



Étude sur les maisons d'édition en Occitanie



Rapport final

21 juin 2023

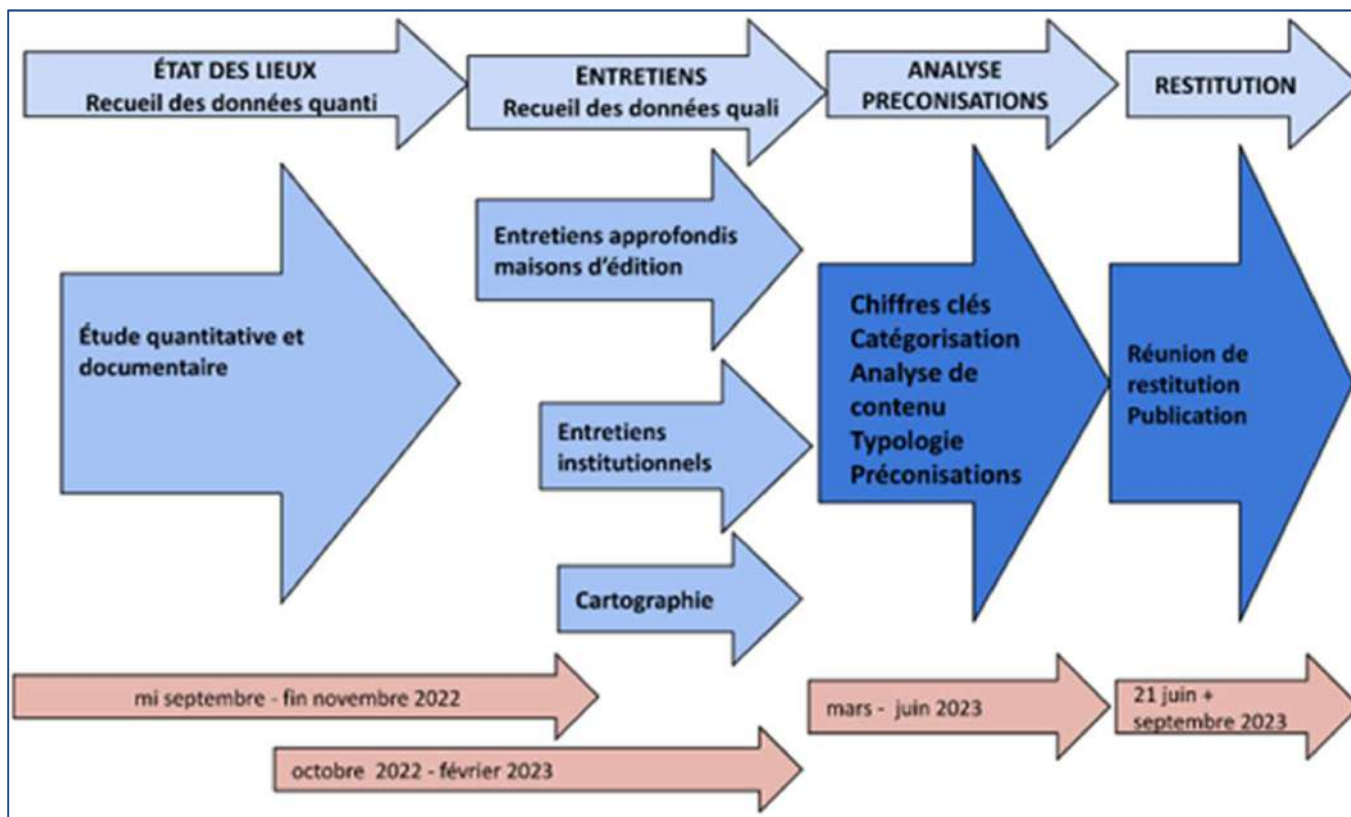
Mathias Echenay - Sophie Fourcade - Françoise Geoffroy-Bernard

Occitanie Livre & Lecture - Étude ÉDITION



Schéma méthodologique *(actualisé)*

Organisation





Calendrier indicatif (actualisé)

Organisation

Étapes	Contenu/Livrables	Période
RÉUNION DE CADRAGE	CR de réunion	7 juillet 2022
1 Préparation du questionnaire quanti	Rédaction du questionnaire, validation agence	juillet - août 2022
	> Définition du corpus	fin août - septembre 2022
2 Administration étude quantitative en ligne AGENCE	> administration/relance > RV éditeurs et diffuseur	15 septembre - 27 novembre 2022
3 Analyse étude quantitative en ligne	> Compléments d'informations > Tris à plat et croisés > Cartographie	décembre 2022 – février 2023
4 Étude qualitative	> Prise de RV > Réalisation des 19 entretiens	21 novembre 2022 – janvier et février 2023
COFIL INTERMÉDIAIRE	Point d'étape	8 février 2023
5 Analyse quantitative Évaluation de l'accompagnement	> Chiffres clés > Catégorisation > Entretiens avec institutionnels > Recherche documentaire	février – avril 2023
COFIL INTERMÉDIAIRE	Point d'étape	19 avril 2023
6 Analyse qualitative Préconisations	> Analyse de contenu > Typologie des éditeurs > Préconisations	mars – juin 2023
RESTITUTION	Rapport final Présentation publique	21 juin + septembre 2023

- Analyse des **données quantitatives** et économiques
- Tris à plat et croisés (ex. CA, nb titres/an, ancienneté...)
- **Chiffres clés - Catégorisation - Cartographie**
- Entretiens avec **institutionnels** : 3 entretiens avec les principaux financeurs (Région, DRAC)
- Recherche documentaire sur les dispositifs existants
- Analyse de contenu (**19 entretiens** approfondis)
- Fiches des éditeurs rencontrés
- **Typologie** des maisons d'édition en Occitanie
- **Préconisations** transversales et par profil-type éditeur



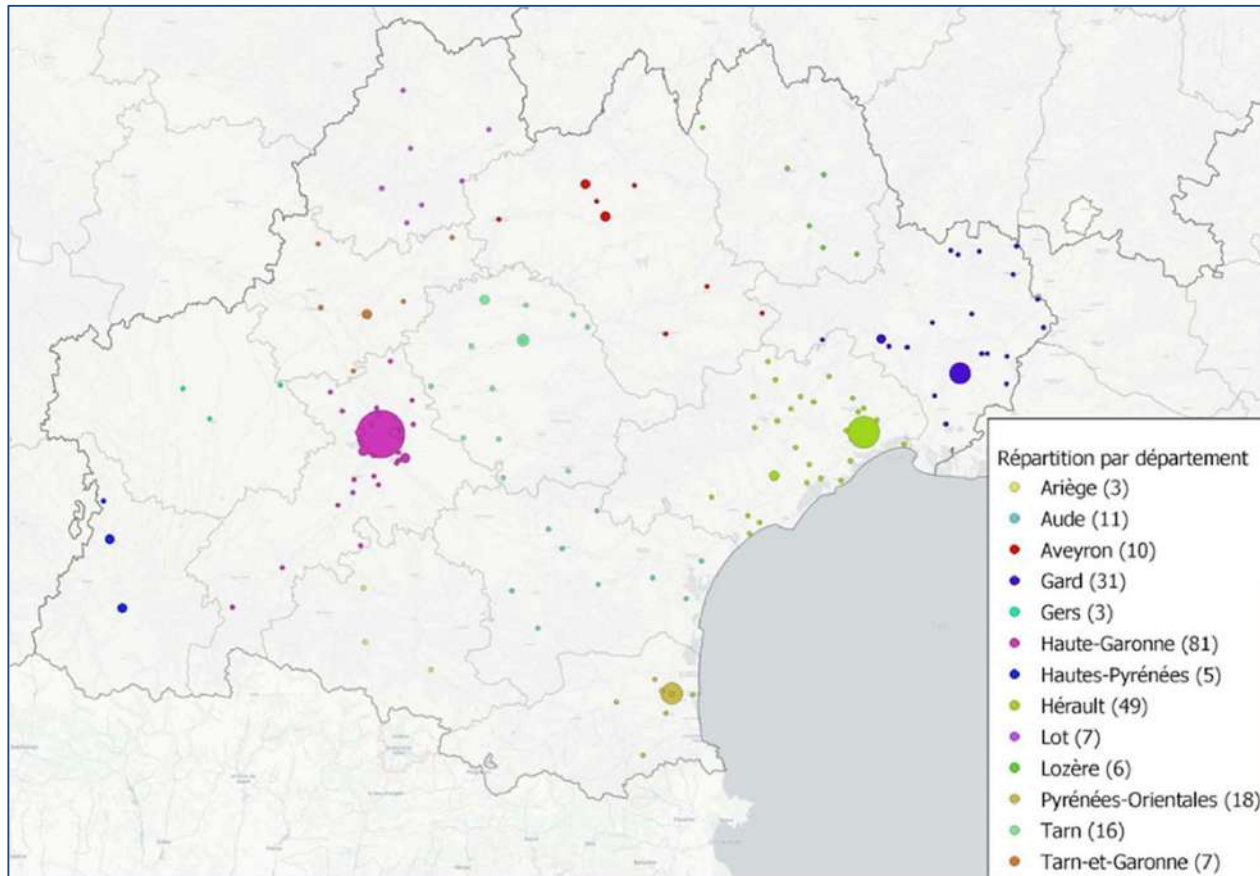
CARTOGRAPHIE



Occitanie Livre & Lecture - Étude ÉDITION



Étude quantitative : Cartographie 247 éditeurs d'Occitanie



Prédominance des éditeurs en :

Haute-Garonne (33 %)

33 % de l'échantillon

25 % de la population en Occitanie

Hérault (20 %)

24 % de l'échantillon

21 % de la population en Occitanie

NB Projet de croisement avec cartographie des **librairies** et des **manifestations littéraires** en Occitanie

ALCA 2023 : Gironde (34 %)

Bretagne 2023 : Île-et-Vilaine (35 %)

ARL PACA 2019 : Bouches-du-Rhône (52 %)

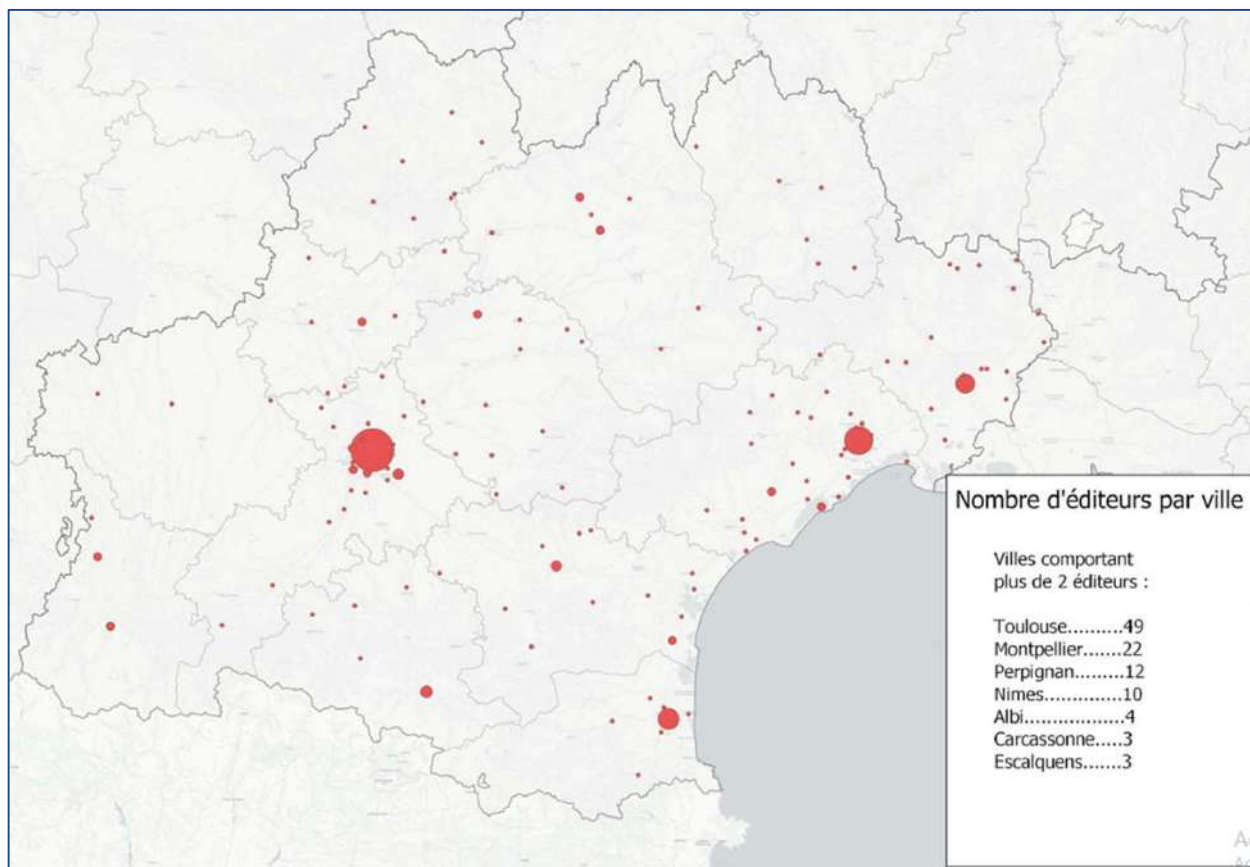
AuvRA LL 2017 : Métropole Lyon (31 %)

LR2L 2010 : Hérault (44 % des éditeurs)

MP 2012 : Haute-Garonne (55 %)



Étude quantitative : Cartographie 247 éditeurs d'Occitanie



Prédominance des éditeurs d'Occitanie à :

Toulouse (20 %)
60 % des éditeurs du département

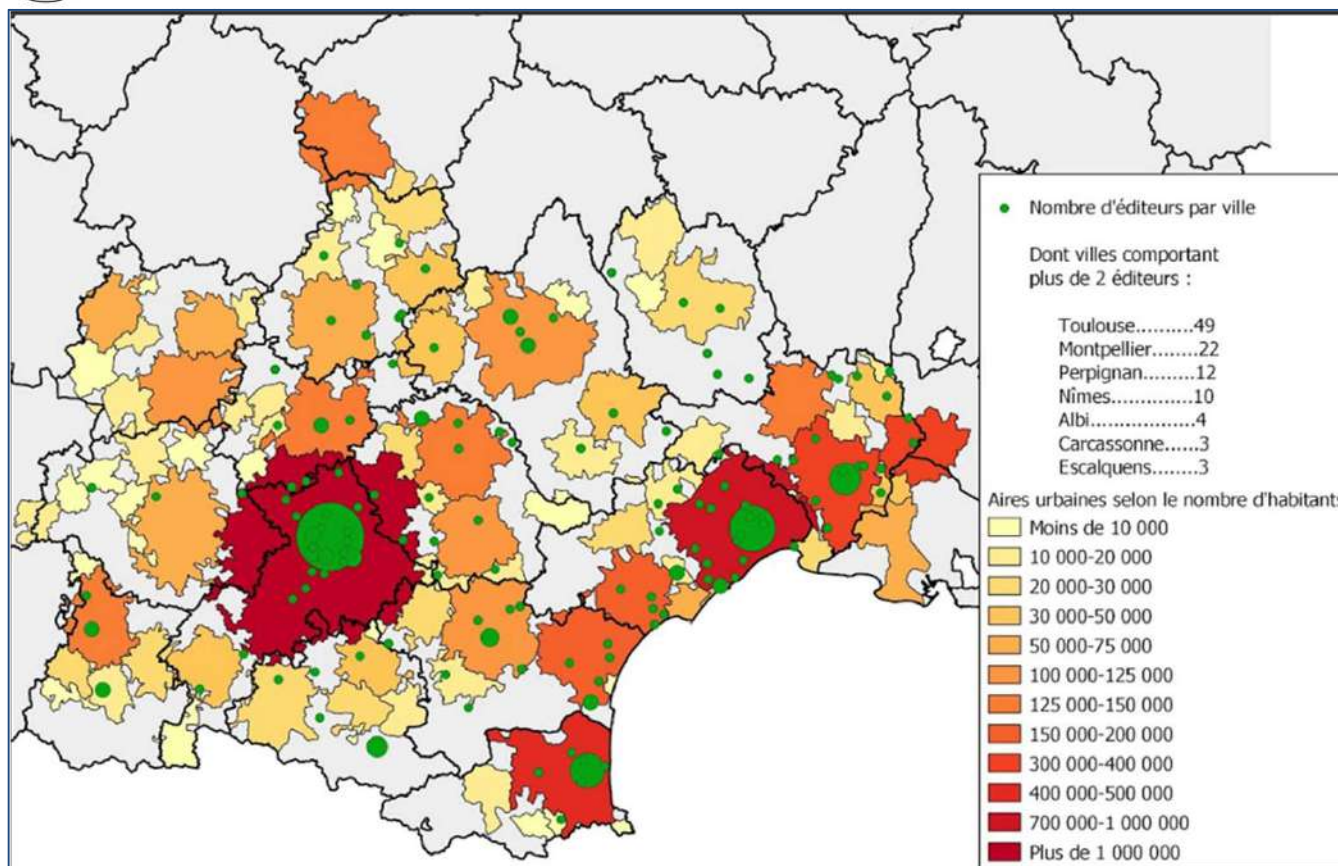
Montpellier (9 %)
45 % des éditeurs du département

Perpignan (5 %)
67 % des éditeurs du département

Nîmes (4 %)
32 % des éditeurs du département



Étude quantitative : Cartographie 247 éditeurs d'Occitanie



Prédominance des éditeurs d'Occitanie dans les métropoles urbaines / AAV* principalement à :

Toulouse (20 %)

Montpellier (9 %)

Perpignan (5 %)

Nîmes (4 %)

*AAV ou *aires d'attraction des villes* de l'INSEE, notion qui a remplacé en 2020 la notion d'aire urbaine de 2010.



