



HAL
open science

Edition de la bande dessinée au Bénin : état des lieux et perspectives pour une augmentation de la production

Djossè Roméo Tessy

► To cite this version:

Djossè Roméo Tessy. Edition de la bande dessinée au Bénin : état des lieux et perspectives pour une augmentation de la production. domain_shs.info.econ. 2015. mem_01346467

HAL Id: mem_01346467

https://memsic.ccsd.cnrs.fr/mem_01346467

Submitted on 19 Jul 2016

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.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - ShareAlike 4.0 International License



Université Senghor
Université internationale de langue française
au service du développement africain
Opérateur direct de la Francophonie

Edition de la bande dessinée au Bénin : état des lieux et perspectives pour une augmentation de la production

Présenté par :

Djossè Roméo Valérien TESSY

Pour l'obtention du Master en Développement de l'Université Senghor

Département : Culture

Spécialité : Gestion des Industries Culturelles

Directeur

Bernard MIEGE

Professeur émérite de sciences de l'information-
communication, Université Stendhal

Co-directeur

Luc PINHAS

Maître de conférences, Directeur du master
commercialisation du livre, Université Paris 13

Le 22 avril 2015

Devant le jury composé de :

Dr. Hdr. Jean-François FAU	Président
Directeur du département Culture - Université Senghor	
Pr. Bernard MIEGE	Examineur
Professeur émérite de sciences de l'information- communication - Université Stendhal	
Dr. Francisco d'ALMEIDA	Examineur
Délégué général - Culture et développement	

Dédicace

*A vous qui êtes partis si tôt,
Papa et Olivette*

*A vous qui placez en moi, beaucoup d'espoir,
Maman, Rolande, Ruben et Richard*

*A celle qui connaît mes profonds sentiments
Emmanuela*

Remerciements

- Au Dr. Hdr. Jean-François Fau, Mme Rania Adel El Guindy et les enseignants du département Culture pour l'encadrement durant le cycle de formation ;
- à mes directeurs de mémoire, Pr. Bernard Miège et Dr. Luc Pinhas pour leurs nombreux conseils et leur patience dans le suivi de mon travail ;
- à Myra Prince, Sahr Ibn Hussein et Nicolas Filicic pour m'avoir donné l'opportunité de travailler et d'apprendre à leur côté, durant mon stage professionnel ;
- aux professeurs Francisco d'Almeida, Bertrand Cabedoche, Xavier Greffe, André Cabanis, Toussaint Tiendrébéogo, Jacques Bonniel et Pascale Bonniel Chalier pour leurs précieux conseils dans l'élaboration de ce mémoire ;
- à M. Guy Biart, M. Eustache Mègnigbèto, Dodé Houéhounha, Ulvick Houssou, Jérôme Zanmassou pour m'avoir lu et partagé avec moi leurs observations ;
- à M. Raphaël Thierry, M. Christophe Cassiau-Haurie et M. Ahmed Al Yassaky, bibliothécaire de l'Université Senghor, pour leurs recommandations bibliographiques ;
- aux éditeurs béninois pour leur collaboration ;
- à la famille Breuil et Codo pour leur chaleureux accueil pendant mon séjour de stage à Paris ;
- à mes oncles et tante Florent, Jérôme, Léontine pour leur soutien durant ma formation ;
- à Brigitte pour son soutien indéfectible ;
- à Wenceslas Mahoussi. Je garde toujours la flamme bien allumée ! ;
- à Eugène Aballo, plus qu'un ami, pour ces instants uniques de lecture des chefs d'œuvre de Sony Labou Tansi et pour toutes les confidences ;
- à Paulin Gouhoungodji, mon cousin et éternel voisin pour tous ces moments de partage.

Résumé

L'édition de la bande dessinée (B.D.) au Bénin, l'une des filières des industries culturelles, est un enjeu à la fois culturel, social et économique. En dépit de jeunes talents notamment des dessinateurs et du réseau d'éditeurs existants, ce type d'édition est en manque de développement. La présente étude s'est fixé comme objectif de contribuer à une augmentation de la production de la B.D. au Bénin, en recherchant notamment les raisons de la faible production dans ce secteur puis en proposant des stratégies pour corriger la situation actuelle. Cette étude a montré que la faible production de la B.D. s'explique par la faible capacité de production des éditeurs, l'étroitesse du réseau de distribution et le contexte institutionnel et législatif de développement des activités éditoriales peu stimulant. La revue documentaire et les entretiens directifs conduits avec ces éditeurs ont permis d'identifier les difficultés d'impression des livres, leur distribution ainsi que l'insuffisance de moyens financiers comme les principaux éléments qui conduisent les éditeurs à ne pas prendre le risque d'éditer des ouvrages de B.D., même s'ils en sont très intéressés. Ceci les amène à une logique de sécurisation de leurs investissements en produisant des ouvrages financés par l'auteur ou qu'ils trouvent rentables, pour se soustraire au risque qu'il y a à investir dans un projet d'édition de B.D.. En guise de propositions, les éditeurs peuvent procéder par la coédition qui leur permet de partager les risques et les bénéfices du projet commun. Aussi, il est possible de créer une structure ou une collection chez un éditeur, spécialement destinée à l'édition de la B.D.. Cette solution a l'avantage d'affirmer une ligne éditoriale et un positionnement sur ce marché béninois de B.D. qui n'a pas encore été formé.

Mots-clefs

Industrie culturelle, édition, éditeur, livre, bande dessinée, Bénin.

Abstract

The publishing of comics books in Benin is cultural, social and economic stake. In spite of many young authors and publishing houses there are, this type of publishing remains undergrowth with few titles published. This study's goal is to contribute to increase publishing of comics books in Benin by looking for the reasons why there is such weak production and finding some strategies to adjust one's aim. The hypothesis of the study is the weak publishing of comic strip is justified by the weak of production capacity of publishers. Literature helped to find out that we are in the presence of financial risk in this industry, because of specific characteristic of cultural goods which are putting on the market and his push economy. It also facilitated understanding of cultural consumption and market value of cultural goods. These elements have some impacts on the way the publisher behaves. Interesting in the comic strip, creation steps show that it is more complex to publish this type of book than to publish a simple book. In order to know Beninese publishers' production capacity, we interviewed some actors. The interviews allowed holding that printing, distribution and financial deficiency is the most difficulty publishers have that get them not interest on comic strip. They are rather thinking to secure their investment by publishing profitable book or funded his author. Nevertheless there is possibility for publisher to co-publishing comic books which can help us to share risk and profit. Also it is possible to create publishing house specialized on comic strip or a collection in publishing houses there are. This solution has advantage to permit clear editorial and position on the market where there isn't local production of comic books.

