont disposent vos fournisseurs (Voir fiche 5.9 p.132). Après avoir choisi le format de votre livre, Il faut donc vous entendre avec l'imprimeur pour connaître les machines dont il dispose, le format de feuilles utilisable et éventuellement réajuster le format de votre livre de quelques millimètres pour que l'ensemble soit cohérent… à moins qu'il faille rogner les dimensions de la feuille avant impression !

Vous avez par exemple décidé que votre ouvrage, une fois rogné, devra mesurer 18 x 24 cm, l'imprimeur peut utiliser une machine 52 x 72 sur laquelle, il pourra tirer des cahiers de 16 pages (8 pages au recto, 8 pages au verso). Le format de papier le plus proche est le 56 x 76 qu'il faudra donc rogner avant usage pour qu'il puisse passer en machine.
Le parc de machines dont dispose votre imprimeur lui permet de répondre plus ou moins bien à la votre demande selon vos exigences : format de votre livre, nombre de couleurs, type de cahiers, longueur du tirage. Ces capacités à répondre ou non sont l'une des raisons principales des différences entre les devis de vos fournisseurs: l'imprimeur est plus ou moins bien *placé*.

Une bonne recommandation !
N'hésitez pas à présenter vos demandes de devis à plusieurs fournisseurs, surtout si vous débutez. Avec le temps, vous saurez qui fait quoi et ce que vous pouvez attendre des uns et des autres.

Quand le numérique s'infiltre dans les presses

Les presses que nous avons décrites dans les fiches précédentes ont évolué depuis les années 80 avec l'introduction sans cesse grandissante des nouvelles technologies dans la chaîne graphique. Le tableau ci-dessous met en évidence les quatre filières d'impression numérique qui sont nées successivement de cette évolution et transforment l'impression offset traditionnelle :



Parce qu'elle modifie les pratiques, parce qu'elle est dans la continuité de la numérisation du prépresse, cette évolution ne concerne pas les seuls imprimeurs, mais bien tous les acteurs de la chaîne graphique. Progressivement, les quatre systèmes annoncés dans le tableau ci-dessus ont introduit une diminution des étapes nécessaires à la fabrication des documents imprimés. Cette diminution est visible dans le tableau ci-dessous.

Données numériques

RIP

Computer to Film	Computer to Plate	Computer to Presse	Computer to print
Insolation du Film			
Insolation Gravure des plaques	Insolation Gravure des plaques	Création de la forme imprimante dans la presse	
Calage sur Presse	Calage sur Presse		
Impression	Impression	Impression	Impression

Les fiches suivantes vont vous éclairer sur chacun des membres de la filière.

CTF: où est donc passée la table lumineuse ?

Le Computer to Film (CTF), en français de *l'ordinateur au film,* désigne une première étape dans l'évolution numérique des presses où l'information est traitée de façon numérique depuis la sortie du prépresse jusqu'à la production du film.

Quel est le déroulement de l'opération ?

La mise en page sur Xpress ou InDesign génére un fichier pdf, il en résulte un fichier PostScript. Ce dernier est transmis à un RIP (Raster Image Processor), en français *processeur d'images tramées*, qui convertit les données du fichier PostScript en fichiers bitmat de chacune des 4 couleurs de la quadrichromie – ou plus si cela se révèle nécessaire- et se charge de les tramer. Vous trouverez parfois le terme *rasteriser* pour désigner l'opération effectuée par le RIP. Ces fichiers bitmap sont utilisés par un périphérique, *l'imageuse*, pour produire le film qui sert à insoler les plaques.

Appelées Imageuses, flasheuses ou encore CTF comme le procédé lui-même, les premières versions de ce périphérique sont apparues dans les années 70 ; mais l'imageuse a trouvé toute son efficacité vingt ans plus tard lorsque le marché a vu naître les flasheuses de grande laize, capable de produire sur un même film des cahiers de 48 pages. Avec elles, le travail de montage a disparu de la table lumineuse.

Vous rencontrerez chez vos fournisseurs plusieurs types de flasheuses,
- les flasheuses argentiques qui insolent un film sensible dont le développement nécessite le recours à la chimie
- les flasheuses thermiques qui agissent par *thermoimpression*, évitent ainsi le développement et la chimie ce qui limite l'impact sur l'environnement.

Quelle qualité d'image ?

La résolution de l'imageuse se mesure en points par pouce. Elle se situe entre 1200 et 2540 dpi, et permet des travaux d'une finesse extrême. L'image obtenue est constituée d'une multitude de points de trame dont les valeurs s'échelonnent entre 1 % et 100 %. Ces différentes valeurs de la trame détermineront à l'impression les nuances pour chacune des quatre couleurs. La linéature de la trame (ou espace entre deux lignes de points) détermine la finesse ou résolution de l'image. Des linéatures entre 133 et 300 lignes par pouce sont généralement utilisées pour la plupart des travaux.

La technologie computer to *film* est désormais délaissée au profit de celle du *computer to plate* (voir fiche 5.30 p.156), qui permet d'obtenir directement les formes imprimantes sans passer par le film.

Une bonne recommandation !
N'oubliez pas de viser les épreuves ozalids qui vous permettront de vérifier le bon placement des pages après imposition ! Si l'impression est monochrome, noire, vous pouvez donner votre BAT. Sinon, attendez les premières sorties d'impression ou mieux, allez sur machine pour vérifier le réglage des couleurs.

CTP: le film aux oubliettes !

Alors que toutes les techniques d'impression offset décrites dans les pages précédentes requièrent l'intermédiaire de films pour créer les plaques offset, le CTP (*Computer To Plate*), en français de *l'ordinateur à la plaque*, permet de s'affranchir du film et d'obtenir directement une plaque de haute qualité.

Qu'est ce que cela change pour l'éditeur ?

Gain de temps, gain d'argent, moindre utilisation de produits chimiques, le CTP utilise une *imageuse de plaques* pour créer directement une image du fichier sur la plaque. Le procédé simplifie la chaîne de production et la rend plus performante; il devient de ce fait le standard de l'impression chez les professionnels. Vous le rencontrerez aujourd'hui partout en Europe et les constructeurs s'efforcent de pénétrer le marché africain.
Le CTP nécessite des plaques adaptées dont la technologie n'a cessé d'évoluer depuis les années 95 lorsque de multiples constructeurs présentèrent leurs machines.

Comme pour le CTF que nous avons décrit à la page précédente, l'éditeur fournit à l'atelier de photogravure ou à l'imprimeur des fichiers PDF regroupant l'ensemble des éléments nécessaires à l'impression. À partir de ce fichier, l'imprimeur rastérise l'image.

Avant le clichage, l'imprimeur vous fournira des ozalids sur lesquelles vous vérifierez le placement des pages et le contenu, notamment les polices de caractères qui peuvent avoir souffert de problèmes de compatibilité et se trouver remplacées par des symboles.
Une fois que vous aurez donné votre BAT, l'imprimeur grave les plaques sur une imageuse de plaques thermiques au moyen d'un laser.

Les mêmes initiales CTP désignent une évolution plus grande du procédé puisque la gravure s'effectue directement sur les tambours d'impression des presses offset : Computer to Press (voir fiche 5.31 p.157). La plaque deviendra elle-même virtuelle, ce qui permettra de changer et de personnaliser le contenu en cours d'impression. Cette dernière facilité conviendra plus particulièrement à la presse quotidienne en lui conférant plus de souplesse en matière d'actualisation de la "une" ou d'éditions régionales.

Une bonne recommandation !
Quand vous apportez des corrections, veillez à les apporter sur le fichier natif à partir duquel vous créerez un nouveau PDF pour vous assurer d'avoir des fichiers natifs toujours à jour.

CTPress : exit le calage !

Au moment même où le CTF (voir fiche 5.29 p.155) atteignait son apogée, au début des années 90, la fabricant de presses offset Heidelberg proposa une solution plus évoluée avec sa presse GTO-DI, où DI signifie « *Direct imaging* ». Le constructeur présentait là une nouvelle filière de l'impression numérique : le CTPress (*computer to Press*), en français de *l'ordinateur à la presse* qui se caractérise par le fait que les plaques sont gravées directement sur la presse.

Les avantages sont immédiatement perceptibles pour tous les acteurs de la chaîne : la suppression du calage permet un repérage presque parfait ; de ce fait on économise sur la gâche de papier et on gagne du temps à la fois sur la mise en train et sur le temps d'arrêt entre deux travaux successifs. On peut ainsi réaliser de courts tirages à des coûts compétitifs avec une qualité sans faille.

Le procédé CTPress a évolué dans deux directions :
- une branche dans laquelle l'imprimeur utilise des plaques gravées directement sur la presse;
- une branche encore plus évoluée, le CTCylinder, de *l'ordinateur au cylindre*, où c'est sur le cylindre d'impression lui-même que sont créées les zones imprimantes et non-imprimantes.

Sans film, sans plaque et sans calage : l'impression numérique

Sans film et sans forme imprimante, l'impression numérique s'effectue directement, sans interruption du flux numérique, du fichier PDF vers le périphérique d'impression, laser ou à jet d'encre.

Des avantages stratégiques à considérer

Toute étape étant supprimée entre l'enregistrement des données saisies et l'impression, on évite les lourds frais qu'engage la création des formes imprimantes offset. En revanche, le tirage par impression numérique est plus lent qu'en offset ; pour ces raisons, le procédé trouve sa rentabilité dans les tirages courts, inférieurs à 1000 exemplaires ; le seuil critique exact entre l'impression numérique et l'impression offset classique dépend du type d'ouvrage et du format imprimé.

Au plan stratégique, à travers l'édition numérique, l'éditeur peut faire le choix de tirages courts, assurés de pouvoir obtenir une réimpression dans des délais très courts. Certaines publications scientifiques, des ouvrages de fiction à court tirage, de la poésie, des revues à public restreint, des rapports de toute nature, des imprimé souvent remis à jour, voilà quelques unes des utilisations du procédé.

Ajoutons que l'absence de plaques d'impression permet de modifier les données d'une impression à l'autre autorisant ainsi la reproduction de données modifiées pour chaque ouvrage pour en faire des exemplaires uniques. L'introduction de ces modifications nommées *données variables* ne diminue pas la vitesse d'impression, elles permettent de plus d'accroître la valeur ajoutée de l'imprimé.

La qualité bientôt comparable à celle de l'offset

Au plan de la qualité, l'aspect de l'impression est satisfaisant et l'impression numérique autorise le tirage des illustrations, en une couleur aussi bien qu'en quadri. Pour beaucoup, l'offset reste toutefois gagnant, mais, eu égard aux investissements en recherche et développement des constructeurs, il est vraisemblable que cette différence va s'atténuer.

Notons enfin que nombre d'imprimantes de ce type intégrent des fonctions de finition simple, comme l'agrafage. Il est aussi possible d'assembler les feuilles pour obtenir un corps d'ouvrage grecqué-collé à mettre sous couverture sous une autre machine.

Les éléments de la demande de devis d'impression

Titre :
Nature du document :
N° de référence de l'éditeur :

Caractéristiques techniques

Corps d'ouvrage
Format rogné
Nombre de pages
Chiffre de tirage

Nombre et nature des cahiers :
Nombre de feuilles noir/noir ...
Nombre de feuilles 2 couleurs/noir
Nombre de feuilles 2 couleurs/2 couleurs
Nombre de feuilles 4 couleurs/2 couleurs
Nombre de feuilles 4 couleurs/4 couleurs

Précisez les éléments fournis :
Nature et type des fichiers
Jeux de films

Précisez le type de papier à utiliser
Nature, grammage, couleur

Identifiez les épreuves demandées :
Bon à graver sur ozalid
Bon à tirer sur les premières feuilles

Façonnage
Livraison à plat chez le brocheur à telle adresse:
ou
Façonnage par vos soins suivant descriptif joint.

Dans le cas où l'imprimeur de la couverture diffère de celui du corps d'ouvrage, ne manquez pas de préciser :

Date prévue de remise des éléments:
Date prévue de livraison:
Type d'emballage:
Lieu de livraison:

La demande de devis pour la couverture

Titre :
Nature du document :
N° de référence de l'éditeur :

Caractéristiques techniques

Format à plat rogné, sans oublier l'épaisseur de dos
Présence ou non de rabats

Impression
Chiffre du tirage
Noir, 2 ou 4 couleurs
Présence ou non de vernis
Précisez le type de vernis : mat ou brillant

Présence ou non d'un pelliculage

Nature des éléments fournis :
Nature et type des fichiers
Jeux de films

Précisez le type de papier à utiliser
Nature, grammage, couleur

Identifiez les épreuves demandées :
Bon à tirer

Façonnage

Dans le cas où l'imprimeur de la couverture diffère de celui du corps d'ouvrage, ne manquez pas de préciser :

Date prévue de remise des éléments:
Date prévue de livraison:
Type d'emballage:
Lieu de livraison:

Une bonne recommandation !
Veillez à imprimer plus de couvertures que de corps d'ouvrage. Le surplus doit être suffisant pour assurer la promotion du livre.

Frais fixes, frais variables : répartition des coûts de production

Spécifications	Coûts	
	FF	FV
	Frais fixes	Frais variables
Frais éditoriaux	3 000 000	
Papier		350
Prépresse	1 200 000	
Fabrication des films	450 000	
Montage et report	1 450 000	
Calage	600 000	
Impression		280
Façonnage		378
Emballage		10
Total	**6 700 000**	**1018**

Le tableau ci-dessus montre la répartition des coûts fixes et variables.
- Les frais fixes (FF) sont ceux que l'éditeur engage quel que soit le tirage de l'ouvrage.
- Les frais variables (FV) sont, au contraire, ceux qui augmentent ou diminuent la facture des fournisseurs en fonction du tirage.

Ainsi, le montant du poste Prépresse n'augmente pas en fonction du tirage, il est *fixe*; le montant de la facture de papier augmentera, en revanche, en fonction du tirage, il est *variable*. Ainsi disposé le tableau devient une véritable grille d'exploitation des coûts de production : c'est ce que donne à voir la fiche suivante.

Les chiffres donnés ci-dessus sont approximatifs pour un ouvrage de 128 pages en format 18 x 24 rogné, broché, cousu et collé, dos carré, en quadrichromie, tiré à 9000 exemplaires.

Exploitation de la grille de calcul des coûts de production

Spécifications	Coûts	
	FF	FV
	Frais fixes	Frais variables
Frais éditoriaux	3 000 000	
Papier		350
Prépresse	1 200 000	
Fabrication des films	450 000	
Montage et report	1 450 000	
Calage	600 000	
Impression		280
Façonnage		378
Emballage		10
Total	6 700 000	1018

L'utilisation de la grille d'exploitation des coûts de production permet une analyse rapide des coûts de production ; elle facilite ainsi le travail de simulation dans la recherche d'un seuil de rentabilité. Il faut prendre soin d'y noter le total des frais fixes, alors que les frais variables eux, sont traduits à l'unité.

Pour trouver le coût total de production d'un ouvrage, il suffit d'appliquer la formule **FF + (FV x n)**;

Pour trouver le coût unitaire de production d'un ouvrage, il convient d'appliquer la formule **(FF/n) + FV**.

Dans les deux formules, l'opérateur **n** représente le chiffre du tirage souhaité.

Dans l'exemple ci-dessus pour un tirage à 9000 exemplaires le coût de production est donc de : 6 700 000 + (1018 x 9000) = 15 862 000 F CFA.

Le coût unitaire se calcule de la façon suivante:

(6 700 000/9000) + 1018 = 1762,44 F CFA.

Pourquoi utiliser la grille de calcul des coûts de production ?

Créer une grille de calcul des coûts de production n'est pas un exercice d'école; le responsable de fabrication qui l'utilise y trouve de nombreux avantages. Nous en énumérons les principes ci-dessous.

1- Adapter la fabrication de l'ouvrage aux exigences de coût

Le chef de fabrication peut maîtriser les coûts de chaque poste et donc influer sur la structure du livre en fonction du prix de revient qu'il ne saurait dépasser. Il peut ainsi jouer sur:

- le grammage ou la qualité du papier;
- la quantité des sélections de couleurs;
- la structure des différentes feuilles d'impression;
- le mode de façonnage.

2-Affiner le jeu de la concurrence

Il est mieux à même de faire jouer la concurrence entre ses différents fournisseurs. De plus, une pratique continue de ses imprimeurs lui permet de détecter leurs points faibles et leurs points forts et de les utiliser au mieux de leurs capacités.

3- Réduire les temps de simulation

Il est capable de répondre immédiatement aux diverses demandes de coûts de production émanant de l'éditeur, du chef de produit ou des services commerciaux à la recherche du seuil de rentabilité.

4- Diminuer le nombre des interrogations de fournisseurs

L'historique des différents devis lui permet une meilleure prévision des coûts de production des projets de publication sans recourir systématiquement à l'interrogation des fournisseurs.

5- Préparer des projets et répondre aux appels d'offres

Les organismes d'aide à l'édition n'attribuent pas leurs subventions sans une sévère sélection. Remplir les dossiers de demande exige de pouvoir répondre à des questions précises sur le coût du papier, du prépresse de l'impression et du façonnage. L'utilisation de la grille sur un logiciel comme Excel permet d'accélérer les temps de réponse aux interrogations que l'on se fait sur le coût des livres et manuels.

6- Augmenter son savoir-faire professionnel

Le chef de fabrication rompu à cet exercice améliore ses connaissances, augmente ses capacités professionnelles et par là même sa crédibilité au sein de l'entreprise et face aux fournisseurs.

Nous ne saurions passer sous silence la difficulté à obtenir des devis détaillés de la part des fournisseurs, en Afrique, pour isoler le coût des différents postes. La fiche suivante (5.38 p.164) propose quelques solutions pour réduire l'opacité d'un devis. Cette difficulté était constante en Europe et particulièrement en France, il y a quelques décennies ; elle a heureusement disparu pour laisser place à une transparence qui n'exclut en rien la concurrence. L'ensemble des métiers du livre ne peut que gagner à des pratiques qui crédibilisent la production endogène.

Isoler les termes du devis

Contrairement à ses confrères du Nord, le chef de fabrication africain, en 2010, rencontre beaucoup de difficultés à isoler le coût des différents postes de fabrication. C'est que la réticence des imprimeurs est grande à donner des devis détaillés. Il n'est pas indifférent de chercher les causes de cette apparente volonté d'opacité: les imprimeurs craignent la concurrence; ils redoutent que les éditeurs tentent de diminuer les coûts par comparaison, poste par poste; ils craignent enfin de perdre le quasi-monopole de la distribution du papier. On ne saurait clore la liste sans noter que trop de fournisseurs semblent de plus incapables d'établir un devis réel et établissent leur prix en fonction du marché du moment.
Quelle qu'en soit la raison, l'expérience montre que la majorité des imprimeurs tentent de donner un prix global et non décomposé. Les termes du devis se trouvent donc enfermés dans un ensemble d'apparence insécable:

papier + montage et report + calage + impression + façonnage

Le problème est de se doter d'une stratégie propre à isoler chacun des termes en présence. Plusieurs approches cohabitent:

1 - Demander le prix du mille suivant: parce que la réponse à cette question permet d'isoler les frais fixes et les frais variables, le chef de fabrication se trouve non plus devant un ensemble mais deux ensembles:
1- (montage et report + calage) d'une part,
2- (papier + impression + façonnage) d'autre part.
La procédure d'exploitation de l'information est la suivante:
Coût total - (coût du 1000 x nombre de milliers d'exemplaires demandés) = frais fixes. Ce résultat permet déjà d'établir la grille et d'appliquer les formules d'exploitation indiquées plus haut (voir fiche 5.36 p.162).

2- Isoler le prix du calage est aisé en demandant le coût de réimpression et en précisant que l'on veut réutiliser les plaques utilisées au tirage précédent. À partir de cette dernière information, il devient possible de remplir la grille d'exploitation des coûts avec plus de finesse comme proposé sur la fiche 5.36 p.162.

3- Isoler le prix du papier peut s'obtenir en demandant expressément le prix du papier à part: s'il faut un prétexte, le chef de fabrication peut invoquer, par exemple, la fourniture du papier par un fonds d'aide quelconque ou l'obligation de fournir le coût du papier à part pour un bailleur de fonds.

4- Isoler le prix du façonnage dans un marché aussi fermé, où le brochage et l'impression s'effectuent dans le même atelier, n'est pas chose facile. Seules des réponses positives à des demandes de prix poste par poste vous permettront une réponse utilisable.