ÉTUDE QUANTITATIVE





Étude **quantitative** : Méthodologie

Organisation

- Information via le site OL&L + réseaux sociaux + newsletter
- Envoi du questionnaire (SurveyMonkey) le 15 septembre 2022 à **252 éditeurs**
- Relances téléphoniques par l'Agence jusqu'au 27 novembre 2022

- **86 réponses retenues** (questionnaires complets) sur SurveyMonkey

- Taux de réponse global (86 / 247) = **35 %**
 - Bretagne 2023 : 30 / 118 = 25 %*
 - FEDEI 2023 : 280 / 1 500 = 19 %*
 - ALCA 2023 : 51 / 193 éditeurs (sur 253 avec les "structures éditoriales") = 26 %*
 - ARL PACA 2019 : 46 / 142 = 32 %*
 - AuvRA LL 2017 : 58 / 130 = 45 %*
 - LR2L 2010 : 74 % - MP 2012 : 34 %*

- Taux de réponse sur **sélection prioritaire** (51 / 77) : **66 %**
 - Bretagne 2023 : 17 / 50 = 34 %*
 - FEDEI 2023 : 213 / 330 adhérents ? = 65-70 % - 45 avec données économiques*
 - AuvRA LL 2017 : 86 / 130 pour données économiques grâce aux liasses fiscales = 66 %*
 - Ciclic 2016 : 26 / 35 "coeur de cible" = 74 %*



Étude documentaire : Sources principales

Organisation

- **Les Maisons d'édition professionnelles en Languedoc-Roussillon (LR2L - 2010)**
- **L'Édition en Midi-Pyrénées (CRL Midi-Pyrénées - 2012)**
- *L'Édition en région Centre-Val de Loire (Ciclic - 2016)*
- **Chiffres clés actualisés des différentes régions (AuvRA LL 2017, ARL PACA 2019, Bretagne 2023...)**
- *Le Livre face à la pandémie (Fill - 2020)*
- Cycle de formations 2022-2024 (DDAME - Université Toulouse-Jean Jaurès / Occitanie Livre & Lecture)
- **Les Maisons d'édition en Nouvelle-Aquitaine (Asford/Edinovo - 2023)**
- **Situation économique de l'édition indépendante (FEDEI - Assises 2 et 3 février 2023)**
- *Situation des petites et moyennes maisons d'édition (Ministère de la culture - en cours)*



Étude quantitative : Titres disponibles en 2022

Périmètre 86 répondants

32 382 titres disponibles en 2022

Livres
imprimés



Sur les 86
répondants

81 éditeurs

Nb moyen
de titres

281 titres

Livres
numériques



31 éditeurs

173 titres

Livres
audio



9 éditeurs

16 titres

Revue



16 éditeurs

222 titres

Livres
d'artistes



16 éditeurs

34 titres



Étude quantitative : Nombre de titres au catalogue

Périmètre 86 répondants

- **81 éditeurs de livres imprimés :**

- * dont 31 publiant également des livres numériques
- * dont 13 publiant également des livres d'artiste
- * dont 13 publiant également des revues
- * dont 8 publiant également des livres audios

Si le nombre moyen de titres papier disponibles est de 281,
la valeur médiane se situe elle à 69 titres.

FEDEI 2023 : 103 / 105 titres disponibles /actifs (moyenne)

ARL PACA 2019 : 50 titres au catalogue (médiane)

Bretagne 2023 : 178 titres au catalogue en moyenne

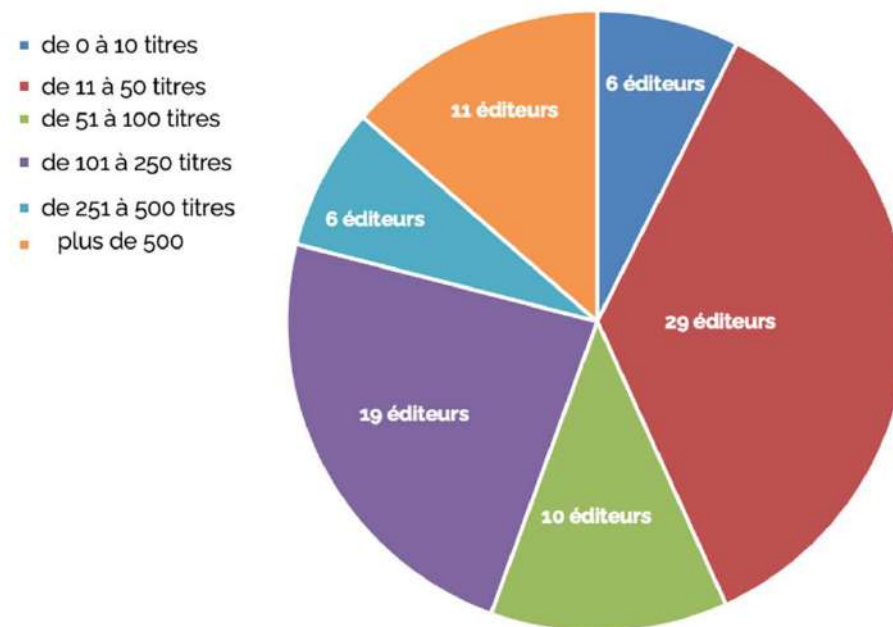
Occitanie 2021 : 57 % ont moins de 100 titres au catalogue

ALCA : 42 % ont moins de 50 titres au catalogue

MP 2012 : 51 % ont moins de 50 titres au catalogue

LR2L 2010 : 47 % ont moins de 50 titres au catalogue

Nombre d'éditeurs par profondeur de catalogue en 2022 - Livres imprimés





Étude quantitative : Domaines éditoriaux

Périmètre 86 répondants

Une offre diversifiée avec des dominantes :

Littérature,
Sciences humaines,
Jeunesse et Art
+ Poésie/Théâtre
+ Culture régionale

En moyenne, des éditeurs présents
sur **3 catégories** d'ouvrages.

FEDEI 2022/2023 : Romans, Jeunesse, Poésie

ALCA 2022/2023 : Litt, Arts/Beaux livres, Régionalisme

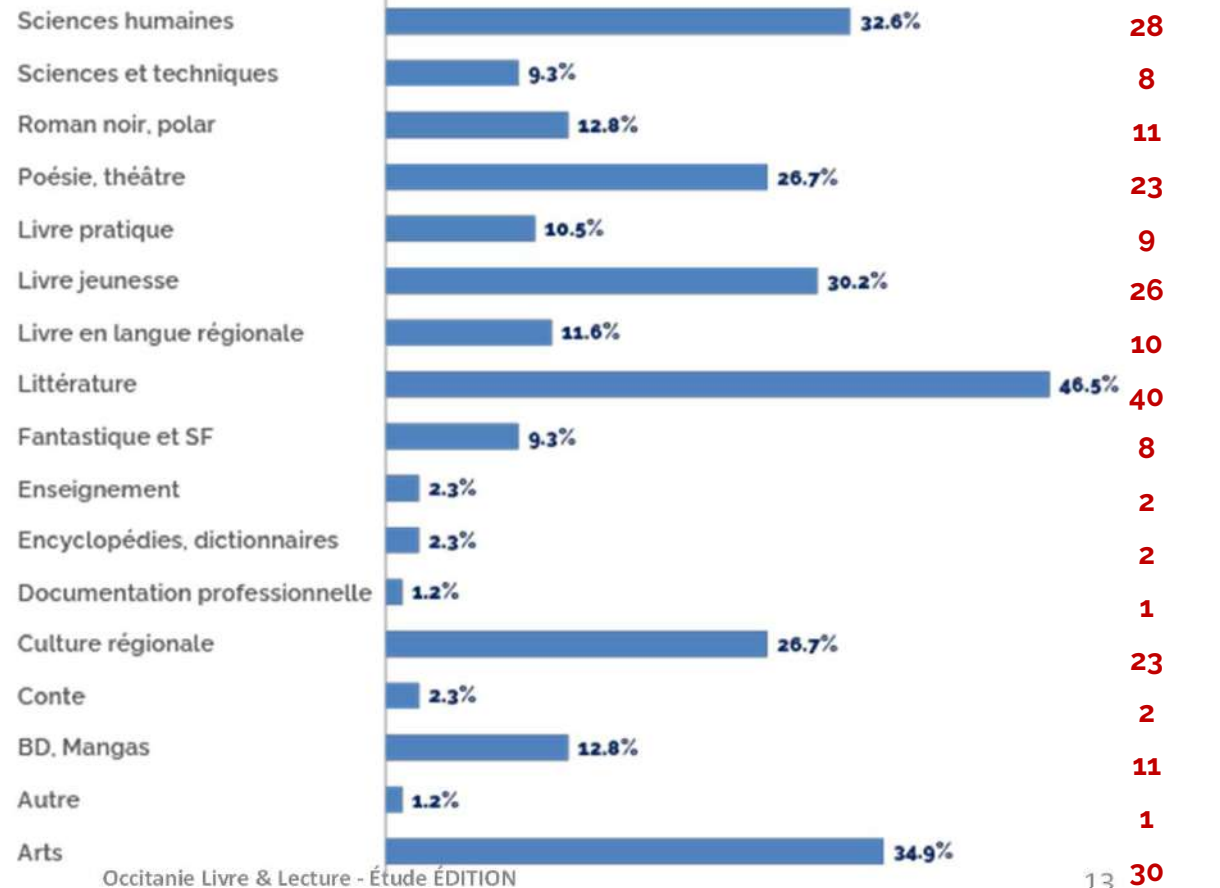
Bretagne 2023 : Régionalisme, Littérature, BD, Jeunesse

AuvRA LL 2017 : Litt, Jeunesse, SHS

LR2L 2010 : Litt, Vie pratique, Jeunesse

MP 2012 : Litt, SHS, Beaux livres/Pratique

21 juin 2023





Étude quantitative : Nombre de nouveautés/an

Périmètre 86 répondants

En **moyenne** : **20** nouveautés par an

Un chiffre **stable depuis 2019** mais qui cache des disparités fortes entre les maisons
(**médiane** : **6** par an).

	2019	2020	2021	2022
Nombre de nouveautés	1 696	1 559	1 749	1 718
Moyenne	20,2	18,3	20,3	20,0

*FEDEI 2023 : 8 / an (médiane)
ALCA 2023 : 12 / an (moyenne)
Bretagne 2023 : 11 / an (médiane)
ARL PACA 2019 : 1 650 titres / an
ARL PACA 2019 : 1 à 5 / an (58%)*

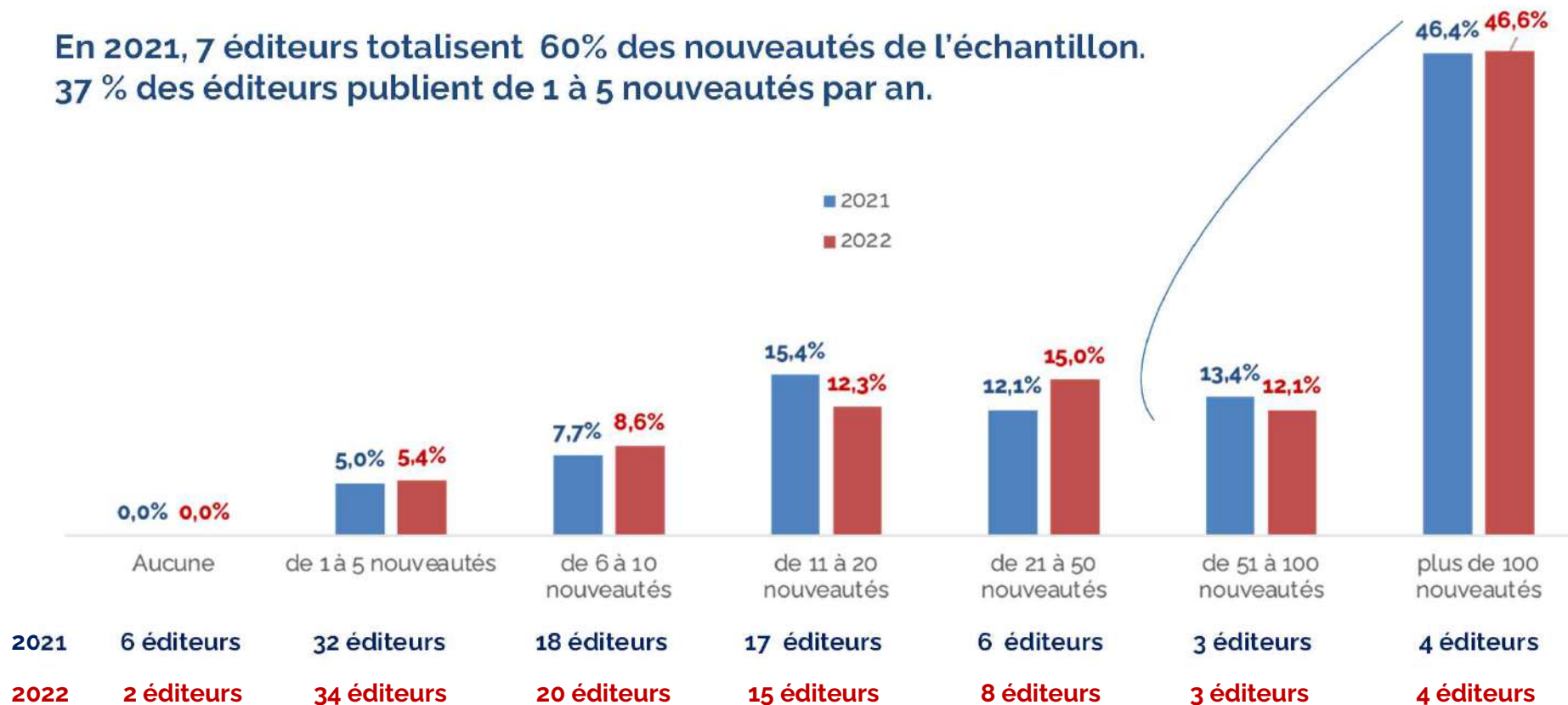
*LR2L 2010 : 1 à 5 / an (38 %)
MP 2012 : 1 à 5 / an (50 %)*



Étude quantitative : Nombre de parutions / an

Périmètre 86 répondants

En 2021, 7 éditeurs totalisent 60% des nouveautés de l'échantillon.
37 % des éditeurs publient de 1 à 5 nouveautés par an.



21 juin 2023

Occitanie Livre & Lecture - Étude ÉDITION

15



Étude quantitative : structure par tranche de CA édition

Périmètre 66 répondants

Un CA très concentré : 9 maisons = 86% du CA 2021

57 % des maisons d'édition	Répartition CA édition Année 2021	Nombre de maisons d'édition	CA moyen	Nb moyen de salariés	Tirage moyen	Tirage médian
Moins de 100 k€	2,6%	38	34 147 €	5,7	958 ex	800 ex
de 100 k€ à 500 k€	5,2%	15	177 204 €	2,8	1 364 ex	1 500 ex
de 501 k€ à 1 M€	6,5%	4	821 018 €	5	1 675 ex	1 600 ex
Plus d'1 M€	85,7%	9	4 825 341 €	15,9	3 078 ex	3 000 ex
Total	100,0%	66	767 693 €	7	1 383 ex	1 000 ex

FEDEI 2023 (- de 75 k€ : 61 %)

ARL PACA 2019 (- de 100 k€ : 77 %)

AuvRA LL 2017 (- de 100 k€ : 55 %)

Bretagne 2023 (- de 75 k€ : 43 %)

LR2L 2010 (- de 100 k€ : 23 / + de 500 k€ : 4)

MP 2012 (- de 100 k€ : 25 / + de 500 k€ : 8)

21 juin 2023

Occitanie Livre & Lecture - Étude ÉDITION

16



Étude quantitative : Premiers constats

Périmètre 66 répondants

Un nombre de nouveautés proposées corrélé à la taille de la maison

	Répartition CA Année 2021	Nombre de maisons d'édition	Nb moyen de nouveautés
Moins de 100 k€	2,6%	38	11
de 100 k€ à 500 k€	5,2%	15	22
de 501 k€ à 1 M€	6,5%	4	24
Plus d'1 M€	85,7%	9	84
Total	100,0%	66	25

57 % des maisons
d'édition

FEDEI 2023 (- de 75 k€ : 61 %)

Bretagne 2023 (- de 75 k€ : 43 %)

ALCA 2023 : CA moyen 2021 : 188 k€

ARL PACA 2019 (- de 100 k€ : 77 %)

AuvRA LL 2017 (- de 100 k€ : 55 %)

LR2L 2010 (- de 100 k€ : 23 / + de 500 k€ : 4)

MP 2012 (- de 100 k€ : 25 / + de 500 k€ : 8)



Étude quantitative : CA édition & âge de la maison

Périmètre 66 répondants

Pas de lien évident entre l'âge des maisons et le CA généré.