Key-words

Cultural industry, publishing, publisher, book, comic strip, Benin

Liste des acronymes et abréviations utilisés

ABD	:	Association Bénin Dessin
ABEL	:	Association Béninoise des Ecrivains de Langues Nationales
AEA	:	Association des Ecrivains Avant-gardiste
AEGLB	:	Association des Ecrivains et Gens de Lettres du Bénin
AEIT	:	Association des Ecrivains à Inspiration Traditionnelle
AILE	:	Association des Auteurs et Illustrateurs du Livre pour Enfant
ASECL	:	Association des Ecrivains et Critiques Littéraires du Bénin
B.D.	:	Bande Dessinée
BUBEDRA	:	Bureau Béninois du Droit d'Auteur
CeNALP	:	Centre National d'Animation et de Lecture Publique
CNL	:	Centre National du Livre
CREPLA	:	Centre Régional d'Édition et de Publication du Livre en Afrique
DNPL	:	Direction Nationale de la Promotion du Livre et de la Lecture
FACL	:	Fonds d'Aide à la Culture et aux Loisirs
FCFA	:	Franc CFA
ISBN	:	<i>International Standard Books Number</i> ou Numéro international normalisé du livre
MCAAT	:	Ministère de la Culture, de l'Artisanat, de l'Alphabétisation et du Tourisme
OIF	:	Organisation Internationale de la Francophonie
PIB	:	Produit Intérieur Brut
PSCC	:	Programme Société Civile et Culture
PSICD	:	Programme de Soutien aux Initiatives Culturelles Décentralisées
RGPH	:	Recensement Général de la Population et de l'Habitat
SELIBEJ	:	Semaine du Livre Béninois
SILCO	:	Salon International du Livre de Cotonou
SLAP	:	Salon du Livre et de l'Alphabétisation de Parakou
SNE	:	Syndicat National de l'Édition
TTC	:	Toute Taxe Comprise
UEMOA	:	Union Economique et Monétaire Ouest Africaine
UNESCO	:	Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture
UNICEF	:	Fonds des Nations Unies pour l'enfance

Liste des illustrations

Figure 1 : Etapes de création d'une B.D.	21
Figure 2 : Chaîne du livre papier	24
Figure 3 : Répartition du prix du livre dans les phases.....	26
Figure 4 : Répartition des projets sélectionnés dans le domaine littérature, par grande thématique	37
Figure 5 : Modèle de l'auto-édition au Bénin.....	38
Figure 6 : Proportion d'ouvrages édités selon le mode en 2013	39
Figure 7 : Chaîne du livre au Bénin.....	44
Figure 8 : Répartition de la chaîne de valeur.....	64
Tableau 1: Présentation des variables	5
Tableau 2 : Présentation des librairies béninoises.....	42
Tableau 3 : Activité commerciale sur les éditions locales en dépôt-vente.....	42
Tableau 4 : Subvention du transport des livres importés (à janvier 2008).....	43
Tableau 5 : Bandes dessinées publiées au Bénin.....	47
Tableau 6 : Résumé du projet.....	56
Tableau 7 : Analyse FFOM du projet	60
Tableau 8 : Planning des activités.....	65
Tableau 9 : Budget de réalisation du projet.....	66
Image 1 : Carte du Bénin	4
Image 2 : Capture d'écran de la partie publique de <i>Dilicom</i>	11
Image 3 : Capture d'écran de la partie gestion de <i>Dilicom</i>	11
Image 4 : Parties du stand au <i>Marché de la Poésie 2014</i>	12

Table des matières

Dédicace.....	ii
Remerciements.....	iii
Résumé.....	iv
Mots-clefs.....	iv
Abstract.....	v
Key-words.....	v
Liste des acronymes et abréviations utilisés.....	vi
Liste des illustrations.....	vii
Table des matières.....	viii
Introduction.....	1
1 Méthodologie de l'étude et apport du stage.....	4
1.1 Démarche et outils méthodologiques.....	4
1.1.1 Terrain de recherche et présentation des variables.....	4
1.1.2 Revue documentaire.....	6
1.1.3 Entretiens avec des acteurs béninois du livre.....	7
1.2 Traitement des données.....	8
1.3 Expérience du stage.....	8
1.3.1 Présentation des Editions Geuthner.....	8
1.3.2 Activités liées au fonctionnement de la maison d'édition.....	9
1.3.3 Acquis et perspectives pour la recherche.....	12
2 Edition de la B.D. : considérations théoriques et pratiques.....	14
2.1 Album de B.D. : un produit des industries culturelles.....	14
2.1.1 Spécificités des industries culturelles du modèle éditorial.....	14
2.1.2 Bande dessinée : du papier au numérique.....	16
2.1.3 Potentialités culturelles, sociales et économiques de la B.D.....	19
2.2 Chaîne de production et chaîne de valeur de l'album de B.D.....	20
2.2.1 Création de la B.D.....	20
2.2.2 Edition et commercialisation.....	21
2.2.3 Initiatives d'édition de la B.D. en plein essor en Afrique francophone.....	26
2.3 Album de B.D. : un bien culturel dans une logique marchande.....	28

2.3.1	Economie de l'offre	28
2.3.2	Consommation culturelle.....	29
2.3.3	Impacts de la valeur marchande du bien culturel sur l'offre	30
3	Edition : le maillon faible de la chaîne du livre au Bénin.....	33
3.1	Etat de l'édition du livre au Bénin	33
3.1.1	Environnement de l'édition du livre au Bénin	33
3.1.2	Structuration de la chaîne du livre au Bénin.....	38
3.2	Edition de B.D. au Bénin : une industrie culturelle en manque de développement	45
3.2.1	Créateurs de B.D. autodidactes	45
3.2.2	Production quasi-inexistante	46
3.2.3	Faible médiation autour de la B.D.	48
3.3	Faible capacité de production des éditeurs béninois.....	49
3.3.1	Activité éditoriale	49
3.3.2	Moyens humains	49
3.3.3	Moyens techniques et financiers	50
4	Propositions pour une augmentation de la production d'ouvrages de B.D.	53
4.1	Stratégie à mettre en œuvre pour une augmentation de la production	53
4.1.1	Actions à court terme	53
4.1.2	Actions à moyen terme	54
4.2	Projet de création d'une collection de B.D.....	56
4.2.1	Descriptif du projet et analyse du marché	57
4.2.2	Moyens de mise en œuvre du projet.....	61
4.2.3	Investissements et budget prévisionnel.....	64
	Conclusion	67
	Références bibliographiques.....	i
	Annexes	vii
	Annexe 1 : Présentation des éditeurs béninois.....	vii
	Annexe 2 : Guide d'entretien	viii
	Annexe 3 : Présentation des résultats d'entretien.....	x

Introduction

Les recherches en socio-économie de la culture, notamment celles de Bernard Miège¹, se sont intéressées à caractériser les industries culturelles qui relèvent du modèle éditorial. Il en ressort principalement : la reproductibilité, l'importance du travail de création, le constant renouvellement de l'offre, le caractère aléatoire de la demande et le caractère prototypique du bien culturel². Avec ces caractéristiques, la production du livre, qui répond à la logique éditoriale, représente un risque pour les éditeurs du fait qu'ils ne peuvent savoir à l'avance le succès de leurs produits sur le marché. Ce risque peut avoir une répercussion significative sur le type, la quantité et la qualité des ouvrages qu'ils proposent aux publics.