Remarquons que la pratique de l'opacité était constante en France, il y a quelques décennies ; elle a heureusement disparu pour laisser place à une transparence qui n'exclut en rien la concurrence. L'ensemble des métiers du livre ne peut que gagner à mettre en place des pratiques qui crédibilisent la production endogène.

Grille de calcul pour rechercher un coût de réimpression

Spécifications	Coûts		
	FF1 Frais fixes Première édition	FF2 Frais fixes Toutes éditions	FV Frais variables à l'unité
Frais éditoriaux	3 000 000		
Papier			350
Prépresse	1 200 000		
Fabrication des films	450 000		
Montage et report	1 450 000		
Calage		600 000	
Impression			280
Façonnage			378
Emballage			10
Total	**6 100 000**	**600 000**	**1018**

Par rapport aux grilles précédentes (Voir fiche 5.36 p.162) la grille ci-dessus comporte une colonne supplémentaire affectée aux frais fixes de calage. Les formules de recherche de coûts évoluent de la façon suivante :

1-Prix de revient global/Première édition = $(FF\ 1 + FF\ 2) + (FV \times n)$

2- Prix de revient unitaire/Première édition = $\frac{(FF\ 1 + FF\ 2)}{n} + FV$

3- Prix de revient global de réimpression = $FF\ 2 + (FV \times n)$

4- Prix de revient unitaire de réimpression = $\frac{FF\ 2}{n} + FV$

Une bonne recommandation !
Ne confondons pas réimpression et réédition. En cas de nouvelle édition, et non de réimpression, l'éditeur retrouverait de nouveaux frais fixes à placer en FF1 dont l'importance varierait suivant les remaniements, en particulier le nombre de films et de plaques à refaire.

Un exemple de devis d'impression

Éditions d'Afrique
24, rue du Docteur-Farik
Dakar

Imprimerie du Soleil
148, rue de la Liberté
Dakar

N/ Ref. 9923

Dakar, le 4 janvier 2011

À l'attention de Monsieur Augustin Dey

Monsieur,

Nous vous serions obligés de nous donner votre devis pour l'impression du corps de l'ouvrage « *Le jour de Gloire* » dont vous trouverez ci-dessous les spécifications. Nous ferons une demande ultérieure en ce qui concerne la couverture.

Veuillez noter de nous adresser un devis détaillé, précisant notamment :
1- Le coût du papier
2- Le prix de tirage du mille suivant
3- Le prix de réimpression à 5000 ex.

Cet ouvrage entre dans le cadre d'une procédure de marché qui demande un devis poste par poste.

Nous vous prions d'agréer, Monsieur, l'expression de nos cordiales salutations.

Babakar Fall
Chef de fabrication

P.J. descriptif de l'ouvrage « *Le jour de Gloire* »

Vous accompagnerez la lettre ci-dessus des éléments descriptifs nécessaires, tels que décrits sur la fiche 5.34 p.160.

La réponse de l'imprimeur

Imprimerie du Soleil
148 , rue de la Liberté
Dakar

Éditions d'Afrique
24, rue du Docteur-Farik
Dakar

Le 22 janvier 2011,

À l'attention de Monsieur Babakar Fall

Concerne :
Votre réf. : 9923

Monsieur,

Suite à votre demande de devis en date du 4 janvier, concernant l'ouvrage « *Le jour de Gloire* », nous vous prions de trouver ci-dessous nos meilleures conditions.

Corps d'ouvrage	
1- Fourniture d'un papier Offset 80 gr Sirène Blanc	3.150.000 F CFA pour 9000 ex.
2- Impression et façonnage suivant vos spécifications Pour 9000 ex.	8.062 000 F CFA
3- Coût du 1000 suivant, hors papier	668 000 F CFA
4- Coût de réimpression, à partir des plaques conservées Pour 5 000ex.	3 940 000 F CFA

Nous sommes à votre disposition pour fournir un coût de couverture.
Dans l'attente de vos ordres, nous vous prions d'agréer, Monsieur, l'expression de nos meilleures salutations.

Augustin DEY
Directeur

Le devis de l'impression du Soleil est exploitable de la façon suivante :
1-Recherche du coût unitaire de papier
3.150 000 F CFA / 9000 ex. = 350 F CFA
2- Recherche du coût unitaire d'impression et de façonnage
668 000 F CFA / 1000 ex.= 668 F CFA
3- Recherche des frais fixes d'impression
8.062 000 F CFA – (668 F CFA x 9000 ex.) = 2 650 000 F CFA
4- Recherche des frais de calage
3 940 000 F CFA – (668 F CFA x 5000 ex.) = 600 000 F CFA
5- Recherche des frais d'imposition et de report
2 050 0000 F CFA – 600 000 F CFA = 1 450 000 F CFA
Nous disposons ainsi d'un détail du coût, poste par poste, sauf en façonnage, pour lequel il aurait fallu demander un devis plus détaillé.

Imprimeurs, une famille composite

Le mot imprimerie est bien trompeur. Le vocable recouvre traditionnellement trois types de professionnels qui diffèrent par leur clientèle, le type de travaux qu'ils sont à même de réaliser, le personnel dont ils disposent et le matériel utilisé. C'est dire que les uns peuvent être de modestes artisans, les autres de grands industriels.

Imprimeurs : les trois grandes familles

Les *imprimeurs de travaux de ville* : ils répondent aux besoins d'une clientèle locale dont les demandes sont multiples et les tirages réduits: imprimés commerciaux, administratifs, publicitaires ou encore ce qu'on appelait autrefois bilboquet : les cartes de visite, les têtes de lettre ou encore les faire-part.

Les *imprimeurs de presse* : comme leur nom l'indique, ils impriment les journaux et les magazines à longs tirages. C'est là que l'on trouve les rotatives les plus lourdes et les plus rapides alimentées en continu de papier en bobines.

Les *imprimeurs de labeur* : ils sont nos partenaires privilégiés : le livre est leur affaire. La variété de leurs productions les contraint à disposer de machines de beaucoup plus puissantes et plus variées que celle de l'imprimeur des travaux de ville.Ces distinctions ne sont pas absolument étanches et il peut arriver qu'un éditeur, pour un tirage long et rapide, se tourne vers un imprimeur équipé pour la presse.

Une nécessaire relation de proximité

Le mot imprimeur peut également dissimuler de très grandes différences quant à l'utilisation des nouvelles technologies; comme l'exprimait récemment un imprimeur dans un forum professionnel : *« l'offre logicielle et technologique est très en avance avec la réalité du terrain, en contradiction totale avec l'aspect artisanal de nos métiers habitués à de très lentes évolutions »*. Plus encore qu'autrefois, l'introduction des nouvelles technologies implique une relation de proximité entre l'éditeur et l'imprimeur : flashage, imposition, impression, mieux vaut s'entendre avec son partenaire sur les logiciels utilisés, sur les compatibilités entre les différents outils informatiques, sur les exigences de qualité !

Des professionnels très spécialisés

Dans les imprimeries de labeur, l'introduction des nouvelles technologies a modifié la répartition des tâches entre l'éditeur et l'imprimeur. Le prépresse est maintenant souvent intégrée chez l'éditeur mais nombre d'imprimeurs proposent les services de saisie, correction et mise en pages. Quant au cœur de métier lui-même, nous l'avons vu plus haut, il a évolué selon que l'imprimerie est restée traditionnelle ou qu'elle a introduit des matériels récents. C'est ainsi que vous trouverez aux côtés du chef d'entreprise un personnel plus ou moins nombreux :

Agent commercial,

Deviseur,

Agent de planning,

Photograveur en charge du flashage,

Conducteur offset : c'est lui qui prépare, règle et met en route la machine. Il surveille la constance du travail et sa qualité. Il est assisté d'un margeur, ouvrier dont le travail consiste, dans une presse mécanique, à prendre, en une certaine provision de papier blanc qu'il a à côté de lui, le papier feuille à feuille, à le faire descendre, et à le faire entrer isolément dans les cordons de la machine ; cependant qu'un receveur, comme son nom l'indique réceptionne le papier en sortie de machine.

LE FAÇONNAGE

5.43 La chaîne de brochage
5.44 Les opérations en amont de la chaîne de brochage
5.45 Profil d'une chaîne d'assemblage avec dos carré-collé
5.46 Profil d'une chaîne d'encartage-piqueuse
5.47 Le cartonnage et la reliure
5.48 Les éléments de la demande de devis d'un ouvrage broché
5.49 Récapitulons : les étapes du façonnage

La chaîne de brochage

Le logigramme ci-dessous montre les opérations nécessaires au brocheur pour aller de la feuille livrée par l'imprimeur au livre broché

1- Équerrage au massicot
2- Pliage
3- Assemblage
4- Grecquage
5- Couture
6- Collage
7- Encartage
8- Mise sous couverture
9- Agrafage
10- Passage au massicot trilames
11- Emballage
12- Livraison

Le livre broché

Le livre broché est un ouvrage mis sous couverture souple de 250 à 350 g. les opérations de collage ou d'agrafage suffisent à maintenir l'ensemble. Le brocheur peut donc se retrouver devant trois types de production :

1. **L'encartage :** opération de façonnage (on emploie aussi le mot finition) qui consiste à réunir les différents cahiers d'une brochure par insertion de chaque cahier au milieu du précédents sous la même couverture. L'ensemble est ensuite agrafé par piqûres à cheval. Les opérations énumérées dans le tableau ci-dessus se lisent de la façon suivante : 1, 2, 7, 8, 9, 10, 11, 12.
   Notez bien d'utiliser ce procédé pour des brochures de 16 à 96 pages. Le procédé fournit des ouvrages brochés peu coûteux et parfaitement adaptés aux livres scolaires les plus légers.

2. **Le façonnage dos carré** propose plusieurs possibilités. Le brocheur rassemble plusieurs cahiers positionnés les uns au-dessus des autres. Pour obtenir un dos carré collé, il leur fait subir un rabotage du dos (le grécquage) avant d'y déposer la colle. L'ensemble est mis sous couverture. La suite des opérations se lit : 1, 2, 3, 4, 6, 8, 10, 11 et 12. Pour obtenir un dos carré cousu collé, le plus solide de tous, le logigramme se lit : 1, 2, 3, 5, 6, 8, 10, 11 et 12.

Les opérations en amont de la chaîne de brochage

Les opérations diffèrent selon que le papier est en sortie d'une presse d'impression à feuilles ou d'une rotative bobine.

En sortie de machines feuilles

Le brocheur reçoit le papier à plat. Il refend les feuilles, si nécessaire de façon à obtenir des feuilles propres à obtenir des cahiers pliés suivant l'imposition. Il procède ensuite à une opération d'équerrage, au massicot, de façon à obtenir des angles de feuille corrects.

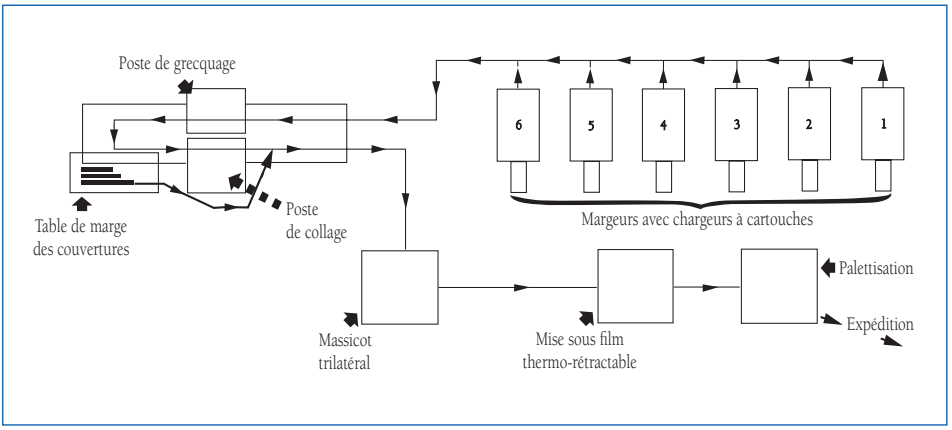
Pour exécuter ces plis, le brocheur dispose de deux types de machines :
Les machines dites *à poche* qui servent à faire des *plis roulés* ;
Les machines *à couteau* qui servent à faire des *plis croisés*.
Pour les travaux plus complexes, peu utilisés en édition, le brocheur met en ligne les deux types de matériel pour obtenir des plis croisés, symétriques, en *accordéon*, en *portefeuille*, combinés et mixtes.

En sortie des rotatives à bobines

Le brocheur reçoit des cahiers déjà pliés par la rotative ; il n'y a donc plus d'opérations d'équerrage et de pliage. Le corps d'ouvrage entre dans la chaîne directement après l'assemblage pour obtenir le dos carré choisi.

Le brochage intervient en fin de fabrication et l'éditeur se tourne volontiers vers lui pour rattraper le temps éventuellement perdu lors des étapes précédentes ! C'est une erreur d'autant plus redoutable en sortie de rotative que le papier a été déshydraté par le séchage ; si le brocheur ne laisse pas au papier le temps de se réhydrater, il prend le risque que, après finition, le bloc du corps d'ouvrage se gondole sous l'effet de la prise d'eau tandis que le dos et la couverture restent stables…

Profil d'une chaîne d'assemblage avec dos carré-collé



Source : Valion Jean, Union internationale des journalistes de la Presse de langue française, 1997, *Guide de la chaîne graphique,* École Estienne, Paris, page 151.

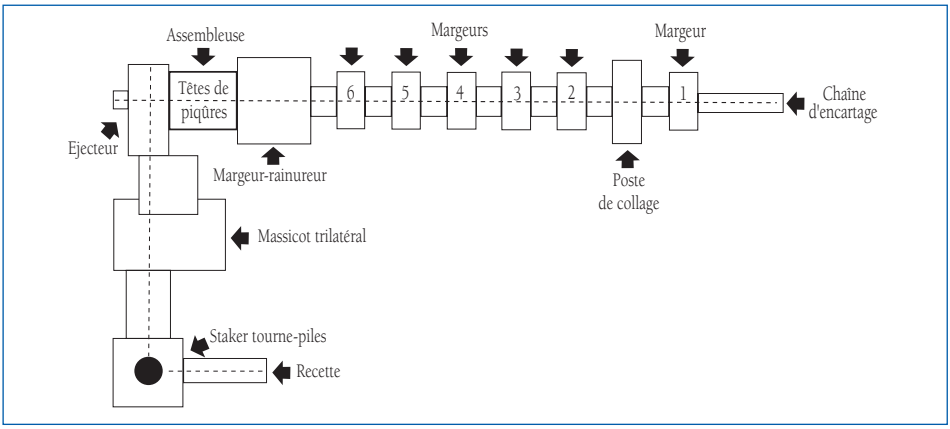
Le façonnage à dos carré consiste à assembler plusieurs cahiers positionnés les uns sur les autres avant de les mettre sous couverture.

La chaîne représentée ci-dessous montre les différents stades de production :

assemblage,
grecquage,
collage,
mise sous couverture,
massicotage latéral,
mise sous film rétractabe.

Cette chaîne peut être interrompue pour augmenter les opérations d'une couture au fil propre à donner de la solidité.

Profil d'une chaîne d'encartage-piqueuse



Source : Valion Jean, Union internationale des journalistes de la Presse de langue française, 1997, *Guide de la chaîne graphique,* École Estienne, Paris, page 152.

Le schéma ci-dessus montre une chaîne d'encartage. Par opposition à la chaîne d'assemblage, les cahiers y sont placés les uns dans les autres et non assemblés les uns sur les autres. Nous nous trouvons devant un procédé de brochage économique, très utilisé par les brochures mais aussi par les manuels scolaires.

La couverture peut être constituée des deux premières et des deux dernières pages du premier cahier ; dans ce cas, il n'y a pas de mise sous couverture. Pour gagner en tenue et en solidité, la couverture peut aussi être rapportée, imprimée dans un grammage supérieur au corps d'ouvrage ; l'agrafage par piqûre s'effectue alors après la mise sous couverture

Le cartonnage et la reliure

L'ouvrage relié se distingue de l'ouvrage broché par la nature de sa couverture et par le procédé qui lie la couverture au corps de l'ouvrage.

Travail sur le corps d'ouvrage

Les travaux de façonnage sur le corps d'ouvrage relié débutent de la même manière que le façonnage des ouvrages brochés : équerrage, assemblage, couture, mais un certain nombre de finitions assurent un fini adapté:

- pose des gardes,
- mise en place des hors-texte s'il y a lieu,
- pose d'une mousseline, éventuellement d'un kraft de renforcement,
- pose des tranchefiles,
- pose d'un ou plusieurs signets,
- mise sous couverture.

Travail sur la couverture

Découpe des cartons qui serviront à supporter les plats et le dos, contre-collage sur ces cartons découpés de la couverture imprimée ou de tout autre matériau de couvrure : toile, matière synthétique, cuir. Si la couvrure exige un coup de fer à dorer ou un passage en pâte ou un gaufrage, ces derniers sont donnés sur une presse avant la pose de la couverture sur le corps de l'ouvrage.

Le relieur ne peut travailler sans un cahier des charges précis de la part de l'éditeur :

- création d'une maquette en blanc,
- détermination de la chasse,
- détermination des matières et couleurs de la couvrure,
- choix entre gardes collées et gardes rapportées,
- choix des cartons avec mousse, à indiquer en 10ème.

Vous ne saurez trop insister sur la qualité de la colle qui demande sur le continent africain des spécificités différentes de celles des colles utilisées dans le Nord.

Intégra et full-flap

Plus solide que la simple brochure, moins coûteux que la reliure, le procédé Intégra est un type de façonnage bien adapté aux manuels scolaires comme aux livres pratiques et techniques.

On peut décrire ce procédé comme une reliure qui serait dépourvue des cartons de plat et de carte à dos. La couverture peut aussi bien être un papier de 350 g imprimé qu'une matière de couvrure autre.

La technique du full-flap est proche de celle de l'Intégra. Seuls s'ajoutent des rabats qui confèrent encore plus de tenue à la couverture et fournissent au lecteur des marque-pages.

Le concept Intégra est parfaitement adapté aux besoins des enfants : les ouvrages s'en trouvent plus légers, plus souples, plus doux que les ouvrages classiquement reliés tout en leur conférant la robustesse propre pour leur assurer une plus longue durée de vie.

Les éléments de la demande de devis d'un ouvrage broché

Titre de l'ouvrage
Référence de l'éditeur

Nombre et format de feuilles que vous livrez
Nombre et nature des cahiers (8, 16, 32 pages, etc.)
Nombre d'exemplaires à brocher
Format rogné de l'ouvrage
Grammage du papier
Nature de la couverture

Encartage
Type de couverture
Couture ou agrafage à cheval

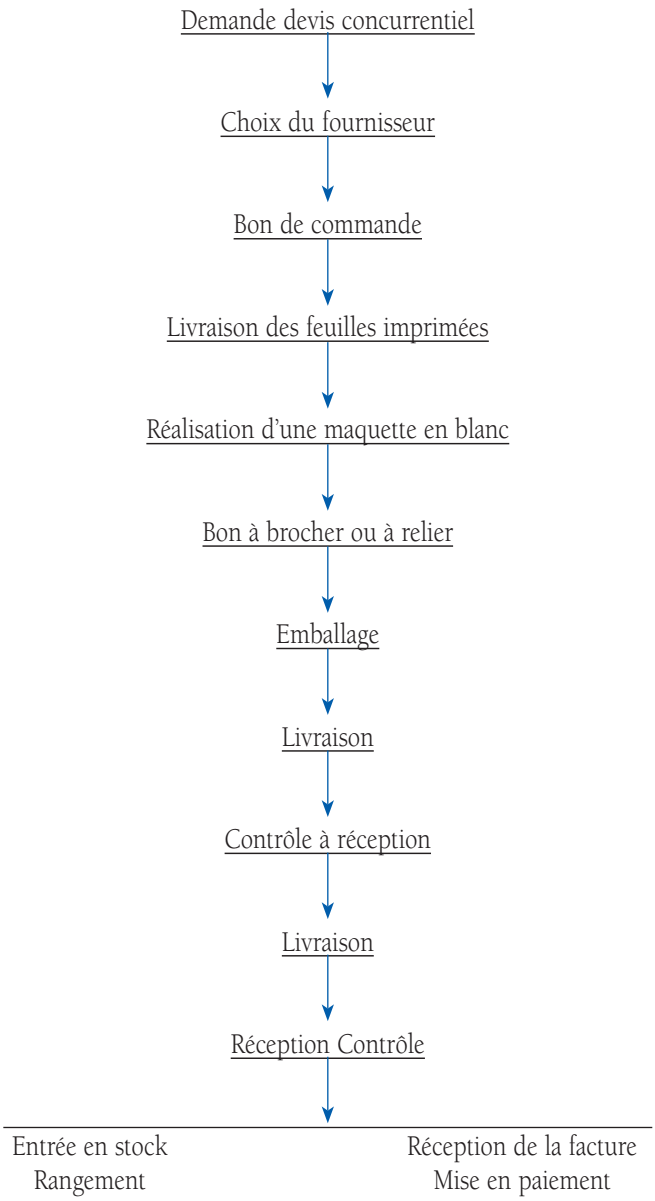
Dos carré
Dos carré collé ou dos carré cousu collé
Type de colle
Type de fil

Autres finitions
Présence de hors-texte
Présence d'un raînage
Présence de rabats
Nature du conditionnement : caisse américaine ou film thermorétractable ?