	Moins de 5 ans	de 5 à 10 ans	de 11 à 15 ans	de 16 à 20 ans	de 21 à 30 ans	de 31 à 50 ans	Plus de 50 ans	Non renseigné	Total
Moins de 100 K€	6	6	5	6	8	5		2	38
de 100K€ à 500 K€		1	1	4	4	4	1		15
de 501K€ à 1 M€					1	1	2		4
Plus d'1 M€	1		3	1	2	2			9
Total général	7	7	9	11	15	12	3	2	66

Biotopie : correspond à une séparation récente de l'activité livres vs activité principale du groupe.



Etude quantitative : Nbre nouveautés & âge de la maison

Périmètre 66 répondants

L'ancienneté de la maison ne semble pas être un critère explicatif du nombre de parutions.

44% des maisons tous âges confondus produisent entre 6 et 20 nouveautés par an.

Et plus d'1/3 des éditeurs publient un maximum de 5 titres sur l'année.

	Entre 1 et 5 nouveautés	Entre 6 et 10 nouveautés	de 11 à 20 nouveautés	de 21 à 50 nouveautés	de 51 à 100 nouveautés	Plus de 100 nouveautés	Total
Moins de 5 ans	1	5		1			7
de 5 à 10 ans	4	2	1				7
de 11 à 15 ans	3	2	1	1	2		9
de 16 à 20 ans	5	2	3	1			11
de 21 à 30 ans	6		7	2	1		16
De 31 à 50 ans	4	4	1			3	12
Plus de 50 ans	1		1	2			4
Total	24	15	14	7	3	3	66



Étude quantitative : CA édition & Emploi salarié et non salarié

Périmètre 66 répondants

! La question portait sur l'ensemble des personnes participant à l'activité édition qu'elle soit ou non rémunérée

A première vue, un nombre de collaborateurs indépendant du CA réalisé par la maison d'édition

	Répartition CA édition Année 2021	Nombre de maisons d'édition	CA moyen	Nb moyen de collaborateurs
Moins de 100 k€	2,6%	38	34 147 €	5,7
de 100 k€ à 500 k€	5,2%	15	177 204 €	2,8
de 501 k€ à 1 M€	6,5%	4	821 018 €	5
Plus d'1 M€	85,7%	9	4 825 341 €	15,9
Total	100,0%	66	767 693 €	7



Étude quantitative : CA édition & Emploi salarié et non salarié

Périmètre 66 répondants

En affinant l'analyse par type d'emplois => un nombre d'emplois salariés
fonction de la taille de la maison d'édition.

	Répartition CA édition Année 2021	Nombre de maisons d'édition	Nb moyen de collaborateurs	Nombre moyen de collaborateurs <i>CDI + CDD + Apprentis</i>	Nombre moyen de collaborateurs <i>Autres statuts</i>
Moins de 100 k€	2,6%	38	5,7	0,6	4,3
de 100 k€ à 500 k€	5,2%	15	2,8	2,4	3,4
de 501 k€ à 1 M€	6,5%	4	5	4,3	0,5
Plus d'1 M€	85,7%	9	15,9	15,8	0,1
Total	100,0%	66	7	3,1	3,4



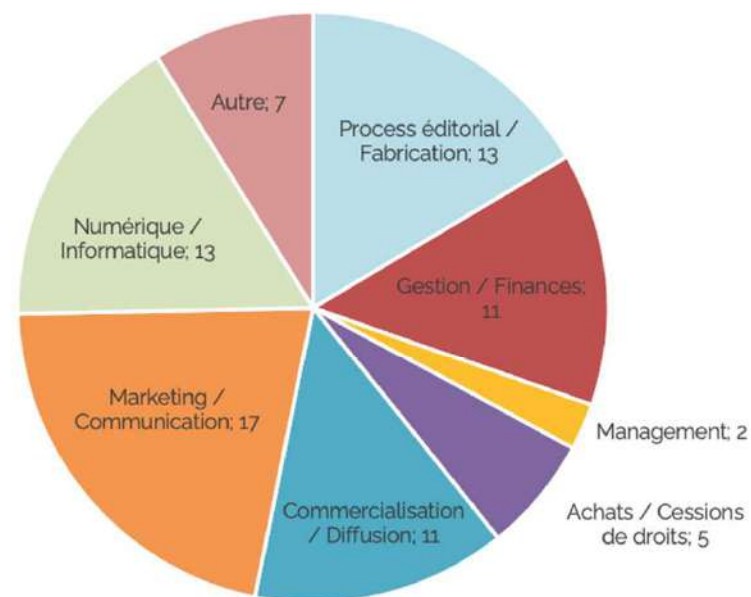
Étude quantitative : Formation

Périmètre 77 répondants

A la question « Des actions de **formation** continue ont-elles été **organisées récemment** (moins de 5 ans) ? », **38 éditeurs** ont répondu **Oui** et **39 Non**

Mais ils sont **42** à **envisager des actions de formation** à l'avenir en particulier dans les domaines figurant dans le diagramme présenté.

Domaines de formation envisagés

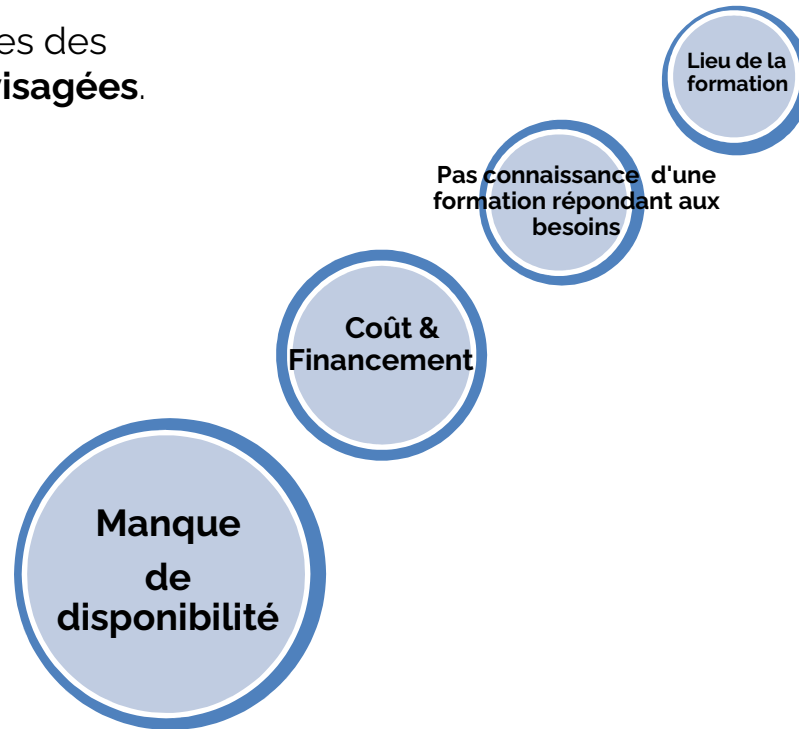




Étude quantitative : Les principaux freins à la formation

Périmètre 35 répondants

35 maisons pour lesquelles des formations ne sont pas envisagées.
Mais pourquoi?





Focus NUMÉRIQUE



Occitanie Livre & Lecture - Étude ÉDITION



Étude quantitative : Focus livres numériques

Périmètre 86 répondants

Livres numériques



5 363 titres disponibles en 2022

31 éditeurs

Bretagne 2023 : 37 % publient des livres numériques

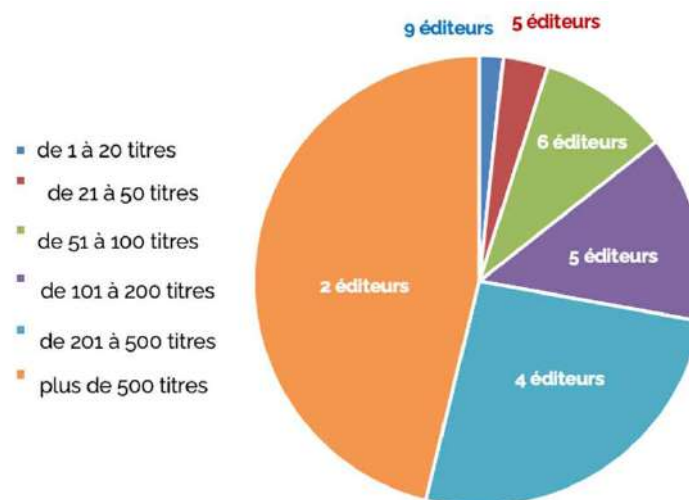
ALCA : 1 sur 3 publient des livres numériques

FEDEI : 40 % publient des livres numériques

MP 2012 : 30 % publient des ouvrages au format papier et numérique

LR2L 2010 : 18 % publient des livres numériques

Nombre d'éditeurs par profondeur de catalogue en 2022 – Livres numériques





Étude quantitative : le Numérique en quelques chiffres

Périmètre 31 répondants

- Le numérique représente en moyenne **2,9%** du CA des éditeurs positionnés principalement sur le marché de la **littérature** et **26,7%** du CA des éditeurs spécialisés en **SHS/universitaire/professionnel** (3 éditeurs).

Des données comparables aux derniers chiffres publiés par le SNE (Chiffres éditions 2021)

Le numérique = 5,37% du CA total Littérature

= 1,16% du CA ouvrages Grand public (hors littérature)

= 41,55% du CA Universitaire et Professionnel

- 5 363 références disponibles en 2022
- Des titres qui correspondent pour **80,6%** des éditeurs à la **version numérique de leur offre papier** avec des parutions en simultané (pour 15 éditeurs) ou quelques mois après la parution du titre imprimé (6 éditeurs)*



!!* 10 éditeurs n'ont pas répondu



Étude quantitative : le Numérique en quelques chiffres

Périmètre 31 répondants

- Une **offre majoritairement multiformats** : 28 des 31 éditeurs proposent au moins 2 formats de fichiers. A côté du format de prédilection (epub), mise à disposition de fichiers pdf (ou mobi)
- Pour près de **7 éditeurs sur 10, délégation de la commercialisation** (distribution et diffusion) des ouvrages numériques (20 éditeurs sur 29 répondants).
- **En moyenne, prix des ouvrages numériques < 42% du prix papier** mais ce taux cache des disparités fortes : 12 éditeurs pratiquent des baisses de prix supérieures à 50% ; 13 proposent une baisse de prix comprise entre 20% et 42%.



Marché du numérique avec un écart de prix constaté : prix numérique inférieur de 20% à 30% vs prix papier.

!!* 10 éditeurs n'ont pas répondu

21 juin 2023

Occitanie Livre & Lecture - Étude ÉDITION

27



Étude quantitative : le Numérique & Familles de livres

Périmètre 31 répondants

36% des éditeurs sondés proposent une offre numérique.

- une **offre numérique plus importante pour les titres en noir** (litté, polar, SF) et **les ouvrages portant sur la connaissance et le savoir.**
- A noter un poids important du numérique sur le marché des mangas..

Domaines	Nb éditeurs papier	Nb éditeurs numérique	
Arts	30	10	33,3%
BD, Mangas	11	5	45,5%
Culture régionale	23	6	26,1%
Documentation professionnelle	1	1	100,0%
Encyclopédies, dictionnaires	2	0	
Enseignement	2	1	50,0%
Fantastique et SF	8	5	62,5%
Littérature	40	17	42,5%
Livre en langue régionale	10	2	20,0%
Livre jeunesse	26	10	38,5%
Livre pratique	9	5	55,6%
Poésie, théâtre	23	5	21,7%
Roman noir, polar	11	7	63,6%
Sciences et techniques	8	5	62,5%
Sc. humaines (Histoire, Philosophie..)	28	19	67,9%
Ensemble des éditeurs	86	31	36,0%





Focus COMMERCIALISATION



Occitanie Livre & Lecture - Étude ÉDITION



Étude quantitative : Diffusion & Distribution

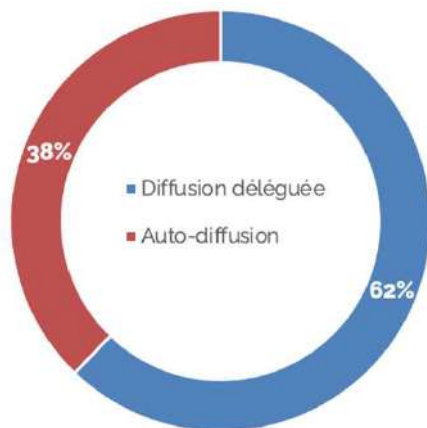
Diffusion - Périmètre 82 répondants

Distribution - Périmètre 78 répondants

Rappel : 66 éditeurs ayant répondu aux questions portant sur le CA.
Les % de CA sont calculés sur ce périmètre de 66 répondants.

**31 éditeurs (dont 21 éditeurs
ayant répondu à la question du CA)
6,5% du CA édition 2021**

*FEDEI 2023 : Diffusion déléguée
59% - Distribution déléguée 68%*
*ALCA 2023 : Diffusion-Distribution
déléguée 60 %*
*Bretagne 2023 : Diffusion déléguée
65 % - Distribution déléguée 67 %*
*LR2L 2010 : Diffusion déléguée 41%
- Distribution déléguée 47 %*
*MP 2012 : Diffusion déléguée 53 % -
Distribution déléguée 55 %*

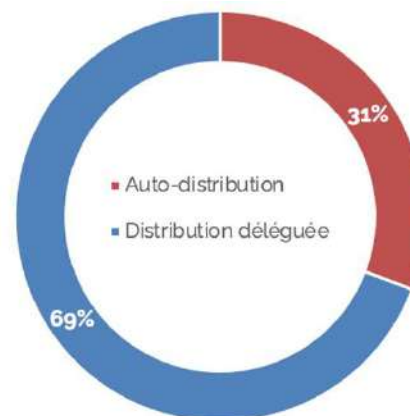


**51 éditeurs (dont 45 éditeurs
ayant répondu à la question du CA)
93,5% du CA édition 2021**

31 éditeurs autodiffusés

Et pour 22 d'entre eux, l'autodiffusion est un choix de leur part
(6 ont répondu non à la question L'autodiffusion est-il un choix, 5 n'ont pas répondu).

**24 éditeurs (dont 16 éditeurs
ayant répondu à la question du CA)
3,8% du CA édition 2021**



**54 éditeurs (dont 50 éditeurs
ayant répondu à la question du CA)
96,2% du CA édition 2021**



Étude quantitative : Diffusion & Distribution

Périmètre 66 répondants

	Répartition CA édition Année 2021	Nombre de maisons d'édition	Diffusion		Distribution	
			Nb éditeurs Diffusion déléguée	Nb éditeurs Auto Diffusion	Nb éditeurs Distribution déléguée	Nb éditeur Auto Distribution
Moins de 100 k€	2,6%	38	23	15	26	12
de 100 k€ à 500 k€	5,2%	15	11	4	12	3
de 501 k€ à 1 M€	6,5%	4	3	1	3	1
Plus d'1 M€	85,7%	9	8	1	9	
Total	100,0%	66	45	21	50	16



Étude quantitative : Diffusion & Distribution

Périmètre 66 répondants

**68% des éditeurs ont recours à une diffusion déléguée.
Un taux encore plus important pour la délégation de distribution.**

Diffusion

Distribution

	Répartition CA édition Année 2021	Nombre de maisons d'édition	Diffusion déléguée		Auto-Diffusion		Distribution déléguée		Auto-Distribution	
			Nb éditeurs	% diffusion déléguée	Nb éditeurs	% Auto-Diffusion	Nb éditeurs	% distribution déléguée	Nb éditeurs	% Auto-Distribution
Moins de 100 k€	2,6%	38	23	60,5%	15	39,5%	26	68,4%	12	31,6%
de 100 k€ à 500 k€	5,2%	15	11	73,3%	4	26,7%	12	80,0%	3	20,0%
de 501 k€ à 1 M€	6,5%	4	3	75,0%	1	25,0%	3	75,0%	1	25,0%
Plus d'1 M€	85,7%	9	8	88,9%	1	11,1%	9	100,0%		0,0%
Total	100%	66	45	68,2%	21	31,8%	50	75,8%	16	24,2%



Étude **quanti** : Diffusion & Nb de contacts avec les libraires

Périmètre 82 répondants

Un nombre moyen de contacts avec les libraires encore plus important pour les éditeurs ayant **délégué** leur diffusion.

	Diffusion déléguée	Auto-Diffusion	Total
	51 éditeurs	31 éditeurs	82 éditeurs
Nb moyen de contacts réguliers avec les libraires	114	88	104
dt nb de libraires en Occitanie	18	31	23

Contacts : visites, appels téléphoniques, mails...



