

# 5%

C'est la part du chiffre d'affaires de l'édition française réalisée par le secteur international.

Pour un éditeur Jeunesse comme Sarbacane, cette part représente 10 à 12% (y compris les droits cédés à l'audiovisuel).

## À QUI VENDONS-NOUS DES DROITS ?



**1 Chine**



**2 Italie**



**3 Allemagne**



**4 Espagne**

## QU'EST-CE QU'UN SCOUT ?

C'est une tête chercheuse qui, dans un pays, repère les livres qui pourront intéresser l'éditeur étranger pour lequel il travaille. Métier très anglo-saxon, on dit qu'il y a environ une quinzaine de scouts qui travaillent en France.

## BIEF

C'est le bureau qui aide les éditeurs français dans leurs actions internationales. Émanation du Syndicat national de l'édition, il existe depuis 1873 et il est soutenu par le Centre national du livre et le ministère des Affaires étrangères. 280 éditeurs français bénéficient de ses services.

[bief.org/](http://bief.org/)



**1 titre sur 3 cédés à l'étranger est un livre Jeunesse**

**Avec 3 657 contrats sur un total de 12 225 ; devant la bande dessinée (2 912 contrats) et la littérature (1 877 contrats).**

## COÉDITION OU CESSION DE DROITS ?

**Une cession de droits signifie que l'on cède les droits de publication d'un livre à un éditeur d'un autre pays et/ou d'une autre langue. C'est le modèle qui prévaut en littérature. Ensuite, chaque éditeur gère la traduction, la mise en pages et l'impression de l'ouvrage dont il a acquis les droits.**

**En 2015 Les éditeurs Jeunesse français ont signé 3 657 contrats de cession**

**Une co-édition intervient en amont, quand un ou plusieurs éditeurs se joignent à l'éditeur d'origine pour imprimer en même temps que lui (co-impression). Toutes les couleurs sont les mêmes pour tous mais chaque pays a son propre tirage pour le noir du texte. C'est le modèle idéal pour les livres qui ont des fabrications complexes : plus le tirage est important et moins son coût de fabrication à l'exemplaire sera élevé.**

**En 2015, les éditeurs Jeunesse français ont réussi à organiser 1 075 coéditions (sur un total de 1 669 pour l'ensemble des secteurs éditoriaux, soit 64%).**

# Phi-Anh Nguyen

## agent international

Formé en Angleterre, le pays inventeur de son métier, Phi-Anh Nguyen a exercé chez Gallimard et Hachette avant de créer son agence de droits internationaux en 2008. Si son champ d'action prioritaire est la défense à l'international du catalogue Jeunesse des éditions Sarbacane, Phi-Anh Nguyen est aussi volontiers partageur de ses compétences puisqu'il a ajouté des missions de formation à l'activité de sa « Petite agence ». Nous en avons profité...

*Propos recueillis par Marie Lallouet, le 25 avril 2017*



Photo © Baptiste Namur.

### À quoi ressemble l'emploi du temps d'un agent international ?

Mon année obéit à une saisonnalité assez forte dictée par les deux grandes foires que sont Francfort, en octobre, et Bologne, en avril. Ce sont les deux moments où nous sommes certains de rencontrer nos partenaires étrangers, et cela pose des jalons forts dans le calendrier de travail des éditeurs qui doivent faire avancer leurs projets pour ces rendez-vous. Notre rôle à nous qui nous occupons des droits internationaux est de faire en sorte que les choses avancent entre ces deux temps. C'est d'autant plus important que depuis une quinzaine d'années, la concurrence s'est exacerbée et le volume des échanges de droits a considérablement augmenté. Par concurrence, il faut entendre à la fois la multiplication des propositions éditoriales de notre pays, mais aussi de celles de nombreux pays qui sont apparus sur la scène internationale. Mon métier est un métier commercial, mon but est de signer des contrats avec des éditeurs étrangers. Donc une grande partie de mes journées consiste à présenter des livres à ces éditeurs et surtout, surtout, à les relancer pour avoir une réponse de leur part sur leur intérêt ou non. Les moyens de communication numérique ont simplifié ces contacts mais les processus de décision, eux, se sont considérablement allongés. D'un coup de cœur signé par un éditeur sur un coin de table à Bologne (ce que la modestie de nos enjeux économiques permet la plupart du temps), on est passé à des décisions collégiales, où la direction du marketing, la direction commerciale, la direction générale doivent donner leurs avis – voire leur autorisation – avec un compte d'exploitation sous les yeux. En contrepartie, pour gagner du temps, je dois connaître le mieux possible les éditeurs étrangers que je rencontre pour leur proposer des projets qui sont en phase avec leur ligne éditoriale, et être proche d'eux pour arriver à les convaincre et obtenir des réponses rapides. Les six mois entre les deux foires sont essentiellement voués à ça.