Date de mise disposition des feuilles chez le brocheur
Date de mise à disposition de la couverture chez le brocheur

Date de livraison des ouvrages
Lieu de livraison

Récapitulons : les étapes du façonnage



LES SPÉCIFICITÉS DU LIVRE SCOLAIRE

6.0 La chaîne du livre scolaire
6.1 Les acteurs de la chaîne éditoriale scolaire
6.2 Livre scolaire : contrat ou convention ?
6.3 Un exemple de convention
6.4 Annexe à la convention : Cahier des charges concernant le manuscrit

La chaîne du livre scolaire

Ministère de l'Éducation

Norme

- définit les programmes d'enseignement
- fixe les modalités d'utilisation des manuels (prêt-achat)
- se réserve l'approbation officielle des manuels présentés par l'éditeur.

Subventionne

- fixe le montant des aides financières
- vote le budget correspondant.

Maison d'édition privée

Édite

- prend la décision d'éditer un manuel précis et s'en responsabilise entièrement
- identifie les spécialistes requis, exécute et finance tous les travaux de conception et d'élaboration
- identifie les spécialistes requis, exécute et finance tous les travaux de saisie, illustration et mise en page
- commandite, contrôle et finance les travaux de production
- se préoccupe d'obtenir l'approbation officielle pour chaque manuel
- se charge des actions de promotion et de diffusion
- distribue
- assure le suivi et prépare d'éventuelles réimpressions.

École/commune

- sélectionne
- choisit un matériel didactique et en passe la commande
- gère son budget.

D'après Chatry-Komarek, 1997, Langues africaines : vers une édition scolaire

Les acteurs de la chaîne éditoriale scolaire

La liste ci-dessous énumère les partenaires dont la collaboration assure la réalisation d'un manuel scolaire. Cette liste varie naturellement suivant l'importance de la maison d'édition et suivant l'importance du manuel ou de la collection de manuels à produire. Il se peut naturellement qu'une personne cumule plusieurs des fonctions à assumer. C'est le rôle du chef de produit de coordonner la bonne collaboration de tous.

Fonction éditoriale

Directeur de collection
Consultants pédagogiques
Gestion des auteurs (contrats et conventions)
Maîtres expérimentant le nouveau manuel
Lecteurs et correcteurs
Documentaliste.

Fonction graphique

Responsable graphique
Maquettiste
Dessinateur
Photographe
Graphiste.

Fonction de fabrication

Responsable de fabrication
Compositeur
Photograveur
Monteur
Imprimeur
Relieur.

Fonction de commercialisation

Responsable du service de presse
Responsable de la promotion
Responsable des ventes
Délégués et représentants
Responsable de la distribution.

Livre scolaire : contrat ou convention ?

Nous avons eu l'occasion de le voir en examinant le cadre éditorial, il n'y a pas, en Afrique, de modèle éditorial en ce qui concerne le manuel scolaire. Chaque pays, ou presque, a ses particularités. Dans bien des cas, la configuration entre pouvoirs publics, auteurs et éditeurs manque de netteté et la confusion s'accroît de ce qu'aucun écrit ne précise les rapports des uns avec les autres.

Dans les pays industrialisés, la séparation est nette entre les pouvoirs publics et l'éditeur : l'État s'occupe des seuls programmes, alors que les éditeurs ont, eux, en charge "l'édition" des manuels. Le partage laisse donc à l'éditeur la responsabilité des auteurs : pour établir leurs engagements respectifs, éditeurs et auteurs signent un contrat.
Dans certains pays, au Niger, par exemple, les pouvoirs publics assurent la totalité de la responsabilité de la chaîne éditoriale : en charge des programmes, le ministère de l'Éducation nationale, à travers un institut pédagogique assure le choix des auteurs, puis joue le rôle d'éditeur avec les moyens dont il dispose. Arguant de ce que les auteurs écrivent le manuel dans le cadre de leur statut d'enseignant, le ministère de tutelle estime que les auteurs ne doivent pas toucher de droits. Dans le meilleur des cas, une modeste somme forfaitaire encourage les auteurs de manuel.

Quant aux fonctionnaires, selon la jurisprudence administrative, ils sont également soumis à une cession d'office de leurs droits au profit de leur employeur.
En pratique, l'œuvre créée dans le cadre du contrat de travail prend bien souvent la forme d'une œuvre collective. L'œuvre collective est une œuvre créée à l'initiative d'une personne physique ou morale qui l'édite, la publie et la divulgue sous sa direction et son nom et dans laquelle la contribution personnelle des divers auteurs participant à son élaboration se fond dans l'ensemble en vue duquel elle est conçue, sans qu'il soit possible d'attribuer à chacun d'eux un droit distinct sur l'ensemble réalisé.

Le statut d'œuvre collective est alors peu gratifiant pour les auteurs puisque leur est dénié même le droit moral.
Dans d'autres pays, Sénégal ou Maurice, par exemple, l'État et les éditeurs se partagent le travail de façon plus ou moins précise : le ministère de l'Éducation nationale définit les programmes puis prend en charge la première partie du travail éditorial : le choix des auteurs et la production du manuscrit. L'éditeur prend le relais pour créer le livre, le produire et le diffuser. Nous nous trouvons devant le même cas de figure qu'au paragraphe précédent : absence de droits et de contrat. Il nous semble alors qu'une convention entre l'éditeur et les auteurs - ou le coordinateur désigné par les pouvoirs publics - permet de mieux contrôler la situation : cette convention précise :
- le cahier des charges,
- la nature du produit définitif remis à l'éditeur,
- les différentes étapes planifiées du travail,
- enfin, les éventuels forfaits donnés par l'éditeur aux auteurs pour encourager la qualité de leur travail.

Un exemple de convention

Éditions d'Afrique
24, rue du Docteur Fariq
Dakar

Entre les éditions d'Afrique, représentées par leur directeur général, Babakar Diop et Monsieur Augustin Ndiaye, désigné ci-dessous comme coordinateur du manuel provisoirement intitulé "Manuel de français, CP1", il est convenu ce qui suit :

Article 1- L'Institut national de Pédagogie a chargé Monsieur Augustin Ndiaye de concevoir et écrire le manuel ci-dessus désigné suivant le cahier des charges établi et dont copie est attachée à la présente convention. Monsieur Ndiaye effectuera ce travail avec la collaboration des personnes suivantes dont il est désigné comme coordinateur :
- Madame Aïssatou Niane, inspectrice de l'Éducation nationale,
- Monsieur Léopold Naminaha, enseignant du 1er cycle.

Article 2- La publication du travail est confiée aux Éditions d'Afrique pour une diffusion du manuel à compter du 30 juillet 1999.
Article 4- Le coordinateur remettra aux Éditions d'Afrique un texte complet, prêt pour la mise en page, conforme à l'ensemble des "instructions aux auteurs" jointe à la présente convention sous la forme de trois documents :
- un calendrier des opérations,
- une liste des éléments à fournir,
- un cahier des charges.

Article 5- Avant tirage, le coordinateur engagera sa signature pour Bon à tirer (BAT). En cas d'absence, le coordinateur désignera par écrit l'auteur susceptible de le remplacer.
Article 6- Dans la mesure où les différentes conditions énoncées dans la présente convention et ses annexes seront respectées, les Éditions d'Afrique s'engagent à verser à l'équipe d'auteurs la somme de…….francs CFA dont le coordinateur assurera la juste répartition.
Article 7- La somme visée à l'article 6 sera versée 30 jours après la date de mise en vente de l'ouvrage.
Article 8- Les auteurs associés à la rédaction du manuel recevront une copie de la présente convention.
Article 9- En cas de conflit, le tribunal de…….tranchera.

Le Coordinateur

Babakar Diop
Directeur général

Annexe à la convention : Cahier des charges concernant le manuscrit

1- Si le texte n'est pas livré sur support informatique, il sera dactylographié en double interligne. Les lignes seront longues de 60 signes et chaque page comprendra 25 lignes.

2- Si le texte est livré sur support informatique, préciser le logiciel sur lequel la saisie a été faite. Saisir au kilomètre, sans indication typographique autre que la hiérarchie des titres.

3- En même temps que le fichier, livrer un jeu d'épreuves sur papier, conforme au texte saisi. Les feuillets des épreuves seront numérotés.

4- Les photographies peuvent être en noir ou en couleur, mais bien contrastées, tirées de préférence sur papier brillant. Les documents fournis doivent être originaux, non tramés ; Les photographies ou les dessins extraits des livres, revues, journaux ne peuvent fournir de reproduction de bonne qualité, sans parler des droits qui les protègent.
Éviter l'usage du trombone ; numéroter les illustrations suivant le numéro qui est indiqué dans la mise en page.

5- Si la photographie doit être recadrée, indiquer le cadrage sur un calque, scotché au dos de la photo

6- Les légendes seront fournies à part.

DIFFUSER ET DISTRIBUER

7.1 L'éditeur et la commercialisation

7.2 La distribution et la diffusion : rôle et fonctions

7.3 Les circuits de distribution et de diffusion

7.4 La distribution du livre scolaire

7.5 L'Afrique francophone manque de diffuseurs

7.6 Le service commercial chez l'éditeur

7.7 Pour connaître son public : les études de marché

7.8 Rôle et responsabilités du libraire

7.9 Des modes de vente propres au livre

7.10 Les conditions de vente aux distributeurs, diffuseurs et libraires

7.11 Exemple d'un contrat de diffusion exclusive

7.12 Les hommes et les femmes de la vente

7.13 La visite chez le libraire

7.14 L'animation de l'équipe de vente

7.15 Le rapport hebdomadaire de visite

7.16 Établir et réaliser les objectifs de vente

7.17 La fiche de suivi des ventes

7.18 La promotion des ventes

7.19 Trois outils de la promotion : l'argumentaire, le catalogue et le site web

7.20 Comment gérer les stocks ?

7.21 Le rôle des foires et des expositions

L'éditeur et la commercialisation

Publier de bons livres ne suffit pas. Encore faut-il qu'ils puissent rencontrer leurs lecteurs. La diffusion joue donc un rôle essentiel. Choisir les canaux de distribution les mieux adaptés, recruter et animer l'équipe de vente, assurer la promotion des ouvrages auprès des points de vente et du public, telles sont les tâches des responsables commerciaux chez l'éditeur. Elles représentent un défi particulier en Afrique à cause du faible nombre des grossistes et des libraires, des difficultés climatiques qui perturbent le transport et des marges faibles qui empêchent souvent de rémunérer convenablement les différents acteurs de la diffusion.

La distribution et la diffusion : rôle et fonctions

Lorsque le livre est imprimé, il faut le faire parvenir au lecteur. Telle devient la préoccupation essentielle de l'éditeur. À lui de déterminer ce qu'il fera lui-même et ce qu'il déléguera à d'autres. Faisons donc l'inventaire des tâches qui l'attendent. Certaines concernent la distribution et d'autres la diffusion. Nous définirons ces deux termes que l'on a tendance à utiliser l'un pour l'autre.

La distribution : paquets et ficelles

La distribution regroupe les tâches physiques nécessaires pour faire parvenir le livre au client. Elle comprend :
- l'emballage ;
- le stockage ;
- le transport ;
- la facturation ;
- l'encaissement.

La diffusion : le commercial en plus

Diffuser un ouvrage c'est assurer les tâches de la distribution et, en plus, prendre en charge :
- la prospection commerciale ;
- la promotion et la vente ;
- l'information des points de vente et de l'éditeur.

Souvent, l'éditeur prospecte et livre ses clients dans la ville où il a son entreprise. Mais seuls les éditeurs importants, comme Saint-Paul au Cameroun ou CEDA en Côte d'Ivoire, ont une activité de diffuseurs qui dépasse le cadre de leur ville ou de leur région. Dans la plupart des pays de l'Afrique subsaharienne, c'est le dépositaire de presse qui est le diffuseur principal ou unique ; disposant de points de vente largement répartis dans le pays et de contacts réguliers, il est particulièrement bien équipé pour assurer cette fonction.

Distribution ou diffusion : le choix de l'éditeur

Choisir un diffuseur pour toute sa production représente la solution la plus simple pour l'éditeur :
- il n'a qu'un seul client, le diffuseur, et, par conséquent, un seul lieu d'expédition et de facturation ;
- il limite le risque d'impayés qui provient souvent des petits clients.

Mais des inconvénients existent :
- le diffuseur qui s'occupe de plusieurs éditeurs à la fois risque d'être moins attentif aux demandes des moins importants ;
- l'éditeur perd le contact avec son marché et ses clients, car seul le diffuseur va visiter régulièrement les points de vente.

Conserver la relation commerciale directe avec ses principaux clients et faire servir les autres par un diffuseur peut constituer une solution avantageuse. À condition que le diffuseur accepte de ne s'occuper que des clients les moins importants, donc les moins rentables, ce qui n'est pas acquis d'avance !

Une bonne recommandation !

Quelle que soit la solution que vous adopterez, gardez le contact direct avec vos principaux clients et rendez-leur visite !

Les circuits de distribution et de diffusion

De l'éditeur au lecteur : des chemins variés

Pour aller de l'éditeur à l'acheteur final, le livre peut emprunter un chemin plus ou moins long. Ce chemin s'appelle le circuit de distribution.
Voici les différents circuits que peut emprunter le livre :

éditeur ..... acheteur
éditeur ..... libraire ..... acheteur
éditeur ..... distributeur/diffuseur ..... libraire ..... acheteur

Le circuit court éditeur-acheteur

L'Afrique, comme on l'a vu, manque de librairies. L'éditeur cherchera donc, quand il le pourra, à aller lui-même à la rencontre de son public. Deux moyens s'offrent à lui : le courtage et la vente par correspondance (VPC).

Le courtage

Le courtage, également appelé vente à domicile ou encore colportage, représente en Afrique un moyen de vente traditionnel. Le colportage s'applique à de nombreux domaines et le livre s'y inclut tout naturellement. C'est un système peu coûteux pour l'éditeur, car la rémunération d'un courtier est moins forte que celle d'un libraire ou d'un diffuseur. Cependant, les courtiers ne permettent de toucher qu'une clientèle limitée. D'autre part, ils constituent une force de vente souvent instable qu'il faut renouveler fréquemment.
Les éditeurs de livres scolaires ont également recours à la vente directe pour commercialiser leurs ouvrages auprès des écoles ou des services de l'Éducation nationale.

La vente par correspondance (VPC)

La VPC permet de vendre à des catégories d'acheteurs bien déterminées : médecins, avocats, banquiers, etc. Deux obstacles empêchent actuellement le développement en Afrique de cette méthode de vente répandue dans le Nord : la difficulté de se procurer et de tenir à jour des fichiers de clients potentiels et le manque de fiabilité du service postal.

Le circuit éditeur-libraire

Le libraire est le seul partenaire de l'éditeur capable de présenter un choix diversifié d'ouvrages et de conseiller utilement l'acheteur. Cependant leur nombre est faible et leur surface financière souvent réduite. Vendre directement aux libraires sans passer par un diffuseur permet à l'éditeur de mieux connaître son marché et, par conséquent, de mieux adapter son offre aux besoins de la clientèle.

Le circuit éditeur-distributeur/diffuseur-libraire

L'éditeur africain a rarement la capacité de vendre dans l'ensemble du pays. Il passera donc, le plus souvent, par un diffuseur qui prendra en charge aussi bien la prospection commerciale que les opérations de distribution. Lorsqu'il s'agit d'un grossiste, il achètera ferme à l'éditeur. Lorsque c'est un dépositaire, il prendra les ouvrages de l'éditeur en dépôt et les paiera au fur et à mesure de ses propres ventes.
L'éditeur pourra combiner ces différents circuits, utilisant par exemple le courtage, la relation directe avec les libraires les plus importants et le passage par un dépositaire de presse pour les clients plus modestes ou plus éloignés.

La distribution du livre scolaire

Compte tenu des vastes besoins, le livre scolaire représente l'essentiel des ventes en Afrique subsaharienne. C'est lui qui assure la rentabilité d'un réseau de diffusion qui ne pourrait pas s'en passer sans se condamner à la disparition.

Des caractéristiques spécifiques

Par rapport aux autres catégories d'ouvrages, le livre scolaire présente les caractères suivants :
- des tirages très importants suivis de réimpressions périodiques ;
- des ventes concentrées sur une période courte, celle de la rentrée scolaire ;
- une production largement subventionnée, d'où des prix publics peu élevés ;
- des acheteurs diversifiés : parents d'élèves, écoles, services du ministère de l'Éducation nationale, associations de parents d'élèves.

Des intervenants multiples

Structuré en vue d'une demande plus réduite, le réseau de diffusion n'est, la plupart du temps, pas adapté à une distribution de masse sur une courte durée. Au moment de la rentrée scolaire, on voit donc se multiplier les revendeurs occasionnels uniquement attirés par la perspective d'un gain aisé sur des ouvrages dont l'achat est obligatoire. Les bazars, grandes surfaces et commerçants divers sont alors présents dans le circuit et fournissent les ouvrages à des prix qui ne correspondent pas toujours aux prix officiels. Si leur présence est compréhensible dans les régions dépourvues de librairies, ces revendeurs portent un préjudice certain aux libraires dans les villes où professionnels du livre et vendeurs occasionnels sont en concurrence directe. Ajoutons que "les librairies par terre" vendent également des livres scolaires, parfois à quelques mètres seulement des librairies installées, créant ainsi une concurrence déloyale dans la mesure où elles n'acquittent pas les taxes que paient les autres commerçants.
Cette multiplicité d'intervenants provoque parfois une pénurie qui se traduit par une hausse abusive des prix.
Confronté à cette situation, l'État souhaite parfois prendre en charge lui-même la diffusion du livre scolaire, mais il ne possède généralement pas les structures qui lui permettraient de se substituer au secteur privé.

Les associations : un soutien à la diffusion

Pour pallier ces difficultés, des initiatives collectives se sont développées. Ainsi, les associations de parents d'élèves jouent un rôle de plus en plus important dans la diffusion du livre scolaire. Elles ont rapidement dépassé leur rôle traditionnel de représentation des familles auprès de l'Administration et sont de plus en plus nombreuses à prendre en charge l'achat de matériels et de fournitures scolaires. Au Cameroun, entre autres, elles sont bien organisées, actives et disposent de ressources substantielles apportées par les cotisations.
Motivées et organisées, les associations de parents d'élèves pourront devenir des partenaires efficaces dans la diffusion du livre scolaire.

L'Afrique francophone manque de diffuseurs

Trouver les canaux les mieux adaptés pour toucher l'ensemble de son public constitue une responsabilité primordiale pour l'éditeur. Il a besoin de grossistes performants pour servir les régions les moins accessibles, de libraires compétents dans les villes principales, de relais variés pour permettre aux livres scolaires d'atteindre les écoles les plus éloignées.

Une pénurie qui s'aggrave

Face à ces besoins, l'Afrique francophone manque de diffuseurs et sa situation ne s'améliore pas : au lieu de progresser, le nombre de librairies a baissé depuis dix ans. Seuls, le Maroc et la Tunisie ont développé un réseau de diffusion important et diversifié grâce à trois facteurs :
- une tradition éditoriale ancienne ;
- un niveau de vie plus élevé ;
- une volonté forte de l'État de promouvoir le livre scolaire.