Le livre est à la fois un bien symbolique et un bien économique³. Il véhicule des savoirs propres à un peuple, permet de les pérenniser et contribue au rayonnement international d'un pays. Ainsi, au-delà des questions d'identité culturelle, il relève de la souveraineté. L'album de bande dessinée⁴ (B.D.) est l'une des formes sous lesquelles peut se présenter un livre. Il est produit notamment pour son potentiel culturel et économique et permet de démocratiser la lecture par l'alliance du texte et de l'image. En effet, la B.D. est exploitée de plus en plus pour ses atouts communicationnels car « une bonne bulle vaut parfois mieux qu'un long discours⁵ ». Elle est utilisée pour sensibiliser le public sur des sujets de société et, de ce fait, fait passer des messages grâce à la représentation et à l'illustration, qui seraient intenable dans un discours.

Dans les pays développés, l'édition de la B.D. est en plein essor, ce qui permet à la filière du livre de contribuer activement au Produit Intérieur Brut (PIB) national. Le nombre prolifique de titres de B.D. produits dans ces pays⁶, la diversité des supports (papier et numérique), l'adaptation à l'écran et les stratégies de distribution mises en œuvre sont les moteurs du développement de cette filière⁷. De même, la valeur que le consommateur accorde à ce type d'ouvrage permet aux éditeurs de persévérer dans sa

¹ Bernard Miège : *Les industries du contenu face à l'ordre informationnel*, PUG, Grenoble, 2000.

² Bernard Miège, Patrick Pajon et Jean-Michel Salaün : *L'industrialisation de l'audiovisuel. Des programmes pour les nouveaux médias*, Aubier, Paris, 1986.

³ Marc Ménard : *Les chiffres des mots : portrait économique du livre au Québec*, SODEC, Montréal, 2001, p.43.

⁴ Dans le cadre de notre étude, nous parlerons de la B.D. en tant que bien culturel et en tant qu'art. Il sera utilisé à la fois « B.D. » et « album B.D. ».

⁵ Xavier Fauche : « Communiquer par la bande, la B.D. dans les entreprises », dans : *Les Cahiers de la communication interne*, n°20, mars, 2007.

⁶ En 2014, 5 410 livres de bande dessinée ont été publiés dans l'espace francophone européen. Gilles Ratier : « 2014 : l'année des contradictions : une année de bande dessinée sur le territoire francophone européen », en ligne : URL : <http://www.acbd.fr/2366/les-bilans-de-l-acbd/2014-lannee-des-contradictions/> (consulté le 28/03/2015).

⁷ Sébastien Langevin : « Edition et diffusion de la B.D. d'Afrique : vaincre la marginalité », dans : *Notre libraire*, n°145, 2001.

production et d'aboutir, dans certains cas, à une spécialisation, dans le but de mettre sur le marché des œuvres de meilleures qualités.

Or, environ 11 albums de B.D. sont publiés au Bénin par les maisons Star éditions et les Editions du Flamboyant. Depuis 2009, il n'y a pas eu d'édition de B.D. alors qu'il existe des éditeurs établis dans le pays. Du côté de la création, plusieurs jeunes dessinateurs autodidactes initient des projets qui restent non édités. D'autres se font publier à l'étranger. Les ouvrages de B.D. vendus par les librairies sont tous importés.

Cette situation nous suggère le questionnement suivant : *comment contribuer à augmenter la production d'albums de B.D. au Bénin ?* Autrement dit, il s'agit d'identifier les raisons qui expliquent la faible production de la B.D. et de proposer une stratégie qui permette d'augmenter sa production et sa diffusion. Le contexte dans lequel les éditeurs béninois développent leurs activités ainsi que les moyens dont ils disposent, pourraient influencer leur productivité et donc leur décision de produire un type particulier d'ouvrage. C'est pourquoi, il est nécessaire de connaître l'état (présent) et les potentialités (à venir) du marché du livre afin de déterminer l'orientation qu'il faut donner aux propositions d'actions nécessaires à améliorer la situation actuelle de l'édition de la B.D.

Nous avons choisi de réfléchir à la promotion de l'édition du livre en général et plus spécifiquement à l'édition de la B.D. pour son potentiel culturel, éducatif et économique. Certes, dans le contexte actuel, il est encore difficile d'apprécier la contribution à l'économie nationale, autant des industries culturelles en général que du livre en particulier, tant des études consacrées à l'économie culturelle sont quasi inexistantes. Cependant, les difficultés de l'édition de la B.D. au Bénin ne sont pas totalement différentes de celles de l'Afrique francophone subsaharienne qui a fait l'objet de quelques écrits et dont nous nous sommes inspirés.

La présente recherche a donc pour objectif principal de contribuer à préciser les voies et moyens susceptibles de favoriser l'augmentation de la production et la diffusion de la B.D. De façon spécifique, il s'agit : a) de faire l'état des lieux de l'édition béninoise du livre et de la B.D. ; b) d'identifier les raisons qui expliquent la faible production de la B.D. et c) de proposer une stratégie qui favorise l'augmentation de cette production. L'atteinte de ces objectifs soulève deux questionnements : *pourquoi les éditeurs ne produisent-ils pas la B.D. ? Et quelles actions avec quels acteurs et quels rôles pour améliorer l'offre de B.D. produite localement ?*

L'édition du livre nécessite que les éditeurs disposent de moyens humains, matériels et financiers leur permettant de supporter aussi bien les coûts que les exigences en termes de créativité et de mains d'œuvre. Or, en postulant que l'ouvrage de B.D., du fait qu'il est constitué de dessins, de couleurs (en grande partie) et de textes, nécessite plus d'investissements qu'un simple ouvrage fait uniquement de textes, il y a lieu de chercher les raisons de la faible production sous cet angle. Nous pouvons donc émettre comme hypothèse que l'état actuel de l'édition de la B.D. s'explique par la *faible capacité de production des éditeurs béninois et l'absence de prise de risque*. D'un autre point de vue, la commercialisation des ouvrages représente une phase importante de la chaîne du livre du fait qu'elle

permet au bien culturel de rencontrer des consommateurs sur un marché. En ce sens, *l'étroitesse du réseau de distribution peut influencer la production*. Dans bien des cas, l'Etat intervient en mettant en place des institutions et en éditant des textes juridiques pour accompagner les différents acteurs de la chaîne et les consommateurs. Nous nous interrogeons sur le contenu de ces mesures et leurs portées d'autant que *le contexte institutionnel et législatif de développement des activités éditoriales est susceptible d'influencer la production éditoriale*.

A terme, il est question de proposer une stratégie dont la mise en œuvre permettra de susciter chez les éditeurs béninois, la création d'une collection de B.D. d'une part ou de sensibiliser des entrepreneurs culturels à investir dans cette filière d'autre part. Le présent travail s'inscrit donc dans la préoccupation de proposer une réflexion à la fois théorique et pratique sur un aspect de l'édition du livre, dans la mesure où peu de travaux de recherche ont été produits sur cette filière. Les résultats attendus sont : les raisons de la très faible production d'albums B.D. sont connues ; une stratégie est proposée pour que la B.D. soit de plus en plus éditée et un projet pour une augmentation de la production d'albums B.D. est proposé.