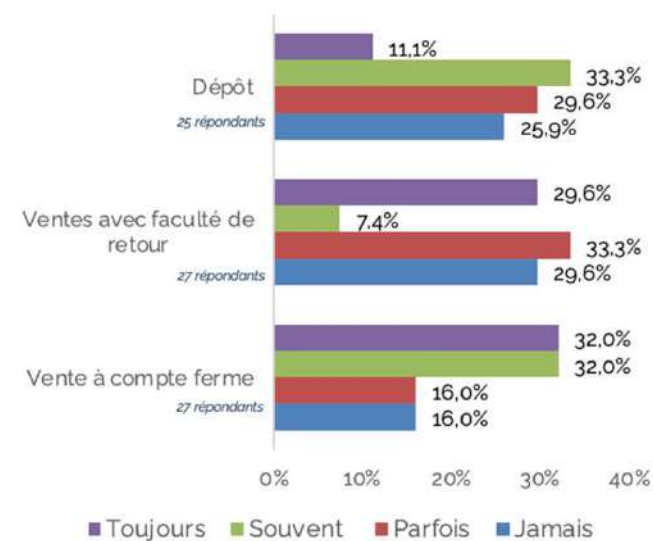
Étude quanti : Éditeur autodiffusés – Politique commerciale

Périmètre 31 répondants

31 éditeurs autodiffusés

- Remise moyenne accordée aux points de vente : 33% (28 répondants)
- Nombre moyen de librairies visités / an (28 répondants) :
 - ✓ **Moins de 10 librairies : 64,3%**
 - ✓ Entre 10 et 30 librairies : 14,3%
 - ✓ Plus de 30 : 7,1%
 - ✓ Plus de 50 : 14,3%
- Des **ventes majoritairement réalisées en compte ferme.**

Pratique en matière de vente

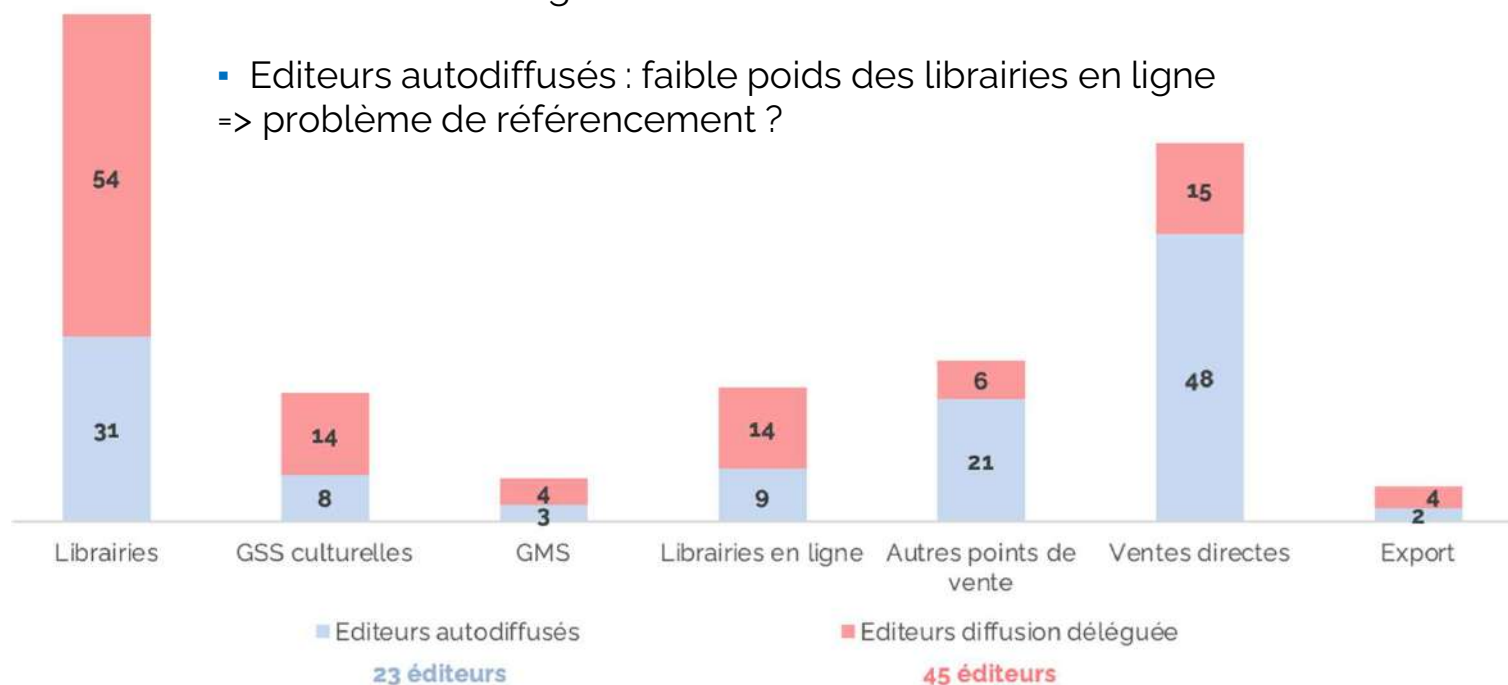




Étude **quanti** : Répartition moyenne CA édition 2021 par circuit

Périmètre 68 répondants

- Un poids moyen des **ventes directes** importants même dans le cadre de la diffusion déléguée.
- Editeurs autodiffusés : faible poids des librairies en ligne => problème de référencement ?





Étude quanti : Diffusion & Référencement

Périmètre 82 répondants

Des référencement optimisés avec le recours à une diffusion déléguée.

	Diffusion déléguée	% Diffusion déléguée	Auto-Diffusion	% Auto-Diffusion	Total
Electre	47 éditeurs	92,2%	20 éditeurs	64,5%	67
Dilicom	46 éditeurs	90,2%	18 éditeurs	58,1%	64
BnF	46 éditeurs	90,2%	26 éditeurs	83,9%	72
Google Book Search	10 éditeurs	19,6%	5 éditeurs	16,1%	15
ORB (Outil de recherche bibliographique)	4 éditeurs	7,8%	2 éditeurs	6,5%	6
	51 éditeurs	100%	31 éditeurs	100%	82 éditeurs

=> obligation légale



Étude quanti : Transmission des données enrichies

Périmètre 82 répondants

Diffusion déléguée : en moyenne, des données enrichies (hors vidéos) transmises plus de 9 fois sur 10 (vs 76% pour les éditeurs auto-diffusés) .

	Diffusion déléguée	% Diffusion déléguée	Auto-Diffusion	% Auto-Diffusion	Total
Visuels de couverture	48 éditeurs	94,1%	24 éditeurs	77,4%	72
Résumé des ouvrages	48 éditeurs	94,1%	25 éditeurs	80,6%	73
4 ^{ème} de couverture	46 éditeurs	90,2%	22 éditeurs	71,0%	68
Vidéos de présentation	22 éditeurs	43,1%	5 éditeurs	16,1%	27
	51 éditeurs	100%	31 éditeurs	100%	82 éditeurs



Focus ÉCOLOGIE



Occitanie Livre & Lecture - Étude ÉDITION



Étude quantitative : Choix des imprimeurs

Périmètre 66 répondants

Des impressions majoritairement effectuées en France ou en Europe.
A noter tout de même, **1/3 des éditeurs n'ont jamais recours à un imprimeur en Occitanie.**
Un taux encore plus élevé pour les éditeurs réalisant un CA compris entre 100 et 500 K€.

	Occitanie		Autres régions en France		Communauté européenne		Hors CE		TOTAL
	Parfois, souvent, toujours	Jamais	Parfois, souvent, toujours	Jamais	Parfois, souvent, toujours	Jamais	Parfois, souvent, toujours	Jamais	
Moins de 100 K€	25	11	24	11	23	12	2	32	38
de 100K€ à 500 K€	8	7	11	4	10	3	1	11	15
de 501K€ à 1 M€	3	1	3	1	3	1	0	4	4
Plus d'1 M€	6	3	9	0	6	3	4	5	9
	42	22	49	16	42	19	7	52	66



Étude quantitative : Écologie du livre

Périmètre 76 répondants

Des maisons d'édition sensibles à l'écologie du livre avec une moyenne pondérée supérieure à 3,3 pour chacun des critères d'évaluation.

Concernant l'écologie du livre, comment situez-vous votre maison ? (note de 1 à 5 ; 5 étant le niveau le plus avancé)							
	1	2	3	4	5	Total	Moyenne pondérée
Politique interne éco-responsable (déchets, éclairage, etc.)	6,6%	11,8%	23,7%	31,6%	26,3%		
	5	9	18	24	20	76	3,59
Choix des fournisseurs (hors fabrication)	4,0%	16,0%	40,0%	25,3%	14,7%		
	3	12	30	19	11	75	3,31
Déplacement des salariés	11,6%	10,1%	24,6%	27,5%	26,1%		
	8	7	17	19	18	69	3,46



Étude quantitative : Éco-conception

Périmètre 76 répondants

Comme précédemment, des éditeurs particulièrement attentifs à la question de la conception des ouvrages.

2 points d'attention :
choix des encres
et flux de transport.

	En matière d'éco-conception, comment situez-vous votre maison ? (note de 1 à 5 ; 5 étant le niveau le plus avancé)						Moyenne pondérée
	1	2	3	4	5	Total	
Ajuster le tirage	7,9%	6,6%	18,4%	34,2%	31,6%		
	6	5	14	26	24	75	3,76
Ajuster la mise en page, le format	5,3%	10,7%	24,0%	30,7%	26,7%		
	4	8	18	23	20	73	3,64
Choix du papier	7,2%	10,1%	27,5%	34,8%	30,4%		
	5	7	19	24	21	76	3,64
Choix des encres	10,1%	13,0%	33,3%	29,0%	18,8%		
	7	9	23	20	13	72	3,32
Choix de l'imprimeur	7,2%	7,2%	29,0%	36,2%	26,1%		
	5	5	20	25	18	73	3,63
Flux de transport	11,6%	14,5%	40,6%	24,6%	14,5%		
	8	10	28	17	10	73	3,15



Étude quantitative : Recours à l'impression à la demande et aux courts tirages

Périmètre 82 répondants

Des éditeurs qui préfèrent constituer des stocks => très faible recours à l'impression à la demande ou à de courts tirages.

	Impression à la demande		Courts tirages		TOTAL
	Parfois, souvent, toujours	Jamais	Parfois, souvent, toujours	Jamais	
Editeurs auto-diffusés	6	24	9	21	31
Editeurs diffusion déléguée	6	44	6	43	51

12 68 15 64 82

ALCA 2023 : 10 % des éditeurs ont recours à l'impression à la demande



Étude quantitative : CA édition & Coût de fabrication

Périmètre 66 répondants

63,6% des maisons ont des coûts de fabrication supérieurs à 10%.

	inférieur à 4%	entre 4 et 6%	entre 7 et 10%	au-dessus de 10%	Pas l'info	Total
Moins de 100 K€	1	2	8	24	3	38
de 100K€ à 500 K€	1		2	12		15
de 501K€ à 1 M€		1	1	2		4
Plus d'1 M€		2	3	4		9
	2	5	14	42	3	66



Étude quanti. : Ensemble des éditeurs – Taux de retour

Périmètre 78 répondants

- Taux de retour (2021) **très faibles** en particulier **pour les éditeurs auto-diffusés** => **85,7% d'entre eux annoncent un taux de retour inférieur à 15%**

	Ensemble des éditeurs	Editeurs diffusion déléguée	Editeurs auto diffusés
Nombre de répondants	78	50	28
Taux nul	20,5%	10,0%	39,3%
Taux de retour compris entre 1% et 10%	33,3%	26,0%	46,4%
Taux de retour compris entre 11% et 14%	3,8%	6,0%	0,0%
Taux de retour supérieur à 15%	42,3%	58,0%	14,3%

*FEDEI 2023 : 14 % de taux de retour en moyenne
ALCA 2023 : 41 % des éditeurs déclarent un taux de retour de moins de 5 % (ce qui semble très étonnant)
Bretagne 2023 : 20 % de taux de retour (médiane)*

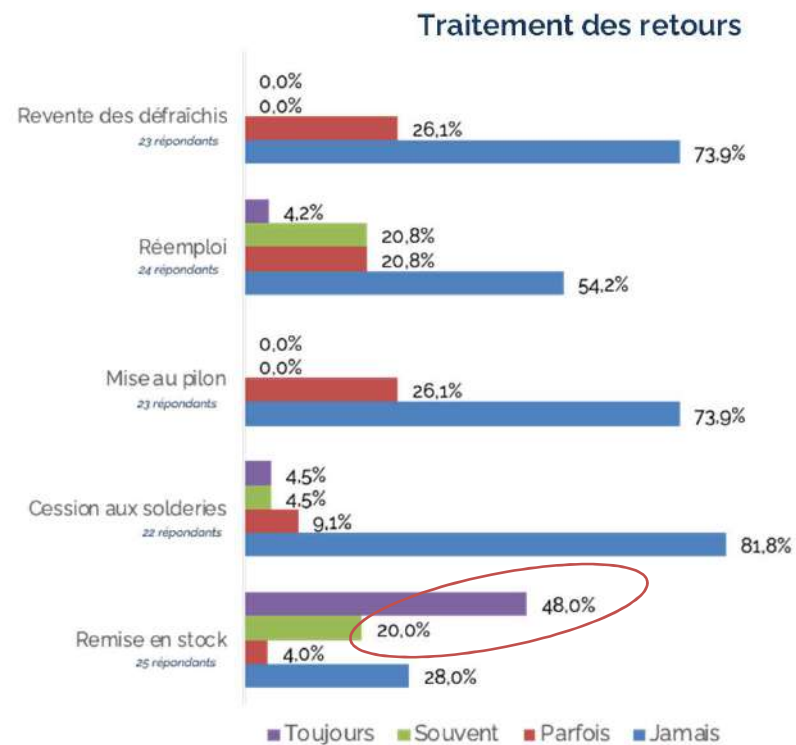
MP 2012 : 21 % de taux de retour en moyenne



Étude quanti : Editeurs Auto-diffusés – Traitement retours

Périmètre 28 répondants

- Des exemplaires retournés qui sont très majoritairement réintégrés en stocks pour répondre à de nouvelles commandes clients.





CATÉGORISATION



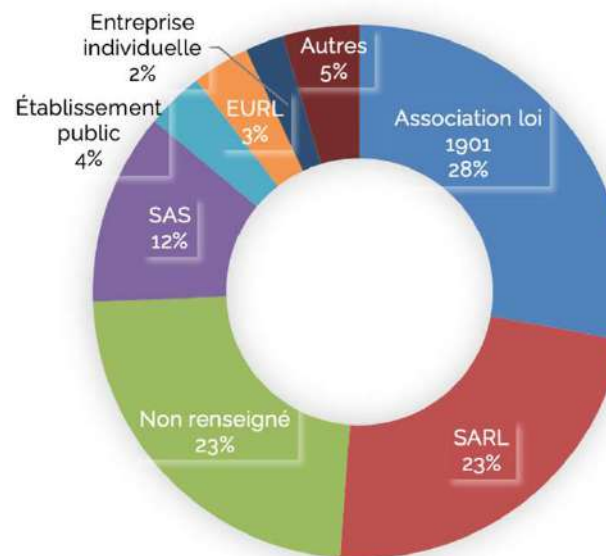


Étude quantitative : Statut des maisons d'édition en Occitanie

Périmètre 75 répondants

Statut juridique – 66 répondants

- Des maisons **majoritairement indépendantes (85,3%)** :
- 10,7% de maisons appartenant (8 maisons) :
 - ✓ à un groupe d'édition (6,7%)
 - ✓ à un groupe extérieur à l'édition (1,3%)
 - ✓ à un organisme public (2,7%)





Étude quantitative : 8 maisons appartenant à des groupes

Ces 8 maisons = **70,3% du CA 2021** (périmètre 66 répondants)

Nom de la maison d'édition	Nom de l'entreprise, du groupe éditorial ou de l'organisme	CA Edition 2021	Tranche CA 2021
Presses de l'Université Toulouse 1 Capitole	Université Toulouse 1 capitole	6 900	Moins de 100 K€
Centre de transcription et d'édition en braille	Association d'intérêt général	35 000	Moins de 100 K€
Presses universitaires de la Méditerranée	Université Paul-Valéry Montpellier 3	113 913	de 100K€ à 500 K€
Privat	Groupe Fabre	771 080	de 501K€ à 1 M€
Au Diable Vauvert	Libella Suisse	1 130 000	Plus d'1 M€
Éditions du Rouergue	Actes Sud	2 940 109	Plus d'1 M€
Groupe éditorial Piktos	DG diffusion	7 184 000	Plus d'1 M€
Éditions Milan	Groupe Bayard	23 419 103	Plus d'1 M€



Étude quantitative : Poids de l'édition en Occitanie

Dans le **classement Livres Hebdo** des 200 (en fait, 105) **1^{ers} éditeurs en France** (sept. 2022, le plus récent à ce jour) :
9 + 2 = 11 maisons d'édition en Occitanie, ce qui est **particulièrement important à l'échelle d'une seule région**.
(NB 4 seulement en Nouvelle-Aquitaine - étude ALCA 2022-2023 : Geste éditions, Hervé Chopin, Cairn, Sud-Ouest, du 42^e au 92^e)

23^e Editions **Milan** CA 2021 20,2 M€

(30^e Groupe **Elidia** CA 2021 10,7 M€) dont 78^e **Artège** CA 2021 1,7 M€

40^e Groupe **Piktos** CA 2021 5,4 M€

61^e Editions du **Rouergue** CA 2021 2,9 M€

Thierry Souccar (2,3 M€) pourquoi pas dans le classement LH ?