Une faible rentabilité qui décourage les diffuseurs

À cause du faible volume des échanges, la diffusion du livre est une activité difficilement rentable. Seul le livre scolaire, par son volume, peut assurer cette rentabilité. Or l'État veut souvent assurer lui-même la production et la diffusion de ces ouvrages, empêchant ainsi le développement du secteur privé.
Ajoutons à cela deux difficultés propres à certains pays de l'Afrique subsaharienne :
- le transport des livres est difficile à cause du mauvais état des routes qui deviennent parfois impraticables au moment de la saison des pluies ;
- le stockage pose problème à cause de la chaleur et de l'humidité qui dégradent les ouvrages.

Des solutions de remplacement qui ne suffisent pas

Dans de nombreux pays, il n'existe qu'un seul grossiste qui est souvent le dépositaire de presse, filiale des NMPP (Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne). La situation des librairies est particulièrement critique. Souvent, c'est dans la capitale seulement qu'on trouve des librairies importantes au choix diversifié. Les villes de province sont généralement très démunies et les campagnes totalement dépourvues de revendeurs de livres.
Cette situation explique la floraison d'initiatives parallèles pour pallier le manque de librairies. On y retrouve :
- les "librairies par terre" qui font depuis longtemps partie du paysage africain et vendent des ouvrages neufs et d'occasion à même le sol ;
- les bazars et autres commerces divers qui, le temps de la rentrée des classes, s'improvisent libraires en vendant des livres scolaires ;
- les associations de parents d'élèves, qui cherchent à regrouper les parents d'une même école pour acheter les livres au programme ;
- enfin, les solutions ingénieuses qu'appliquent certains éditeurs entreprenants, tel cet éditeur de Dakar qui vend le texte de pièces de théâtre en même temps que les billets pour la représentation.

Toutes ces initiatives ne suffisent pas pour répondre à la demande de livres en Afrique subsaharienne. S'il n'existe pas de vrai réseau de diffusion, c'est, avant tout, à cause d'une offre de livres insuffisante qui l'empêche d'être rentable. Seul le livre scolaire, grâce à ses volumes importants, est aujourd'hui en mesure de susciter l'émergence d'un réseau de diffuseurs à la mesure de l'Afrique.

Le service commercial chez l'éditeur

Rôle du service commercial

Responsable de la vente et de la promotion, le service commercial a une activité essentiellement orientée vers les clients. Il prend en charge :

- ***la politique commerciale***. Il choisit les circuits de distribution. Il établit les conditions de vente et, en particulier, le montant des remises. Il négocie les contrats avec les distributeurs/diffuseurs ;
- ***la force de vente.*** Il recrute et anime le réseau des représentants. Il définit leurs objectifs, établit leurs plans de tournée et contrôle leur activité ;
- ***les promotions.*** Il décide de la forme, de la date et des budgets des campagnes promotionnelles. Il supervise leur mise en place et en analyse les résultats ;
- ***les études de marché*** sur l'accueil éventuel de nouveaux produits ou de nouvelles collections.

Le service commercial établit également des relations constantes avec les différents services de l'éditeur. Connaissant le marché et la concurrence, il les informe en permanence de l'évolution du marché et contribue à éclairer leurs choix.

Relations avec le service éditorial

Il l'informe :
- des ventes par titre et par collection ;
- de la situation des livres des concurrents et de leurs actions promotionnelles ;
- des réclamations concernant le contenu ou la présentation des ouvrages.

Il l'aide à déterminer les tirages et participe aux décisions de réimpression.
Il contribue à la détermination du prix de vente.
Il prépare avec lui le catalogue et les actions de promotion.
Il réalise, à sa demande, des études de marché.
Chez les éditeurs scolaires, il aide à établir la liste des destinataires des spécimens gratuits.

Relations avec le service comptable

Il lui transmet les commandes pour lui permettre de facturer les clients.
Il le prévient des risques d'impayés et négocie avec lui des prolongations d'échéance pour les clients en difficulté passagère.

Relations avec le service expéditions

Il lui remet le double des commandes pour permettre l'expédition des ouvrages.
Il lui transmet les autorisations de retour qu'il a accordées aux clients pour :
- des ouvrages défectueux ;
- des ouvrages dont il a accepté l'échange ;
- des ouvrages vendus en office.

Les maisons d'édition sont souvent de petite taille et ont donc un effectif réduit, particulièrement en Afrique subsaharienne. C'est alors souvent l'éditeur lui-même qui assume la responsabilité du service commercial.

Pour connaître son public : les études de marché

Pourquoi l'étude de marché est-elle indispensable ?

Chaque publication nouvelle représente un pari, ce qui rend le métier d'éditeur si passionnant mais aussi si périlleux. S'il veut vivre et se développer, l'éditeur doit réduire sa part de risque en évaluant soigneusement le marché auquel il s'adresse. Ainsi pourra-t-il mieux définir le contenu, la forme, le prix et le tirage de ses livres, mieux choisir également la distribution la plus adaptée.

Quelles informations faut-il recueillir ?

Elles seront quantitatives et qualitatives. En voici des exemples :

Informations quantitatives :

- nombre de lecteurs potentiels ;
- nombre d'acheteurs potentiels. Ce chiffre peut être différent du précédent, par exemple dans le cas du livre scolaire où ce sont les parents qui achètent et non les enfants ;
- catégories socioprofessionnelles visées. Ce seront, par exemple, les médecins, les professeurs, les étudiants en gestion, les infirmières ;
- revenus de la catégorie étudiée, ce qui aidera à définir la présentation de l'ouvrage et son prix.

Informations qualitatives :

- niveau d'éducation du public visé ;
- type de lecture : collective (maîtres avec leurs élèves, parents avec leurs enfants) ou individuelle ;
- lieu de lecture : en bibliothèque, chez soi, sur le terrain, ce qui influera sur la solidité et la maniabilité de l'ouvrage.

Où trouver l'information ?

Statistiques officielles, par exemple celles du ministère de l'Éducation nationale pour déterminer les acheteurs potentiels d'un livre scolaire.

Associations et groupements professionnels, pour atteindre un public spécialisé, par exemple les avocats ou les médecins.

Enquêtes chez les libraires et dans les bibliothèques, interviews de clients chez les libraires, pour évaluer les comportements d'achat ou de lecture, la place de la concurrence.

Statistiques de vente de l'éditeur pour étudier les ventes d'un ouvrage comparable à celui que l'éditeur envisage de publier.

Étude de fonctions et étude du public : deux tâches complémentaires

En même temps qu'il effectue son étude de marché, nous avons vu que l'éditeur doit réaliser une étude de fonctions de l'ouvrage qu'il désire publier. C'est, en quelque sorte, le cahier des charges du livre : nature de l'ouvrage, contenu, caractéristiques techniques, type de lecteurs auquel il est destiné.

Comment réaliser l'étude avec des moyens limités

Une bonne recommandation !
Avant de produire un ouvrage, demandez-vous qui va vous l'acheter !

Peu d'ouvrages, même dans les pays du Nord, permettent de dégager le budget d'une véritable étude de marché. Connaissant le marché et les clients, c'est le service commercial qui se chargera généralement de l'étude. Il constatera que les données ne sont pas toujours disponibles, pas toujours fiables, pas toujours exploitables. Il n'en reste pas moins que les informations recueillies et bien exploitées seront essentielles pour éclairer les choix de l'éditeur.

Rôle et responsabilités du libraire

Connaisseur averti du marché du livre, travaillant en contact direct avec le lecteur, le libraire est le partenaire privilégié de l'éditeur. Comme nous l'avons déjà noté, la rareté des librairies en Afrique est un frein à la diffusion du livre et de la lecture.

Rôle du libraire

Le libraire est un détaillant qui a pour activité principale la vente du livre, même s'il fournit souvent également la presse et la papeterie. Son rôle est triple :

- assurer la vente des ouvrages qu'il achète à l'éditeur ou au distributeur ;
- informer les clients sur les ouvrages parus ou à paraître ;
- informer l'éditeur sur les tendances du marché et les initiatives de la concurrence.

Responsabilités du libraire

À la fois chargé de la vente et de l'information, le libraire assume des responsabilités variées.

Envers la clientèle. Le libraire a souvent une clientèle diversifiée : lecteurs pour leur plaisir ou leurs activités professionnelles, parents d'élèves au moment de la rentrée scolaire, bibliothèques, ministères et administrations. Ses responsabilités sont les suivantes :

- il aménage les rayons de manière à assurer un accès aisé aux livres, une circulation facile, une ambiance agréable ;
- il conseille la clientèle sur le choix des ouvrages ;
- il l'informe sur les nouveautés parues ou à paraître ;
- il assure la vente ;
- il effectue les livraisons, lorsqu'il s'agit de commandes en nombre ;
- il commande à l'éditeur les ouvrages demandés qu'il n'a pas en stock.

Envers l'éditeur ou le diffuseur, il assume les responsabilités suivantes :

- il négocie les conditions de vente : remises, participation à l'office, délais de paiement ;
- il reçoit les représentants et prend les commandes d'ouvrages parus ou à paraître ;
- il réceptionne et stocke les livres ;
- il assure le paiement dans les délais convenus ;
- il met en place le matériel promotionnel : affiches, présentoirs, catalogues ;
- il met en avant les ouvrages sous forme de piles ou de vitrines ;
- il informe l'éditeur sur les tendances du marché, les demandes du public, les efforts de la concurrence ;
- il veille à la mise en place des ouvrages en dépôt qui lui sont confiés.

Lorsque le libraire est approvisionné par un diffuseur, sa marge de négociation est souvent réduite, compte tenu du poids de son fournisseur. D'autre part, sa remise est plus faible compte tenu de la présence d'un partenaire supplémentaire dans la chaîne de distribution.

Des modes de vente propres au livre

Rapidité de mise en place des ouvrages, possibilité de retour, règlement rapide ou différé, tels sont les éléments que doit maîtriser l'éditeur soucieux d'une commercialisation efficace. La connaissance des différents modes de vente apportera des réponses à ces questions.

Le noté

C'est une commande prise par le représentant plusieurs semaines avant la publication de l'ouvrage. C'est une forme de vente qui exige une très bonne information des représentants, un dossier de présentation solide, la présence d'une couverture ou d'une maquette, puisque le libraire achète un livre qui n'existe pas encore.

L'office

Appelé également service des nouveautés, il consiste en l'envoi d'office au libraire, c'est-à-dire sans commande préalable de sa part, de tout ou partie des nouveautés de l'éditeur, au fur et à mesure des parutions. En contrepartie de son accord, le libraire pourra retourner les ouvrages à l'éditeur s'il ne les a pas vendus dans un délai généralement de l'ordre de 6 mois.
Il s'agit d'une vente ferme. Le règlement est donc source de trésorerie pour l'éditeur, mais il lui faut prévoir l'arrivée des retours qu'il devra payer au libraire.
Largement pratiqué dans les pays du Nord, l'office n'est souscrit en Afrique que par les librairies importantes.

La vente ferme

Elle s'apparente à celle des notés, mais s'applique à des ouvrages déjà parus et non à paraître. Lorsqu'elle vient en complément d'une commande précédente en noté ou en office, on l'appelle **réassort**. C'est le développement du réassort qui indique que le livre connaît un vrai succès.

Le dépôt

Les ouvrages sont laissés en dépôt chez le libraire. Il ne les paiera à l'éditeur qu'au fur et à mesure de ses ventes.
Très pratiqué en Afrique, le dépôt permet à l'éditeur d'être présent dans des points de vente qui ont peu de moyens financiers pour pratiquer l'achat ferme. Quant au libraire, il évite tout risque financier et dispose des livres sans avoir à les payer avant de les avoir lui-même vendus.
Toutefois, ce système présente de sérieux inconvénients pour l'éditeur :

- une partie de sa trésorerie est immobilisée sous forme de livres en dépôt chez différents libraires ;
- le libraire est moins motivé à vendre des livres en dépôt, car il ne les aura pas payés ;
- le représentant doit passer périodiquement pour pointer les ouvrages en dépôt chez le libraire, afin de déterminer ceux qui auront été vendus et de les faire payer.

Les conditions de vente aux distributeurs, diffuseurs et libraires

Une rémunération calculée au pourcentage : la remise

Comment rémunérer le travail du libraire, du distributeur, du diffuseur ? En lui versant un pourcentage par rapport au prix de vente public appelé remise.
Exemple :

> Un libraire reçoit de son éditeur une remise de 25 % sur les ouvrages qu'il lui achète. Combien paiera-t-il un ouvrage vendu au public 1 200 F CFA ?
> Réponse : le libraire achètera l'ouvrage 100 %-25 % du prix public, c'est-à-dire 75 %. Il le paiera donc : 75 % de 1 200 F CFA, soit 900 F CFA.

La remise varie suivant le service rendu à l'éditeur. En Afrique, les ordres de grandeur des remises versées par l'éditeur sont les suivants :
- pour le diffuseur : 35 à 45 % ;
- pour le distributeur : 30 à 40 % ;
- pour le libraire : 20 à 30 % ;
- pour le courtier chargé de la vente directe : 10 à 15 %.

Un point sensible : les délais de paiement

Traditionnellement, la vente du livre se fait à crédit et les revendeurs paient 30, 60 ou 90 jours après la date de facturation. Chez certains petits clients, le paiement comptant est exigé. Lorsque les ouvrages sont remis en dépôt, le revendeur ne paie l'éditeur que lorsqu'il les a lui-même vendus.

Le règlement des frais de transport

Les frais de transport sont en général à la charge de l'acheteur. Lorsque l'éditeur choisit de les prendre à sa charge, l'expédition est appelée "franco de port".

Les conditions de vente : un écrit qui clarifie les relations

Les conditions de vente s'adressent aux libraires. Elles précisent les conditions de remise, de délais de paiement, de transport et de service de nouveautés. Peu d'éditeurs en Afrique les mettent par écrit. Ils préfèrent discuter oralement les conditions avec leurs clients plutôt que de se sentir engagés par un document. Des conditions de vente écrites apportent pourtant des avantages sérieux :
- elles permettent de clarifier les relations entre partenaires et évitent les conflits qui surgissent parfois des engagements uniquement verbaux ;
- elles facilitent le recours devant les tribunaux en cas de litige.

Le contrat de distribution ou de diffusion

C'est un engagement plus contraignant qui doit être signé par les deux partenaires : éditeur et diffuseur ou distributeur. Comme tout contrat, il précise les droits et les obligations de chacune des parties, y compris la durée de l'engagement et les conditions de résiliation. Généralement, c'est le distributeur/diffuseur qui impose son modèle de contrat à l'éditeur.
Un exemple de contrat de diffusion exclusive est présenté sur la fiche suivante.

Exemple d'un contrat de diffusion exclusive

Entre les Éditions du Soleil et la Diffusion sénégalaise, il est convenu ce qui suit :

Article 1
Le Diffuseur assurera en exclusivité sur le Sénégal la diffusion de la totalité de la production de l'Éditeur. Il prendra donc en charge les opérations de distribution (stockage, livraison, facturation, recouvrement) et de prospection commerciale auprès de la clientèle.

Article 2
Il assurera également la gestion du service de nouveautés (office) suivant les instructions de l'Éditeur.

Article 3
Il achètera les ouvrages à compte ferme et les réglera à l'Éditeur à 90 jours en fin de mois.
Note : en cas de dépôt chez le Diffuseur, cet article disparaît et est remplacé par l'article suivant : Il prendra les ouvrages de l'Éditeur en dépôt et lui adressera chaque mois un décompte des ouvrages vendus qui seront réglés à 90 jours en fin de mois.

Article 4
Il prendra à sa charge toutes les assurances nécessaires, entre autres vol, dégâts des eaux, incendie.

Article 5
L'Éditeur prendra à sa charge les frais de transport jusqu'aux entrepôts du Diffuseur.

Article 6
L'Éditeur prendra à sa charge le coût des opérations promotionnelles : affiches, présentoirs, signatures d'auteurs, etc. Le Diffuseur mettra le matériel promotionnel en place sans frais supplémentaires.

Article 7
Le Diffuseur adressera chaque mois à l'Éditeur un relevé détaillé des ventes par titre, par collection, par secteur géographique.

Article 8
Le Diffuseur prendra à sa charge les impayés, ainsi que le traitement des réclamations. Il facturera à l'Éditeur le coût des réclamations survenues du fait de l'Éditeur.
Note : en cas de dépôt chez le Diffuseur, les impayés sont à la charge de l'Éditeur.

Article 9
En rémunération de ses services, le Diffuseur bénéficiera d'une remise de 40 % sur le prix public hors taxes des exemplaires vendus.

Article 10
Le contrat est souscrit pour un an et sera renouvelable par tacite reconduction, sauf résiliation par l'une des parties par lettre recommandée avec accusé de réception avec un préavis de 3 mois. Il sera résilié d'office en cas de manquement par une des parties à l'une de ses obligations.

Fait à ....., le.....
Les Éditions du Soleil La Diffusion sénégalaise

Les hommes et les femmes de la vente

La composition de la force de vente dépend de la taille de l'éditeur, de la nature et du nombre des ouvrages à diffuser, de l'étendue du pays. Le choix des responsables revêt une importance déterminante et leur statut reflète les différents angles d'attaque de l'éditeur par rapport à son marché. C'est ainsi que le vendeur, le représentant, le courtier, le délégué pédagogique ont des rôles bien définis.

Le vendeur

Son rôle est simple : passer dans les points de vente, prendre les commandes et assurer les livraisons.
On le retrouve donc dans les créneaux où la vente a déjà été préparée par un travail en amont, au service d'ouvrages dont l'achat est obligatoire par les familles : c'est le cas du livre scolaire et d'autres livres programmés.

Le représentant

C'est un agent commercial d'un tout autre calibre. Loin de se limiter aux ouvrages obligatoires, il sait présenter et faire aimer des ouvrages de culture ou de littérature générale dont l'achat par le lecteur, et donc par le libraire, représente un libre choix. Il exerce son métier dans un constant mouvement d'aller-retour. L'éditeur attend de lui qu'il informe les clients et sache faire naître le désir d'achat, mais, tout autant, il espère une information montante : à lui de dire comment tel ou tel livre est ressenti, quelle est l'humeur du public et de compléter ainsi tout ce qui n'apparaît pas dans les statistiques. Aussi, dans bien des cas, les représentants participent à des réunions communes avec les responsables éditoriaux et leur apportent des informations précieuses pour la mise en forme des ouvrages.

Le courtier

Il se situe dans la longue tradition africaine de la vente à domicile. À lui la vente des dictionnaires, encyclopédies, ouvrages à fascicules et livres pratiques qui constituent la base du courtage. C'est une vente difficile, car se faire ouvrir les portes et accueillir dans l'intimité des familles pour leur vendre des livres demande des qualités de ténacité et de persuasion peu communes. La pression du travail accroît l'instabilité professionnelle des courtiers qu'il faut renouveler plus fréquemment que les autres catégories de vendeurs.

Le délégué pédagogique

Personnage clé des maisons d'édition scolaire, il présente les nouveautés pédagogiques à ceux qui ont pour charge de prescrire les manuels : responsables des Instituts pédagogiques nationaux, inspecteurs de l'enseignement, professeurs, fonctionnaires chargés des programmes dans les ministères. De sa capacité à convaincre dépendent des commandes considérables, compte tenu des besoins immenses dans les pays d'Afrique.

Le réseau de vente

Possédant chacun son territoire ou sa clientèle, ils sont organisés au sein d'équipes de vente animées par le directeur commercial. Ambassadeurs de leurs maisons d'édition, ils participent fortement à l'image de leur entreprise

La visite chez le libraire

Établir un courant d'affaires avec le libraire, l'informer des nouveautés et des réimpressions, mettre en place les promotions de l'éditeur, recueillir les informations sur le marché, telles sont les tâches essentielles du représentant. Pour les remplir avec le maximum d'efficacité, il lui faudra respecter de nombreuses obligations avant, pendant et après la visite. Elles sont énoncées ci-dessous.

Avant la visite

Connaître les ouvrages de l'éditeur représenté et, en particulier, les nouveautés ;
Connaître la situation financière du client et, en particulier, ses retards de paiement ;
Posséder un argumentaire où sont décrites les nouveautés et où figurent couvertures, illustrations, articles de presse et tout élément susceptible de motiver le client ;
S'assurer que le libraire sera présent et disponible.