Après une première partie dans laquelle nous invoquerons notre méthodologie de recherche et notre expérience de stage (1), dans une seconde partie, nous proposerons une synthèse de considérations théoriques et pratiques sur les industries culturelles et l'édition de la B.D. (2), nécessaire pour définir les concepts de base de notre étude ainsi que les logiques socio-économiques qui gouvernent la chaîne du livre. Dans la perspective d'étudier le cas béninois, nous présenterons l'état de l'édition du livre et notamment de la B.D. ainsi que les résultats de notre recherche sur la capacité de production des éditeurs béninois (3). Enfin, dans une dernière partie, nous explorerons les voies et moyens susceptibles de contribuer à un accroissement de la production d'ouvrages de B.D. à travers une stratégie dont l'un des points sera développé sous forme de projet (4).

1 Méthodologie de l'étude et apport du stage

Ce chapitre indique la méthode et les outils utilisés dans la conduite de notre étude. De même, il aborde la contribution de notre stage à notre recherche.

1.1 Démarche et outils méthodologiques

1.1.1 Terrain de recherche et présentation des variables

La présente étude, même si elle s'inspire des réalités de l'édition sur des marchés développés ou en développement, a pour cadre physique le Bénin. Ancienne colonie française, c'est un pays situé en Afrique de l'Ouest. Il est limité par le Togo à l'ouest, le Nigéria à l'est, le Niger et le Burkina Faso au nord ainsi que l'Océan Atlantique au sud (cf. image 1). La superficie de son territoire est de 114 763 km². En 2013, l'effectif de la population du Bénin est estimé à 9,98 millions d'habitants d'après le Recensement Général de la Population et de l'Habitat 4⁸. Le PIB par habitant est de 810 \$. Sa capitale est Porto-Novo et ses autres principales villes : Cotonou, Djougou, Parakou et Abomey.

Image 1 : Carte du Bénin



Source : Division Géographie du Ministère des Affaires étrangères et européennes français, 2002

⁸ Institut national de la statistique et de l'analyse économique (Bénin), 2013

Dans le cadre de la présente étude, la variable dépendante est l'augmentation de la production de B.D. et les variables indépendantes sont la capacité de production et l'environnement. Pour analyser la capacité de production des éditeurs béninois, nous nous sommes basés sur les caractéristiques minimales de « petits » éditeurs : la définition de choix éditoriaux, le travail avec les auteurs, les aspects techniques de la production, l'effectif du personnel salarié à temps partiel ou non, le traitement des aspects juridiques, de gestion, de distribution et de commercialisation⁹. Ces caractéristiques nous ont permis de définir quatre sous-variables pour décrire la capacité de production des éditeurs béninois, qui sont à l'observation, de « petits » éditeurs : l'activité éditoriale, les moyens humains, techniques et financiers. D'abord, l'activité éditoriale est évaluée par rapport à un ensemble d'éléments dont : les thématiques couvertes, le nombre d'ouvrages produits en moyenne par an, le nombre d'ouvrages inscrit au catalogue, le tirage moyen par titre et le mode d'édition. Ensuite, les moyens humains sont définis comme l'ensemble des ressources humaines (à plein temps, à temps partiel) ou des prestataires, que l'éditeur emploie pour sa production. En outre, les moyens techniques dont il est question, regroupent les outils indispensables pour la production des ouvrages. Enfin, les moyens financiers constituent l'ensemble des fonds dont il dispose ainsi que les mécanismes (coproduction, subvention) pour produire des ouvrages. L'environnement de l'édition (contexte historique, législation, institutions) est également susceptible d'avoir une influence sur la production d'ouvrages. Il s'agit donc de trouver des données chiffrées ou non pour apprécier ces différentes variables résumées dans le tableau ci-après.

Tableau 1: Présentation des variables

Variable dépendante	Variables indépendantes		Items
Augmentation de la production de B.D.	Capacité de production des éditeurs	Activité éditoriale	Nombre d'ouvrages inscrit au catalogue
			Thématique couverte
			Nombre d'ouvrages produit en moyenne par an
			Tirage moyen
			Mode d'édition
			Intérêt pour la B.D.
		Moyens humains	Effectif du personnel
			Formation du personnel
			Besoin en personnel
		Moyens techniques	Moyen informatique
			Qualité de l'impression
			Réseau de distribution
	Moyens financiers	Marge bénéficiaire	
		Financement des publications	
	Environnement de l'édition du livre	Contexte historique	
		Législation	
Institutions			

Afin de collecter des données nécessaires pour analyser la capacité de production, nous nous sommes intéressés aux éditeurs se trouvant dans la ville de Cotonou pour deux raisons : premièrement du fait qu'ils seraient soumis *a priori* aux mêmes contraintes de l'environnement socio-économique, culturel et

⁹ Bertrand Legendre : « Regards sur les petits éditeurs », dans : *Culture études*, n°1, 2007/1, pp.1-12.

concurrentiel, ce qui permet d'éliminer en amont les biais qui peuvent être du fait de cet environnement, d'un éditeur à un autre. Deuxièmement, la plupart des éditeurs béninois¹⁰ ainsi que des grandes librairies sont installés dans cette ville. Dans le but de vérifier ces variables, nous avons procédé à une revue documentaire et effectué des entretiens directs.

1.1.2 Revue documentaire

La revue documentaire a été nécessaire pour préciser l'objet de notre étude et l'inscrire dans les préoccupations théoriques des industries culturelles. En effet, l'édition du livre au Bénin et spécifiquement de la B.D. n'a pas fait l'objet d'un nombre important d'études. Cependant, cette revue documentaire a permis d'identifier, de sélectionner et de consulter des sources diverses de documents sur l'édition du livre et de la B.D.. Nous avons utilisé des ouvrages généraux et spécialisés sur les industries culturelles, l'économie culturelle et l'édition du livre. Des sites web fournissant des informations spécialisées sur l'édition du livre ont été consultés. Entre autres, il s'agit du site web du Syndicat National de l'Edition¹¹ et de l'Alliance des Editeurs Indépendants¹² qui fournissent de la documentation à l'endroit des éditeurs. Puis, des articles publiés dans des revues spécialisées sur l'information culturelle (Africultures¹³, Notre Librairie¹⁴) et sur la B.D. (AfriBD¹⁵) nous ont permis d'avoir des données présentées dans l'état des lieux de l'édition de la B.D. au Bénin. Cette première démarche qui concerne toute notre étude, a servi à mieux définir la problématique, mettre en relief les enjeux de l'édition de la B.D. et les difficultés que rencontrent les éditeurs.

Ces informations recueillies, même si elles sont très utiles, ont certaines limites. En effet, quand certaines d'entre elles ne sont pas mises à jour, d'autres couvrent de façon transversale et partiellement l'Afrique francophone subsaharienne, dont les pays ont des préoccupations communes avec parfois des subtilités importantes. Or dans le secteur de l'édition où des éditeurs naissent et disparaissent¹⁶, il est nécessaire de rendre compte, dans le temps, de cette dynamique et de ces particularités.

