



**HAL**  
open science

## Le fonds au cœur du problème

Hervé Serry

► **To cite this version:**

Hervé Serry. Le fonds au cœur du problème. Tire Lignes. La Vie du livre en Midi-Pyrénées, 2008, pp.10-12. hal-03052291

**HAL Id: hal-03052291**

**<https://hal.science/hal-03052291>**

Submitted on 10 Dec 2020

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

## Le fonds au cœur du problème

Hervé Serry

Le fonds d'un éditeur est la source de son prestige, d'une image de marque positive aux yeux du lectorat, des libraires, des critiques, des auteurs et de ses pairs. Cristallisation d'une pratique éditoriale, il se définit comme « l'ensemble des ouvrages inscrits du catalogue d'un éditeur et qui font l'objet d'une exploitation permanente caractérisée notamment par une diffusion régulière en librairie » (*Dictionnaire encyclopédique du livre*, 2005). Ainsi, il peut être opposé aux nouveautés et aux livres dont les ventes sont portées par les modes. De cet ensemble, pour les éditeurs de littérature générale dont il est principalement question dans ce dossier, dépendent des profits relativement prévisibles et au long cours.

### Une économie double

L'idée de fonds d'édition est corrélative de la nature double de l'économie éditoriale, à la fois économique et symbolique (Bourdieu, 1977). Un fonds prestigieux, à l'image de ceux de Gallimard ou de Minuit, est source d'une sûreté financière permettant un investissement régulier au service de la création. De manière très intriquée avec cet aspect temporel, la légitimité d'un catalogue attire des (jeunes) auteurs et fonde une part de la confiance des libraires et des lecteurs. Pour Siegfried Unseld, directeur de Suhrkamp à partir de 1959, « le prestige des auteurs célèbres d'une maison est utile à ceux qui y débentent » (Suhrkamp, 1978, p. 36-37). Ce capital symbolique se matérialise par des noms et des œuvres célèbres, par une liste de Prix littéraires, par un instantané photographique, à l'instar de celui montrant le groupe formé par Jérôme Lindon et plusieurs auteurs du « Nouveau roman » dont Sarraute, Robbe-Grillet ou Beckett, par une couverture mythique – les deux filets rouges et le filet noir de « La Blanche », par une figure d'éditeur qui a incarné une politique éditoriale (Jean Cayrol pour le Seuil).

La nature double de l'économie éditoriale doit être pensée simultanément à la polarisation des entreprises d'édition généraliste, entre un pôle de grande production, dont le court terme est l'horizon, et un pôle de production restreinte, pariant sur une rentabilisation sur le long terme. Dans cette *économie renversée*, le prestige est la valeur dominante irréductible au succès économique. Lorsqu'en 1961, Robert Laffont songe à fonder le développement de sa maison sur l'alliance avec un partenaire financier, il écrit « La firme qui recherche uniquement des succès commerciaux peut obtenir des résultats rapides, mais non profonds. Un certain discrédit pèse sur elle, qui l'empêche de constituer un fonds de valeur durable » (Laffont, 2000). Une logique duale qui cohabite au sein d'une entreprise éditoriale et concourt, parfois au sein d'un même programme ou d'une même collection, à rendre possible une péréquation entre risques, échecs et réussites.

### Une alchimie raisonnée

L'édification d'un fonds de littérature générale, c'est-à-dire la construction d'une notoriété (Benhamou, 2002), est le moment d'une alchimie qui combine capital économique, capital symbolique, capital social, savoirs professionnels et bien d'autres éléments encore. *L'argent et les lettres* (Mollier, 1988) se fécondent pour construire les « banques » de la littérature en langue française.

Une rénovation esthétique, portée par une revue, est le pari tenté par les hommes qui deviendront les figures légendaires des Editions Gallimard. Cette ambition n'empêche aucunement de considérer avec vigilance le lien qui unit réussite économique et image de marque. Le 2 juin 1910, Paul Claudel intéressé par les premiers pas de *La NRF* écrit à André

Gide que « Toute la question est de savoir si une entreprise commerciale peut vivre en n'éditant que des ouvrages excellents de forme et de fond. » Afin de tenter de résoudre cette équation difficile, le poète estime « que le plus nécessaire à organiser, ce n'est pas la partie édition, c'est la publicité » (Claudel, Gide, 1949).

Dépourvu de véritables réseaux intellectuels en dehors des milieux catholiques proches de la revue *Esprit*, le Seuil des années 1950 et 1960 mise sur la littérature étrangère pour poser les fondements de son catalogue littéraire et se construire un fonds. Plusieurs romanciers de la « nouvelle Allemagne », dont Heinrich Böll et Gunther Grass, en seront les emblèmes. Leurs succès critique et public – Böll est le premier « Nobel » d'un catalogue qui n'en compte aucun de langue française –, apportent au Seuil une légitimité réinvestie dans d'autres domaines (Serry, 2002 et 2008).