Les voyages à l'étranger que j'ajoute à mon emploi du temps viennent compléter ce dispositif. Il y a ainsi des foires moins importantes auxquelles je participe pour Sarbacane, en Asie notamment (Pékin, Taiwan, Séoul) mais aussi à Berlin, Varsovie, Buenos Aires, Madrid... Le BIEF organise

également des rencontres thématiques et la Jeunesse, principal secteur d'échanges, avec la bande dessinée, en fait souvent l'objet.

En résumé, la prospection et la négociation représentent sans doute la moitié de mon temps. Le reste de mon temps est très administratif : rédiger des contrats, s'assurer qu'ils sont respectés de part et d'autre (y compris dans le respect du planning de fabrication prévu, en lien avec les imprimeurs et les graphistes), les dénoncer si cela ne va pas. Et bien sûr, je dois garder du temps pour, en amont, établir une stratégie internationale avec les Éditions Sarbacane : quelles priorités, quel matériel de prospection pour convaincre, quel calendrier pour que la co-édition soit possible... Car l'idéal, quand nous avons un projet important et coûteux, est de monter une co-édition dès le premier tirage du livre qui sera imprimé en plusieurs langues pour plusieurs pays. Certains projets ne pourront pas sortir s'ils n'ont pas cet élargissement. Ainsi, *Bien cachés*, qui vient de sortir en France a paru en même temps en Italie et aux Pays-Bas. À Bologne, je viens de présenter le prochain Max Ducos, un livre avec de nombreuses découpes et des pop-ups qui doit sortir à la fin de l'année 2018.

Pour beaucoup d'entre nous, nos marchés locaux ne suffisent pas à rendre de tels projets rentables ou même simplement faisables. Les co-éditions (qui représentent environ la moitié de mon chiffre d'affaires) sont donc un enjeu important.

### Arrêtons-nous sur le mécanisme de ces co-éditions. Mettre d'accord des éditeurs de pays différents sur un projet qui n'est pas encore fini ouvre-t-il la porte à des demandes de modifications éditoriales ?

Ce qui prime cependant, c'est ce que l'auteur est prêt à accepter. S'il refuse une demande de modification, ce que son droit moral l'autorise à faire, la question s'éteint. Mais un éditeur a cependant une souplesse d'adaptation au moment de la traduction de l'ouvrage. Par exemple dans *Mon tour du monde géant des animaux*, sur chaque double page, la colonne de texte avait fait le choix de nommer et décrire certains animaux et pas d'autres, pourtant présents à l'image, car nous étions plus dans l'optique petite enfance que dans l'optique documen-

taire. Nos partenaires italiens et néerlandais ont tiré ce livre du côté documentaire avec l'accord de l'illustratrice. Il y a donc deux éditions différentes. On peut aussi avoir des choix très différenciés d'un coéditeur à l'autre pour le design de la couverture : sombre en France, blanche en Italie... Chez Sarbacane, nous tenons à nos projets mais nous avons aussi confiance dans les éditeurs étrangers avec lesquels nous travaillons et ils connaissent mieux que nous leur marché.

Les modifications qui portent sur l'essence même d'un livre sont plus complexes. Avec l'Amérique du Nord en particulier, la représentation de la diversité dans les albums est un sujet très sensible que nous n'approchons pas de la même façon. Le degré de contestation d'une édition trop blanche est bien plus élevé chez les Américains, avec notamment la revendication des *own voices* qui n'est pas encore audible en France. Est-ce un retard ? La discrimination positive est-elle contraire à nos principes ? Ce sont des débats qui se retrouvent parfois autour de nos livres et qui peuvent nous amener à réfléchir sur notre propre pratique éditoriale. Le culot éditorial français, reconnu partout, qui nous assure une grande liberté de création, vient se heurter à des philosophies différentes et suscite de vrais débats qui nous font probablement avancer.