Grâce à la Bibliographie du Bénin¹⁷, nous avons pu constater l'état de la production du livre, nous permettant aussi de comparer la production d'albums de B.D. par rapport à d'autres domaines de la connaissance humaine. Les insuffisances de ces données sont doubles : tous les éditeurs ne font pas systématiquement le dépôt légal de leurs publications, donc un livre peut exister, sans être recensé dans la Bibliographie du Bénin ; et il y a des documents qui ne sont pas formellement édités, mais simplement imprimés par leurs auteurs ; il est alors difficile de suivre l'évolution des activités de leurs promoteurs.

¹⁰ Voir en annexe 1.

¹¹ Site web du Syndicat National de l'Edition (France) : <http://www.sne.fr/> (consulté le 06/01/2015).

¹² Site web de l'Alliance des éditeurs indépendants www.alliance-editeurs.org/ (consulté le 06/01/2015).

¹³ Site web de Africultures : <http://www.africultures.com/php/> (consulté le 06/01/2015).

¹⁴ « La bande dessinée », *Notre Librairie*, n°145, 2001, 143p.

¹⁵ Site web de AfriBD : <http://www.afribd.com/> (consulté le 06/01/2015).

¹⁶ Bertrand Legendre : « Regard sur les petits éditeurs », dans : *Culture études*, n°1, 2007/1, p.1-12.

¹⁷ Document élaboré et publié par la Bibliothèque nationale du Bénin à partir des dépôts légaux enregistrés.

Pour pallier ces insuffisances et afin de faire un recoupement, nous nous sommes rendus directement sur le catalogue en ligne des éditeurs qui possèdent un site web ou un blog (Ruisseaux d'Afrique¹⁸, Editions Plurielles¹⁹, Plumes Soleil²⁰) et sur celui d'Afrilivres²¹, association d'éditeurs francophones au sud du Sahara, à laquelle sont affiliés trois éditeurs béninois : Star Editions, les Editions du Flamboyant et Ruisseaux d'Afrique. Ces ressources ne sont pas régulièrement mises à jour par leurs propriétaires. Pour cela, nous avons prévu des questions dans notre entretien pour améliorer l'information par rapport à la production des éditeurs et recueilli auprès des principaux acteurs béninois de l'édition, des données nécessaires à la compréhension du fonctionnement de la filière.

Une autre étape de la revue documentaire s'est inscrite dans l'objectif de rendre compte de l'environnement historique, institutionnel et législatif du développement de l'édition du livre au Bénin dans le but de démontrer l'influence de celui-ci sur les activités éditoriales. Cette collecte a permis de retracer l'historique de l'édition du livre à travers l'histoire du Bénin et de recenser des documents officiels (de la Constitution au décret) en mesure de rendre compte, en tout cas à plusieurs égards, de l'implication ou non de l'Etat. Ces informations ont été complétées par des entretiens.

1.1.3 Entretiens avec des acteurs béninois du livre

Nous avons réalisé des entretiens directifs en présentiel avec sept éditeurs béninois sur les 20 identifiés (35%), choisis pour leur importance en terme de nombre de titres publiés. Deux éditeurs ont été choisis par hasard en remplacement de certains éditeurs « importants » que nous n'avons pu joindre. Ce sont Ruisseaux d'Afrique, Star Editions, SOGECIL, Plumes Soleil, Editions Plurielles, Christon Editions et CAAREC. L'objectif était de vérifier l'hypothèse selon laquelle leur capacité de production détermine l'orientation qu'ils donnent à leur production. Nous avons donc élaboré un guide pour conduire les entretiens (cf. annexe 2). A cet effet, nous nous sommes entretenus avec l'échantillon de sept éditeurs pour apprécier leurs capacités de production à travers quatre variables : l'activité éditoriale, les moyens humains, les moyens techniques et les moyens financiers.

La principale difficulté a été de prendre contact avec ces éditeurs. Selon une liste datant de 2011 fournie par l'association des éditeurs du Bénin et obtenue auprès du service du dépôt légal de la Bibliothèque nationale du Bénin, les éditeurs béninois sont au nombre de 20. Cependant, cette liste n'est pas à jour et nous avons recensé à travers la Bibliographie du Bénin d'autres éditeurs béninois. En cherchant à contacter les éditeurs inscrits sur la liste et qui possèdent un contact mail ou téléphonique, nous nous sommes rendu compte que les adresses mail et numéros de téléphone chez nombre d'entre eux ne sont plus fonctionnels. Nous nous sommes donc concentrés sur les éditeurs que nous avons pu joindre au nombre de 7 sur 10 prévus.

¹⁸ Site web de Ruisseaux d'Afrique. URL : <http://www.ruisseauxdafrique.com/> (consulté le 15/02/2015).

¹⁹ Site web des Editions Plurielles. URL : <http://editions-plurielles.com/?cat=3> (consulté le 15/02/2015).

²⁰ Blog des Editions Plumes Soleil. URL : <http://plumessoleil.blogspot.com/> (consulté le 15/02/2015).

²¹ Site web d'Afrilivres. URL : <http://www.afrilivres.net/> (consulté le 15/02/2015).

1.2 Traitement des données

Les données recueillies sont des informations relatives aux différents items. En ce qui concerne les données textes, nous avons relevé l'essentiel des avis qui répondent de façon claire à nos questions et apportent un élément de réponse utile pour l'appréciation de chaque variable. Quelques informations sont recueillies sous forme chiffrée. Nous avons utilisé le logiciel Microsoft Excel pour leur présentation synthétique sous forme de tableau (cf. annexe 3) et en vue d'un facile croisement des données.

Cette démarche de recherche a été complétée par un stage dans une maison d'édition.

1.3 Expérience du stage

1.3.1 Présentation des Editions Geuthner

Dans le but de mieux appréhender la double nature culturelle et économique du livre, notre stage a été effectué dans une maison d'édition française. Plusieurs raisons justifient ce choix. Il nous fallait avoir une immersion dans le monde de l'édition que nous avons traité jusque-là de façon théorique, dans le but d'avoir des éléments pratiques pour la conduite de notre recherche. Il était donc d'une impérieuse nécessité pour nous de faire le rapprochement entre les notions théoriques reçues sur la chaîne du livre et les réalités auxquelles sont confrontés les éditeurs au quotidien. La structuration de la filière du livre en France qui est en constante évolution, nous est apparue comme un cadre adéquat pour réussir notre immersion. En raison des difficultés rencontrées à obtenir un stage dans une maison d'édition de B.D., nous avons effectué notre stage chez Geuthner²² du fait de son ancienneté (plus de 100 ans d'existence) et de son expérience en matière d'édition.

Les éditions Geuthner ont été créées en 1901 par Paul Geuthner sous le nom de *Librairie orientaliste Paul Geuthner*. Elle est qualifiée traditionnellement et historiquement d'orientaliste pour ses productions axées sur les grandes civilisations de l'Asie et leurs extensions africaines, avec pour principale vocation de publier les connaissances essentielles de l'Orient (proche, moyen ou extrême)²³. En 1998 et suite à des difficultés financières que connaît la maison, un groupe de bibliophiles franco-libanais avec à sa tête Myra Prince²⁴, l'a repris pour lui donner un nouveau souffle.