69^e **Erès** CA 2021 2,2 M€

81^e **Les Liens qui libèrent** CA 2021 1,5 M€

Biotope (1, 1 M€) idem pourquoi pas dans le classement LH ?

94^e **Verdier** CA 2020 0,9 M€ - non répondant

101^e **Privat** CA 2021 0,8 M€

101^e **Au Diable Vauvert** CA 2020 0,75 M€ - CA 2021 1,1 M€

NB 66 répondants (dont liasses fiscales) - Il conviendrait d'ajouter le **CA 2021** des maisons d'édition n'ayant pas répondu mais identifiées dans les études 2010 (LR2L) et 2012 (MP) : **SEDRAP** (4,7 M€ en 2017 ?) - **SAURAMPS Médical** (2,6 M€ en 2021 avec activité de diffusion ?) - **VERDIER** (831 k€ en 2021 ?) - **TERRAN** (376 k€ en 2021, mais dans le Groupe **PIKTOS** depuis 2015).
LA PLAGE n'est plus en Occitanie (siège Hachette Livre à Vanves) - **Romain Pagès** n'existe plus depuis 2013.



Étude quantitative : Profil des maisons d'édition en Occitanie

Catégorie 1 : 38 maisons
moins de 100 k€ CA

* **Entreprise multi-activités :** 28,9%

* **Dirigeant :**

Gérant majoritaire : 47%
Dirigeant salarié 18,7%

* **Emploi édition :**

Nb moyen CDI + CDD + Apprentis 0,6
Nb moyen collab. autres statuts. 4,3

* **Situation financière**

Entreprise bénéficiaire 45% (17 édts)
Souscription emprunt(s) 16% (6 édts)
Découvert bancaire 13% (5 édts)

* **Suivi d'activité**

Comptabilité analytique 29% (11 édts)
CEP (par titre, collection) 42% (16 édts)
Budget prévisionnel. **63%** (21 édts)

* **Relations avec les libraires**

Nb moyen de libraires passant
commandes (min 1 fois/ an) 176
Envoi service de presse 22
Participation

Dédicaces en librairies 79% (30 édts)

Rencontres en librairies 82% (31 édts)

Tables rondes 87% (33 édts)

Intervention médiathèques 66% (25 édts)

Organisation d'expositions 47% (18 édts)

Interventions écoles 53% (20 édts)

* **Communication**

Site Web 97% (37 édts)

Présence réseaux sociaux 76% (29 édts)

Présence moyenne dans salons

En Occitanie 5 salons

Autres régions 3 salons

A l'International 1 salon



Etude quantitative : Profil des maisons d'édition en Occitanie

Catégorie 2 : 15 maisons

De 100 à 500 k€ CA

* Entreprise multi-activités	26,7%
* Dirigeant	
Gérant majoritaire :	47%
Dirigeant salarié	40%
* Emploi édition	
Nb moyen CDI + CDD + Apprentis	2,4
Nb moyen collab. autres statuts.	3,4
* Situation financière	
Entreprise bénéficiaire	60% (9 édts)
Souscription emprunt(s)	33% (5 édts)
Découvert bancaire	33% (5 édts)
* Suivi d'activité	
Comptabilité analytique	60% (9 édts)
CEP (par titre, collection)	53% (8 édts)
Budget prévisionnel.	87% (13 édts)

* Relations avec les libraires	
Nb moyen de libraires passant commandes (min 1 fois/ an)	316
Envoi service de presse	40
Participation	
Dédicaces en librairies	73% (11 édts)
Rencontres en librairies	93% (14 édts)
Tables rondes	87% (13 édts)
Intervention médiathèques	67% (16édts)
Organisation d'expositions	40% (10 édts)
Interventions écoles	27% (6 édts)
* Communication	
Site Web	94% (14 édts)
Présence réseaux sociaux	93% (14 édts)
Présence moyenne dans salons	
En Occitanie	2 salons
Autres régions	2 salons
A l'International	1 salon



Étude quantitative : Profil des maisons d'édition en Occitanie

Catégorie 3 : 4 maisons
de 501 k€ à 1 M€ CA

! échantillon restreint

* **Entreprise multi-activités** non

* **Dirigeant**

Gérant majoritaire : 75%
Dirigeant salarié 50%

* **Emploi édition**

Nb moyen CDI + CDD + Apprentis **4,3**
Nb moyen collab. autres statuts. 0,5

* **Situation financière**

Entreprise bénéficiaire 75% (3 édts)
Souscription emprunt(s) 50% (2 édts)
Découvert bancaire 25% (1 édts)

* **Suivi d'activité**

Comptabilité analytique 50% (2 édts)
CEP (par titre, collection) 75% (3 édts)
Budget prévisionnel 100%

* **Relations avec les libraires**

Nb moyen de libraires passant commandes (min 1 fois/ an) **600**
Envoi service de presse 35
Participation
Dédicaces en librairies 73% (11 édts)
Rencontres en librairies 93% (14 édts)
Tables rondes 87% (13 édts)
Intervention médiathèques 67% (16 édts)
Organisation d'expositions 40% (10 édts)
Interventions écoles 27% (6 édts)

* **Communication**

Site Web 100%
Présence réseaux sociaux 100%
Présence moyenne dans salons
En Occitanie 2 salons
Autres régions 5 salons
A l'International non



Étude quantitative : Profil des maisons d'édition en Occitanie

Catégorie 4 : 9 maisons plus d'1 M€ CA

* Entreprise multi-activités	44%
* Dirigeant	
Gérant majoritaire :	22%
Dirigeant salarié	67%
* Emploi édition	
Nb moyen CDI + CDD + Apprentis	15,8
Nb moyen collab. autres statuts.	0,1
* Situation financière	
Entreprise bénéficiaire	67% (6 édts)
Souscription emprunt(s)	44% (4 édts)
Découvert bancaire	44% (4 édts)
* Suivi d'activité	
Comptabilité analytique	100%
CEP (par titre, collection)	89% (8 édts)
Budget prévisionnel	78% (7 édts)

* Relations avec les libraires	
Nb moyen de libraires passant commandes (min 1 fois/ an)	1 126
Envoi service de presse	70
Participation	
Dédicaces en librairies	89% (8 édts)
Rencontres en librairies	89% (8 édts)
Tables rondes	89% (8 édts)
Intervention médiathèques	67% (6 édts)
Organisation d'expositions	33% (3 édts)
Interventions écoles	22% (2 édts)
* Communication	
Site Web	100%
Présence réseaux sociaux	100%
Présence moyenne dans salons	
En Occitanie	2 salons
Autres régions	14 salons
A l'International	1 salon



ÉTUDE QUALITATIVE



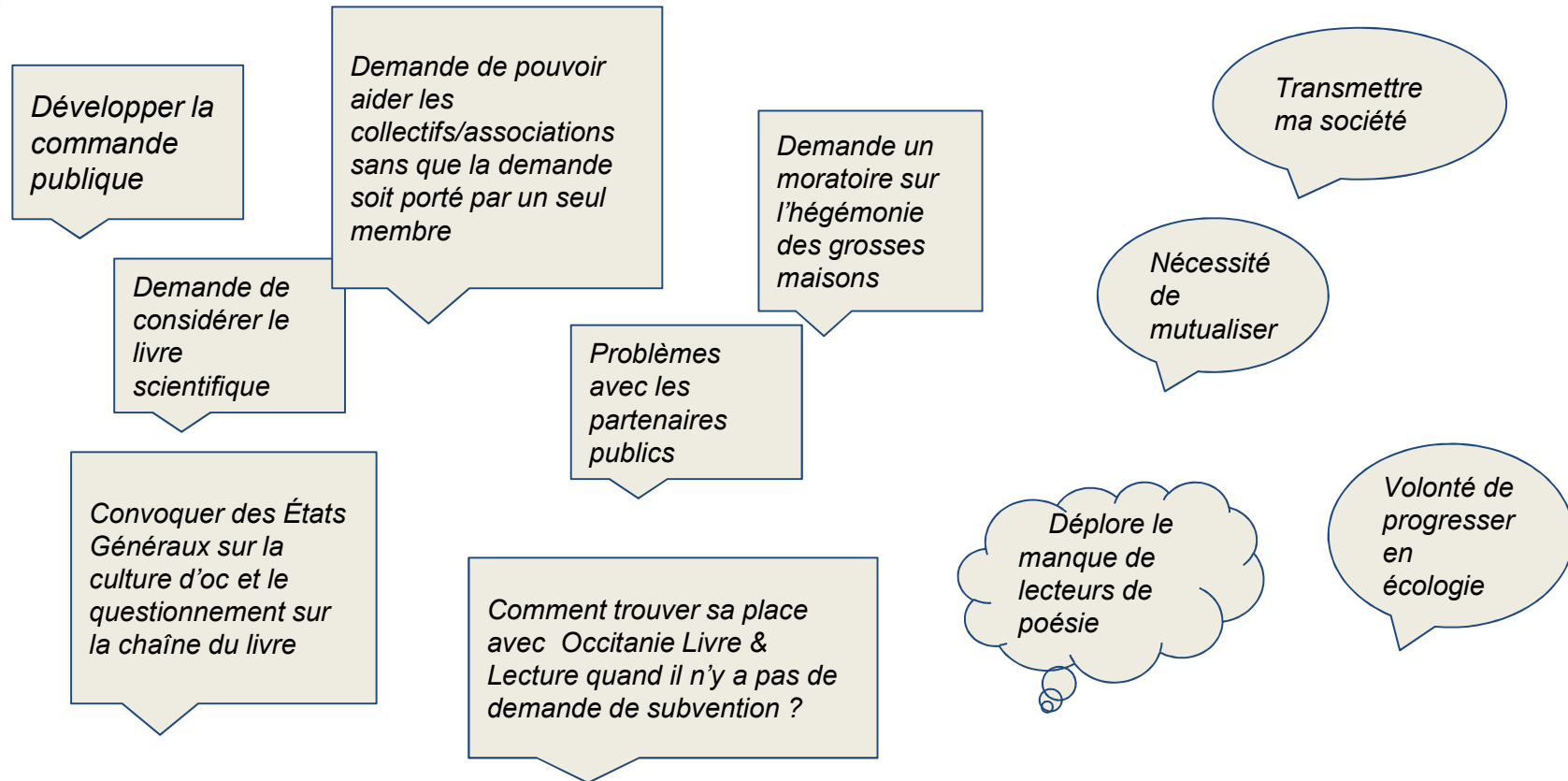


Synthèse *Verbatim* qualitatifs / Étude quantitative

- En fin de questionnaire, un espace a été consacré à laisser des commentaires aux répondants. La synthèse ne rendrait pas la parole des éditeurs, on peut constater que 17 commentaires sur 31 expriment **une inquiétude quant aux risques économiques** de leur activité: l'augmentation des coûts de fabrication (12) et les problèmes de frais postaux (2), plus l'expression de la fragilité financière (3) et de la diffusion (1).
- Les entretiens ont confirmé cette tendance à alerter sur l'aggravation des **conditions économiques** dans l'exercice de l'activité. Ont été exprimés par ailleurs des questionnements sur **les enjeux écologiques** (nombre de nouveautés, fabrication, circulation des livres, mutualisation de ressources et espoirs de groupements d'achat).



Synthèse Verbatim qualitatifs / Étude quantitative





Étude qualitative : Méthodologie

Organisation

10 entretiens réalisés du 21 au 23 novembre 2022 à **Toulouse** + février 2023

- CEPADUES
- ERES
- MILAN
- VENT TERRAL
- DEPAYSAGE
- PIKTOS
- PLUME DE CAROTTE (+ Association ERO) ;
- EMPREINTE/POULAIN (Comptoir du livre)
- AU DIABLE VAUVERT (4/02)
- AMALIA Diffusion (JF GALLETOUT) *en complément de YOVANA (13/02)*

9 entretiens réalisés du 4 au 6 janvier à **Montpellier** + 7 et 11 janvier 2023 (à Paris ou en visio)

- THIERRY SOUCCAR (4/01)
- YOVANA (+ AMALIA Diffusion) (4/01)
- BENJAMINS MEDIA (5/01)
- 6 PIEDS SOUS TERRE (5/01)
- L'USINE (5/01)
- SUN SUN (6/01)
- LES LIENS QUI LIBÈRENT (*visio* - 27/12 + 7/01)
- ELIDIA / ARTÈGE (*Paris* - 11/01)
- ANACHARSIS (*visio* - 11/01)



Étude qualitative : Les diffuseurs en Occitanie

Quatre diffuseurs auprès des librairies et divers points de vente, sont répertoriés dans la Région:

- **Le Comptoir du livre** couvre tous les points de vente pour le Sud-Ouest, plus une diffusion-distribution pour l'ensemble du territoire. Le comptoir peut expédier ou servir sur place (à Portet-sur-Garonne) les livres des grands distributeurs auprès de tous les points de vente. Selon les accords, le Comptoir ne facture pas mais est dépositaire ou facture en tant que grossistes - cela implique des remises différentes pour les points de vente concernés - et dans d'autres cas, il fournit les éditeurs auto distribués et auto diffusés en tant que diffuseur-distributeur (exclusif ou non) sur tous les points de vente. Le Comptoir du livre possède la logistique, le lieu de stockage, la salle de vente, qui peut toucher tous les revendeurs de livres du Sud-Ouest. La reprise de la direction par Nicolas Poulain laisse envisager une pérennité dans l'entreprise et représente une solution possible pour les éditeurs d'Occitanie. Il s'appuie sur une équipe de représentants qui visitent tous les niveaux de clientèle, et un accord avec CAIRN pour les Pyrénées Atlantique notamment.



Étude qualitative : Les diffuseurs en Occitanie *(suite)*

- **AMALIA Diffusion** est implanté à Montpellier. Son catalogue, de 500 titres, touche aux arts graphiques, la littérature et la jeunesse, dont l'éditeur YOVANA (même actionnaire). 8 personnes couvrent le territoire, dont trois sont des éditeurs, et cela à temps partiel. 200 libraires sont visités régulièrement, l'objectif étant de passer à 400. Le référencement est national, et le chiffre d'affaires est aujourd'hui à 60 000 euros, avec pour enjeu dans les deux ans d'atteindre 100 000 euros.
- **DG Diffusion** ("la distribution alternative", depuis 1987) et le groupe PIKTOS sont un même groupe, DG diffuse et distribue des éditeurs indépendants, essentiellement dans les domaines du bien-être, les sciences-humaines, spiritualité, religion et culture. Cette structure n'a pas été interviewée.
- **Sauramps médical** est spécialisé dans la diffusion des ouvrages de médecine, appuyée par la Sodis en distribution. Cette structure n'a pas été interviewée.



Typologie des maisons d'édition en Occitanie : enjeux

- L'étude quantitative fournit des données détaillées et actualisées qui facilitent les **comparaisons** et une classification en fonction d'**indicateurs clés objectifs** et souvent **corrélés** ainsi mis en évidence.
- **En parallèle**, il convient de proposer une **approche intermédiaire**, entre le global et le particulier, qui facilite la lecture des « **lignes de force** » et la compréhension des enjeux différents pour chaque maison d'édition sur le territoire occitan.
- La méthodologie, exposée ci-après, a permis de repérer plusieurs **sous-ensembles** de maisons. Des maisons d'édition de catégorie/taille différente peuvent avoir des points communs dans leurs projets d'entreprise et leur ligne éditoriale, et donc appartenir au même **profil-type** avec des attentes comparables. Certains besoins exprimés peuvent, bien entendu, être communs aux différents sous-ensembles.
- Cette **typologie** se révèle très complémentaire de la **catégorisation** pour définir les maisons d'édition, dans la mesure où certaines caractéristiques qualitatives "transcendent" les critères purement quantitatifs. Elle sera déterminante pour l'élaboration de **recommandations spécifiques** en regard des préconisations transversales.