**Les outils de communication ont révolutionné nos façons d'appréhender les relations internationales. Les deux rendez-vous que sont les foires de Francfort et Bologne pourraient ne plus exister, or vous les placez toujours au centre de votre métier...**

Depuis une quinzaine d'années en effet, tout a changé et on peut penser que le système des foires est aberrant. Des rendez-vous d'une demi-heure qui se succèdent de 9 heures à 18 heures, c'est de la folie et c'est frustrant pour tout le monde. Pourtant, je continue à croire que c'est indispensable car ça oblige notre industrie, car c'est une industrie, à garder le livre en son centre. Un bon livre, n'importe qui peut le vendre, mais les liens de confiance que nous tissons entre nous continuent à nécessiter de se voir. Il y a une editrice suédoise qui vient de partir à la retraite que je connais depuis que j'ai commencé dans ce métier ; pourtant, j'ai mis 18 ans

avant de lui vendre un livre et à chaque fois que je la voyais je la connaissais un petit peu mieux. Les foires sont aussi des moments où je recueille les réactions d'éditeurs à nos projets, réactions que je ramène aux éditeurs qui travaillent les projets en France. C'est très précieux. Tout cela fait sens, curieusement, et une forme d'universalité sans doute liée à la Jeunesse finit par apparaître.

**Pour autant, vous faites référence à ce qui pourrait être une spécificité française de l'édition pour la Jeunesse. Comment la définiriez-vous ?**

Pas facile... J'ai travaillé dans des grands groupes et pour des petites maisons. Je crois que notre édition est très concentrée, et l'est de plus en plus. Mais à côté de grands groupes, s'est développée une offre d'une diversité et d'une richesse incroyables que l'on ne trouve dans aucun autre pays je crois. C'est extraordinaire que des petits éditeurs comme MeMo ou L'Atelier du poisson soluble fassent autant de contrats à l'étranger. Quand un éditeur est en rendez-vous à Bologne, qu'il soit face à Hachette ou face à L'Atelier du poisson soluble, cela ne fait quasiment aucune différence. L'éditeur étranger cherche un bon livre qu'il aura envie de défendre, le reste importe peu. Notre créativité vient de la richesse de notre production, du nombre de nos auteurs et plus encore de nos illustrateurs car c'est leur travail qui capte la première attention de nos interlocuteurs. De ce point de vue, nous avons un vivier extraordinaire grâce à la qualité de nos écoles que peu de pays peuvent égaler. Notre liberté de création est sans doute unique et le spectre est large : entre l'ultra commercial et l'ultra artistique se déploie une offre où tout a sa place. Nos libraires (et la loi sur le prix unique) et notre réseau de médiateurs qui défendent la création rendent possible un tel niveau de créativité. Je pense que si l'on regardait les chiffres de contrats internationaux des éditeurs français, on serait surpris par la répartition de tous ces contrats entre des éditeurs d'importance très inégale. On est regardés avec attention pour cette diversité et nos auteurs sont évidemment au cœur de ce réacteur.

**Pourtant, quand vous dites « auteur », on a le sentiment que vous pensez surtout aux « illustrateurs »... Est-ce à dire que ce champ international**

**en recouvre deux : celui des albums et des images d'un côté, celui des romans et du « gris » de l'autre ?**

Il est évident qu'il est plus facile de vendre de l'album et de la petite enfance que du texte. Et force est de constater que les auteurs de romans traduits à l'étranger sont très peu nombreux. Je mets beaucoup d'énergie à les défendre mais sincèrement c'est difficile. La raison principale est très bête : les Anglo-Saxons ont une avance commerciale considérable sur nous avec de très bons auteurs et nous sommes entrés dans ce jeu avec beaucoup de retard. Dans les années 1970, alors que les droits internationaux n'existaient quasiment pas en France, le système anglais et américain était déjà en place, ils publiaient déjà pour les ados.