Son organisation ainsi que sa ligne éditoriale ont donc été quelque peu revues, désormais sous l'appellation de *Société Nouvelle Librairie Orientaliste Paul Geuthner*. Son champ d'intervention concerne : « la question des origines : langues, langages et écritures, la construction des savoirs avec l'esprit pour matière, le discours critique : réappropriations et confrontations, l'aventure de la raison et les

²² Site web de Geuthner : <http://www.geuthner.com/> (consulté le 11/07/2014)

²³ Selon une assertion relative au champ scientifique de l'orientalisme par Kristofer Schipper (sinologue, né en 1934). Cité sur : <http://www.geuthner.com/a-propos/> (consulté le 11/07/2014)

²⁴ Myra Prince est architecte et docteur en philosophie Elle est assistée dans les travaux d'édition de Nicholas Filicic, Sahr ibn Hussein et de Vincent Castevert.

canons de vérité, sources et ressources : références et libertés, la tolérance heuristique entre mémoire et déni, textualismes et oralité²⁵ ». Cette nouvelle orientation autorise le regard croisé des femmes et des hommes pour des publications sur des thématiques précises et à destination d'un public averti ou simplement curieux.

Avec son catalogue de plus de 800 titres avec une production d'environ 30 titres par an²⁶, les éditions Geuthner possèdent une longue expérience et une expertise avérée dans l'édition du livre. C'est dans ce cadre d'excellence que nous avons effectué, du 14 mai au 18 juillet 2014, un certain nombre d'activités qui concernent les différents maillons de la chaîne du livre.

1.3.2 Activités liées au fonctionnement de la maison d'édition

Le stage au sein des Editions Geuthner a été l'occasion de mener différentes activités liées au fonctionnement d'une maison d'édition, notamment sur les volets éditorial, commercial et fabrication

- Edition

Durant le stage, plusieurs activités ont été réalisées au sein de cette phase. D'abord, la relecture de manuscrits qui est à cheval entre la phase de création et celle de l'édition. Il s'agit de relever les erreurs éventuelles qui se sont glissées dans le texte qui doit faire l'objet de publication, d'en proposer une correction et de les mettre en évidence grâce à une couleur de police. Une fois les corrections terminées, le manuscrit est renvoyé à l'auteur pour validation. D'autres activités relèvent de la vérification et permettent de s'assurer de la cohérence entre différentes parties de l'ouvrage. Par exemple, avant l'envoi d'un manuscrit à l'imprimeur, il nous a été demandé de vérifier la conformité de sa table des matières avec son contenu. Ensuite, le choix graphique dont dépend la présentation de l'ouvrage au public a été aussi abordé. Il inclut la mise en page du manuscrit et l'élaboration de sa couverture. La mise en page respecte le souci de lisibilité de l'ouvrage et sa parfaite intégration dans le catalogue. Nous avons suivi des séances de conception de couverture²⁷ et de mise en page²⁸ de manuscrits, ponctuées d'explications sur les différentes techniques nécessaires à ces réalisations. C'est au niveau de ce maillon que le prix du livre est fixé. Plusieurs éléments entrent en ligne de compte pour le calcul du prix unique²⁹ du livre. Il

²⁵ <http://www.geuthner.com/a-propos/> (consulté le 11/07/2014)

²⁶ Edités sous différents formats et les ouvrages les plus récents sont : La méditerranée des Arméniens (Collectif, 2014), Les consulats français d'Alexandrie à Massaoua (Jean-François Fau, 2014), Le Dieu Garou (Michel Masson, 2014), Le livre des clés pour la médecine (Trad. de Sanagustin, 2014), Barbatha (David Hamidovic, 2014).

²⁷ Chez Geuthner, le graphiste travaille beaucoup plus sur la conception de la couverture de l'ouvrage.

²⁸ Nous avons suivi la mise en page sur le logiciel Microsoft Word pour un ouvrage simple et sous le logiciel Adobe InDesign pour la mise en page d'un beau livre.

²⁹ Selon la loi française de 1981 relatif au prix unique du livre dénommée la « Loi Lang », tout livre produit sur le territoire français doit être vendu à un prix unique généralement inscrit sur la quatrième de couverture.

s'agit prioritairement du coût de l'impression³⁰, de l'effort fourni pour améliorer le texte, sa mise en page³¹, la marge bénéficiaire³² pour payer les différents acteurs et les taxes³³. Nous avons calculé le prix public de quelques ouvrages selon les coefficients³⁴ d'usage au sein de Geuthner.

Le fonctionnement d'une maison d'édition tient aussi à un ensemble d'activités administratives et comptables. Quelques tâches ont été exécutées dans ce cadre : la gestion des archives, des demandes de subventions pour certains ouvrages, la préparation des salons, la gestion du budget. Nous avons organisé une partie des archives électroniques qui concernent surtout les projets d'ouvrages édités ou non ; et contribué à l'élaboration de dossiers de subvention³⁵ pour trois projets d'ouvrage.

- Diffusion / médiation

Au niveau de cette phase, se déroule un certain nombre d'activités dont le but final est la mise à disposition des ouvrages au public. Il s'agit des activités comme le référencement des ouvrages, le salon de livre, la gestion des commandes ou des achats directs³⁶ et des relations clients.

- *Enregistrement de notices bibliographiques sur Dilicom*

Le référencement du fonds a été effectué sur le catalogue en ligne *Dilicom*³⁷ (cf. images 2&3). Comme activités, nous avons enregistré un ensemble de notices bibliographiques³⁸ dans la base de données de ce catalogue en ligne pour le rendre le plus complet possible.

³⁰ Le coût de l'impression dépend du nombre de pages de l'ouvrage, du poids du papier, de l'encre (bichromie, quadrichromie), du nombre d'exemplaire etc.

³¹ Un montant forfaitaire est fixé par page pour effectuer le calcul.

³² Chaque éditeur se fixe un pourcentage comme marge afin de payer ses prestataires, les droits d'auteur et faire du profit. Ce pourcentage chez Geuthner reste *pour mémoire*.

³³ Il s'agit de la TVA parce que le coût public du livre est un prix Toutes Taxes Comprises (TTC).

³⁴ Ces coefficients restent *pour mémoire*

³⁵ Ce sont des demandes de subventions adressées au Centre National du Livre (CNL).

³⁶ Geuthner est aussi libraire de son propre fonds. Ses ouvrages ne sont pas distribués par un « distributeur ».

