



LES RENCONTRES **VIP** DU FIGARO.FR

RENCONTRER TONY PARKER

© Charly HEL / Pix

Economie | Médias & Publicités

Ces éditeurs qui font des livres sans encre ni papier

THIÉBAULT DROMARD: Publié le 09 août 2006

Actualisé le 09 août 2006 : 08h27

COLONNES T- T+ [Email] [Print] [RSS] € [Share] [Search]

Presse, publicité, télévision, musique... Internet est désormais un média à part entière. Troisième volet de notre série : l'auto-édition de livres. Quand le Net permet de s'affranchir des frais de diffusion et de distribution.

TOUS LES risques ne sont pas bons à prendre. S'attaquer à l'aussi puissante que discrète famille Mulliez par exemple relève pour certaines maisons d'édition de l'inconscience. Entre autres propriétaire des hypermarchés Auchan, elle est un acteur incontournable dans la vente du livre en France. « *J'ai frappé à quelques portes, mais à chaque fois la même réponse : les frais d'avocat qu'il aurait fallu engager auraient empêché l'équilibre financier du livre* », raconte Bertrand Gobin, journaliste au mensuel *Linéaires* et auteur de *L'Empire des Mulliez*.



S'il est aujourd'hui possible de s'auto-éditer au format PDF sur la Toile, lecteurs, auteurs et éditeurs restent attachés à la traditionnelle édition papier.

Après deux ans d'enquête, cinq heures d'entretiens exclusifs avec Gérard Mulliez, le patriarche d'Auchan, Bertrand Gobin se résout à contourner le marché traditionnel de l'édition en s'auto-éditant grâce à Internet. *« La démarche est en fait très compliquée, raconte-t-il. Il faut monter sa propre société, puis son site. J'ai pris conseil auprès de spécialistes comme Evelyne Lapouge, auteur du guide de l'auto-édition. »*

A ce jour, le livre n'est pas encore abouti ; l'auteur peaufine quelques chapitres. Prévues initialement pour la fin du mois de juin, sa sortie a été décalée à septembre pour tenir compte de son dernier scoop, la nomination en avril de Vianney Mulliez comme successeur de Gérard Mulliez. Cette révélation a servi de caisse de résonance pour le livre. *« Les souscriptions ont décollé », se réjouit l'auteur-éditeur.*

« Mon stock est illimité »

Internet offre l'avantage de s'affranchir des frais de diffusion et de distribution qui peuvent représenter plus de la moitié du budget d'un ouvrage. Dégagé de ces charges, l'auteur peut ainsi espérer augmenter sa marge. En outre, il ne court pas le risque d'une mise en place trop importante. *« Mon stock est illimité et permanent, je peux le gérer en temps réel, les lecteurs paient en ligne »,* explique Bertrand Gobin.

L'ouvrage, publié au format pdf sur la Toile sera quand même imprimé. *« Le livre sur pdf reste très impersonnel, concède-t-il. Les lecteurs ont besoin de tenir un ouvrage relié entre les mains et de pouvoir le ranger dans leur bibliothèque. »*. D'ailleurs, Bertrand Gobin ne renonce pas à rejoindre le circuit traditionnel. *« Je ne suis pas fermé à une offre d'une maison d'édition qui, à la différence d'Internet, donne par sa marque une certaine légitimité au manuscrit, reconnaît-il. Et puis l'édition, c'est un métier. A ce jour, ce n'est pas encore le mien. »*

C'est devenu celui de Jean Robin, auteur d'*Ils ont tué la télé publique*. Au-delà de l'auto-édition de son livre qui révèle que l'animateur Thierry Ardisson n'aurait pas plagié six, mais soixante pages dans son roman *Pondichéry*, Jean Robin a monté une vraie maison d'édition sur le net, Edition du journalisme continu. Agé de 28 ans, il propose à ses futurs auteurs des droits de 15 %, *« soit l'équivalent de ceux de Michel Houellebecq »,* indique-t-il sans rire sur son site.

La raison de cette générosité ? Ce qui n'est pas investi dans la distribution peut l'être ailleurs. Le jeune éditeur estime disposer de *« cinq fois plus de marges que l'édition traditionnelle »*.

Des estimations à manier avec précaution, critique Jean-Manuel Bourgeois, président de Magnard. Longtemps à la tête de la commission des nouvelles technologies du Syndicat national de l'édition, il en doute. Si tel était vraiment le cas, beaucoup d'éditeurs auraient sauté le pas du tout Internet.


En complément

 [Le site lulu.com fabrique et livre les best-sellers à domicile](#)

Les autres titres

 [La bataille reste ouverte pour le DVD du futur](#)

 [Quand les boutiques Brice s'attaquent à «Brice de Nice»](#)

 [Les médias, l'autre arme de la guerre du Liban](#)

 [Les Français en tête dans la course aux blogs](#)

 [Denis Jeambar quitte L'Express](#)

 [Nokia s'offre l'américain Loudeye pour contrer iTunes](#)

 [Google fait la paix avec AP](#)

 [Sur le Net, les agences interactives ont l'avantage](#)

[Retour | Rubrique Médias & Publicités](#)