Typologie des maisons d'édition en Occitanie : **méthodologie**

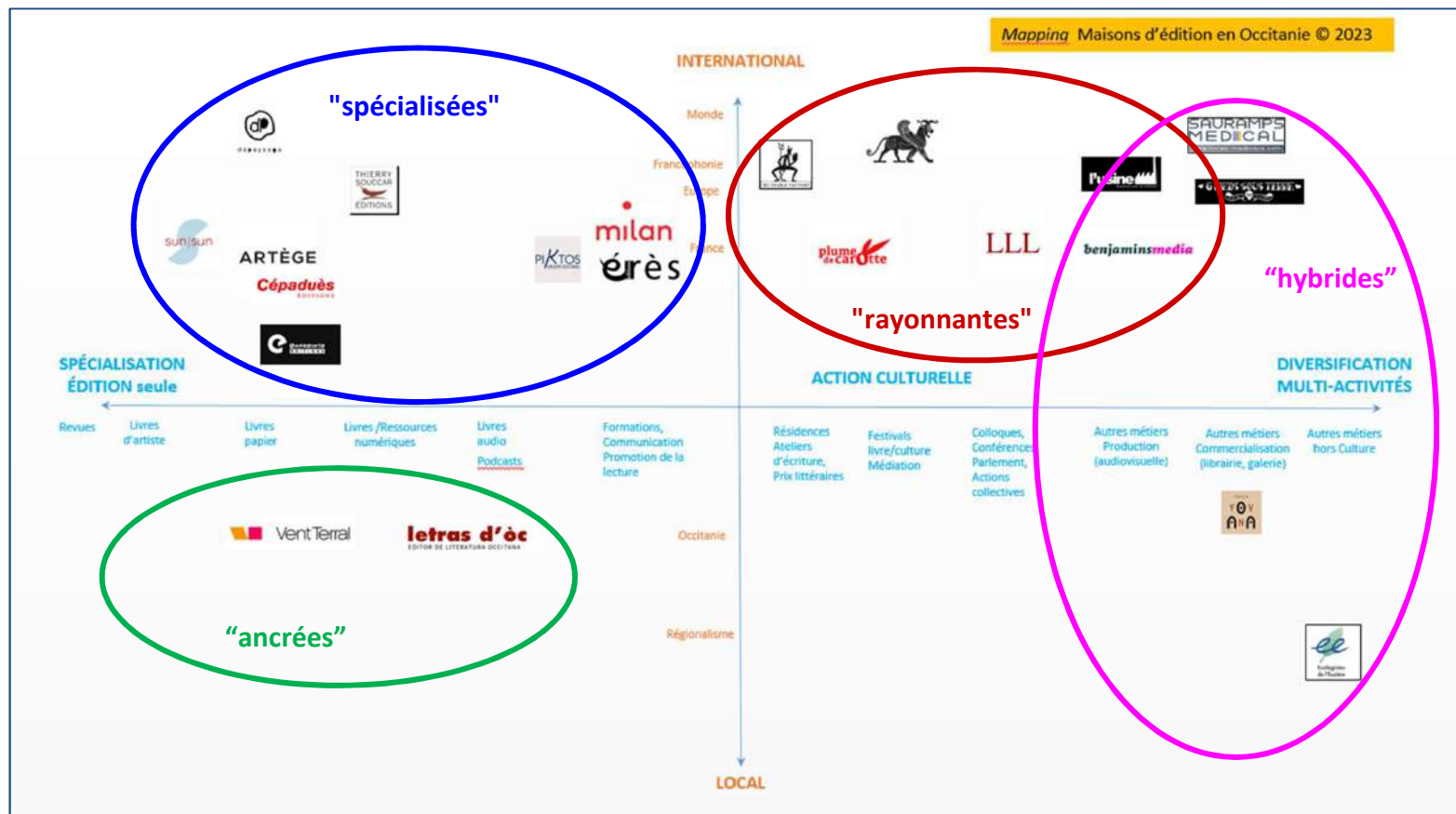
Le système de représentation “**carte perceptuelle**” ou **mapping** propose une **lecture du territoire et de ses acteurs** et permet de caractériser les données qualitatives recueillies en fonction d'**axes** qui structurent l'analyse :

- **Sur un axe vertical** : Le choix, fondamental pour une maison d'édition de l'envergure, du rayonnement qu'elle souhaite avoir, qu'il s'agisse des auteurs/traducteurs, des publics visés et partenaires sollicités, du « **micro-pays** » ou territoire **rural** jusqu'à l'échelle **internationale**, est déterminant pour toutes les décisions relatives, notamment aux moyens de commercialisation et de communication.
- **Sur un axe horizontal** : Même si l'activité d'éditeur s'inscrit toujours dans un territoire (axe vertical), il construit aussi sa propre stratégie et se caractérise par son **projet**, les objectifs de ses fondateurs et de leurs éventuels successeurs (souvent en rapport avec leurs parcours), et par conséquent les motivations comme les **modalités variables de développement**. La façon dont la maison d'édition décide d'être perçue par l'ensemble de ses interlocuteurs (publics, mais aussi auteurs, diffuseurs et distributeurs, libraires, bibliothécaires, collectivités territoriales, institutions, partenaires et mécènes...) est déterminante pour toutes les décisions relatives notamment aux **activités hors édition**. Ainsi on retrouve sur l'axe horizontal des actions qui peuvent **se superposer au fur et à mesure** mais avec des **dominantes** pour la maison d'édition considérée.

Les dimensions **INTERNATIONAL/LOCAL** et **SPÉCIALISATION/DIVERSIFICATION** qui s'opposent deux à deux, définissent **4 profils-types d'éditeurs en Occitanie** qui permettent de mieux comprendre les différences entre les maisons d'édition et donc leurs **attentes prioritaires**, ce qui conduira à des **préconisations adaptées** à leurs spécificités.



Carte perceptuelle (Mapping) des éditeurs d'Occitanie





Profils-types des maisons d'édition en Occitanie : Caractéristiques

“rayonnantes”

Les maisons d'édition **d'envergure nationale**, restées pour la plupart indépendantes (grâce parfois à un actionnaire majoritaire) avec un **lien fort et/ou historique avec le territoire**, y jouant pour certaines un rôle d'**acteur culturel** et pas seulement économique (ex. Verdier, Les Liens qui libèrent, Au Diable Vauvert, Anacharsis, Plume de carotte ...).

“spécialisées”

Les éditeurs **spécialisés** (voire de niche), généralement **pionniers / innovants dans leur domaine** (notamment éducation, religion, écologie, aéronautique, sciences, SHS, arts, poésie ...), **de taille variable selon l'ancienneté** (ex. Milan, Artège, Cerès, Thierry Souccar, Piktos, Terran, Cépadués, H & O, Tristram, Fata Morgana, Chèvre-Feuille étoilée, Faralonn, Sun Sun, CTEB, MUSEO ...) qui créent pour certains une **“communauté”** de passionnés, recherchent des réseaux de commercialisation complémentaires et peuvent parfois préférer l'**autodiffusion** et/ou privilégier les **ventes directes**.

“hybrides”

Les éditeurs aux **“multi-activités”**, qui se sont développés par **“cercles concentriques”** à partir d'une spécialité via d'autres circuits de diffusion, d'autres domaines éditoriaux et surtout d'autres **métiers connexes** (ex. **Benjamins Media** : *de l'édition jeunesse adaptée au prestataire son en Occitanie pour les livres audio*; **6 Pieds sous terre**, *de l'éditeur de Fabcaro - 80 % du CA - à l'animation culturelle BD de Montpellier : ateliers, galerie, librairie, festival, etc.*; **Les Écologistes de l'Euzière** : *stages, animations, formations, expertises*; **Sauramps Médical** : *l'éditeur pour experts au commerce multicanal de livres médicaux*).

“ancrées”

Les maisons d'édition **“institutionnelles”**, **“historiques”**, souvent les plus **anciennes** (ex. **Presses universitaires** ou **régionalistes**), qui publient, pour certaines, beaucoup de titres par an, avec un **public plutôt ciblé** (géographiquement) mais assez **“captif”** et dont les ouvrages valorisent le territoire occitan (ex. Alcide, Trabucaire, Loubatières, Cabardès, Vent Terral, Letras d'Oc ...).



Profils-types des maisons d'édition en Occitanie : Attentes prioritaires

- “rayonnantes”** Principalement des maisons d'édition de **catégories 3 (CA de 501 k€ à 1 M€)** et **4 (CA plus d'1 M€)**
Attentes prioritaires : **RELATIONS AVEC D'AUTRES ACTEURS CULTURELS EN OCCITANIE**
RELATIONS AVEC LES COLLECTIVITÉS DU TERRITOIRE OCCITAN
- “spécialisées”** De catégories très variables, de **1 à 4**, selon les domaines éditoriaux et l'ancienneté de la maison d'édition, de la concentration sur une “niche”, avec une échelle réduite mais à vocation au moins nationale, jusqu' à la croissance du catalogue et des effectifs, liée notamment à l'appartenance à de puissants groupes d'édition ou hors édition (Artège/ELIDIA, Milan/BAYARD, Privat/FABRE, Rouergue/ACTES SUD ...)
Attentes prioritaires : **AIDE POUR DE GRANDS PROJETS (éditoriaux, CRM ...) -**
NOTORIÉTÉ et/ou IMAGE renforcées (via pour certaines, une évolution vers “rayonnantes”)
- “hybrides”** De catégories très différentes aussi, de **1 à 4**, selon l'envergure, d'internationale à locale, et le type d'activités connexes.
Attentes prioritaires : **RELATIONS INTERPROFESSIONNELLES : CHAÎNE DU LIVRE**
RELATIONS / PROJETS HORS EDITION (Industries culturelles et créatives)
- “ancrées”** Principalement des maisons d'édition de **catégories 1 (CA de moins de 100 k€)** et **2 (CA entre 101 k€ et 500 k€)**
Attentes prioritaires : **PROFESSIONNALISATION / FORMATION et OUTILS**
MEILLEURE RENTABILITÉ



PRÉCONISATIONS



Préconisations transversales

Vers des critères et des catégories (voire des “profils-types”) en partage

Les phases précédentes de l'étude ont permis d'établir une **catégorisation** selon des **critères quantitatifs** ou “paliers” (chiffre d'affaires, nombre de nouveautés / an, nombre d'emplois ...). En parallèle, une **typologie** des maisons d'édition a été élaborée en fonction de leur envergure/rayonnement, de régionaliste à internationale mais aussi par rapport à la **tension** entre **édition** de livres et **multi-activités**/action culturelle. Les **critères d'éligibilité** des financeurs **territoriaux** comme **nationaux** peuvent ainsi varier; ce qui ne facilite pas les comparaisons ni la lisibilité des modalités différenciées d'accompagnement. Une question à mettre en perspective en priorité est celle de “l'**indépendance**” des éditeurs, en prolongement des 1ères Assises nationales de l'édition indépendante, organisées par la FedEI en février 2023.

Actions	Enjeux	Points de vigilance	Acteurs à mobiliser / modalités de financement	Degré de priorité
<p>Mettre en place une critérisation et une catégorisation claires et partagées</p>	<ul style="list-style-type: none"> > Distinguer les maisons d'édition d'autres structures éditoriales en harmonisant les critères puis leur catégorisation (ex. tranches de CA, “indépendance”, etc.) afin de faciliter les comparaisons dans le temps et avec d'autres études territoriales ou nationales > Optimiser les modalités d'accompagnement des maisons d'édition en Occitanie pour contribuer à leur développement et pouvoir les adapter dans la durée et selon les étapes, à leurs attentes spécifiques 	<ul style="list-style-type: none"> > Se référer aux critères d'Occitanie Livre & Lecture, des autres ARL/SRL + Régions (ex. règlements d'intervention), du ministère de la Culture et du CNL, de la FedEI ... > Actualiser et organiser la base Occitanie Livre et Lecture et les dossiers de demande de subventions en fonction de ces critères/catégories > S'inscrire dans une réflexion collective via la FILL 	<ul style="list-style-type: none"> > Occitanie Livre et Lecture / Région / DRAC > CNL/FILL > Association ERO, FedEI, ... 	<p style="text-align: center;">+++</p>

Préconisations transversales

Occitanie Livre & Lecture, l'interlocuteur au centre pour la coopération entre maisons d'édition

- Grâce à ses contacts multiples avec les éditeurs occitans, Occitanie Livre et Lecture peut aider les maisons d'édition dans la mise en œuvre de certaines **coopérations précises** (emplois mutualisés, tournées d'auteurs, surdiffusion, communication croisée, participation commune à des salons, fabrication, stocks...) en mettant en relation les porteurs de projets qui partagent des objectifs sans toujours (bien) se connaître.
- Des **compétences spécifiques** existent sur le territoire qui pourraient faire l'objet de "transferts" ou de "**gestion des connaissances**" à l'échelle de l'Occitanie, au-delà d'échanges sur les bonnes pratiques entre maisons d'édition.

Actions	Description / Enjeux	Points de vigilance	Acteurs à mobiliser / modalités de financement	Degré de priorité
Bourse d'échange et de mutualisation de projets et de compétences	<p>> Organiser la circulation de l'information, à travers un forum/une mailing liste partagée entre les maisons d'édition pour faire connaître les besoins, les ressources disponibles, les sujets à traiter...("<i>Le saviez-vous ?</i>")</p> <p>> Favoriser la mise en lien des maisons d'édition autour de certains projets mutualisables ou dans la recherche de certaines compétences spécifiques existantes (ex. outil de gestion de stocks, outil de reddition des comptes, maîtrise des coûts de fabrication, enregistrement de livres audio, filière audiovisuelle, accessibilité du livre, création d'événements culturels ...)</p>	<p>> L'administration du fil ou au contraire son animation si les maisons d'édition ne s'emparent pas facilement de l'outil</p> <p>> Réticence des éditeurs à partager leurs compétences, ressources et outils</p>	<p>> Occitanie Livre et Lecture</p> <p>> Association ERO</p> <p>> Maisons d'édition selon leurs compétences spécifiques</p>	+++

Préconisations transversales

Occitanie Livre & Lecture, le catalyseur pour renforcer les échanges entre les acteurs de la filière livre (et hors livre)

- Par sa position **au cœur de l'interprofession du territoire**, Occitanie Livre et Lecture peut contribuer à rapprocher les acteurs de la filière dans une perspective de renforcer les **relations** commerciales, les aspects écologiques et de mieux accompagner les **mutations des métiers** de la chaîne du livre.
- Plus globalement, il s'agira aussi de favoriser les échanges **interdisciplinaires** avec les **autres acteurs** des "**industries culturelles et créatives**" ainsi que de travailler à la **sensibilisation des élus** par rapport à l'importance de ce domaine d'activité, en termes de rayonnement du territoire comme d'impact économique.

Actions	Enjeux	Points de vigilance	Acteurs à mobiliser / modalités de financement	Degré de priorité
Renforcer les échanges entre les acteurs de la filière livre en Occitanie mais aussi hors livre	<ul style="list-style-type: none"> > Rencontres régulières, par exemple lors d'une manifestation littéraire d'Occitanie en organisant une matinée de rencontre interprofessionnelle > Proposer des temps d'échanges / des journées d'information / un document de synthèse (élus) 	<ul style="list-style-type: none"> > Rester ouvert à l'ensemble des acteurs du livre mais aussi culturels (ex. théâtres, musées, cinémas, etc.) du territoire occitan 	<ul style="list-style-type: none"> > Maisons d'édition, Occitanie Livre & Lecture, Associations des acteurs du livre (ERO, ALIDO ...) 	+

Préconisations transversales

Occitanie Livre & Lecture, lieu de ressources et de valorisation des publications pour les maisons d'édition

- Occitanie Livre & Lecture propose déjà un certain nombre de ressources en ligne à destination des maisons d'édition. notamment sur les mutations des métiers du livre. Ces outils pourraient être complétés petit à petit par de nouvelles ressources pratiques à destination des éditeurs, produits par l'agence.
- Il sera important d'établir des liens forts avec la future plateforme régionale ALIDO des librairies indépendantes en Occitanie , qui pourrait contribuer à valoriser la création éditoriale (y compris graphique) sur le territoire.

Actions	Description / Enjeux	Points de vigilance	Acteurs à mobiliser / modalités de financement	Degré de priorité
<p>Continuer à développer une boîte à outils pour les éditeurs et à valoriser la création éditoriale en Occitanie</p>	<p>> Renforcer le rôle ressource de l'agence en mettant à disposition l'ensemble des documents et ressources utiles aux maisons d'édition (cf. page FILL : https://fill-livrelecture.org/ressources/les-ressources-en-ligne/economie-du-livre/#edition)</p> <p>> En complément, créer pour les acteurs des outils pratiques avec mode d'emploi, leur permettant de se professionnaliser ou de répondre facilement à certaines questions (kit étude de marché, questions-réponses juridiques, de gestion, sur les réseaux sociaux ...)</p>	<p>> Mise à jour régulière des outils et ressources mis à disposition ; veille sur le sujet</p> <p>> Choisir les thématiques des outils à développer avec les maisons d'édition</p>	<p>> Occitanie Livre et Lecture</p> <p>> Associations ERO, ALIDO</p> <p>> Bibliothèques</p>	<p>++</p>

Préconisations transversales

Occitanie Livre & Lecture, l'accompagnement ponctuel et à court terme des maisons d'édition

- Sur le modèle du dispositif existant **“Conseil & Expertise”**, développer ce principe d'accompagnement personnalisé par Occitanie Livre et Lecture des maisons d'édition pour permettre une **montée en compétences** sur une **thématique restreinte** avec un **cadre forfaitaire** (calendrier et budget)
(ex. passage à la diffusion-distribution déléguée, création d'une nouvelle collection, développement des relations libraires et/ou médias, cessions de droits, plan de communication pour l'anniversaire de la maison d'édition, mise à plat des process pour gagner en efficacité ...)
- Accompagnement à adapter pour des projets **précis** mais **de plus grande envergure** (ex. mise en œuvre d'un ERP, d'un CRM ...).