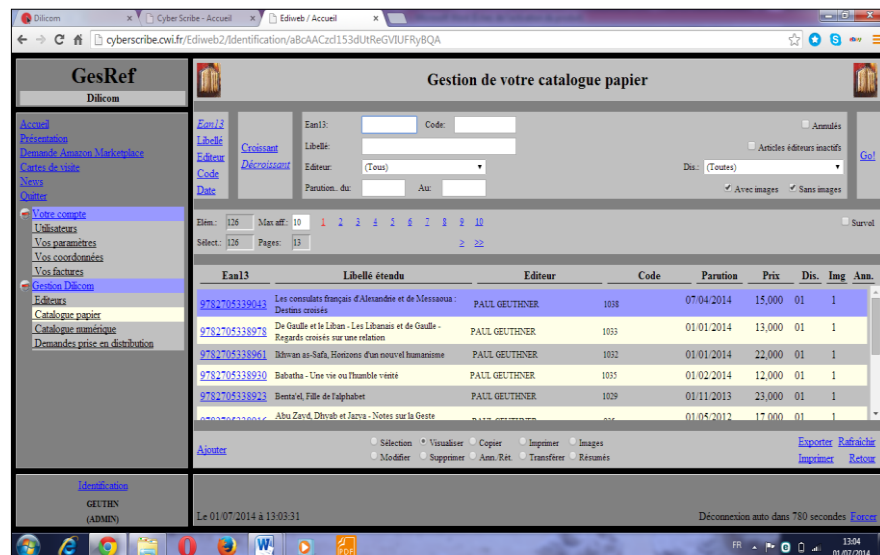
³⁷ Base de données utilisée par les libraires pour trouver et commander un livre chez un éditeur ou un distributeur qui s'est enregistré. Site web : <https://dilicom-prod.centprod.com/index.html> (consulté le 13/07/2014).

³⁸ Une notice bibliographique est comme la carte d'identité de l'ouvrage. Elle rassemble un ensemble d'informations permettant de retrouver sans ambiguïté l'ouvrage, peu importe le type de l'outil questionné. Il s'agit du titre propre, du nom de l'auteur, de l'ISBN, de la date de publication, de l'éditeur, du prix et des informations sur sa disponibilité.

Image 2 : Capture d'écran de la partie publique de *Dilicom*



Image 3 : Capture d'écran de la partie gestion de *Dilicom*



- *Le Marché de la poésie 2014*

Du 11 au 15 juin 2014, a eu lieu sur la place Saint Sulpice à Paris, le Marché de la poésie. C'était la 32^e édition de cette manifestation culturelle dédiée à la poésie. A cette occasion, nous avons tenu un stand (image 4) pour montrer les ouvrages de Geuthner. D'une part, les livres rares et anciens ont été exposés et de l'autre, les ouvrages récents. Durant ces six jours, nous nous sommes entretenus avec les visiteurs du stand pour connaître leurs centres d'intérêts afin de pouvoir leur proposer des titres.

C'était l'occasion de toucher du doigt la manière dont s'organise l'éditeur pour se présenter à de telles manifestations. Nous avons préparé les ouvrages qui ont été présentés au public en plusieurs exemplaires.

Image 4 : Parties du stand au *Marché de la Poésie* 2014



Crédit photo : Auteur, 2014

1.3.3 Acquis et perspectives pour la recherche

Ce stage est d'un intérêt professionnel indéniable pour le mémoire et le projet. En effet, il nous a permis de vivre de façon pratique, le quotidien d'une maison d'édition. Ces différentes activités sont relatives soit à un nouveau projet éditorial, soit à la commercialisation des ouvrages. Il a permis d'avoir une idée beaucoup plus large de la chaîne du livre depuis la phase de création jusqu'à la distribution, de connaître ses acteurs et comment ils interagissent entre eux. Surtout, nous avons appréhendé le rôle de l'éditeur en amont et en aval du projet éditorial. Il s'agit notamment de son rapport à la fois humain et professionnel avec les auteurs, les imprimeurs, ainsi que des moyens qu'il se donne afin de mettre l'ouvrage à la disposition du public. Ce mode de fonctionnement avec les auteurs et la gestion des commandes (paiement et acheminement des commandes) ont retenu le plus notre attention.

L'intérêt professionnel de ce stage est qu'il permet de faire le rapprochement entre les notions théoriques reçues pendant les cours sur la filière du livre, la socio-économie du secteur culturel et l'expérience de terrain. Les différentes activités réalisées durant le stage ont facilité la prise en main des éléments nécessaires à la conception d'un projet éditorial. Elles permettent de mettre l'accent sur les phases du processus éditorial et leur fonctionnement. En termes de perspectives, nos acquis durant ce stage nous donnent les éléments nécessaires pour concevoir un projet d'édition dans sa globalité, définir les moyens financiers qu'il demande et le management à développer afin de faire connaître l'ouvrage du public et le vendre.

L'édition est une phase clé dans la chaîne de production d'un ouvrage à cause des efforts à la fois humain, financier, technique et administratif qu'elle demande. Le stage dans une maison d'édition française a permis de voir le niveau d'évolution de la production du livre dans un pays où la filière du livre est mieux structurée et dynamique. Il a surtout permis de travailler dans un pays où la problématique du livre, loin

d'être entièrement résolue, connaît un développement important³⁹. Les lois (prix unique du livre, dépôt légal) mises en place pour organiser le secteur sont respectées par les acteurs. Des événements s'organisent autour du livre. L'Etat a mis en place des subventions et un système d'aides pour encourager la production. Les moyens de commande, de paiement et de livraison sont développés. Il existe un Syndicat National de l'Édition (SNE) et un Centre National du Livre (CNL) qui mènent des actions, pour améliorer l'information et le fonctionnement de la filière. La liste n'est pas exhaustive. Nous avons travaillé avec ces outils et ces structures en même temps, réfléchi à comment il serait possible de les adapter au Bénin.

Les différents projets auxquels les éditions Geuthner participent nous ont permis de ne pas voir le travail d'éditeur comme seulement une activité de publication et de diffusion d'ouvrages. Mais aussi comme un lieu de savoir et de connaissance où se croisent des idées novatrices, capables de participer à des projets à la fois culturels et académiques sur le plan national.

Ce stage nous a permis de nous voir confier des responsabilités professionnelles et de prendre des initiatives, de faire des propositions qui concernent des réalités professionnelles. En outre, nous avons pu mesurer que le travail de l'éditeur est un ensemble de compétences nécessaires pour faire fonctionner l'entreprise et produire des ouvrages. Ces compétences sont acquises non seulement par le biais d'une formation académique, mais aussi par la pratique quotidienne, qui font qu'il s'agit d'une affaire d'expérience. Des recherches établissent les caractéristiques de l'édition du livre ainsi que le contenu des différentes phases de la chaîne de production. A ce sujet, nous présenterons dans le chapitre suivant, les contributions d'auteurs et des expériences de différents acteurs de la chaîne du livre.

³⁹ Le chiffre d'affaires de l'édition en France est estimé à 4,14 milliards d'euro selon les données de 2012, faisant du livre, le bien culturel le plus vendu en 2012. Syndicat National de l'Édition, 2013.

2 Edition de la B.D. : considérations théoriques et pratiques

Dans ce chapitre, nous abordons d'abord les spécificités des industries culturelles relevant du modèle éditorial qui montrent la particularité de l'édition du livre ainsi que la clarification du concept d'album de B.D.. Ensuite, nous exposons la chaîne de production de la B.D. pour comprendre le rôle des acteurs en présence et les moyens nécessaires pour sa production. Enfin, nous présentons quelques considérations théoriques sur l'offre et la consommation du bien culturel, nécessaires pour une stratégie de production et d'approche du marché par l'éditeur.