Pendant la visite

Commencer par observer la vitrine et poursuivre par l'examen des rayons, afin de vérifier la mise en avant de ses titres et de ceux de la concurrence ;
Régler les problèmes éventuels du libraire avant d'attaquer la vente ;
Concentrer l'argumentation sur un minimum de titres importants ;
Renforcer la parole par l'impact visuel, grâce à l'argumentaire ;
Répondre aux objections éventuelles sur le prix, le format, la solidité, la présence d'un ouvrage concurrent, etc.
Remplir le bon de commande ;
Faire l'inventaire des ouvrages en dépôt ;
S'assurer que les offices, lorsqu'ils existent, correspondent bien aux besoins du libraire. Sinon, les modifier sur place ;
Mettre en place les promotions ;
Prendre congé en fixant la date de la prochaine visite.

Après la visite

Transmettre le bon de commande au responsable commercial.
Rendre compte des problèmes soulevés par le client.
Remplir le rapport hebdomadaire de visite.

Une bonne recommandation !
L'attention du client commencera à fléchir après les premières 20 minutes.
Parlez de l'essentiel au début de la visite.

L'animation de l'équipe de vente

C'est du travail de son équipe de vente que dépendent largement les résultats de l'éditeur. Or, le plus souvent, le représentant agit seul auprès des clients. Il est donc essentiel pour l'éditeur d'orienter ses activités sur le terrain, de le motiver et de le contrôler. Telle est la responsabilité du directeur commercial.

Des secteurs définis

Chaque représentant prospectera un secteur bien délimité. Le responsable commercial définira la fréquence des visites de chaque point de vente en fonction du nombre de clients sur le secteur et de leur importance pour l'éditeur.

Des objectifs réalistes

Le représentant africain travaille souvent sans objectifs, parce que l'éditeur ne sait pas vraiment sur quelles bases les établir et que leur suivi paraît compliqué. Ils sont pourtant indispensables ;

- parce que l'éditeur doit prévoir ses recettes autant que ses dépenses, s'il veut assurer une bonne gestion de sa maison ;
- parce qu'un vendeur est davantage stimulé lorsqu'il a un but à atteindre.

Une motivation qui ne passe pas uniquement par le salaire

La rémunération est, bien sûr, la motivation principale mais, c'est loin d'être la seule. Pour travailler efficacement, il faut au représentant :

- une formation pratique à la vente assurée principalement sur le terrain par le responsable commercial ou un représentant confirmé ;
- un matériel promotionnel bien conçu : argumentaires, catalogues, affiches couvertures ;
- des réunions chez l'éditeur qui permettent de présenter les nouveautés, lancer les promotions, faire le point des réalisations, analyser en commun les réussites et les difficultés. C'est là également que s'affirmera l'appartenance à l'entreprise.

Un contrôle qui n'étouffe pas l'initiative

Étant seul sur le terrain, le représentant doit se sentir soutenu par l'éditeur, mais aussi contrôlé. Des rapports hebdomadaires de visite seront envoyés à la direction commerciale. Les représentants détestent en général le travail administratif. Les rapports doivent donc être simples et demander un temps de rédaction minimum. Vous en trouverez un exemple sur la fiche suivante.

Enfin, le responsable commercial n'oubliera pas que sa présence sur le terrain est indispensable. Il prévoira donc des visites d'accompagnement chez les clients. Elles permettront de vérifier si le représentant connaît bien la production, possède sa technique de vente et dispose d'un matériel de promotion efficace.

Le rapport hebdomadaire de visite

Éditions du Renouveau
Abidjan

Semaine : 15 au 20 juin 1998

Nom du représentant : Ludovic N'Guetta

Rapport hebdomadaire

Date de la visite	Nom du client	Ville	Commande		Remarques
			oui	non	
15 juin	Les 2 Vallons	Abidjan	x		Erreur sur la dernière livraison
15 juin	Arte'Lettres	Abidjan	x		----
16 juin	Liber	Abidjan	x		Nouvelle direction

Remarques

Le responsable commercial peut vérifier :
- la fréquence des prises de commandes,
- le respect du plan de tournées,
- la qualité du service rendu.

Il reçoit également des informations sur la situation des points de vente, le marché et la concurrence.
Les commandes reçues chez l'éditeur passent d'abord entre les mains du responsable commercial. Leur montant n'a donc pas besoin de figurer sur le rapport hebdomadaire.

Une bonne recommandation !
L'étude des rapports hebdomadaires ne dispense pas le responsable commercial d'une présence assidue sur le terrain.

Établir et réaliser les objectifs de vente

Établir des objectifs de vente réalistes paraît à beaucoup d'éditeurs africains une tâche redoutable. Qu'ils gardent cependant en mémoire les principes de l'étude de marché. Et qu'ils n'oublient pas que la motivation d'un vendeur, comme celle d'un sportif, passe par la désignation d'un but à atteindre vers lequel il tendra son énergie.

Établir des objectifs mesurables et réalistes

Peu importe qu'il soit établi sur un an, un titre, une collection, l'essentiel est que le représentant se trouve devant un objectif que vous aurez déterminé en commun. Outre les informations qu'aura procurées l'étude de marché, les objectifs s'appuieront sur les cinq points suivants :

- le chiffre d'affaires réalisé sur le secteur au cours de l'année précédente ;
- les lancements de titres ou de collections prévus pour l'année ;
- les promotions décidées pour l'année ;
- la création ou la fermeture prévue de points de vente sur le secteur ;
- l'estimation de la concurrence.

Cet objectif sera discuté avec le représentant, de manière à ce qu'il se sente personnellement engagé dans sa réalisation.

La difficulté des prévisions provient, bien sûr, de l'impossibilité pour l'éditeur de prévoir tout son plan de parution pour l'année. Beaucoup de livres sont publiés parce qu'un auteur a spontanément proposé un manuscrit prometteur, parce qu'un événement politique ou culturel marquant crée un marché nouveau, parce que l'attribution d'une subvention permet la réalisation jusque-là différée d'un ouvrage. Ces problèmes ne doivent pas décourager l'éditeur ; des prévisions imparfaites sont de loin préférables à l'absence de prévisions et l'expérience permettra au fil du temps de les rendre de plus en plus fiables.

Dans le cadre de ces prévisions annuelles, il sera utile de prévoir les ventes des titres ou des collections les plus importants, ceux pour lesquels une promotion spécifique pourra être prévue.

Réaliser les objectifs

Le responsable commercial suit chaque mois les chiffres de vente et s'assure, par sa présence sur le terrain, que les vendeurs font efficacement leur travail. Vous trouverez sur la fiche suivante un exemple de document de suivi des ventes. En cours d'année, des réunions de l'équipe de vente permettront d'étudier en commun les réalisations de chaque secteur, les raisons des écarts par rapport aux prévisions, telles que :

- évaluation trop optimiste par rapport au marché ;
- inadaptation du contenu par rapport au public ;
- prix trop élevé ;
- lancement d'ouvrages concurrents ;
- formation inadaptée du représentant ;
- motivation insuffisante de la force de vente ;
- matériel de promotion (catalogues, argumentaires) mal adapté ;
- fermeture de points de vente sur le secteur.

En analysant ces écarts, en travaillant sans relâche à les réduire, l'éditeur améliorera la qualité de son réseau de vente et développera une production toujours mieux adaptée aux besoins de son marché.

La fiche de suivi des ventes

Pour savoir où il va et pour mieux orienter son action, l'éditeur a besoin de suivre ses ventes. En Afrique, où les structures sont souvent réduites et l'équipement informatique parfois modeste, il n'est pas question de se laisser accaparer par des tâches administratives. L'éditeur doit donc disposer d'un document simple à établir et aisé à consulter. L'exemple présenté ici répond à ce double objectif.

Éditions Savane
Douala

Mois : octobre 1998

ÉTAT MENSUEL DES VENTES

en francs CFA

Catégorie	Ventes du mois d'ouvrages	Ventes cumulées depuis le 1er janvier	Objectif annuel
Romans	200 000	3 500 000	3 700 000
Jeunesse	650 000	8 750 000	6 500 000
Parascolaire	820 000	9 350 000	13 500 000
Total	**1 670 000**	**21 600 000**	**23 700 000**

Origine des informations

Pour chaque catégorie d'ouvrages :
- les ventes du mois représentent le total des factures du mois ;
- les ventes cumulées représentent le total des factures depuis le début de l'année ;
- les objectifs rappellent les prévisions de vente pour l'année en cours, établies à la fin de l'année précédente.

Interprétation des résultats

L'objectif total sera certainement réalisé. Pourtant, si l'éditeur fait mieux que prévu en Romans et surtout en Jeunesse, il ne réalisera pas ses objectifs en Parascolaire.

Une bonne recommandation !
Notez qu'un bon résultat global peut cacher des performances très inégales selon les catégories d'ouvrages.

La promotion des ventes

Stimuler les ventes par des actions auprès des libraires et de ceux qui prescrivent les ouvrages, faire connaître le livre auprès des médias, tels sont les objectifs de la promotion des ventes. Le budget de l'éditeur africain est souvent bien limité. À lui de choisir les actions qui auront un impact maximum par rapport à leur coût.

Agir auprès des libraires

Un vaste choix s'offre à l'éditeur :
- affiches, présentoirs, vitrophanies ;
- catalogues à la disposition des clients ;
- prix de lancement pour des nouveaux ouvrages. Le livre est vendu 10 à 20 % moins cher que son prix catalogue pendant une période de temps limitée. Cette approche convient aux ouvrages chers (beaux livres, dictionnaires, encyclopédies) et aux collections ;
- piles d'ouvrages sur des tables, attirant l'attention des clients ;
- concours de vitrines, avec des cadeaux récompensant les meilleurs libraires ;
- concours destinés aux clients ;
- cadeaux promotionnels au nom de l'éditeur, de l'ouvrage ou de la collection : tee-shirts, stylos, porte-clés…
- remise exceptionnelle pour une commande spécifique correspondant à une action promotionnelle ;
- ouvrages gratuits, par exemple 1 gratuit pour 10 ouvrages commandés ;
- signatures d'auteurs.

Promouvoir le livre auprès des médias

Si les actions auprès des libraires ont toutes un coût, celles auprès des médias sont souvent gratuites pour l'éditeur, tout en ayant un très large impact. Les maisons importantes disposent d'un attaché de presse dont le travail consiste à promouvoir le livre auprès des médias. En Afrique où les structures sont réduites, c'est fréquemment l'éditeur lui-même qui se charge de ce travail. Il connaît souvent personnellement les responsables des émissions culturelles ou d'actualité à la radio et à la télévision. Il est en relations avec les journalistes de la presse écrite. Pour avoir une action efficace :
- il tient à jour un fichier des journalistes concernés ;
- il leur adresse, avant parution, l'ouvrage accompagné d'un argumentaire faisant apparaître ses qualités originales ;
- il met en avant l'auteur en suscitant interviews et comptes-rendus dans les médias.

À ces interventions gratuites s'ajoutent souvent des prestations payantes. Un encart publicitaire paraissant le même jour que l'article renforce son effet et gratifie l'auteur.

Le budget de la promotion

La promotion est toujours à la charge de l'éditeur. À lui de définir son propre budget : 2 à 3 % du chiffre d'affaires au prix public constitue un chiffre raisonnable. Qu'il évalue le coût de chaque action par rapport au chiffre d'affaires attendu : ainsi, les cadeaux du style tee-shirts le conduiront vite hors-budget. Qu'il veille aussi avec soin à concentrer ses efforts sur un nombre de titres limité pour assurer le maximum d'impact.

Une bonne recommandation !
Pensez à utiliser le web et les réseaux sociaux, en particulier les clubs de lecteurs et amis du livre..

Trois outils de promotion : l'argumentaire, le catalogue et le site web

Informer le libraire sur les titres à paraître, tenir le public au courant des productions de l'éditeur, voilà des objectifs essentiels pour le service commercial : pas de vente efficace sans une information solide, délivrée au bon moment.

Construire un argumentaire efficace

En s'appuyant sur un argumentaire convaincant, le représentant renforce l'impact de sa vente. Présenté sous la forme d'un classeur, l'argumentaire indiquera :
- le titre de l'ouvrage ou de la collection,
- le format, le nombre de pages et la présentation (brochée ou cartonnée),
- le nombre d'illustrations en noir et en couleur,
- le prix public.

S'ils sont disponibles, l'argumentaire présentera également :
- la couverture,
- la reproduction d'une ou deux pages, s'il s'agit d'un livre illustré,
- la 4e page de couverture qui présente l'auteur et l'ouvrage,
- les articles de presse ou les émissions de radio et de télévision qui lui sont consacrés ou qui sont prévus.

Enfin, l'argumentaire mettra en avant l'originalité de l'ouvrage ou de la collection et celle de l'auteur, son utilité pour le lecteur, s'il s'agit d'un ouvrage pratique. Il fera également valoir ses points forts par rapport à la concurrence.

Présenter la production dans un catalogue

Si l'argumentaire a pour but d'informer le libraire, le catalogue, lui, aura une mission d'information plus large : vers le libraire, bien sûr, mais aussi vers les lecteurs, les bibliothécaires, les prescripteurs dans les écoles, les administrations, les entreprises.

Publié chaque année, le catalogue présentera les ouvrages disponibles chez l'éditeur :
- par catégorie de livres : romans, jeunesse, poésie, pratique, etc.,
- par ordre alphabétique d'auteurs à l'intérieur de chaque catégorie.

Pour chaque ouvrage, l'éditeur indiquera la date de parution, le format, le nombre de pages et le prix public. Un bref résumé de chaque titre permettra de mieux orienter le lecteur. Pour l'éditeur de jeunesse et de beaux livres, des illustrations, même en noir et blanc, ajouteront au catalogue un attrait supplémentaire.

Dans chaque catégorie d'ouvrages, une liste des titres à paraître, avec la date de parution prévue, complétera le catalogue.

Même s'il ne dispose que de moyens modestes, l'éditeur soignera la présentation et le contenu du catalogue, reflet fidèle de sa production.

Présenter et actualiser la production dans un site web

Le site web d'une maison d'édition permet de se dégager des contraites de l'espace (diffusion classique) et du temps (actualisation permanente et peu honéreuse des catalogues numériques). Le site web est devenu aujourd'hui un outil incontournable de promotion et **même de vente à distance**.

Comment gérer les stocks ?

L'éditeur avisé doit à la fois limiter les stocks inutiles qui immobilisent de l'argent et éviter les ruptures qui lui font perdre des ventes. La gestion efficace consiste donc à suivre les stocks pour éviter une surcharge et décider en temps utile une éventuelle réimpression. Le suivi des stocks est souvent compliqué en Afrique par la multiplication des lieux de stockage due aux dépôts chez les libraires.

Connaître ses stocks

Chaque année, l'éditeur fera l'inventaire de tous les ouvrages entreposés dans ses locaux et à l'extérieur, en particulier chez les libraires où ils se trouvent en dépôt. Il surveillera ensuite la situation de ses stocks grâce à la fiche de suivi par titre dont un exemple est présenté ci-dessous :

Éditions du Lac - Niamey

FICHE DE STOCK

Titre : Contes du Niger

Date	Entrées	Sorties	Stock restant
1-1-98			150
5-1-98	1 500	30	1 620
7-2-98		45	1 575
8-3-98		150	1 425

Interprétation de la fiche de stock

Au 1er janvier 1998, le stock restant de 150 exemplaires est celui qui correspond à l'inventaire de fin d'année 1997.

Le 5 janvier, la fiche enregistre deux opérations :

- l'entrée de 1 500 exemplaires du titre correspondant à une réimpression,
- la sortie de 30 exemplaires correspondant à une vente.

Le nouveau stock restant est donc de : 150 + 1 500 - 30 = 1 620 exemplaires.

Le 7 février, une vente de 45 ouvrages ramène le stock restant à 1 575 exemplaires et le 3 mars une nouvelle vente de 150 ouvrages le porte à 1 425 exemplaires.

La décision de réimpression

L'éditeur décidera, pour chaque titre, d'un stock d'alerte qui permettra d'assurer les ventes jusqu'à la réimpression.

Exemple :

L'examen des ventes passées montre que les Contes du Niger se vendent en moyenne à 600 exemplaires par an, soit 50 par mois. Si l'éditeur décide qu'il lui faut 3 mois pour réimprimer, son stock d'alerte sera de 50 x 3 = 150 exemplaires.

Le rôle des foires et des expositions

Dakar, Tunis, Casablanca, Francfort, Paris, Bologne, Abidjan… Plus de 50 foires et expositions du livre se déroulent chaque année dans le monde. Quel intérêt présentent-elles pour l'éditeur africain ?

Un lieu d'échanges

Un responsable africain de la promotion du livre a donné la définition suivante : *"Les foires du livre sont un moyen de rassembler éditeurs, auteurs, libraires, bibliothécaires, intellectuels et tous ceux qui sont concernés par la culture et le métier du livre".*

Plus précisément, elles ont pour but :
- de présenter la production éditoriale des pays exposants ;
- de faciliter les échanges entre les éditeurs, en particulier pour la vente de droits, les coproductions et les coéditions ;
- de sensibiliser le public au livre et à la lecture.

Ajoutons que le caractère culturel de ces manifestations contribue au prestige du pays où elles se déroulent.

Des vocations différentes

Les principales foires générales qui peuvent intéresser l'éditeur africain sont : Tunis, Paris et Francfort qui ont lieu chaque année, Dakar et Casablanca qui se déroulent tous les deux ans. Chaque éditeur y présente l'ensemble de sa production. Avec près de 7 000 exposants originaires de plus de 100 pays, Francfort est le plus important rendez-vous mondial de l'édition.
Dans le domaine des foires spécialisées, la plus importante est celle du livre de jeunesse qui se tient chaque année à Bologne.

Comment en tirer le meilleur profit ?

Participer à l'une de ces manifestations est une entreprise onéreuse à cause du coût de transport élevé des livres auquel il faut ajouter les frais de voyage et de séjour. Mais, à la question *"Combien ça coûte ?"* fait constamment écho la réponse *"Combien ça rapporte ?"*. Les foires offrent une occasion unique d'échanges : on y négocie des droits de traduction ou d'adaptation, on y cherche des coéditeurs, on y rencontre des libraires et des distributeurs.
Si Francfort constitue le lieu de rencontre le plus important et le plus prestigieux, le nombre considérable d'exposants désoriente celui qui y vient sans projet précis et lui fait perdre un temps précieux. Ajoutons que le coût du voyage et de l'hébergement est très élevé. En revanche, n'y a-t-il pas, pour les éditeurs africains les plus démunis financièrement, une possibilité unique de trouver à Dakar, à Tunis, à Casablanca des partenaires pour assurer la coédition d'ouvrages francophones vendus dans plusieurs pays ?
Encore faut-il bien préparer son voyage. Avoir des objectifs précis, sélectionner les éditeurs qui vous intéressent, prendre le maximum de rendez-vous à l'avance, connaître les usages en matière de coproduction et de coédition, voilà la manière de rendre sa présence à la fois intéressante et productive.

BIBLIOGRAPHIE SÉLECTIVE

Le métier d'éditeur

Dacos Marin, Mounier Pierre, 2010, ***L'édition électronique***, La découverte, Paris, 126 pages, 9,50 €, ISBN 2-70715729-4
Le point sur les pratiques de l'édition numérique et l'émergence de nouveaux métiers. Vaut le détour si vous cherchez une vision à terme.

Legendre Bertrand, 2007, ***Les métiers de l'Édition***, Éditions du Cercle de la Librairie, Paris, 477 pages, 38 €, ISBN 2-76540822-X
Bien fait. Vous le donnerez à lire pour la culture de vos jeunes techniciens.

Schuwer Philippe, 2002, ***Traité pratique d'édition***, Éditions du Cercle de la Librairie, Paris, 656 Pages, 48 € ISBN 2-76540825-3.
Philippe Schuuwer nous a quitté en 2009, mais son ouvrage reste d'actualité malgré les évolutions techniques

Schuwer Philippe, 1993, ***Dictionnaire bilingue de L'Édition, français-anglais, anglais-français***, Éditions du Cercle de la Librairie, Paris, 38 € ISBN 2-76540500-9
Bien utile si l'on a affaire à des professionnels étrangers.

Autour du livre scolaire

Chatry-Komarek Marie, 1994, ***Des manuels scolaires sur mesure: Guide pratique à L'intention des auteurs de manuel scolaire pour le primaire dans les pays en voie de développement***, L'Harmattan, Paris, 240 pages, 20 € 28, ISBN 2-73842874-6

Chatry-Komarek Marie, 1997, ***Langues africaines: vers une édition scolaire***, L'Harmattan, Paris, 206 pages, 18,21 €, ISBN 2-73845324-5
Nombre des lecteurs de notre Manuel ont bénéficié des enseignements de Madame Chatry-Komarek ; ses livres n'ont pas pris une ride.