Ces logiques de transfert de capital symbolique connaissent d'innombrables déclinaisons, profondément enracinées dans les ressources relationnelles et professionnelles que leurs promoteurs peuvent engager. Dans les années 1910-1920, Bernard Grasset s'appuie sur le compte d'auteur pour financer, par ailleurs, les écrivains dont il apprécie les manuscrits (Mollier, 2008, p. 39 *sq.*). L'avant-gardisme de l'éditeur barcelonais Seix Barral est mobilisé dans les années 1960 pour conquérir le marché d'Amérique latine. Son fonds, l'animation d'un Prix littéraire, un travail sur la présentation des livres, tout ceci dans le contexte du franquisme qui tente d'ouvrir le pays à l'international, permet à Carlos Barral de jouer un rôle central dans la diffusion mondiale du roman sud-américain (Herrero-Olaizola, 2000). Pour les grands groupes et les entreprises anciennes, le rachat d'un label « historique » ou d'une jeune maison est un moyen d'accroître leur fonds, et ainsi, leur légitimité. Il rend encore possible « l'accueil de personnalités éditoriales prometteuses » (Rouet, 2008, p. 95).

### **Le temps de l'édition généraliste et l'avenir d'un secteur**

Avec la rente symbolique et économique qu'il peut assurer, le fonds conditionne l'équilibre d'un secteur littéraire généraliste dont l'innovation est un moteur incontournable. Les entreprises installées doivent imaginer une gestion dynamique et un réajustement permanent de leur catalogue afin que les créations du présent soient compatibles avec le fonds. Les jeunes éditeurs doivent pouvoir trouver le temps et les moyens de poser les jalons d'une politique éditoriale à moyen ou long terme. L'équilibre lié à l'articulation du fonds et des livres de ventes plus immédiates est fragilisé par les contraintes de la concentration des entreprises et la montée en puissance des logiques de « communication » extérieures à l'édition (Vigne, 2008). Les alliés des éditeurs pour assurer la pérennité d'une offre diversifiée sont les libraires qui assument la mise à disposition des livres auprès du public. Il est difficile d'avoir un propos valable pour l'ensemble des acteurs d'une corporation très diverse. Toutefois, le clivage entre des producteurs de livres tendanciellement attachés au profit et une frange attentive à la création pourrait accentuer l'homogénéisation de la librairie française sous l'impulsion d'un appareil de distribution de plus en plus rationalisée. La librairie de qualité, qui a montré ses capacités d'adaptation depuis les années 1980, est animée par des professionnels qui savent bâtir des fonds adaptés à une clientèle spécifique. Elle n'est pas un lieu de réception des ouvrages des éditeurs destinés à être mis en rayon, mais bien, malgré la pression des offices, la mise en forme d'une offre capable de saisir un public et de distinguer des œuvres et des éditeurs à soutenir sur le long terme (Poirier, 2003). Les évolutions en cours concernant l'édition littéraire (et plus largement), liées aux concentrations d'entreprises, aux concurrences d'autres formes de loisirs, à l'internationalisation, aux politiques publiques, au numérique..., nécessitent une vision globale liant les enjeux de la construction des fonds éditoriaux et ceux de la construction de l'offre des libraires qui sont les garants du lien avec les lecteurs. Si, depuis longtemps, certains éditeurs se sont saisis de cette

question – au sein de l'Adelc par exemple –, d'autres, parmi ceux qui appartiennent aux grands groupes, s'en désintéressent avec constance. Les fonds d'éditeurs, autant que celui des libraires, sont bien à la croisée des lignes de front où se joue l'avenir du livre et de l'édition.

### Bibliographie :

Françoise Benhamou, *L'Économie du star-system*, Paris, Odile Jacob, 2003.

Pierre Bourdieu, « La production de la croyance : contribution à une économie des biens symboliques », *Actes de la recherche en sciences sociales*, février 1977, p. 3-44.

Paul Claudel, André Gide, *Correspondance 1899-1926*, Paris, Gallimard, 1949.

Pascal Fouché, Daniel Péchoin, Philippe Schuwer (et al.), *Dictionnaire encyclopédique du livre*, Paris, Cercle de la Librairie, 2005.

Alejandro Herrero-Olaizo, « Consuming Aesthetics : Seix Barral and Jose Donoso in the Field of Latin American Literary Production », *MLN*, mars 2000, p. 323-339.

Robert Laffont, « Recherche d'un accord (1961) », *Entreprises et Histoire*, juin 2000, p. 117-122.

Frédérique Leblanc, Patricia Sorel (et al.), *Histoire de la librairie française*, Paris, Cercle de la Librairie, 2008.

Jean-Yves Mollier, *L'Argent et les lettres. Histoire du capitalisme d'édition 1880-1920*, Paris, Fayard, 1988.

Jean-Yves Mollier, *Edition, presse et pouvoir en France au XXe siècle*, Paris, Fayard, 2008.

Yannick Poirier, « Pour une défense de la librairie de qualité », *Esprit*, juin 2003, p. 147-154.

François Rouet, *Le Livre. Mutations d'une industrie culturelle*, Paris, La documentation française, 2008.

Hervé Serry, « Constituer un catalogue littéraire. La place des traductions dans l'histoire des Editions du Seuil », *Actes de la recherche en sciences sociales*, septembre 2002, p. 70-79.

Hervé Serry, *Les Editions du Seuil : 70 ans d'édition* (Catalogue d'exposition), Paris, Seuil, 2008.

Siegfried Unseld, *L'auteur et son éditeur*, Paris, Gallimard, 1978.

Eric Vigne, *Le livre et l'éditeur*, Paris, Klincksieck, 2008.