

# Entretien avec Benoît Vaillant, directeur de la société de diffusion-distribution Pollen Littéral

par **Annick Lorant-Jolly**

Les réseaux de diffusion-distribution de la production jeunesse sont un maillon de la commercialisation absolument essentiel mais fort méconnu du grand public.

On y trouve des structures de taille contrastée : grandes entreprises souvent rattachées à des groupes, petites sociétés, etc. Pour en savoir plus, nous avons choisi de rencontrer plutôt un diffuseur-distributeur indépendant, reconnu dans le secteur jeunesse.

**Annick Lorant-Jolly** : *Vous dirigez la société Pollen Littéral. Pouvez-vous nous raconter comment elle est née et sur quel projet elle s'est développée ?*

**Benoît Vaillant** : Pollen est une société assez récente puisque l'immatriculation date de mai 2004. Je l'ai créée ex-nihilo, mais avant j'ai fait tout mon parcours dans l'édition, essentiellement dans les grands groupes. D'abord comme représentant quand j'étais jeune. J'ai ensuite été responsable de promotion chez Larousse, puis à la direction de l'export pendant 4-5 ans. C'était bien, je voyais beaucoup mais, vers 35 ans, j'ai eu envie de passer à autre chose. J'ai repris mes études pour créer Pollen. Au fond, les gens qui tombent dans le livre n'en ressortent jamais. Je réalise que ceux que je connaissais quand j'avais 20-25 ans sont toujours là. La notion de réseau dans le monde du livre est très forte. Et ce monde est extrêmement codifié. Il n'y a pas de grammaire connue mais il y a des réflexes, des références,

des connaissances, plein de règles non exprimées, non exprimables, qui font qu'on en est ou qu'on n'en est pas.

J'ai donc eu envie de voler de mes propres ailes. J'ai commencé par rencontrer des éditeurs indépendants. Je ne savais pas exactement ce que j'allais leur proposer, mais il me semblait évident qu'il y avait avant tout un besoin en diffusion. Et donc j'ai créé Pollen sur deux ou trois principes essentiels. Le premier, c'est de ne pas gérer beaucoup d'éditeurs : nous en avons une cinquantaine, pas plus. De façon à ce que chaque éditeur ait l'écoute nécessaire. On est aussi sélectif sur les secteurs que l'on couvre. Comme nous assurons maintenant la diffusion et la distribution, nous avons plutôt une logique de rayons : la jeunesse, qui fait un tiers du chiffre d'affaires, les beaux-arts – très axé sur l'art contemporain –, pour un autre tiers du chiffre d'affaires, et, pour le reste, moitié sciences humaines, moitié littérature.

**A.L.J. :** *Votre équipe compte combien de personnes ?*

**B.V. :** Nous avons racheté une plateforme de distribution en janvier 2008 en Vendée à La Roche-sur-Yon, ce qui nous a permis d'avoir une palette de prestation complète : diffusion et distribution. L'équipe compte donc 22 personnes, dont 8 représentants, tous salariés – ce ne sont pas des VRP multicartes – et 7 personnes pour la distribution. En Vendée nous faisons le stockage, la préparation de commandes, les expéditions et facturations.

Le reste du personnel travaille en back office sur les deux lieux – tout ce qui est administratif, finances, comptabilité, relation éditeurs, relation libraires, assistants, direction des ventes.