Leguéré Jean-Pierre, 2003, ***Approvisionnement en livres scolaires : vers plus de transparence***, Unesco, IIPE, Paris, 100 pages, ISBN 92-8032245-1 (également disponible en ligne).

Marill Stéphane, 2010, ***Publier pas à pas un manuel scolaire***, en ligne sur le site www.alliance-editeurs.org
Un excellent outil avant de se lancer dans la production de manuels

Richaudeau François, 1986, ***Conception et production des manuels scolaires, guide pratique***, Unesco, Paris, 290 pages, ISBN 2-3201660-7
Indispensable mais… introuvable, sauf d'occasion.

Préparation de copie et corrections

Collectif d'auteurs, 2008, ***Lexique des règles typographiques en usage à l'imprimerie nationale***, 14 €,
Un grand classique, complet, facile à consulter, mais qui aurait besoin d'une bonne mise à jour !
chez Eyrolles ou sur Amazon

Guéry Louis, 2010, ***Abrégé du code typographique à l'usage de la presse***, Victoires, Paris, 103 pages, 13 €, ISBN 2-35113066-7
Un excellent ouvrage à croiser avec le lexique des règles typographiques de l'imprimerie nationale

Ramat Aurel, 2008, ***Le Ramat de la typographie***, Eyrolles, Paris, 224 pages, 22 €, ISBN
On le trouve chez Eyrolles ou sur Amazon

Colin Jean-Paul, 2006, ***Dictionnaire des difficultés du Français***, Le Robert, Paris.
626 pages, relié ou en poche à partir de 11,31 €
Le Grévisse vous fait peur ? Facile d'accès, très complet le Colin est une bonne référence du bien écrire

Gautier Damien, 2000, ***Typographie***, Pyramid, Paris, 45 pages, 14 €
Vous y trouverez de très intéressantes bases typographiques et le savoir minimum du code typo

Conception et production

Bann David, 2007, ***Guide pratique de l'impression, du prépresse à l'imprimé***, Pyramid, Paris, 224 pages, 29 €, ISBN 2-35017-073-2
La fabrication de l'imprimé vue du côté imprimeur

Duplan Pierre, Duplan Jean-Pierre,Jauneau Roger, 2007, ***Maquette et mise en page, Typographie, conception graphique, couleur et communication, mise en page numérique***, Cercle de la Librairie, Paris, 57 €, ISBN 2-76540960-1
Le bon ouvrage sur la mise en page du livre

Guéry Louis, Lutz Sorg stéphane, 2009, ***Le secrétariat de rédaction, relecture, éditing, suivi de réalisation***, Éditions du CFPJ, Victoires, Paris.261 pages, 29 € ISBN 2-35113030-8
Le « Guéry » est un classique pour les gens de la presse, mais la leçon vaut pour la famille du livre.

Johannsson Kaj, Lundberg Peter, Ryberg Robert, 2009, ***La chaîne graphique, prépresse, impression, finition***, Eyrolles, Paris, 340 pages, 49 €
Cher mais exhaustif.Toutes les étapes de réalisation d'un imprimé. Utile pour les chefs de fabrication et les graphistes. On le trouve d'occasion mais c'est souvent l'édition de 2004 que l'on tente de vous vendre sans le préciser !

Pieters Jacqueline, 2006, ***Fabrication du document imprimé***, Eyrolles, Paris, ISBN 2-212115009-2

Prévot Pascal et Izoulet Kathleen, ***De la préparation de copie à la mise en page***, Eyrolles, 10 €, ISBN 2-21211798-1
Basique mais peu coûteux

Voir aussi le site : Cerig/efpg.inpg.fr

La fonction commerciale

Desaine Suna, Poggioli, 2009, ***Le marketing du livre (1), études et stratégies***, Cercle de la librairie, Paris, 24 €, ISBN 2-79540929-8

Bascle Laurence, Prieux Max, ***Le marketing du livre (2), Promotion et outils de communication***, Cercle de la librairie, Paris, 24 €, ISBN 2-79540979-8
Peu adaptés à notre marché et à notre environnement africain ? C'est vrai ! Mais plein d'idées à reprendre, à transformer et adapter. Les deux apporteront beaucoup à vos responsables commerciaux.

Le droit

Pierrat Emmanuel, 1995, ***Guide du droit d'auteur à l'usage des éditeurs***, Éditions du Cercle de la Librairie, Paris.

Pierrat Emmanuel, 1998, ***Le Droit et l'éditeur***, dans *l'Édition française depuis 1945*, Éditions du Cercle de la Librairie, Paris.

Pierrat Emmanuel, 1998, ***Le Droit d'auteur et l'éditeur***, Éditions du Cercle de la Librairie, Paris.

Pierrat Emmanuel, 2000, ***Le Droit de l'édition appliqué***, CECOFOP/PRO-Libis, Éditions du Cercle de la Librairie, Paris, Tome 1 et 2, ISBN 2-907913-75-1 / ISBN 2-7654-0783-5

Pierrat Emmanuel, 2005, ***Le droit du livre***, Éditions du Cercle de la Librairie, Paris, 372 p. ISBN 2-7654-0913-7
Emmanuel Pierrat intervient au Cafed avec brio dans sa spécialité.

Revues et périodiques spécialisés

Livre-Hebdo, 30 rue Dauphine, 75006 Paris.
La version papier coûte 390 € +5% de TVA + le coût du port
La Version électronique (PDF) coûte le même prix. Vous économisez les frais de port mais la TVA est de 19,6%.

WEBOGRAPHIE SÉLECTIVE

Alliance internationale des éditeurs indépendants

L'Alliance internationale des éditeurs indépendants est une association à but non lucratif. Erigée en réseau de solidarité, elle est composée de 85 maisons d'édition et collectifs d'éditeurs de 45 pays différents – l'Alliance représente directement ou indirectement quelques 360 maisons d'édition. Elle propose "un espace de formation en ligne" pour les éditeurs (http://www.alliance-editeurs.org/formation/)
38, rue Saint-Sabin
75011 Paris, France
Tél. : +33 (0)1 43 14 73 66
http://www.alliance-editeurs.org

Voir en particulier :

- Fiches pratiques
  http://www.alliance-editeurs.org/formation/fiches-pratiques
- Publier pas à pas un manuel scolaire
  http://www.alliance-editeurs.org/formation/publier-pas-a-pas-un-manuel
- Comment répondre à un appel d'offres pour un manuel scolaire
  http://www.alliance-editeurs.org/formation/comment-repondre-a-un-appel-d
- L'édition en Côte d'Ivoire : étude du secteur scolaire soumis à appel d'offres
  http://www.alliance-editeurs.org/l-edition-en-cote-d-ivoire-etude?lang=fr
- Laboratoire numérique
  http://alliance-lab.org/?lang=fr
- Coûts du livre papier, coûts du livre numérique : une comparaison
  http://alliance-lab.org/archives/1072?lang=fr#.UYfBiYXU7bs
- L'édition numérique dans les pays en développement
  http://alliance-lab.org/etude/archives/356?lang=fr

Lekti-écriture

Fondé en 2002, Lekti rassemble une revue littéraire, Contre-feux, Les espaces de l'édition indépendante (70 éditeurs associés).
En 2011, Lekti a ouvert un espace de lecture de livres en ligne, La bibliothèque numérique Lekti en partenariat avec des éditeurs indépendants de référence.
Depuis 2009, Lekti est associé au projet Gallica de la Bibliothèque Nationale de France.
À ce titre, Lekti dispose d'un atelier de numérisation situé à Albi (France), qui permet de numériser et de produire des livres numériques pour de nombreux éditeurs francophones.
http://www.lekti-ecriture.com/

Scolibris

Les membres de ScoLibris sont des professionnels de l'édition indépendants. Ils sont pour la plupart spécialistes en édition scolaire. Au nombre de 8 aujourd'hui, ils représentent chacun un maillon de la chaîne du livre : éditeur, graphiste, fabricant, distributeur, etc.
http://www.scolibris.fr/

LOGITHEQUE EN LIGNE

Traitement de texte
LibreOffice
http://fr.libreoffice.org/

Traitement de l'image
Gimp
http://www.gimp.org/downloads/

Image vectorielle
Inskape
http://inkscape.org/download/?lang=fr

Gestion de police
- FontForge
http://fontforge.org/
- Fontmatrix
http://fontmatrix.softonic.fr/

Mise en page :
- Scribus
http://www.scribus.net/canvas/Scribus

ePub
- Calibre
http://calibre-ebook.com/download
- Sigil
http://sigil.softonic.fr/

Correcteur typographique, orthographique et grammatical
- Cordial 2012 ,
http://www.jetelecharge.com/Bureautique/2277.php
- Bonpatron
http://bonpatron.com/fr/
- Scribens
http://www.scribens.fr/

Dictionnaires
- Dictionnaire1.3
- Ultralinga Dico Français-Angalis
http://www.jetelecharge.com/mac/logiciel-95-1.php

- Littré
http://littre.reverso.net/dictionnaire-francais/
- Reverso
http://dictionnaire.reverso.net/

Traducteur
Reverso
http://www.reverso.net/text_translation.aspx?lang=FR

Lecteurs PDF
- Adobe reader
- Skim 1.36
http://www.jetelecharge.com/mac/logiciel-113-1.php

Et autres…
L'internet fourmille de logiciels gratuits. Cherchez-les !

GLOSSAIRE

A

Accolade : Signe de composition pour réunir dans une énumération certains éléments de texte.

Acrobat : Programme d'ordinateurs breveté par Adobe . Il permet de créer, gérer, lire et imprimer des fichiers PDF sur tout ordinateur quel que soit son système d'exploitation (Mac ou PC).

Adobe : Société créatrice de logiciels graphiques utilisés en PAO, dont les plus connus sont, entre autres, InDesign, Photoshop, Illustrator, Acrobat…

Alignement : Disposition d'une énumération dont les éléments semblables doivent s'aligner verticalement.

Alinéa : Texte compris entre deux " à la ligne". Également, première ligne d'un texte en retrait sur la justification.

Approche : Blanc latéral qui sépare une lettre des deux lettres immédiatement voisines.

Argumentaire : Classeur à feuillets mobiles où le représentant range les éléments visuels nécessaires à la vente: descriptifs d'ouvrages, couvertures, illustrations. Un argumentaire complet est tenu à jour; il constitue une aide efficace pour appuyer la vente.

Assemblage : Placement des cahiers d'impression les uns sur les autres (ou les uns dans les autres) de manière à former le corps d'ouvrage avant la mise sous couverture.

Astérisque : Symbole typographique ressemblant à une petite étoile placée en haut et à droite d'un mot pour indiquer un renvoi ou une note en bas de page.

Avant-propos : Courte présentation placée en tête d'un livre. Contrairement à la préface, l'avant-propos est signé par l'auteur.

B

Bas de casse : Nom des minuscules en typographie par opposition aux majuscules qu'on appelle *capitales*.

Belles pages : Le terme *belle page* désigne les pages de droite d'un livre ; elles sont constamment foliotées en chiffres impairs.

Bibliographie : Liste des titres et noms d'auteurs de livres ou imprimés de référence figurant en fin d'article ou d'ouvrage. La présentation de la bibliographie est régie par le code typographique.

Bichromie : Impression en 2 couleurs superposées pour en obtenir une troisième (par exemple bleu + jaune pour obtenir du vert). Lorsqu'on imprime 2 couleurs non superposées, on parle seulement d'impression par 2 couleurs ou noir + une couleur d'accompagnement.

Blanchet : Sur une machine offset, manchon en caoutchouc qui s'enroule autour du cylindre de pression et transfert l'image de la plaque sur le papier

Blanchir : Augmenter l'interlignage pour alléger la couleur du texte.

Bobine : Papier sous forme de rouleau continu utilisé sur les rotatives

Bon à graver : Dans la chaîne d'impression traditionnelle, épreuve corrigée par l'éditeur, signée sur les *ozalids*, confirmant l'exactitude du montage et de l'imposition. Le Bon à graver autorise l'imprimeur à insoler les plaques. Il est surtout utilisé lorsque l'éditeur produit un ouvrage complexe, avec de la couleur et qui nécessitera ultérieurement un Bon à tirer sur machine.

Bon à imprimer : Ne se rencontre que pour les manuels scolaires; autorisation que donnent les autorités éducatives aux auteurs de faire procéder à l'impression d'un ouvrage. Il est à l'Éducation nationale ce qu'est l'*imprimatur* aux autorités religieuses.

Bon à tirer : Épreuve corrigée par l'auteur et l'éditeur. Elle est datée, signée et porte la mention *Bon à tirer*, en abrégé *BAT*. En principe, l'imprimeur ne peut tirer sans BAT, le BAT dégage l'imprimeur d'éventuels défauts de composition et mise en page.

Bonne feuille : Premières feuilles de tirage qui servent d'épreuves d'essai en machine.

Bouffant : Papier d'apparence légèrement rugueuse, plus épais que le papier offset poids égal, n'ayant subi aucun traitement de surface, apte à l'impression des ouvrages dépourvus d'illustrations, comme les romans.

Bourdon : Omission de mots ou de phrases commise par le compositeur.

Brochage : opération conduisant à la mise du corps d'ouvrage sous une couverture de papier ou de cartonnage léger.

Brochure : Désigne d'après les normes de l'Unesco une publication de 5 à 49 pages.

Cadratin : Espace large employé en composition pour établir les blancs en tête de ligne. Le cadratin est un carré, sa largeur est donc égale à la force du corps utilisé : un cadratin en corps 14 crée un blanc de 14 points.

Cahier : Après pliage, une feuille imprimée devient un cahier de 4, 6, 8, 16 pages, etc.

Calandrage : Action de lisser le papier à l'aide de rouleaux d'acier dans la machine à papier.

Calibrage : Calcul de la surface imprimée qu'occupera l'ensemble des textes et images dans un document imprimé.

Capitale : Terme typographique pour désigner les majuscules, par opposition aux minuscules appelées *bas de casse*.

Carton : Cahier de 4 pages.

Casse : Sorte de tiroir dans lequel se rangeaient autrefois les caractères de plomb.

Casseau : Ensemble des signes non habituellement trouvés dans une police.

Césure : Autre vocable pour désigner une coupure de mot marquée par un court tiret.

Chasse : Espace qu'occupe un caractère sur la ligne. Cet espace varie suivant les caractères et le choix du corps. On peut la réduire ou l'augmenter en jouant sur les approches.

Cicero : Unité de mesure typographique qui s'appelle aussi *douze* et qui vaut douze points.

CDU : Classification Décimale Universelle. Système qui répartit les connaissances en dix grandes classes, elles-mêmes subdivisées en dix sous classes, etc. Le système est utilisé pour le classement des livres par thèmes.

Chasse : 1- Typographie : à force de corps égal, les différentes sortes de caractères n'ont pas les mêmes largeurs, l'*œil* varie; selon qu'il est plus ou moins large, on dit d'un caractère qu'il *chasse* plus ou moins. On peut modifier la chasse d'un caractère, la rendre plus large ou plus étroite, pour améliorer la lisibilité. 2- Reliure : différence de dimension des feuilles pliées due à l'épaisseur du papier. Les feuilles extérieures étant plus larges que les feuilles intérieures.

Chemin de fer : Le chemin de fer est un outil de travail de l'éditeur ; établi pendant la conception du livre, il est une représentation, à plat, de la succession des pages. Il en présente l'intitulé et décrit sommairement l'emplacement des textes et des illustrations.

Cliché : Plaque en cuivre ou en zinc montée sur bois ou sur métal à partir de laquelle textes et illustrations sont imprimés en typographie.

Cliché de trait : Cliché ne comportant pas de demi-teintes.

CMJN : Abréviation pour cyan, magenta, jaune et noir utilisée en impression quadrichromie.

Code-barres : Identifiant d'un livre constitué à partir de son numéro ISBN. Lisible au moyen d'un lecteur optique, sa présence est obligatoire en quatrième de couverture pour faciliter la diffusion.

Code typographique : Recueil des règles typographiques qui régissent la composition des textes. Il est un outil de travail indispensable aux secrétaires de rédaction, aux préparateurs de copie et aux correcteurs d'épreuves.

Collationnure : Vérification de l'ordre des cahiers dans le corps d'ouvrage.

Compte-fils : Petite loupe à fort grossissement pour examiner les détails d'une impression.

Compositeur : Claviste muni des connaissances nécessaires à l'exécution des compositions typographiques.

Composition : Assemblage à la justification voulue des caractères pour constituer le texte à imprimer.

Composition au kilomètre : Saisie d'un texte aligné à gauche sans coupure de mots ni souci de mise en page. Le texte ainsi obtenu constitue des épreuves de relecture.

Conditions de vente : Document destiné aux libraires où se trouvent définies les conditions de remise, de délais de paiement, de transport et d'office.

Copie : Original manuscrit, dactylographié ou encore saisi sur ordinateur par l'auteur à partir duquel se fera les enrichissements typographiques, puis la mise en page.

Coquille : Terme courant pour désigner une erreur de composition.

Corps : Taille d'un caractère. Le corps s'exprime en mesure typographique: on parle d'un corps 10 pour signifier que sa hauteur est de 10 points.

Corps d'ouvrage : Ce terme désigne l'intérieur du livre par opposition à la couverture.

Corrections d'auteur : Corrections sur épreuves effectuées par l'auteur. À la différence des corrections simples, elles modifient le texte d'origine et entraînent des frais supplémentaires.

Couché : Papier dont la surface a reçu, en fin de fabrication, un lait de kaolin et un traitement de surface. Ce traitement autorise une meilleure impression de la couleur. Le couché peut être mat, semi-mat ou brillant.

Courtage : Vente à domicile ou colportage; elle s'applique particulièrement aux ouvrages chers comme les encyclopédies, les ouvrages par fascicules, les beaux livres. Elle est parfois étendue à toutes les catégories d'ouvrages.

Cromalin : Système de vérification de la qualité d'une quadrichromie. Onéreux, il est utilisé en publicité plus qu'en édition.

CTP : Abréviation de Computer *to plate*, en français *ordinateur vers plaque*. Désigne un procédé récent d'impression dans lequel une maquette numérique finalisée est transmise directement en sortie à une plaque d'impression, sans passer par l'intermédiaire d'un film.

D

Dédicace : Texte écrit par l'auteur à l'intention d'une ou plusieurs personnes auxquelles il dédie son travail. L'éditeur veillera à placer la dédicace en belle page au début de l'ouvrage après la page de titre.

Défets : Exemplaires incomplets, victimes d'un défaut d'assemblage.

Deleatur : Signe de correction pour supprimer une lettre ou un ensemble de lettres, de mots ou de lignes. Du latin *deleatur* qui peut se traduire par *qu'il soit détruit* !

Devis : Calcul *a priori* du prix d'un travail.

Diffusion : Outre les tâches de distribution, le diffuseur assure la prospection commerciale, la promotion et la vente, l'information des points de vente et celle de l'éditeur.

Distribution : Activité qui regroupe les tâches physiques nécessaires pour faire parvenir le livre au client : emballage, stockage, transport, facturation et recouvrement.

Division : Tiret qui indique en fin de ligne que le mot a été coupé et renvoyé à la ligne.

Dorure : Méthode d'impresion en relief et à chaud de motifs à la feuille d'or et, par extension d'aplats métallisés ou de couleurs.

Dos : Côté pli d'un cahier, côté charnière d'un livre ou d'une brochure.

Dos carré collé : Procédé de reliure souple dans lequel les cahiers sont assemblés et collés dans le dos à la couverture.

Dos carré cousu : Procédé de reliure avec couture pour lier les cahiers les uns aux autres puis, dans le dos, à la couverture.

Dos carré cousu collé : Procédé de reliure par couture des cahiers puis collage dans le dos de la couverture.

Doublon : Répétition fautive de mots ou de lignes dans une composition typographique.

Douze : Unité typographique appelée aussi *cicero* ; elle vaut 12 points, soit 4,212 mm.

Drapeau : La composition en drapeau désigne une colonne de texte non justifiée mais dont l'un des côtes est aligné, soit à droite, soit à gauche.

Échelle de titres : Hiérarchie des titres et sous-titres d'un ouvrage avec indications de leur traitement typographique.