La deuxième raison est tout aussi bête : il faut lire le français pour découvrir nos romans. Ça a l'air stupide mais c'est un vrai et énorme handicap. Parfois on fait même traduire nos romans pour passer ce premier barrage. Clémentine Beauvais, qui est bilingue et a traduit elle-même *Les Petites reines* est un très bon exemple de ces leviers qui nous font avancer. Le fait qu'elle ait déjà publié chez Bloomsbury en Angleterre lui donne (outre son talent) une ouverture incroyable sur le marché international. Et dès que je peux dire à mes contacts qu'elle va être publiée en Angleterre chez Pushkin Press ou chez Faber & Faber, cela valide l'auteur auprès d'un éditeur polonais par exemple.

En littérature générale il y a le métier de scout qui observe ce qui bouge chez nous pour le proposer à l'éditeur allemand, espagnol ou italien qui l'emploie, mais là aussi la littérature Jeunesse est à la traîne. Sur les 15 scouts qui exercent en France, il y en a peut-être 5 qui font aussi de la Jeunesse, et « aussi » pourrait se dire « après »...

**Vous dites que les droits internationaux ajoutent une forme d'égalité entre éditeurs de tailles très différentes, mais comment interviennent-ils dans le mécanisme de « best-sellerisation » qui gagne notre domaine ?**

Une des premières questions qu'un éditeur étranger pose porte sur le nombre des ventes, même si, ensuite, on passe rapidement à autre chose. Pourtant, chez chaque éditeur, il y a des exemples de livres qui ne sont pas des succès sur notre marché et qui le sont ailleurs. La série Gaspard et Lisa (Ha-

chette), très très modeste en France, est un succès colossal au Japon ! Le livre existe par lui-même en tant qu'œuvre, c'est ce qui prime et c'est ce dont on parle pendant les foires. Quand je fais des formations à ce métier pour des petits éditeurs, c'est ce que je leur dis : il est parfois plus facile de vendre des droits de traduction que d'avoir une vraie diffusion nationale ! Un éditeur cherche un livre qu'il n'aurait pas pu faire. Point.

**Il n'empêche que remplir son carnet de rendez-vous sur une foire est difficile quand on débute en tant qu'éditeur...**

Si votre catalogue est original et cohérent vous y arrivez. Mon dernier exemple en date est La Ville brûle, pour lequel j'ai aidé Marianne Zuzula à faire sa première foire de Bologne. J'étais certain qu'avec un catalogue aussi affirmé que le sien cela allait bien se passer. Résultat : 30 rendez-vous et plein de contacts positifs. C'est le côté extraordinaire de notre métier : deux personnes s'assoient l'une en face de l'autre pour parler d'un livre et rien d'autre ne compte pendant la demi-heure qu'ils passeront ensemble.

**À votre mission d'agent de droits internationaux, vous ajoutez celle d'agent pour les droits audiovisuels. Est-ce le même métier ?**

C'est un métier radicalement différent mais qui lui est souvent apparenté puisqu'il s'agit également de droits seconds, qui donnent une autre vie au livre. Nos interlocuteurs sont très différents, essentiellement des producteurs de cinéma ou de télévision. Je travaille alors sur une sélection très étroite du catalogue. Quelques albums pour les adaptations en séries animées, quelques romans pour le cinéma ou les téléfilms. C'est le même processus que pour les droits de traduction et le même souci de faire la bonne proposition au bon partenaire mais ici les critères sont différents. Il faut que les propositions soient assez fortes pour permettre un développement d'univers, une richesse dans les personnages et dans les décors, des tranches d'âge très cadrées (surtout à la télévision). Pour le cinéma, on va chercher des ouvrages à narration et thématiques fortes. Chaque année, on présente entre trois et cinq romans aux producteurs, guère plus. Si pour monter une coédition



l'échelle de temps est environ de deux ans, pour une adaptation en série animée ou en film il s'agit plutôt de cinq ans. Là aussi, nous impliquons le plus tôt possible l'auteur, nous faisons en sorte qu'il rencontre le producteur, voire le réalisateur. Si l'auteur ne se sent pas à l'aise avec le projet, on arrête tout de suite. Ensuite, certains auteurs vont collaborer aux adaptations quand d'autres ne le souhaitent pas. Pour les deux dernières années, cela représente environ une quinzaine de contrats. *Les Crumpets* et *Les Enquêtes de Mirette* sont d'ailleurs déjà en diffusion.