**A.L.J. :** *Comment avez-vous trouvé votre créneau, quand vous vous êtes lancé ?*

**B.V. :** Grâce aux éditeurs. Au début – j'étais tout seul – quelques-uns, les plus téméraires, ont bien voulu signer avec Pollen, et en particulier des éditeurs qui démarraient aussi, qui n'avaient qu'un programme éditorial et qui cherchaient un diffuseur – parmi eux il en reste deux ou trois qui marchent encore très bien. Cela nous a permis d'en attirer d'autres. Par exemple, en jeunesse, Talents Hauts et Balivernes. Ces deux maisons avaient déjà une ligne éditoriale, une logique économique, une vision de ce qu'elles voulaient faire. Avec le temps, elles ont tenu leur engagement. Ensuite nous avons été rejoints par d'autres éditeurs, soit en création, soit déjà installés. Nous avons eu une grosse accélération quand on a intégré Ricochet. Mais nous comptons aussi La Cabane sur le chien, Rouge Safran, etc. On a eu également MeMo qui malheureusement nous a quittés pour aller chez Harmonia Mundi. J'ai bien dû faire contre mauvaise fortune, bon cœur ! C'est un peu comme un petit éditeur qui perd un auteur quand il commence à avoir du succès... Mais je m'en suis servi souvent en disant : « Regardez, nous avons eu MeMo pendant deux ans.

À l'époque il était en difficulté parce que son diffuseur venait de faire faillite. Et après, il a été accepté chez Harmonia Mundi qui est très sélectif. »

**A.L.J. :** *Est-ce que vous diriez que les petits éditeurs indépendants ont besoin de sociétés de diffusion-distribution indépendantes pour préserver la pluralité de l'édition jeunesse en France puisqu'il y existe encore des maisons de toutes les tailles ?*

**B.V. :** Oui. Ce n'est d'ailleurs pas particulier à la jeunesse. La lucidité de ces éditeurs consiste à se dire : « Si je démarre dans une grosse structure je serai la cinquième roue du carrosse ». Cela bride un peu les choix éditoriaux. Et d'un point de vue économique, ça crée des déséquilibres car qui dit gros distributeur dit plutôt diffusion-distribution de masse : les mises en place sont moins ciblées. Il faut aussi avoir des tirages plus importants, la prise de risques est plus grande – nos éditeurs tirent entre 1 500 et 3 000, alors que, chez un gros distributeur, il faut tirer entre 3 000 et 5 000 pour exister. Chez nous, un éditeur comme L'Édune tire à 1 500, ce qui permet, à chaque retraitage, de se reposer la question du prix, de faire des corrections et de repenser la mise en place. Si l'on tire à 3 000, une fois la première vague vendue, il ne se passe plus grand-chose, on se retrouve avec des stocks morts, donc de la trésorerie immobilisée. Notre responsabilité c'est d'abord que les éditeurs gagnent leur vie.

**A.L.J. :** *Cela suppose une grande souplesse de votre part.*

**B.V. :** Non, une grande disponibilité. Il y a des points sur lesquels on ne transige pas : les dates de mise en vente, la rigueur sur les prix, sur les codes. Les éditeurs attendent de nous des conseils sur ces points-là et sur les tirages, voire sur les couvertures. Par exemple on leur dit : « tirez à 1 500 », ou « ne publiez pas vos quatre titres d'un coup, mais deux en mars, deux en juin ». Talents Hauts publie environ une trentaine de titres par an. Comme ce sont des suites de collections, ce n'est pas difficile à mettre en place, mais il faut le répartir intelligemment sur l'année. Car il faut réserver des

temps pour défendre son fonds. De notre côté, on se doit d'avoir des tournées, des commandes, des programmes équilibrés entre nos éditeurs. Il ne s'agit pas que l'un d'eux prenne toute la place.

**A.L.J. :** *Dans une structure comme la vôtre les représentants ont une fonction essentielle.*

**B.V. :** Oui, le représentant chez nous prend directement les commandes, et c'est la moitié de notre chiffre d'affaires. L'autre moitié étant faite en back office. Après, il y a bien sûr tout le travail des bibliothécaires, les coups de cœur des libraires et le professionnalisme de l'éditeur, son image. Mais le moteur économique c'est le couple libraire/représentant.