Édition électronique : Une production informatisée grâce à l'utilisation de logiciels de PAO dédiée au traitement de texte et à la mise en page dont le résultat peut servir aussi bien à la publication sur papier que sur un support numérique.

Empagement : Résultat de la distribution des éléments textes et images et des blancs périphériques sur le format de la page.

Encart : Feuillet introduit dans un livre ou une revue et portant généralement illustration ou publicité. L'encart peut être *collé*, c'est-à-dire mis en place et collé en un endroit précis de l'ouvrage ou volant, c'est-à-dire jeté librement, sans collage, dans le livre.

Épigraphe : Courte citation en tête d'un livre ou d'un chapitre pour en indiquer l'esprit. On parle aussi d'*exergue*.

Épreuves en placard : Premières épreuves de composition envoyées à l'auteur d'un texte écrit à la main ou à la machine pour qu'il y porte ses corrections.

Équerrage : En reliure, opération de coupe au massicot qui consiste à obtenir au moins un angle de la feuille correct.

Erratum : Liste imprimée des erreurs d'un livre qui ont subsisté malgré les corrections successives.

Estampe : Image imprimée à partir d'une gravure ou d'une lithographie.

F

Façonnage : Ensemble des opérations de finition et brochage d'un livre.

Fac-similé : Reproduction exacte d'un texte ou d'un dessin.

Faux-titre : La page de faux-titre est la première page imprimée d'un ouvrage. Elle ne porte que le titre du livre à l'exclusion de toute autre indication.

Feuillet : Ensemble de deux pages recto-verso.

Fichier : Ensemble de données numériques enregistrées sur un support informatique qui peut être traité par ordinateur: un fichier Xpress, par exemple.

Fichier PostScript : Fichier de données porteur de toutes les informations requises pour imprimer un document : textes, polices, illustrations et mise en pages.

Filigrane : Marque de fabrique du papier. Par transparence, elle apparaît en plus clair sur la feuille.

Flashage : Opération de photogravure qui consiste à réaliser des films ou des plaques d'après le fichier numérique issu du prépresse.

Folio : Numéro d'ordre d'une page. Cet élément important de signalisation se place de façon visible en pied ou en tête de page, de préférence vers la marge extérieure. Veillez à ne *folioter* ni les pages liminaires ni les pages d'ouverture et de fermeture de chapitre ni les pages de hors-texte.

Fonds (petits) : Marges intérieures de la page.

Fond (grands) : Marges extérieures de la page.

Fonds perdus : Se dit d'une illustration dont l'impression est limitée par les seuls bords extérieurs de la page, sans aucune marge blanche.

Franco de port : Modalité de livraison où les frais de transport sont à la charge du vendeur.

G

Gabarit : Grille modulaire autorisant plusieurs distributions des éléments de la page tout en conservant la cohérence de l'ensemble de l'ouvrage.

Gâche : Autrement appelée *passe*, la gâche est la quantité de feuilles perdues pendant le calage, la mise en train et le roulage d'un imprimé.

Garde : 1- Feuillets laissés blancs au début et à la fin d'un ouvrage broché pour protéger la première et la dernière page imprimée. 2- Terme de reliure pour désigner une feuille collée à la fois sur le dos du plat et la première ou la dernière page de l'ouvrage pour assujettir la reliure proprement dite au corps d'ouvrage.

Graisse : Épaisseur des pleins d'un caractère : les graisses les plus usuelles sont le maigre, le demi-gras et le gras. Le jeu sur les graisses permet de jouer sur les gris et de créer des éléments de contraste.

Grecquage : Entaille faite au dos de l'ouvrage pour placer les ficelles de reliure et permettre ainsi un encollage correcte pour les ouvrages brochés collés sans couture.

H

Habillage : Composition d'une page effectuée de telle sorte qu'elle épouse les formes d'un cliché d'illustration.

Hauteur de page : Désigne dans une page, la hauteur occupée par l'impression, titre courant et folio compris.

Hirondelles : Sur les travaux en plusieurs couleurs, les hirondelles permettent au monteur de repérer avec précision la superposition des différents films afin d'éviter tout phénomène de moirage ou de décalage d'impression.

Hors-texte : Toute illustration, carte, tableau imprimé à part sur un papier souvent différent de celui de l'ouvrage pour obtenir le meilleur rendu possible.

I

Imposition : Cette opération se situe après la mise en page; elle vise à disposer les pages de telle sorte que, une fois la feuille imprimée et pliée en cahier, les pages se succèdent dans l'ordre de la pagination. Des logiciels d'imposition permettent d'automatiser le processus.

Imposition numérique : Imposition de fichiers numériques par un logiciel d'imposition. L'imposition obtenue est directement imprimée sur la forme imprimante.

Index : Nomenclature, située en fin d'ouvrage, permettant au lecteur de retrouver aisément un certain nombre de mots clés classés par thème.

InDesign : Système de mise en pages développé par Adobe et qui s'intègre aux autres applications de la marque comme Photoshop, illustrator ou Acrobat;

Interligne : Blanc introduit entre les lignes.

Italienne : Le format à l'italienne désigne des ouvrages conçus de telle sorte que la grande dimension soit horizontale. La présentation *à l'italienne* se différencie à la présentation *à la française* où la grande dimension est à la verticale. Tout comme se différencient *portrait* et *paysage* sur les logiciels de PAO.

ISBN : Pour *International Serial Book Number*, le numéro ISBN est une suite de chiffres codés qui servent à identifier un livre en référence à un système de numérotation international.

ISSN : Pour *International Standard Serial Number*, le numéro ISSN est une suite de chiffres codés qui servent à identifier les publications périodiques (la presse en particulier).

Italique : Caractère penché, par opposition au *romain* qui est droit.

Jaquette : Couverture destinée à protéger un livre relié ou broché et à inciter à l'achat.

JPEG : Abréviation de joint *photographic experst group*, technique de compression utilisée pour le stockage des images. La sauvegarde JPEG entraîne une perte de données mais certaines applications permettent de spécifier la qualité de l'image.

Justification : Choisie par le metteur en page, la *justif* est la longueur des lignes d'un texte imprimé. Elle s'exprime, aujourd'hui, en cm plutôt qu'en douze.

Laize : Largeur de la bande de papier en bobine exprimée en centimètres.

Lecteur-correcteur : Professionnel de l'édition ou de l'imprimerie dont le savoir-faire permet de préparer et corriger les textes tant au plan grammatical qu'au regard du code typographique.

Lettrine : Lettre décorée au commencement d'un chapitre.

Lignomètre : Règle graduée destinée à mesurer le nombre de lignes d'un texte imprimé.

Liseuse : Ordinateur portable conçu pour télécharger et lire un livre électronique, numérisé ou numérique. Cybook, amazone kindle, Sony reader, Fnacbook ne sont que quelques-unes des marques sur le marché en 2011. Les liseuses donnent déjà aujourd'hui accès à des centaines de milliers de titres.

Livre : Désigne un document de plus de 49 pages (normes Unesco).

Livrel : Terme utilisé au Québec pour désigner le lecteur d'un livre électronique (voir liseuse).

Livre numérisé : Ouvrage publié originellement sur papier, scanné pour obtenir un fichier numérique lui-même diffusé par CD ou par internet.

Livre numérique : Ouvrage conçu dès l'origine avec les outils informatiques dans le dessein de permettre l'adjonction d'images, de sons ou de liens hypertextes.

Maculage : Salissure d'une feuille par l'encre d'imprimerie.

Main : 1- fraction d'l/20 de la rame, la main comporte 25 feuilles. 2- épaisseur d'un papier : à grammage égal, un papier peut avoir plus ou moins de main.

Manuscrit : Original émanant de l'auteur. Le terme est synonyme de copie ou même de *tapuscrit* si la copie est dactylographiée.

Maquette : Schéma de présentation d'un imprimé.

Massicot : Machine utilisée pour découper les feuilles ou les tranches des livres.

Mise en page : Effectuée par un maquettiste, elle donne sa place à chaque élément de toutes les pages d'un imprimé.

Mise sous presse : Calage des formes imprimantes sur la machine à imprimer pour commencer le tirage.

Manuscrit : Originellement, document écrit à la main. Par extension, texte rédigé par un auteur et livré au service éditorial après dactylographie ou saisie sur micro-ordinateur.

Moirage : Effet visuel parasite provoqué par la superposition de deux trames superposées dont l'orientation est incorrecte.

Mors : Sorte de petite gouttière ménagée le long du dos sur les deux plats d'un livre relié pour en permettre une meilleure ouverture.

N

Noté : Commande prise par le représentant sur un ouvrage à paraître.

Nuancier Pantone : Les couleurs du nuancier Pantone permettent aux éditeurs et imprimeurs de s'entendre sur la nuance d'une couleur obtenue à partir d'encres mélangées par le pressier avant d'imprimer. Le procédé permet d'éviter l'usage de la quadrichromie pour l'impression d'un à plat, par exemple.

O

OCR : Abréviation de *Optical Character Recogition*, en français reconnaissance optique des caractères. À partir de l'image numérique d'un document, réalisée par un scanner optique, le système produit en sortie un fichier texte.

Œil : L'œil d'un caractère est la trace qu'il laisse sur le papier. Le corps du caractère se mesure non sur l'œil mais sur le support physique ou virtuelle de ce caractère.

Office : Envoi au libraire sans commande préalable de tout ou partie des nouveautés de l'éditeur au fur et à mesure de leur parution ; c'est une vente ferme assortie d'une autorisation de retour. L'office est établi par un accord écrit entre le libraire et l'éditeur.

Onglet : Bande de papier que l'on colle sur le bord interne d'un hors-texte pour pouvoir le retenir par la couture.

Opacité : Qualité nécessaire au papier pour éviter la transparence. Le choix est relatif selon le type d'ouvrage et la charge d'impression. Une trop grande transparence est gênante par exemple si le registre est approximatif, ou si les illustrations sont très chargées en encre.

Orphelin : Première ligne d'un paragraphe tombant en bas de page ou de colonne. À proscrire naturellement !

Ozalid : Marque devenue terme générique, pour désigner un papier sensibilisé avec des composés diazoïques. Ce papier sert à fournir les ultimes épreuves de contrôle, les ozalids, après l'imposition et avant la gravure des plaques pour l'impression offset.

P

Pages liminaires : Ensemble des pages constitutives des approches du livre : blanche, faux-titre, titre, copyright, épigraphe, éventuellement remerciements.

Paragraphe : Ensemble du texte contenu entre deux à la ligne (voir alinéa). Signe particulier (§) qui dans un envoi indique le paragraphe.

PDF : Le Portable Document Format ou en français format de document portable est un élément essentiel du prépresse. C'est un langage de description des pages, crée par Adobe, dont la particularité est de préserver la police, les images, la mise en forme d'un document original. Il permet ainsi de mettre en ligne ou envoyer par courrier électronique un document issu, par exemple, de XPress ou InDesign qui pourra être visualisé et imprimé en dehors même de l'application dans laquelle il a été créé.

Pelliculage : Application d'une pellicule cellulosique transparente, mate, brillante ou satinée sur une couverture de livre pour créer une esthétique mais aussi la solidifier et la protéger.

Photogravure : Ensemble des opérations photographiques qui permettent la création des clichés d'illustration.

Pilon : L'interdiction légale mais, plus souvent encore la faiblesse des ventes, conduisent l'éditeur à détruire les exemplaires d'un ouvrage en stock : c'est l'opération du pilon. L'éditeur met également au pilon les ouvrages abîmés lors d'un retour.

Piqûre : Assemblage des feuilles à l'aide d'agrafes en fil métallique.

Plat : Ce terme désigne les deux surfaces planes et dures d'un ouvrage cartonné.

Pliage : Action qui permet au façonnier de transformer les feuilles d'impression en cahiers.

Plieuse : Machine à faire les plis ; les professionnels distinguent les *plieuses à poches* et les *plieuses à couteaux*…

PLV : Publicité sur le lieu de vente : les affiches, catalogues, présentoirs, vitrophanies font partie de la PLV.

Point typographique : Unité de mesure typographique qui vaut 0,376 mm.

Police : Assortiment complet des caractères, chiffres et signes de ponctuation de même famille, de même graisse et de même corps : l'ensemble des caractères d'un times, corps 12, demi-gras par exemple.

Polychromie : Impression en plusieurs couleurs superposés ou juxtaposés, réalisées en tons directs.

PostScript : Langage informatique utilisé pour décrire, en un fichier unique, tous les éléments des pages préparées en PAO : texte, images, polices, couleurs et les transmettre à une imprimante ou une presse numérique.

Préface : Texte de présentation établi par une autre personne que l'auteur. Elle se situe en tête d'un ouvrage, après les pages liminaires. Quand deux personnes parrainent l'ouvrage, on peut également trouver une postface.

Prémaquette : Le maquettiste, préalablement informé des souhaits du responsable éditorial, propose un traitement du texte, des images et de tous les autres éléments entrant dans la composition du livre. Il établit la grille de mise en page qui, une fois agréée par la direction éditoriale servira de modèle au montage page par page.

Promotion des ventes : On regroupe sous ce terme l'ensemble des actions destinées à stimuler les ventes sur le lieu de vente. Elles comprennent, outre la PLV, les catalogues, les signatures d'auteurs, les concours et cadeaux, les offres à prix réduits.

Q

Quadrichromie : Impression en 4 couleurs tramées.

R

Rainage : Écrasement du papier par un filet raineur afin de faciliter un pliage.

Rame : Ensemble de 500 feuilles d'impression

Réassortiment : Opération de nouvelle commande de livres vendus dans la journée ou la semaine (on dit aussi : *réassort*).

Recto : Face de la feuille d'impression sur laquelle figure la page 1. Au *verso*, côté de seconde, on trouvera la page 2.

Réédition : Impression d'une nouvelle édition d'un ouvrage déjà publié mais portant des corrections pouvant aller jusqu'à la refonte. La réédition n'est donc pas une simple réimpression.

Refonte : Remaniement important d'un ouvrage lors d'une nouvelle édition

Registre : Les impressions recto-verso doivent être en registre, c'est-à-dire que vues par transparence, elles doivent exactement se superposer. L'absence de registre donne l'impression que le papier est gris.

Réimpression : Retirage d'un document ou d'un livre à l'identique.

Remise : Rémunération du distributeur, du diffuseur ou du libraire. Elle se définit comme un pourcentage du prix public hors taxes.

Remise complémentaire : Remise qui s'ajoute à la remise d'origine, par exemple en cas de promotion ou d'achat d'un titre en grandes quantités, à l'occasion d'une signature d'auteur, par exemple.

Résolution : Degré de finesse d'une reproduction ou d'un tramage.

Réimpression : Retirage d'un ouvrage à l'identique, sans aucune correction.

Retiration : Impression recto-verso, en un seul passage dans une machine dite à *retiration*.

Retours : Renvoi à l'éditeur des ouvrages invendus dans le cadre de l'office. numéro d'ordre placé en bas de la première page de chaque feuille imprimée pour éviter les erreurs à l'assemblage.

Roulage : Action de faire tourner une machine d'impression après réglage d'une bonne feuille.

Routage : Envoi groupé à des adresses particulières.

Scanner : Numérisation d'image à partir d'un support papier ou diapo pour obtenir un fichier numérisé.

Signe diacritique : Signe typographique placé sur, sous ou dans une lettre pour la distinguer d'une autre de forme similaire pour désigner l'accentuation ou préciser la prononciation.

Signet : Dans les ouvrages reliés, ruban fixé en haut du livre, souvent sous le *tranchefile*, pour marquer et retrouver une page.

Simili : Cliché ou film tramé permettant de reproduire les demi-teintes d'un document original, une photographie par exemple.

Sommaire : Succession des titres et sous-titres d'un ouvrage placée en début de volume avec l'indication des pages où le lecteur les trouvera. Voir *Table des matières*.

Table des matières : La définition est la même que pour le mot sommaire, à la différence que la table des matières se trouve située en fin de volume. L'éditeur utilisera plus volontiers le sommaire pour les ouvrages scientifiques, techniques et scolaires, la table des matières pour les ouvrages de fiction.

Titre courant : Titre d'un ouvrage, d'une partie ou d'un chapitre qui se répète en haut de chaque page, sauf aux pages de départ des chapitres.

Tournée : Se dit d'une partie d'un tirage qui passe en une seule fois dans la machine.

Trame : Pour permettre le rendu d'un document en demi-teinte, comme une photographie, on utilise une *trame*, maillage de points permettant de créer les similis.

Tranchefile : Cordonnet collé en tête d'un livre pour empêcher la poussière de pénétrer dans l'espace compris entre le dos de la couverture et le corps de l'ouvrage.

Trichromie : Impression en trois couleurs tramées.

Typographie : 1- Procédé d'impression en relief. 2- L'art et la manière d'utiliser les caractères et de les mettre en page.

Typomètre : Règle plate, graduée en points et en douze pour effectuer toutes les mesures typographiques. Cette règle porte d'un côté des graduations en points, de l'autre les graduations du système métrique ; elle permet de passer ainsi d'un système à l'autre.

Typon : Tout document photographique sur film prêt à être copié sur la forme imprimante.

Vernis : Protection utilisée pour éviter les salissures. Il peut être mat, brillant ou satiné et contribue, entre autres, à l'esthétique de la couverture.

Verso : Par opposition au recto, c'est le côté de feuille qui a reçu la deuxième impression.

Veuve : Dernière ligne d'un paragraphe isolée en haut d'une page ou d'une colonne. À éviter naturellement !

VPC : Vente par correspondance. C'est une vente ciblée sur une catégorie précise de clients. Elle nécessite la tenue de fichiers périodiquement remis à jour et l'existence d'un service postal fiable.

Xpress : Commercialisé par Quark inc., logiciel de PAO, fonctionnant sous Mac et PC.

ANNEXES

Accord de Florence et Protocole de Nairobi[1]

De nombreux rapports et études sur le secteur du livre dans les pays du Sud recommandent une plus grande adhésion à l'Accord de Florence et au Protocole de Nairobi. L'application de ces accords faciliterait la circulation du livre entre les pays du Sud. Elle permettrait également d'améliorer sensiblement la compétitivité des industries locales du livre, surtout si les États contractants s'engagent à appliquer l'**Annexe H** au Protocole de Nairobi.
Les textes complets de l'Accord de Florence et du Protocole de Nairobi sont disponibles auprès des Commissions nationales de l'Unesco dans le pays concerné, ou auprès de la Division de la libre circulation de l'information et des politiques de la communication, Unesco, 7, place de Fontenoy, 75700 Paris.

L'Accord de Florence

L'Accord sur l'importation d'objets de caractère éducatif, scientifique ou culturel, connu sous le nom de **« Accord de Florence »** a été adopté par la Conférence générale de l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture (Unesco) à Florence en 1950. Il cherche, en conformité avec le mandat de l'Unesco, à réduire « les obstacles en matière de tarifs, de taxes, de devises et d'échanges que rencontre la libre circulation de ces objets (de caractère éducatif, scientifique ou culturel), permettant ainsi aux individus et aux organisations de les obtenir à l'étranger avec moins de difficultés et à meilleur prix » (Guide pour l'application de l'Accord de Florence et de son Protocole, Paris, Unesco, 1978, page 5).

En ratifiant l'Accord de Florence, un État s'engage à « ne pas appliquer de droits de douane ou d'autres impositions à l'importation ou à l'occasion de l'importation» de certains livres, publications et documents (Article premier de l'Accord). Il s'agit, entre autres, des livres imprimés, des livres et documents obtenus par des procédés de polycopie autres que l'impression, des manuscrits et documents dactylographiés, des catalogues de livres et de publications mis en vente par une maison d'édition ou par un libraire établis en dehors du pays d'importation, des cartes géographiques, hydrographiques ou célestes.
En outre, les États contractants s'engagent à « accorder les devises et [ou] les licences nécessaires à l'importation » de certaines catégories de livres et de documents, dont ceux destinés aux bibliothèques (Article II de l'Accord).

