

# Les éditeurs en ligne gagnent du terrain

Une poignée d'éditeurs ont compris que, grâce à Internet, ils pouvaient s'affranchir des frais de diffusion et de distribution.

**S'**ATTAQUER à une vedette du petit écran relève, pour certaines maisons d'édition, de l'inconscience. Jean Robin, auteur d'un livre polémique sur Thierry Ardisson, a frappé à quelques portes avant de se résoudre à ce constat. En avril dernier, le jeune homme a donc édité seul son ouvrage ; dans la foulée, il a créé Journalisme-continu.com, une maison d'édition en ligne qui permet la diffusion sur Internet des ouvrages recalés de l'édition traditionnelle. D'autres sociétés comme Manuscrit.com ou Cylibris.com l'ont précédé.

Internet permet de s'affranchir des frais de diffusion et de distribution qui représentent jusqu'à 60 % du budget d'un ouvrage. C'est grâce à

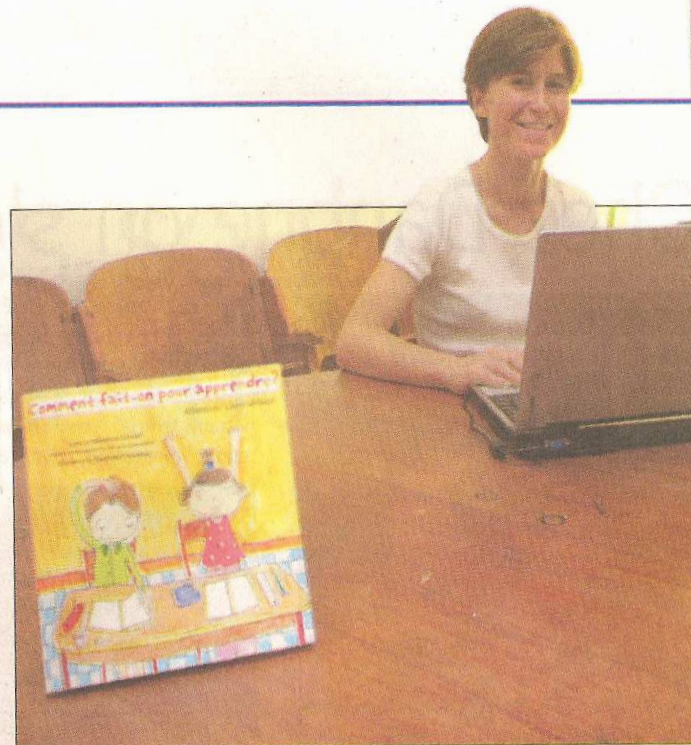
cela que Jean Robin peut proposer à ses futurs auteurs des droits de 15 %, l'équivalent de ceux de « Michel Houellebecq ou Bernard Werber », assure-t-il sur son site. « Nous pouvons faire exister des projets qui n'intéressent pas l'édition tradition-

## Le livre téléchargeable chez soi

nelle », explique Martine Lemalet, directrice de Manuscrit.com. Sa société a par exemple créé la collection témoignage pour la Shoah sous la direction de Simone Weil pour éditer des livres qui ne se vendront probablement pas à des milliers d'exemplaires. Tous les cyberéditeurs ne sont pas aussi exigeants sur

le contenu. Sur Lulu.com, filiale d'un groupe américain fraîchement débarqué sur le marché français, on peut faire éditer tout et n'importe quoi, les Mémoires de sa grand-mère, la dernière théorie de la physique quantique mais aussi des calendriers, des DVD, des CD, etc.

Lulu perçoit en moyenne deux centimes par page imprimée, 4,50 euros pour relier un livre et 20 % du prix de vente. A ce prix, le contenu n'est pas contrôlé, ni corrigé. Les ambitions de Lulu sont tout autres que littéraires. « A terme, on viendra sur Lulu pour trouver un livre sur n'importe quoi, exactement comme on va sur eBay pour acheter n'importe quel produit », espère Robert



Bénédicte Denizot, auteur de « Comment fait-on pour apprendre ? », à côté d'une version imprimée et illustrée à 13,63 euros, a choisi d'en proposer aussi une cyberédition téléchargeable pour 2,01 euros sur Lulu.com. LP/Sébastien BOSSI.

« Bob » Young, PDG de l'entreprise américaine. Pour ce faire, il reproduit l'esprit de communauté qui a fait le succès de la société de ventes aux enchères en ligne en multipliant les forums sur son site.

Dans le monde anglo-saxon, la recette a plutôt bien marché. Deux ans et demi après son lancement, Lulu revendique la publication de 55 000 ouvrages. Son chiffre d'affaires est

passé de 1 million d'euros en 2004 à 5 millions en 2005, il devrait atteindre les 15 millions pour l'année 2006. En lançant la version française, le PDG d'origine canadienne souhaite capter le marché hexagonal mais aussi plus généralement le monde francophone. Inaugurée le 21 juin dernier, la version française a depuis édité 624 livres et 1 096 ouvrages.

EMILIE TORGEMEN