**A.L.J. :** *Est-ce que vous travaillez avec un réseau de libraires fidèles ?*

**B.V. :** Oui, avec 800 libraires en compte que nous visitons tous les deux mois. Mais notre réseau compte aussi 7 000 libraires qui ont déjà passé des commandes. En jeunesse, nous sommes donc quasi incontournables. Nous avons été très tôt soutenus par les librairies Sorcières. Parce qu'elles défendent beaucoup l'indépendance. Mais, du point de vue commercial, même si la plupart des libraires ont plutôt de la sympathie pour les petits éditeurs, cette bienveillance s'arrête vite, dès que ça devient compliqué. Notre rôle, c'est justement de faciliter, de fluidifier la distribution.

**A.L.J. :** *En jeunesse, vous avez un catalogue diversifié ? À la fois de l'album, du roman, et du documentaire ?*

**B.V. :** C'est une excellente question. La difficulté est là. On ne peut pas multiplier les éditeurs. Il y a deux ans, nous

## Les éditeurs jeunesse diffusés par Pollen

Ad libris  
Alban (Éditions)  
Anna Chanel  
Balivernes  
Bonhomme vert (Le)  
Bower jeunesse  
Cabane sur le chien (La)  
Caillou Bleu (Le)  
CdL Éditions  
Chocolat jeunesse édition  
D'Orbestier (Les Éditions)  
Desputeaux + Aubin  
Édune (L')  
L'Initiale  
Lutin Malin (Le)  
Mercurie (La)  
Nobi Nobi !  
Oslo éditions  
Où sont les enfants ?  
Ricochet (Les Éditions du )  
Rouge Safran  
Talents Hauts  
Zoom

### **Pollen Diffusion**

101 rue des Moines - 75017 Paris  
Tél. : 33 (0) 1 43 58 74 11 -  
Fax : 33 (0) 1 72 71 84 51  
<http://www.pollen-diffusion.com/>

nous sommes dit que nous avions, avec nos éditeurs jeunesse, une offre d'albums suffisante. Et donc nous avons ouvert sur du documentaire – surtout grâce à Ricochet avec sa collection « Ohé la science » – et sur du graphisme grâce à L'Édune, avec son « ABÉCÉDAIRE »... Ce mouvement a été orchestré avec les éditeurs. Par la suite nous avons intégré aussi des éditeurs de romans : Oslo Jeunesse, Rouge Safran.

*A.L.J. : Vous savez quel est votre seuil en volume de titres ?*

**B.V. :** On sait qu'autour de dix à douze titres par mois c'est bien (une centaine par an). Mais nos éditeurs font des petits tirages et ils ne sont pas compétitifs sur les prix. Nous devons donc compter sur la prise de risque des libraires.

*A.L.J. : Cela signifie qu'ils privilégient la qualité ?*

**B.V. :** Qu'ils privilégient, non, mais qu'ils jouent aussi la qualité. Ce que nous disons aux libraires, en dehors du fait que Pollen leur assure une offre de services de qualité, c'est que, s'ils veulent être reconnus comme libraires, il y a un certain nombre d'acteurs avec lesquels il faut qu'ils travaillent. C'est une question d'image, s'ils ne veulent pas ressembler à un rayon librairie de grande distribution.

*A.L.J. : Donc vous avez vraiment conquis une place dans la distribution du livre de jeunesse.*

**B.V. :** Oui, au Salon du livre et de la presse jeunesse de Montreuil nous avons une douzaine d'éditeurs présents. Et, en plus, ce sont des fidèles. C'est une satisfaction car d'autres se sont fait « draquer » et n'ont pas résisté aux grosses sirènes.

**A.L.J. :** *Ces éditeurs sont dans un risque permanent, ce qui rend fondamental le circuit de diffusion-distribution ?*

**B.V. :** Oui, ce sont des structures très fragiles économiquement. On reçoit un à deux dossiers d'éditeurs – souvent en jeunesse – par jour, dont de très beaux dossiers auxquels on dit « non », parce que ce sont des maisons qui ont trouvé un équilibre économique et, si nous les prenions, il risque d'être rompu. Ils veulent sortir d'une situation assez artisanale, mais qui fonctionne. C'est le cas par exemple d'un éditeur comme L'Atelier du poisson soluble. Seulement ce qu'ils ont construit, c'est de la dentelle. Et nous, on ne ferait pas mieux mais cela leur coûterait plus cher.