L'article IV de l'Accord reconnaît que « la suppression des droits de douane ainsi que les facilités prévues pour les licences et les devises n'élimineraient pas tous les obstacles à la circulation internationale des objets de caractère éducatif, scientifique ou culturel » (Guide pour l'application de l'Accord de Florence et de son Protocole, Paris, Unesco, 1978, page 15). Cet article exige ainsi que les États contractants :

« s'engagent, dans toute la mesure du possible :

[1] *Repris de : L'édition scolaire dans les pays du Sud : enjeux et perspectives, AIF, Bordeaux, 1997, 64 p*

a) à poursuivre leurs efforts communs afin de favoriser par tous les moyens la libre circulation des objets de caractère éducatif, scientifique ou culturel et d'abolir ou de réduire toutes restrictions à cette libre circulation qui ne sont pas visées par le présent Accord ;

b) à simplifier les formalités d'ordre administratif afférentes à l'importation des objets de caractère éducatif, scientifique ou culturel ;

c) à faciliter le dédouanement rapide, et avec toutes les précautions désirables, des objets de caractère éducatif, scientifique ou culturel. »

Le Protocole de Nairobi

Le Protocole à l'Accord pour l'importation des objets de caractère éducatif, scientifique ou culturel, connu sous le nom de **« Protocole de Nairobi »**, a été adopté par la Conférence générale de l'Unesco à Nairobi en 1976. Le Protocole de Nairobi, auquel ne peuvent adhérer que les États parties à l'Accord de Florence, est plus libéral et a une portée plus large que l'Accord de Florence.

La liste des livres, publications et documents auxquels s'applique le Protocole de Nairobi a été élargie par rapport à celle contenue dans l'Accord de Florence, afin d'inclure, entre autres : *« les livres imprimés à l'étranger d'après le manuscrit d'un auteur résidant dans le pays d'importation », et « les illustrations isolées et pages imprimées sous forme de feuillets isolés ou brochés, et les épreuves sur papier ou sur film destinées à la production de livres »* (Annexe A au Protocole de Nairobi).

De plus, le Protocole de Nairobi étend l'exemption des droits de douane à plusieurs nouvelles catégories d'objets. La dernière catégorie est d'une importance majeure pour l'industrie du livre. Il s'agit, selon l'Annexe H au Protocole de Nairobi, des *« matières et machines servant à la fabrication de livres, publications et documents »*.

Cette catégorie comporte :

> *« i- Matières servant à la fabrication des livres, publications et documents (pâte à papier, papier de réemploi, papier journal et autres papiers servant à l'impression, encres d'imprimerie, colles, etc.).*
> *ii- Machines à traiter la pâte à papier et le papier; machines pour l'impression et la reliure sous réserve que des machines de valeur technique équivalente ne soient pas présentement fabriquées dans le pays d'importation. »*

Il est à remarquer que les États contractants peuvent déposer, lors de leur adhésion au Protocole de Nairobi, une déclaration de non application pour l'*Annexe H*.

Finalement, le Protocole de Nairobi reconnaît que la protection d'une industrie de l'édition, indigène et naissante, peut constituer un objectif important pour un pays en développement. Ainsi, l'article Vll, §10, déclare:

« Un pays en développement, qui est défini comme tel par l'usage établi de l'Assemblée générale des Nations unies et qui est partie à ce Protocole peut suspendre ou restreindre les obligations résultant de ce Protocole et concernant l'importation de tout objet ou matériel [de caractère éducatif, scientifique ou culturel] si cette importation cause ou menace de causer un grave préjudice à l'industrie.

États contractants

Au 1er janvier 1994, quatre vingt quatre États avaient ratifié l'Accord de Florence, y compris, pour le cas des États membres de l'ACCT, les pays du Sud suivants : Burkina Faso, Cameroun, Congo, Côte d'Ivoire, Gabon, Haïti, Madagascar, Maroc, Maurice, Niger, République démocratique populaire du Laos, Rwanda, Tunisie, Vietnam et République démocratique du Congo (ex-Zaïre). (Source: Unesco)

Quant au Protocole de Nairobi, il avait été ratifié, au 1er janvier 1994, par vingt six États. Aucun pays du Sud membre de l'ACCT ne figurait à cette date parmi ces États.

Droit d'auteur et copyright[1]

Les aspects juridiques de ce que l'on appelle le " droit d'auteur ", varient selon les législations nationales. On se limitera ici à mettre en évidence certains des aspects fondamentaux de ce droit particulier et de souligner l'importance de son respect dans les pays du Sud.
Résultat d'une longue et lente évolution dont on peut faire remonter l'origine au début de l'ère historique, la notion de propriété littéraire et artistique — c'est-à-dire des droits d'un auteur sur l'œuvre qu'il a créée — est déjà nettement affirmée dans l'Antiquité gréco-latine. La révolution technique introduite au XV^e siècle par Gutenberg, l'augmentation considérable de la production de textes et d'images due à l'imprimerie, l'abaissement des coûts de production et donc des prix de vente, les techniques de commercialisation mises au service de cette production accrue et diversifiée, les enjeux financiers qui en résultèrent et les abus — allant jusqu'au piratage — qui suivirent, conduisirent peu à peu les États à réglementer l'impression et la diffusion des ouvrages. Ces réglementations avaient par ailleurs l'avantage de permettre au pouvoir public — longtemps lié au pouvoir religieux — d'exercer un contrôle pouvant aller jusqu'à la censure, sous les diverses formes qu'elle a revêtues.

À la fin du XVII^e siècle et surtout au XVIII^e, certains pays d'Europe et certains États des États-Unis d'Amérique affinèrent la notion de propriété littéraire, allant jusqu'à affirmer qu'elle était " *la propriété la plus sacrée* ". Des législations nationales en découlèrent. Elles furent suivies, à la fin du XIX^e siècle, par un premier accord multinational, **la Convention de Berne (1886)**, et, au milieu du XX^e siècle, sous l'égide de l'Unesco, par la **Convention universelle du droit d'auteur, dite Convention de Genève (1952).** L'une et l'autre de ces conventions ont donné lieu à plusieurs révisions. Parmi celles-ci, les **Révisions de Paris (1971)** s'attachèrent principalement au renforcement des mesures propres à favoriser les pays en voie de développement du point de vue de l'éducation, de la science et de la culture. Un régime particulier y est instauré concernant les ouvrages scolaires, universitaires et de recherche.
Après ce rapide aperçu historique, il convient de souligner les deux principaux *attributs* (c'est le terme juridique consacré) du droit d'auteur qui sont aujourd'hui généralement reconnus : **le droit moral** et **le droit patrimonial** (ou de propriété, ou encore pécuniaire).

Le droit moral

En vertu de son droit moral, l'auteur :

- décide seul de la publication de son œuvre et des formes ou modalités de cette publication ;
- a droit au respect de son nom (ou d'un éventuel pseudonyme, voire de l'anonymat), ce qui veut dire notamment que ce nom doit être mentionné (par exemple par l'éditeur) chaque fois qu'il est question de l'œuvre ;
- a droit au respect de son œuvre, ce qui interdit à quiconque, et notamment à l'éditeur, de procéder à toute modification de l'œuvre sans autorisation expresse de l'auteur ;

[1] *Repris de : L'édition scolaire dans les pays du Sud : enjeux et perspectives, AIF, Bordeaux, 1997, 64 p*

- a droit de retirer son œuvre de la circulation, pour quelque raison que ce soit (droit dit *de repentir* ou de *retrait*), sous réserve de dédommager l'éditeur du préjudice qu'il subirait de ce fait.

La durée du droit moral peut varier. Dans les pays de tradition francophone, cette durée n'est pas limitée dans le temps et le droit moral peut être exercé, après le décès de l'auteur, par ses héritiers ou par toute *autorité* reconnue comme ayant compétence pour le faire.

Le droit patrimonial

Par le droit de *propriété* reconnu à un auteur sur son œuvre, on entend notamment que celui-ci peut légitimement tirer un bénéfice financier de la reproduction et de la diffusion de cette œuvre lorsqu'il les a autorisées, comme on l'a vu plus haut.
L'assiette et le mode de calcul de cette *rémunération* varient selon les temps, les pays, la nature des ouvrages, etc. Dans les pays francophones, on privilégie le principe de la rémunération proportionnelle aux ventes, principe qui a l'avantage d'associer l'auteur au succès commercial de son livre. Toutefois, pour le mettre à l'abri d'un éventuel et trop important échec, on peut lui verser des avances ou *à-valoir garantis* (et donc non récupérables par l'éditeur) sur ces éventuels droits proportionnels. Cependant, la pratique ancienne de la rémunération forfaitaire (c'est-à-dire non proportionnelle) subsiste, dans des cas qui peuvent être précisés dans les législations ou réglementations.

Contrairement à la durée du droit moral, **la durée du droit patrimonial est limitée** dans le temps. Pour les pays adhérant à la Convention universelle, les œuvres doivent être protégées pendant au moins vingt-cinq ans après le décès de l'auteur. La Convention de Berne prévoit, elle, un délai minimal de cinquante ans. Pour les pays membres de l'Union européenne, cette durée est portée, depuis 1995, à soixante-dix ans. À l'expiration du délai légal de protection, l'œuvre est dite " *dans le domaine public* ".
Pour terminer, il n'est pas inutile de souligner l'importance, pour le progrès de toute nation, d'une bonne protection, à travers le *droit d'auteur* de sa production intellectuelle. La réglementation de ce droit et le respect de cette réglementation dans les pratiques professionnelles s'imposent donc à tous. Dans le court terme, cette protection peut parfois paraître contraignante et constituer un frein à la libre circulation des œuvres littéraires et artistiques, par voie, notamment, de traduction ou de reproduction. Ce sont des soucis de cet ordre — concernant en particulier les manuels scolaires — qui ont été pris en compte lors de la Conférence de la propriété intellectuelle de Stockholm de 1967, qui sont suivis par l'Unesco à travers le Comité intergouvernemental du droit d'auteur et qui ont abouti aux Révisions de Paris de 1971 déjà évoquées.

La complexité des problèmes relatifs au droit d'auteur et la diversité des solutions qui y sont apportées selon les temps, les lieux et les circonstances conduisent à conseiller la lecture ou la consultation d'ouvrages spécialisés. Une bonne synthèse est proposée par *l'ABC du droit d'auteur,* Paris, Unesco, 1986.

Le Copyright

Ce mot signifie littéralement, au sens restreint, " droit de copie " ou " droit de reproduction ". Plus largement, il veut dire aussi " droit d'auteur ". Instituée aux États-Unis d'Amérique, en 1909, la formalité du copyright visait à assurer, la protection de la propriété littéraire. Cette formalité consistait à faire figurer sur la page de titre d'un ouvrage ou à son verso le symbole " © " suivi du nom du titulaire du droit d'auteur (à savoir l'auteur lui-même ou son cessionnaire, habituellement l'éditeur) et de l'année de première publication. Il convenait aussi de faire parvenir à la *Library of Congress* de Washington deux exemplaires de l'ouvrage, accompagnés d'une fiche signalétique et de payer un droit d'enregistrement. Ainsi l'ouvrage se trouvait-il protégé aux États-Unis pour une période de vingt-huit ans, renouvelable une fois. Depuis l'adhésion des États-Unis d'Amérique à la Convention de Berne en 1989, le copyright ne joue plus le même rôle. Toutefois, son apposition sur la page de titre (ou son verso) de tout ouvrage permet de désigner sans équivoque le titulaire du droit de reproduction, qu'il s'agisse de l'auteur lui-même ou de l'éditeur, son cessionnaire.

TABLE DES MATIÈRES

Présentation des auteurs 3

Sommaire 7

Préface 9

Introduction 11

L'Organisation internationale de la Francophonie 13

Le Centre Africain de Formation à l'Édition et à la Diffusion 17

Manuel pratique d'édition pour l'Afrique francophone 21

1- L'entreprise d'éditer 23
1.1 Qu'est-ce qu'un éditeur ? 26
1.2 La politique d'entreprise et l'édition 27
1.3 La finalité de l'entreprise éditoriale 28
1.4 Objectifs, environnement et stratégies 29
1.5 L'édition et l'environnement africain 30
1.6 Créer une entreprise d'édition 31
1.7 Créer son entreprise : quelle mise de fonds ? 32
1.8 Si on commençait par devenir packager ? 33
1.9 La chaîne éditoriale 34
1.10 Les métiers de l'édition 35
1.11 Un exemple d'organigramme 37
1.12 La vie associative 38

2- La relation éditeur-auteur 39
2.1 Les fonctions du service éditorial 42
2.2 L'auteur dans la maison d'édition 43
2.3 L'auteur dans la maison d'édition (schéma) 44
2.4 Établir la fiche auteur 45
2.5 La note de lecture 46
2.6 La décision de publication 47
2.7 Droit d'auteur et copyright 48
2.8 Droit moral et droit patrimonial 50
2.9 Les droits d'auteur, modalités de rémunération 51
2.10 Les droits d'auteur, modalités de rémunération (2) 52

2.11 Les droits d'auteur et l'édition numérique 53
2.12 À quoi s'engagent les partenaires ? 55
2.13 Les termes du contrat 57
2.14 Un exemple de contrat simple 58
2.15 Le traducteur fait œuvre originale 60
2.16 Illustrateurs ou photographes, ils sont auteurs 61
2.17 Le droit de citation 62
2.18 Achat de droits de reproduction, modèle de lettre 63
2.19 Cession de droits de reproduction, modèle de lettre 64

3- Gérer 65
3.1 Le pari éditorial 68
3.2 Où va le produit de la vente d'un livre ? 69
3.3 Maîtrise des coûts : une marge étroite 70
3.4 Frais fixes et frais variables 71
3.5 Frais de structure et de commercialisation 72
3.6 Le chapitre des recettes 73
3.7 Le calcul du seuil de rentabilité 74
3.8 Comment amortir ses frais éditoriaux en cas de réimpression ? 75
3.9 La maîtrise des coûts passe par la maîtrise du temps 76
3.10 Un exemple de planning de fabrication 77
3.11 La collection, un espace stratégique efficace 78
3.12 Coproduction et coédition : les principes généraux 79
3.13 Coéditions et coproductions : en Afrique francophone 80
3.14 Simulation d'une coproduction sud/sud 82
3.15 Les incidences de la répartition 83
3.16 Coédition ou coproduction : il faut contracter 84
3.17 Un exemple de contrat de coproduction 85

4- Le secrétariat d'édition 87
4.1 Le prépresse : les bouleversements de la chaîne graphique 90
4.2 Le secrétariat d'édition 92
4.3 Les consignes aux auteurs 93
4.4 Relire et corriger 94
4.5 Les correcteurs orthographiques sont-ils de faux amis ? 96
4.6 Les signes de préparation et de correction 97
4.7 Un exemple de texte à corriger 98
4.8 La fiche de calibrage : exemple d'exploitation 99
4.9 Le code typo, outil de référence 100
4.10 Les coupures de mots 101

4.11 La ponctuation : le point, le point-virgule, la virgule 102
4.12 La ponctuation : deux points, points de suspension, tirets, crochets... 103
4.13 Les blancs de ponctuation 104
4.14 Comment traiter les abréviations ? 105
4.15 Ce qui se dit en italique 106
4.16 Les principales abréviations de mesure 107
4.17 Comment traiter les nombres ? 108
4.18 Bibliographie, présentation 109
4.19 Le travail sur l'illustration 110
4.20 Créer la maquette 111
4.21 Le calibrage de la copie 112
4.22 La matrice typographique, outil d'analyse et de dialogue 113
4.23 Hiérarchie des titres, organisation des pages liminaires 114
4.24 La page de titre : trois éléments distincts 115
4.25 La page de faux titre et les titres courants 116
4.26 Le traitement des notes 117
4.27 Le traitement du sommaire et du foliotage 118
4.28 L'édition numérique : l'ePUB 119

5- Fabriquer 121

Le papier 123

5.1 L'achat de papier : un poste mal maîtrisé 124
5.2 La composition du papier : une mince feuille de bois 125
5.3 De la pâte dépend le papier 126
5.4 La fabrication de la feuille 127
5.5 Des caractéristiques multiples et rigoureuses 128
5.6 Pour les livres non-illustrés, les papiers "nature" 129
5.7 Pour l'image, les papiers avec apport de matière 130
5.8 Quels papiers pour les manuels scolaires ? 131
5.9 Les formats de papier 132
5.10 De l'in-plano à l'in 32 : il faut savoir plier 133
5.11 Combien pèse un livre ? 134
5.12 Imprimer, c'est gâcher 135
5.13 Trois exemples de calcul de gâche 136
5.14 Quel poids ? Quel coût ? 137
5.15 Comment calculer le poids d'une rame ? 138
5.16 L'achat sur stock 139
5.17 La commande sur fabrication 140
5-18 La commande est un contrat 141

L'impression **143**
5.19 Impression et façonnage : fournisseurs et responsabilités 144
5.20 L'impression avec forme imprimante 146
5.21 Offset : le principe des machines offset à feuilles 147
5.22 Pour répondre aux besoins, des structures différenciées 148
5.23 La fabrication de la plaque offset 149
5.24 Calage et roulage 150
5.25 Pour changer de vitesse: les rotatives offset à bobines 151
5.26 Une famille à deux branches 152
5.27 Votre imprimeur est-il bien « placé » ? 153
5.28 Quand le numérique s'installe dans les presses 154
5.29 CTF : mais où est donc passée la table lumineuse ? 155
5.30 CTP : le film aux oubliettes 156
5.31 CTPress : exit le calage ! 157
5.32 Sans film, sans plaque, sans calage : l'impression numérique 158
5.33 Les éléments de la demande de devis d'impression 159
5.34 La demande de devis pour la couverture 160
5.35 Frais fixes, frais variables: répartition des coûts de production 161
5.36 Exploitation de la grille des coûts de production 162
5.37 Pourquoi utiliser la grille de calcul des coûts de production ? 163
5.38 Isoler les termes du devis 164
5.39 Grille de calcul pour rechercher un coût de réimpression 165
5.40 Un exemple de demande de devis 166
5.41 La réponse de l'imprimeur 167
5.42 Imprimeurs, une famille composite ? 168
Le façonnage **169**
5.43 La chaîne de brochage 170
5.44 Les opérations en amont de la chaîne de brochage 171
5.45 Profil d'une chaîne d'assemblage avec dos carré-collé 172
5.46 Profil d'une chaîne d'encartage-piqueuse 173
5.47 Le cartonnage et la reliure 174
5.48 Les éléments de la demande de devis d'un ouvrage broché 175
5.49 Récapitulons : les étapes du façonnage 176

6- Les spécificités du livre scolaire **177**
6.0 La chaîne du livre scolaire 179
6.1 Les acteurs de la chaîne éditoriale scolaire 180
6.2 Livre scolaire : contrat ou convention ? 181
6.3 Un exemple de convention 182
6.4 Annexe à la convention : Cahier des charges concernant le manuscrit 183

7- Diffuser et distribuer 185
7.1 L'éditeur et la commercialisation 186
7.2 La distribution et la diffusion : rôle et fonctions 187
7.3 Les circuits de distribution et de diffusion 188
7.4 La distribution du livre scolaire 189
7.5 L'Afrique francophone manque de diffuseurs 190
7.6 Le service commercial chez l'éditeur 191
7.7 Pour connaître son public : les études de marché 192
7.8 Rôle et responsabilités du libraire 193
7.9 Des modes de vente propres au livre 194
7.10 Les conditions de vente aux distributeurs, diffuseurs et libraires 195
7.11 Exemple d'un contrat de diffusion exclusive 196
7.12 Les hommes et les femmes de la vente 197
7.13 La visite chez le libraire 198
7.14 L'animation de l'équipe de vente 199
7.15 Le rapport hebdomadaire de visite 200
7.16 Établir et réaliser les objectifs de vente 201
7.17 La fiche de suivi des ventes 202
7.18 La promotion des ventes 203
7.19 Trois outils de la promotion : l'argumentaire, le catalogue et le site web 204
7.20 Comment gérer les stocks ? 205
7.21 Le rôle des foires et des expositions 206

8- Bibliographie sélective 207

9- Webographie sélective 211

10- Glossaire 215

11- Annexes 235
- Accord de Florence et Protocole de Nairobi 237
- Droit d'auteur et Copyright 240

Table des Matières 243

Publications du CAFED

Les métiers du livre en Afrique francophone : situation et besoins de formation

ACCT-CAFED, Bordeaux, 1996.

L'Annuaire des stagiaires et participants 1989-2012

OIF-CAFED, Tunis, 3ème édition, 2013.

Centre Africain de Formation à l'Édition et à la Diffusion
Av. Charles Nicole, Im. Intilak, App. n°18, 2ème étage, 1082 Cité Mahrajène - Tunis, Tunisie
Tél.: (216) 71 894 627 — Télécopie: (216) 71 288 313 — Courriel: cafed@topnet.tn