Actions	Description / Enjeux	Points de vigilance	Acteurs à mobiliser / modalités de financement	Degré de priorité
Accompagnement ponctuel des maisons d'édition et plan d'actions	> Mise en œuvre d'un accompagnement personnalisé et ponctuel pour certaines maisons d'édition : envoi d'une fiche d'autodiagnostic, choix de la thématique (restreinte), plan d'actions, orientation vers des formations ciblées	> Faire appel à des structures / personnes ressources qui connaissent les spécificités des éditeurs en région	> Une participation financière peut être demandée à la structure > Occitanie Livre et Lecture > DRAC / Région > Mobiliser les structures de DLA pour accompagnement personnalisé ?	++

Préconisations transversales

Occitanie Livre & Lecture, l'accompagnement global et à moyen/long terme des structures existantes (ou en création)

- Les maisons d'édition existantes (et a fortiori celles en création) ont besoin de se projeter à **moyen/long terme** et d'envisager des évolutions et/ou des **étapes dans leur développement**. Occitanie Livre & Lecture peut les aider à établir une stratégie pluriannuelle.
- Il serait utile de repérer les **structures** permettant de favoriser l'**incubation de nouveaux acteurs culturels**, qui pourraient être propices aussi à l'éclosion de futurs éditeurs en Occitanie (**tiers lieux, coopératives d'activité et d'emploi ...**).

Actions	Description / Enjeux	Points de vigilance	Acteurs à mobiliser / modalités de financement	Degré de priorité
<p>Accompagnement à la définition d'une stratégie globale (économique, éditoriale, développement de catalogue)</p>	<p>> RDV de travail avec l'équipe dirigeante ou les porteurs de projets à partir d'une grille d'analyse préparée en amont, diagnostic des besoins et des leviers, des atouts et des manques en s'appuyant par exemple sur la boussole stratégique des associations ou le guide pour lancer sa maison d'édition réalisé par Livre et lecture en Bretagne https://www.associations.gouv.fr/IMG/pdf/la_boussole_strategique.pdf https://www.calameo.com/read/00490944619dbc1ca6b3a</p> <p>> Rédaction d'un plan stratégique à 3 ans</p> <p>> Mise en lien avec des personnes ressources, aide à l'élaboration de dossiers de demande de financement, à la formalisation d'un prévisionnel à 3 ans...</p>	<p>> Toutes les maisons d'édition ne pourront pas bénéficier régulièrement de ce travail, priorisation nécessaire pour permettre un suivi efficace sur 3 ans.</p> <p>> Fixer un cap en nombre de structures accompagnées par an (3 à 5 / an sur les 4 premières années de mise en œuvre du dispositif ?)</p>	<p>> Une participation financière peut être demandée à la structure</p> <p>> Occitanie Livre et Lecture</p> <p>> DRAC / Région</p> <p>> Tiers lieux / Coopératives d'activité et d'emploi (ex. La Palanquée - Sète/Bassin de Thau; PINGPONG Cowork - Millau)</p>	<p>++</p>

Préconisations transversales

Occitanie Livre & Lecture, coordinateur de formations dédiées

- Occitanie Livre & Lecture propose déjà des formations dédiées pour les éditeurs. Les **thèmes prioritaires** exprimés pour les futurs stages sont les suivants : gestion, communication, animations, référencement, commercial-marketing et écologie du livre.
- Comme l'étude quantitative l'a encore confirmé, les freins principaux évoqués par les répondants sont le "manque de temps", le "coût" et le "lieu" (mais des sessions en visio sont possibles) ainsi que le fait de "ne pas connaître une formation répondant aux besoins". Il conviendrait donc de sensibiliser davantage les éditeurs aux **enjeux liés à la formation** : si celle-ci est perçue non pas comme une contrainte supplémentaire mais comme un **facteur clé de réussite**, un investissement, la disponibilité comme la recherche d'informations (sur le financement, sur les offres existantes) pourraient s'améliorer, surtout si la corrélation est renforcée avec l'accompagnement des maisons d'édition.

Actions	Description / Enjeux	Points de vigilance	Acteurs à mobiliser / modalités de financement	Degré de priorité
<p>Continuer à coordonner les actions de formations y compris interprofessionnelles</p> <p>Renforcer la corrélation avec l'accompagnement ponctuel et global des éditeurs - voir supra)</p>	<p>> Sensibiliser aux enjeux de la formation dans le projet d'activité / créer le réflexe</p> <p>> En complément, poser des questions dans le dossier de demande de subventions (ex. Bourgogne / Franche-Comté Nouvelle-Aquitaine...)</p>	<p>> Mise à jour très régulière des stages proposés (catalogues / sites) et pouvant aussi faire l'objet d'une adaptation</p> <p>> Choisir les thématiques à développer avec les maisons d'édition</p> <p>> La formation est rarement une priorité pour les éditeurs, a fortiori ceux dont l'effectif est réduit notamment</p>	<p>> Occitanie Livre & Lecture</p> <p>> Association ERO</p>	<p>+++</p>

Préconisations transversales

En se rapprochant des formations initiales aux métiers du livre présentes sur le territoire, les maisons d'édition (en priorité "rayonnantes", "spécialisées", voire certaines "hybrides", plus à même de proposer des stages et/ou des alternances) contribueront à la **professionnalisation** des étudiants (ce qui renforcera leurs perspectives d'emploi) mais aussi, en retour, aux éditeurs "ancrés", s'ils peuvent trouver la disponibilité et le lieu pour les accueillir.

Actions	Enjeux	Points de vigilance	Acteurs à mobiliser / modalités de financement	Degré de priorité
<p>Renforcer les liens avec les formations initiales aux métiers du livre (et d'art) d'Occitanie</p>	<ul style="list-style-type: none"> > Faire mieux connaître aux éditeurs occitans les formations initiales aux métiers du livre (et d'art) sur le territoire https://fill-livrelecture.org/wp-content/uploads/2023/05/Repertoire-des-formations-aux-metiers-du-livre.pdf > Accueillir des stagiaires et/ou des apprenti.es dans les maisons d'édition > Faire participer les étudiants (enquêtes terrain en librairie, animations de rencontres ou d'ateliers, prises de notes et comptes rendus...) > Bourse d'emplois à destination des étudiants sortis de formation 	<ul style="list-style-type: none"> Partenariats à moyen/long terme > Conventonnement avec l'Université / les écoles et les stagiaires et/ou apprenti.es > Temporalité de l'université pas toujours la même que celle des maisons d'édition (périodes de stage pour les étudiants, réactivité des enseignants...) 	<ul style="list-style-type: none"> > Lycées / Région (Bacs pro, CAP, BTS) > Universités / Ecoles (BUT, Licences, Masters) > Occitanie Livre & Lecture, Association ERO 	<p>+++</p>

Préconisations transversales

Diversifier les sources de financement , rechercher des partenaires

- Certains **projets collectifs** notamment (ex. catalogue commun des éditeurs occitans à destination des libraires et bibliothécaires, conception collaborative d'un outil de gestion des stocks, stand conjoint pour des salons du livre ...) ne peuvent pas bénéficier de subventions, issues de la seule filière du livre qui plus est. Il serait donc nécessaire de repérer les **sources de financement complémentaires** publiques comme privées.
- En particulier, la croissance des coûts (papier, énergie, transport) serait à relier avec d'**autres secteurs économiques** et services d'aide aux entreprises.

Actions	Enjeux	Points de vigilance	Acteurs à mobiliser / modalités de financement	Degré de priorité
<p>Repérer des soutiens et partenaires en complément des dispositifs existants</p> <p>Se former à la recherche de mécénat</p>	<p>> Certain projets éditoriaux peuvent s'inscrire dans des dispositifs déjà existants mais pourraient aussi bénéficier de financements complémentaires hors édition/livre spécifiquement (Industries culturelles et créatives, incubateurs/pépinières/hôtels d'entreprises locaux)</p> <p>> La recherche de mécénat demande une organisation et du savoir-faire : les acteurs sont souvent démunis et doivent apprendre pour être plus efficaces et imaginer des solutions auxquelles ils n'auraient pas pensé sinon</p> <p>> S'inspirer de Mécènes du Sud, collectif fondé en 2003 regroupant 40 entreprises / acteurs économiques pour le soutien à la création artistique contemporaine à Aix-Marseille et Montpellier-Sète-Béziers</p>	<p>> Projets à monter très en amont</p> <p>> Proposer régulièrement la formation, en l'adaptant à la typologie des maisons d'édition en construisant un programme permettant d'aboutir à un plan d'actions ciblées</p> <p>> Favoriser les échanges avec les manifestations littéraires, souvent expérimentées dans la recherche de financements</p>	<p>> Occitanie Livre & Lecture / Région / DRAC/</p> <p>> Collectivités territoriales (aides aux entreprises)</p> <p>> Métropoles, ICC</p> <p>> Mobiliser les structures de DLA ?</p> <p>> Fondations privées (ex. Michalski)</p> <p>> Manifestations littéraires en Occitanie</p>	<p>++</p>

Préconisations transversales

Favoriser la diffusion et la distribution des éditeurs en Région, auprès des libraires d'Occitanie

Amalia Diffusion et DG diffusion peuvent représenter des solutions - et des emplois - pour des éditeurs d'Occitanie. Cependant le Comptoir du livre constitue un enjeu unique, avec la capacité de satisfaire les besoins des libraires et des éditeurs.

Actions	Enjeux	Points de vigilance	Acteurs à mobiliser / modalités de financement	Degré de priorité
Accompagner les diffuseurs pour apporter des solutions de diffusion et/ou de distribution aux éditeurs	<ul style="list-style-type: none"> > Certain projets éditoriaux peuvent s'inscrire dans des dispositifs déjà existants mais pourraient aussi bénéficier de financements complémentaires > Enjeu écologique si circuit court, au moins en Occitanie ? 	<ul style="list-style-type: none"> > Obtenir toutes les données de leur activité > Dossiers avec des aspects très techniques > Coût élevés lorsque les investissements, les outils deviennent nécessaires 	<ul style="list-style-type: none"> > Occitanie Livre & Lecture / Région / DRAC > Collectivités territoriales 	++
Accompagner Le Comptoir du livre dans ses orientations	<ul style="list-style-type: none"> > Garantir des emplois > Favoriser l'accès pour les libraires aux catalogues nationaux et régionaux, la rapidité de livraison pour faire face à la concurrence d'Amazon > Favoriser la bibliodiversité, et la production régionale (et régionaliste) 	<ul style="list-style-type: none"> > Comment faire émerger les catalogues plus confidentiels face aux best-sellers des grands distributeurs > Accompagnement à l'investissement (ERP) 	<ul style="list-style-type: none"> > Occitanie Livre & Lecture > Conseil régional, conseils départementaux > ERO ? > ALIDO ? 	+++

Préconisations transversales

L'écologie (suite)

- Quelle que soit la catégorie de la maison d'édition, il y a une grande marge d'amélioration.
- Une relative méconnaissance de certains points a été constatée en entretiens (impression, papier, encres), et des solutions régionales.

Actions	Enjeux	Points de vigilance	Acteurs à mobiliser / modalités de financement	Degré de priorité
Faire connaître les ressources existant sur le sujet (cf documents listés sur le site de la FILL et de Normandie Livre & Lecture)	<ul style="list-style-type: none"> > Sensibiliser, faire comprendre les enjeux de l'écosystème > Convaincre les élus <p>https://fill-livrelecture.org/livre-et-lecture-a-l-heure-de-l-ecologie/ https://www.normandielivre.fr/boite-a-outils-charte-pour-lecologie-du-livre/</p>	<ul style="list-style-type: none"> > Au-delà de la valorisation sur le site, il serait pertinent de parler du document le plus souvent possible (article, lors des rencontres avec les maisons d'édition, envoi par mail...) 	<ul style="list-style-type: none"> > Voir si certains documents sont disponibles en version papier > Ecologistes de l'Euzière, Biotope, Plume de Carotte 	+++

Actions	Enjeux	Points de vigilance	Acteurs à mobiliser / modalités de financement	Degré de priorité
Organiser des webinaires de sensibilisation	<ul style="list-style-type: none"> > Sensibiliser, faire comprendre les enjeux de la décarbonation des maisons d'édition > Donner des pistes utiles et concrètes aux éditeurs pour s'emparer de la question en profondeur 	<ul style="list-style-type: none"> > Ne pas hésiter à proposer plusieurs RV dans l'année de façon à toucher le plus largement possible les maisons d'édition > Dégager des moyens pour réaliser des bilans carbone et des ACV (Analyse du Cycle de Vie du produit) 	<ul style="list-style-type: none"> > Formateurs, spécialistes de la question (cf. en Occitanie Elémén'Terre https://www.elemen-terre.org/) Ecologistes de l'Euzière, Biotope, Plume de Carotte > ADEME ? 	++

Préconisations transversales

L'écologie

- Quelle que soit la catégorie (et la typologie) de la maison d'édition, rares sont celles réellement engagées en vue de diminuer l'impact environnemental. Des actions peuvent être proposées à l'ensemble des maisons d'édition sur ce sujet.

Actions	Enjeux	Points de vigilance	Acteurs à mobiliser / modalités de financement	Degré de priorité
Monter un groupe de travail sur le sujet	<ul style="list-style-type: none"> > Mobiliser les acteurs en créant un espace de partage, de réflexion, de veille sur les actions à mettre en oeuvre > Partager les solutions et les bonnes pratiques observées ailleurs > Devenir ambassadeur auprès des autres maisons d'édition 	<ul style="list-style-type: none"> > Un groupe de travail supplémentaire, pour des équipes déjà bien saturées : faciliter la dynamique en créant un groupe en partie en distanciel, en partie réuni lors de journées pro par ex. 	<ul style="list-style-type: none"> > Personnes ressources sur les enjeux économiques > Animation via Occitanie Livre & Lecture au démarrage 	++
Diffuser un catalogue des bonnes pratiques	<ul style="list-style-type: none"> > Faire connaître les bonnes pratiques auprès de maisons d'édition moins avancées, sous la forme d'une rubrique sur le site Occitanie Livre et Lecture, d'une publication papier, d'ateliers... > Faire connaître le dynamisme de la région Occitanie en la matière 	<ul style="list-style-type: none"> > Rester en veille sur ce qui est réalisé par d'autres acteurs et régions (FILL, Normandie, Association pour l'écologie du livre, Labo de l'édition, etc.) pour ne pas être redondant le cas échéant avec les ressources existantes 	<ul style="list-style-type: none"> > Occitanie Livre et Lecture > Imprimeurs et chaîne graphique d'Occitanie ? 	+

Préconisations transversales

L'accessibilité

La Directive européenne relative à l'accessibilité des biens et des services rend obligatoire dès 2025 la production de livres numériques nativement accessibles aux lecteurs en situation de handicap.

Au-delà de cette obligation légale pour les éditeurs occitans qui publient en version numérique (ce qui reste minoritaire - voir *supra*), il est nécessaire d'améliorer les conditions globales d'accès aux livres, qui ne sont pas forcément adaptés à certains handicaps ou contraintes mentales, physiques comme économiques. Outre les associations locales, il existe des acteurs experts en Occitanie (ex. CereGARD, Nîmes)

Actions	Description / Enjeux	Points de vigilance	Acteurs à mobiliser / modalités de financement	Degré de priorité
<p>Renforcer "l'accessibilité"</p>	<ul style="list-style-type: none"> > Favoriser davantage la lecture et la médiation auprès des "publics empêchés" (personnes en situation de handicap, en perte d'autonomie, hospitalisées, détenues) > Transposition des espaces « Facile à Lire » dans les bibliothèques avec des "fonds" faciles à lire (hôpitaux, maisons de retraite, etc.) > Groupe de travail (notamment avec les maisons d'édition "rayonnantes") pour réfléchir aux meilleures conditions d'accessibilité pour les auteurs/autrices, équipes et publics avec des partenaires et associations afin de devenir à terme "exemplaires" > Systématiser le recours à l'adaptation en se rapprochant des associations et acteurs locaux 	<ul style="list-style-type: none"> > Rester en veille sur ce qui sera réalisé dans d'autres régions sur le sujet pour ne pas être redondant le cas échéant ou prévoir un document FILL 	<ul style="list-style-type: none"> > Occitanie Livre & Lecture > Formateurs, spécialistes de la question > Prépresse, Imprimeurs > FILL (voir dossier sur ce thème : https://fill-livrelecture.org/edition-des-ressources-pour-la-production-de-livres-nativement-accessibles-sne/) 	<p style="text-align: center;">++</p>

Préconisations transversales

La parité et la diversité

La plupart des maisons d'édition ayant répondu au questionnaire de la phase quantitative de l'étude ont précisé qu'il n'y avait pas de problème particulier concernant la parité, qu'il s'agisse de l'équipe ou des auteurs et autrices. Cette sensibilisation nécessaire pourrait devenir un critère d'éligibilité, comme pour les marchés publics, dans l'octroi des soutiens et des subventions (voir *supra*). Soulignons qu'il importe d'élargir la problématique à la diversité de façon plus globale (âge, minorités sexuelles et ethniques...)