**A.L.J. :** *Pour préparer ce dossier, j'ai eu des entretiens avec quelques éditeurs indépendants. Et l'histoire de leur développement est aussi l'histoire d'un parcours qui a fait alterner les formules : auto-distribution, recours à un diffuseur-distributeur indépendant... Chez MeMo, c'est assez emblématique.*

**B.V. :** Oui, pour MeMo il y a eu trois étapes, il me semble : la maison toute seule avec un diffuseur qui l'aidait dans sa logistique, ensuite Pollen Littéral, enfin Harmonia Mundi. Donc MeMo a vraiment suivi une progression. Mais certaines maisons arrivent à trouver leur équilibre économique en restant autonomes pour tout (auto-diffusion – auto-distribution) et elles n'ont pas intérêt à changer de fonctionnement.

**A.L.J. :** *Vous ne vous sentez pas menacé par les grandes manœuvres actuelles de regroupement des éditeurs jeunesse ?*

**B.V. :** Non, c'est plutôt notre oxygène. Certains groupes en ce moment ont tendance à se délester des petits éditeurs. Dans un groupe que je connais bien, il a suffi qu'un directeur des ventes change pour que tout soit remis en question. Un certain nombre d'éditeurs ont dit « moi je ne joue plus » mais, du coup, on leur a fait cette réponse : « ça tombe bien, nous ne voulons plus de vous ».

Je pense que ces grands groupes ne savent pas et ne veulent pas faire ce que nous faisons : travailler dans la dentelle. Donc nous nous glissons dans les fissures. Mais il ne faut pas perdre de vue que cette chaîne économique reste fragile à tous les niveaux. Si vous regardez bien, vous remarquez qu'elle fonctionne – de l'éditeur au libraire en passant par le distributeur – sur des taux de rentabilité nette de 1 à 2 %. On est donc juste au-dessus du trait. Il faut rester vigilant parce que le déséquilibre vient vite.

Je consulte d'ailleurs assez régulièrement – pour voir s'ils sont solvables – les bilans de nos libraires. Et s'ils sont en difficulté, soit on décide de continuer, soit on ferme le compte. Il nous est arrivé de prendre de grosses claques à cause de dépôts de bilan inattendus, comme celui de La Renaissance à Rouen, qui nous a coûté 6 000 € !

Pour finir, je voudrais ajouter quelque chose que je rappelle à chaque fois que nous commençons à travailler avec un éditeur : ce n'est pas parce qu'ils sont chez un diffuseur qu'il faut arrêter de faire sa propre promotion dans les Salons ou chez les libraires. Les éditeurs qui s'en sortent le mieux sont ceux qui font ce qu'on appelle de la « sur-diffusion » ou « méta-diffusion ». Nous leur fournissons les fichiers pour leurs mailings. Quand un libraire reçoit un document d'éditeur

bien fait, il y a neuf chances sur dix pour qu'il le regarde rapidement et qu'il le jette à la poubelle. Mais quand, trois semaines plus tard, le représentant passe, le libraire reconnaît le livre. Le deuxième point consiste à dire : les représentants, lorsqu'ils viennent voir un libraire, ont une minute pour parler d'un livre. Ça va très vite, et c'est ce qu'attend le libraire. C'est très frustrant pour les éditeurs de voir ça quand ils nous accompagnent.

Si je devais caricaturer les choses, je dirais : le représentant est là pour parler d'argent, de revenu. L'éditeur, lui, saura prendre le temps et trouver le discours pour toucher l'âme du libraire. Les libraires aiment les livres en général et trouvent le discours de l'éditeur légitime, sans oublier qu'il connaît vraiment son catalogue... Ils se placent sur deux registres différents.