**Cela fait 20 ans que vous sillonnez le monde avec des livres dans vos valises. Comment décririez-vous la géographie du monde de l'édition Jeunesse?**

Cela a longtemps été une géographie assez stable, qui s'est mise en place dans les années 1970, mais qui a fortement évolué dans les quinze dernières années. Nos partenaires historiques sont nos voisins européens proches : l'Allemagne, l'Espagne, l'Italie, puis les Pays-Bas et l'Europe du Sud. C'est le noyau de notre monde, avec des prix de vente et des tirages à peu près équivalents. Le deuxième cercle, ce sera le monde anglo-saxon. On y vend peu et difficilement mais quand on y parvient, ce sont des chiffres de vente plus importants. Au cours des dix dernières années, on a sans doute un peu gagné en attention de leur part. Mais les vraies évolutions du marché sont à chercher ailleurs. Du côté de l'Europe de l'Est au moment de son ouverture des années 1990, où on trouve de belles créations graphiques. À la fin des années 1990, se sera surtout l'explosion extraordinaire de la Corée. Pendant plusieurs années, c'était le pays qui nous achetait le plus de livres, en attendant que sa propre industrie éditoriale parvienne à maturité, vers 2005. Et surtout, à partir de 2002-2003, c'est l'ouverture de la Chine, sur le même modèle que ce qui venait de se passer en Corée. Mais au lieu de mettre dix ans à atteindre sa maturité, en moins de cinq ans c'était fait. Sa capacité de professionnalisation a été impressionnante. Une librairie chinoise aujourd'hui est pleine de livres magnifiques, occidentaux et chinois. Désormais, tous les métiers de l'édition chinoise sont similaires aux nôtres, avec des tirages entre 5 et 10 000 exemplaires car il est rare qu'un éditeur soit diffusé

sur l'ensemble de la Chine. Il faut saluer la performance de la série *Les P'tites Poules* de Christian Jolibois et Christian Heinrich, qui elle est présente partout en Chine, avec plusieurs millions d'exemplaires vendus. Aujourd'hui on peut sans doute dire que nous sommes entrés dans une forme de mondialisation, mais pour notre domaine spécifique, on ne peut pas parler de globalisation.

**Que regrettez-vous que l'on méconnaisse de votre métier?**

On est habitués à travailler un peu dans notre coin, mais ce que je regrette vraiment, c'est que les auteurs méconnaissent notre activité. Sans doute parce qu'elle arrive un peu en bout de chaîne et qu'ils ont d'autres combats à mener. On gagnerait tous à mieux se connaître et à savoir pourquoi les droits internationaux sont importants pour eux. Cela fait quasiment vingt ans que je défends les auteurs Jeunesse français à l'étranger et j'aime vraiment partager ce que j'ai appris depuis mes débuts à Londres. J'ai même proposé de venir l'expliquer devant la Charte des auteurs et cette proposition tient toujours!

**Quand vous regardez votre métier tel qu'il se pratique à l'étranger, que vous dites-vous?**

Comme j'ai fait mes classes chez Dorling Kindersley, à Londres (le saint des saints!), j'adore cette idée de double point de vue sur mon métier. Globalement, je me sens en phase avec mes collègues des autres pays car tous autant que nous sommes, nous faisons un travail de fourmi. L'énergie que l'on dépense pour arriver à un contrat est invraisemblable, aberrante. Une fois j'ai fait le calcul et ça m'a épouvané. Il me faut 100 actions de prospection pour un contrat. 1%! Et pour nous tous c'est à peu près pareil! Ces 99 «non» que l'on récolte toute la journée font partie de notre métier. Alors quand on peut appeler un auteur pour lui annoncer que son livre va paraître ici ou là, c'est la fête.

Je suis aussi assez heureux de constater que c'est un métier où on ne se sent pas en concurrence les uns avec les autres car personne ne présente le même livre. D'un pays à l'autre on partage nos informations, on s'appelle pour s'échanger des infos. C'est une jolie solidarité. Il faut dire que nous ne sommes pas Boeing et Airbus! ●