Actions	Description / Enjeux	Points de vigilance	Acteurs à mobiliser / modalités de financement	Degré de priorité
Garantir la parité et la diversité de l'édition en Occitanie	<ul style="list-style-type: none">> Sensibiliser, faire comprendre les enjeux de la parité et de la diversité, en particulier pour les recrutements d'auteurs/autrices, la ligne éditoriale et le catalogue, la médiatisation> Donner des pistes utiles et concrètes aux éditeurs et éditrices pour s'emparer de la question	<ul style="list-style-type: none">> Rester en veille sur ce qui sera réalisé dans d'autres régions sur le sujet pour ne pas être redondant le cas échéant ou prévoir un document FILL	<ul style="list-style-type: none">> Occitanie Livre & Lecture> Formateurs, spécialistes de la question> FILL (voir dossier sur ce thème https://fill-livrelecture.org/egalite-femmes-hommes-dans-la-filiere-du-livre/)	++

Maisons d'édition "rayonnantes"

CONTRIBUER AU RAYONNEMENT DU TERRITOIRE

Les maisons d'édition "rayonnantes" ont vocation à mettre en avant la création éditoriale, la **bibliodiversité en Occitanie** grâce à des résidences d'écriture; de nouvelles manifestations littéraires / culturelles; des conférences, colloques, "parlements"; des partenariats innovants, etc.. Cela relève du rôle de **médiateur engagé** que peuvent revendiquer ces maisons d'édition sur le territoire. La place des maisons d'édition "rayonnantes" implique de jouer ce rôle "vitrine", en direction des différents acteurs du livre et des autres acteurs culturels de la région.

Actions	Enjeux	Points de vigilance	Acteurs à mobiliser / modalités de financement	Degré de priorité
Renforcer les initiatives au service de la création éditoriale / culturelle en Occitanie	<ul style="list-style-type: none">> Jouer leur rôle de défenseur de la bibliodiversité, de défricheur> Se différencier des autres régions en montrant la richesse et la diversité de l'édition / de la culture en Occitanie	<ul style="list-style-type: none">> Créer des formats de mise en avant dédiés et récurrents> Ne pas faire du critère géographique le seul critère de sélection mais à l'inverse, ne pas dédaigner certains auteurs / structures / partenaires parce qu'ils sont "locaux"	<ul style="list-style-type: none">> Réseaux professionnels> Occitanie Livre & Lecture, Association ERO	++

Maisons d'édition "rayonnantes"

CONTRIBUER AU RAYONNEMENT DU TERRITOIRE

Les maisons d'édition "rayonnantes" sont parmi les plus emblématiques du territoire; elles ont un devoir d'**exemplarité** en ce qui concerne le domaine du **développement durable** et de l'**accessibilité** notamment (cf. préconisations transversales).

Elles peuvent être également moteurs en termes de **dynamique territoriale** entre les maisons d'édition, dans la constitution d'un collectif et en favorisant la coopération et le partage de compétences, des savoir-faire.

Actions	Enjeux	Points de vigilance	Acteurs à mobiliser / modalités de financement	Degré de priorité
Structurer un compagnonnage entre maisons d'édition (et autres acteurs du livre)	<ul style="list-style-type: none">> Développer une logique de coopération et de réseau, en testant des projets croisés, des coopérations, pour accompagner sous forme de conseils des maisons d'édition plus petites (coaching :/ mentoring - voir <i>infra</i>)> S'enrichir par la coopération, en s'ouvrant à d'autres possibilités en termes de publications, de communication croisée	<ul style="list-style-type: none">> Délimiter précisément le contour du compagnonnage> Ne pas se cantonner à des coopérations géographiques, favoriser les partenariats en fonction des thématiques, du positionnement respectif des maisons d'édition	<ul style="list-style-type: none">> Réseaux professionnels> Occitanie Livre & Lecture, Association ERO et autres associations des acteurs du livre	++

Maisons d'édition "rayonnantes"

INNOVER EN TANT QU'ÉDITEUR ET ACTEUR CULTUREL

Les maisons d'édition "rayonnantes" jouent un **rôle majeur sur le territoire** et doivent veiller à garder leur **rôle moteur** pour la région en renouvelant régulièrement leur approche, en devançant les évolutions du public, en sentant les **pratiques émergentes**, en surprenant... Il s'agit donc d'intégrer la **veille** comme un outil stratégique majeur et de fonctionner en **réseau territorial** d'échanges et de coopération.

Actions	Enjeux	Points de vigilance	Acteurs à mobiliser / modalités de financement	Degré de priorité
Organiser une veille nationale voire internationale	<ul style="list-style-type: none"> > Suivre les évolutions de la profession, noter les bonnes pratiques/idées en termes de domaines éditoriaux émergents, de partenaires, de nouveaux outils (communication, gestion ...) > Faire de l'Occitanie une terre particulièrement dynamique en termes de création éditoriale et culturelle 	<ul style="list-style-type: none"> > Ne pas se contenter de reproduire les bonnes idées d'ailleurs, mais plutôt utiliser cette veille comme un outil de tendances > Elargir les horizons en observant aussi ce qui se passe sur des marchés connexes 	<ul style="list-style-type: none"> > Réseaux professionnels > Occitanie Livre & Lecture, Association ERO 	++

Maisons d'édition "spécialisées"

RENFORCER LEUR EXPERTISE / SE RENOUVELER

Les maisons d'édition "**spécialisées**" sont celles qui ont généralement **le moins de lien avec le territoire** et donc avec Occitanie Livre & Lecture, d'autant qu'elles appartiennent plus souvent à de grands groupes d'édition. Elles ont le souhait de renforcer leur expertise, de consolider leurs **compétences distinctives** y compris en diversifiant leurs circuits de commercialisation, en proposant des contenus en ligne ou des formations en lien avec leurs domaines d'excellence.

Leur logique prioritaire de développement est moins géographique que **thématique**. En fonction de leurs spécialités, ces éditeurs sont plus intéressés par des **acteurs comparables** au niveau national/international ou dans d'autres régions. Mais ces maisons d'édition peuvent renforcer leur relation au territoire occitan grâce à des **aides pour des projets d'envergure** (création éditoriale, mise en œuvre d'un CRM, d'un ERP ...) et lorsque l'Occitanie valorise leur expertise dans des domaines éditoriaux spécifiques.

Actions	Enjeux	Points de vigilance	Acteurs à mobiliser / modalités de financement	Degré de priorité
Favoriser les relations de ces éditeurs avec les structures du livre sur le territoire occitan	<ul style="list-style-type: none"> > Suivre les évolutions de ces maisons "spécialisées" (y compris des groupes d'édition si elles y appartiennent) pour entretenir les liens hors période de subventions > Repérer de "grands projets" d'envergure (CRM, ERP ...) y compris dans des maisons de catégorie 3 voire 4 	<ul style="list-style-type: none"> > Manque d'occasions / de raisons pour ces maisons d'édition de créer des liens particuliers avec le territoire occitan 	<ul style="list-style-type: none"> > Réseaux professionnels > Occitanie Livre & Lecture, Association ERO 	++

Maisons d'édition "spécialisées"

RENFORCER LEUR EXPERTISE / SE RENOUVELER

Les maisons d'édition "spécialisées", en tant qu'entreprises implantées sur un territoire, créatrices d'emplois directs et indirects, ont de fait des liens avec l'Occitanie. Pour renforcer leur image et/ou leur notoriété et accroître leur visibilité, **valoriser leur expertise** dans des domaines éditoriaux spécifiques et **renouveler leur communication** en revendiquant plus clairement leur implantation en région peuvent s'avérer bénéfiques pour les éditeurs concernés comme pour l'Occitanie, réciproquement.

Certaines maisons d'édition "spécialisées" sont déjà proches des "rayonnantes" en développant des contenus gratuits (ex. Thierry Souccar), des formations (ex. éditions érès) ou la promotion de la lecture (ex. éditions Milan, ayant la possibilité, au-delà de ses actions actuelles, de nouer des partenariats locaux avec des associations occitanes de lutte contre l'illettrisme ex. **CereGARD** à Nîmes, membre du réseau des CRIA, Centres de Ressources Illettrisme et Apprentissage de la langue française; ou avec Benjamins Media, spécialiste des prestations sonores, etc.). Ainsi le groupe Elidia a-t-il des projets début 2024 pour s'appuyer sur les fonctions supports déjà présentes et renforcer l'édition locale.

Actions	Enjeux	Points de vigilance	Acteurs à mobiliser / modalités de financement	Degré de priorité
Valoriser leur implantation en Occitanie	> Accompagner les maisons d'édition "spécialisées" qui le jugent utile et pertinent vers un rôle accru de médiation engagée pour et sur le territoire occitan (maisons d'édition "rayonnantes")	> Adaptation nécessaire des actions selon la stratégie respective des éditeurs ainsi que leur taille, leur degré d'indépendance, etc.	> réseaux professionnels > Occitanie Livre & Lecture, Association ERO	++

Maisons d'édition "hybrides"

GÉRER DE MULTIPLES ACTIVITÉS HORS ÉDITION / SE DÉVELOPPER

Les maisons d'édition "hybrides" effectuant plusieurs "métiers" et ayant déjà une envergure a minima régionale (ce qui suppose des coûts induits plus élevés) ne sont généralement pas aussi installées que les maisons d'édition "rayonnantes".

Actions	Enjeux	Points de vigilance	Acteurs à mobiliser / modalités de financement	Degré de priorité
Construire et maîtriser la croissance multi-activités	<ul style="list-style-type: none"> > Pérenniser les maisons d'édition développant d'autres activités grâce à un dispositif d'accompagnement spécifique (ex. sur le modèle des DLA) : diagnostic suivi de recommandations stratégiques et opérationnelles à 3-5 ans > Privilégier les aides pluriannuelles > Renforcer les relations avec les partenaires / organismes relevant des ICC (Industries culturelles et créatives) 	<ul style="list-style-type: none"> > En particulier, aider à passer le cap de la 4^e année pour les plus récentes et réfléchir à l'évolution du modèle économique en relation avec les maisons d'édition "rayonnantes" 	<ul style="list-style-type: none"> > Occitanie Livre & Lecture / Région / DRAC > CNL / Sofia > Autres collectivités territoriales et organismes financeurs > DLA (pour les associations) 	<p style="text-align: center;">+++</p>

Maisons d'édition "hybrides"

GÉRER DE MULTIPLES ACTIVITÉS HORS ÉDITION / SE DÉVELOPPER

Outre un accompagnement et des subventions spécifiques (selon le type de métier dans la chaîne du livre : imprimerie, libraire, galeriste, diffuseur-distributeur, etc. ou d'activité complémentaire hors édition au sens strict du terme), il est nécessaire, pour les maisons d'édition "hybrides" de professionnaliser et de pérenniser leurs partenariats particulièrement diversifiés donc plus fragiles ou volatils a priori.

Actions	Enjeux	Points de vigilance	Acteurs à mobiliser / modalités de financement	Degré de priorité
Renforcer la professionnalisation pour la recherche de partenariats et de projets innovants	<ul style="list-style-type: none">> Continuer à développer l'innovation/l'hybridation grâce à des partenariats dans d'autres secteurs culturels voire économiques hors livre (ex. audiovisuel, arts graphiques, spectacle vivant, etc.)> Créer des fichiers de contacts pour la prospection sur le territoire / en fonction de la thématique, prévoir des formations et des échanges de bonnes pratiques, documents-types (ex. contrats de partenariat)...	<ul style="list-style-type: none">> Garder une cohérence par rapport à la "marque" de la maison d'édition, son positionnement/identité sans la galvauder ou la diluer dans des partenariats trop disparates ou moins qualitatifs	<ul style="list-style-type: none">> Occitanie Livre & Lecture> Formateurs spécialisés pour la recherche de partenariats	+++

Maisons d'édition "ancrées"

SE PROFESSIONNALISER POUR MIEUX RENTABILISER SON ACTIVITÉ

Il est utile de prévoir des actions à destination des responsables de maisons d'édition "ancrées" pour permettre une montée en compétences

- Actions de formation/information notamment sur des sujets prioritaires : gestion, commercialisation, marketing, communication.
- Partage de bonnes pratiques : journées d'échanges, rencontre professionnelle.

Actions	Enjeux	Points de vigilance	Acteurs à mobiliser / modalités de financement	Degré de priorité
Sessions de formation/ information	<p>> <i>Connaître son marché</i> (offre et demande) : guide méthodologique, partage d'expériences, diffusion des études nationales accessibles</p> <p>> <i>Communiquer auprès des publics</i> : bases des réseaux sociaux, partage d'expériences sur des supports ou des modalités innovants de captation de publics</p>	<p>> Mobiliser les formations et formateurs spécialistes du livre (veille Occitanie Livre & Lecture)</p> <p>> Proposer des formations adaptées (formats, contenu) aux besoins des maisons d'édition : mise en oeuvre d'outils simples, efficaces, peu coûteux</p>	<p>> Organismes de formation certifiés Qualiopi</p> <p>> Fonds de formation professionnels</p>	+++
Journées professionnelles couplées à une manifestation littéraire en Occitanie	<p>> Journées professionnelles à organiser sur 1 ou plusieurs manifestations qui proposent des "journées pro" en ouverture de leur manifestation : temps de rencontre et de partage d'expériences</p> <p>> Occasion d'ateliers/ temps d'échange sur des thématiques : éco-responsabilité, relations libraires, outils de gestion ...</p>	<p>> S'appuyer sur des outils existants pour les compléter et les adapter aux manifestations en NA, illustrer par des exemples concrets</p>		++

Maisons d'édition "ancrées"

SE PROFESSIONNALISER POUR MIEUX RENTABILISER SON ACTIVITÉ

Développer le compagnonnage et l'accompagnement personnalisé

Permettre la montée en compétence par le compagnonnage entre maisons d'édition et le soutien d' Occitanie Livre & Lecture

- Principe de coaching/ mentorat entre maisons d'édition

Actions	Enjeux	Points de vigilance	Acteurs à mobiliser / modalités de financement	Degré de priorité
Compagnonnage entre maisons d'édition	> Mise en place d'un coaching / mentoring entre maison d'édition "rayonnante" et maison d'édition "ancrée" : RDV trimestriel/ mensuel d'échange sur difficultés identifiées, identifier 1 action commune possible	> Sur la base du volontariat et de la disponibilité ! des maisons d'édition en période "test" > Ne pas stigmatiser des maisons d'édition "ancrées" qui n'ont ni les mêmes objectifs, ni les mêmes effectifs/chiffres d'affaires que les maisons d'édition "rayonnantes"	> Maisons d'édition, Porteurs de projets, > Association ERO > Occitanie Livre & Lecture / Région / DRAC	++

Maisons d'édition "ancrées"

SE PROFESSIONNALISER POUR MIEUX RENTABILISER SON ACTIVITÉ

Encourager et développer la mutualisation entre éditeurs "ancrés" en région

Mutualisation entre maisons d'édition d'un même domaine éditorial ou d'un même territoire

- Mutualisation de moyens : compétences, matériel, outils de communication
- Simplification sur les dossiers de demande d'aides ? Il existe déjà en un seul dossier, les éléments DRAC et Région.

Actions	Enjeux	Points de vigilance	Acteurs à mobiliser / modalités de financement	Degré de priorité
<p>Simplification et accessibilité des dossiers de demande d'aides</p>	<p>> Portail des aides ou newsletter (processus de simplification des aides) : diffusion des dossiers de demande d'aides, harmonisation entre les différentes structures</p> <p>> Aller vers une pluri-annualisation des dossiers de demandes d'aides ?</p>	<p>> Calendrier et critères des aides prioritaires à mettre en place ? => Prendre le temps de l'explication pour certains critères</p>	<p>> SOFIA, CNL, Région, DRAC => réflexion collective ?</p>	+++
<p>Mutualisation de moyens</p>	<p>Sur la base du volontariat :</p> <p>> <i>Mutualisation de compétences</i> : groupement d'employeurs, emploi partagé, banque de bénévoles</p> <p>> <i>Mutualisation de matériel</i> : groupement de commandes, banque de prêt centralisé par O L & L ... ?</p>	<p>> Aide sur un programme éditorial au lieu d'une aide par projet ?</p> <p>> Ne pas imposer mais accompagner ?</p> <p>> Une mutualisation des moyens qui ne peut se faire qu'à l'échelle des bassins de vie ?</p>	<p>> Acteurs de l'emploi et du développement économique, de la vie locale et associative</p> <p>> Communes et EPCI</p>	++



**Merci de votre attention !
Nous sommes à l'écoute de vos questions.**

Rendez-vous à l'automne 2023