2.1 Album de B.D. : un produit des industries culturelles

2.1.1 Spécificités des industries culturelles du modèle éditorial

Les industries culturelles sont caractérisées principalement par la reproductibilité de l'œuvre originale produite, traitée et transmise au moyen de technologies, par la part importante de la création et par le non salariat des créateurs⁴⁰. Il faut noter l'importance de la notion de reproductibilité car elle induit la production à grande échelle de biens culturels, selon des procédés industriels. En général, les industries de la culture répondent à plusieurs caractéristiques : le caractère incertain des valeurs d'usage générées par les produits culturels, les modalités artisanales du recours aux travailleurs artistiques et intellectuels pour la conception des produits, l'expérience qui gouverne le comportement du consommateur ainsi que le travail artistique en amont et la commercialisation du produit en aval⁴¹. Ces caractéristiques tendent à différencier les industries culturelles des biens de grande consommation.

La production au sein des industries culturelles répond à cinq modèles : le modèle de flot, de l'information écrite, production de programmes informatisés et la retransmission du spectacle vivant et le modèle éditorial⁴². Dans le modèle éditorial, qui nous intéresse particulièrement et qui permet d'analyser le fonctionnement d'une maison d'édition, c'est le consommateur final qui « contribue directement au financement du contenu qu'il consomme⁴³ ». De ce fait, il est important pour le producteur/éditeur d'avoir une connaissance empirique de son public. La spécificité du produit est qu'il devient la propriété du consommateur. Les acteurs intervenant dans la chaîne sont rémunérés par divers procédés notamment les droits d'auteur. Cette production ne peut se faire sans un minimum de risque, inhérent à la création

⁴⁰ Bernard Miège : *Les industries du contenu face à l'ordre informationnel*, PUG, Grenoble, 2000 et Marc Ménard, « Eléments pour une économie des industries culturelles », SODEC, 2004. Cités par Francisco d'Almeida et Marie-Lise Alleman : « Les industries culturelles des pays du sud : enjeux de la convention internationale sur la diversité culturelle », OIF, 2004, p.13.

⁴¹ Ministère de la culture et de la communication : « Culture et médias 2030 », p.235.

⁴² Bernard Miège, Patrick Pajon et Jean-Michel Salaün : *L'industrialisation de l'audiovisuel – Des programmes pour les nouveaux médias*, Aubier-Montaigne, Paris, 1986. Cité par Lucien Perticoz : « Les industries culturelles en mutation : des modèles en question », dans : *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n°1, 2012, en ligne, URL : <http://rfsic.revues.org/112> (consulté le 28/12/2014).

⁴³ Lucien Perticoz, *op. cit.*

artistique et implique l'identification de marchés potentiels pour réduire l'incertitude⁴⁴. Il est intéressant de comprendre l'effet du numérique sur cette industrie.

En étudiant les mutations des logiques économiques dans l'édition de la fiction, Bertrand Legendre⁴⁵ prend comme référence les caractéristiques du modèle éditorial telles que définies par Bernard Miège⁴⁶ : « la nature culturelle des marchandises, le caractère privatif de leur acquisition, la fonction centrale assurée par l'éditeur, l'organisation de la branche en nombreuses PME, la rémunération des concepteurs en droits d'auteur et de reproduction et celle de la filière assise sur la vente directe au consommateur (absence de recettes publicitaires) et, enfin un marché organisé sous la forme d'un marché de masse segmenté ».

Trois constats de ces mutations s'opèrent : d'abord les pratiques numériques s'inscrivent dans une rupture avec le fonctionnement éditorial classique. En effet, la fonction de filtre des maisons classiques n'est pas de rigueur sur le web. On retrouve aussi, à la fois des « pratiques minimales » où des auteurs mettent gratuitement en ligne leurs textes sur leurs sites web personnels et des « pratiques plus élaborées » voisines des revues littéraires ou des magazines culturels, avec un modèle économique basé sur des subventions publiques et la publicité. Ensuite, Bertrand Legendre fait le constat que le numérique a introduit dans ce secteur des « pratiques à visée expérimentale et promotionnelle » qui se caractérisent par des initiatives dont le but est de faire accéder à des titres du fonds ou à des textes inédits. Enfin, il fait remarquer qu'il s'agit de plus en plus d'une économie basée sur les fonctions périphériques avec des sites internet qui proposent des services en ligne aux auteurs : publication en ligne, agent d'auteurs envers les éditeurs classiques, formule d'exposition ou de vente de leurs textes en ligne. Dans ce modèle économique, une contribution financière est souvent demandée à l'auteur comme s'il s'agit d'une édition à compte d'auteur.

Ces mutations observées ne sont pas totalement différentes de celles qui subviennent au sein de l'ensemble de l'industrie du livre où apparaissent de nouvelles pratiques de création, d'édition et de diffusion ; mais surtout de nouveaux modèles économiques et donc de nouveaux enjeux. Même s'il n'est pas à négliger l'influence du numérique sur l'édition du livre, il est encore évident que le livre papier lui résiste encore. La B.D. n'échappe pas à ces réalités.

⁴⁴ Xavier Greffe, Florence Puech et Véronique Simonnet : « Les nouvelles entreprises culturelles : caractères, dynamiques et regroupements » dans Xavier Greffe (dir.) : *Création et diversité au miroir des industries culturelles*, Actes des journées d'économie de la culture, La documentation française, Paris, 2006.

⁴⁵ Bertrand Legendre : « Mutations des logiques socio-économiques dans l'édition, le cas de la fiction », dans : Philippe Bourquillion et Yolande Combès (dir.) : *Les industries de la culture et de la communication en mutation*, L'Harmattan, Paris, 2010, pp.99 – 105.

⁴⁶ Bernard Miège : *La Société conquise par la communication*, PUG, Grenoble, 1989. Cité par Bertrand Legendre, *op. cit.*, p.100.

2.1.2 Bande dessinée : du papier au numérique

La littérature présente les « histoires en estampe » de Rodolphe Töpffer en 1830 comme étant les premières bandes dessinées⁴⁷. En effet, il s'agissait de planches lithographiées qui ne portaient pas le nom de B.D. Par contre, les auteurs contemporains de Töpffer parlaient déjà d'albums⁴⁸. Même si la B.D existe depuis plus d'un siècle, le concept de B.D. apparaîtra dans les années 1940 et deviendra populaire dans les années 1960⁴⁹, notamment avec le premier ouvrage d'Astérix (1961) tiré à 6000 exemplaires⁵⁰ aux éditions Dargaud. Depuis, l'album de B.D. a connu des évolutions.

2.1.2.1 Album de B.D.

L'album de B.D., en plus des définitions et caractéristiques d'un livre, possède des spécificités du point de vue matériel et du contenu, qui lui sont propres. Le livre est à la fois un « instrument de communication humaine, un véhicule spirituel⁵¹ » et « œuvre et création intellectuelle unique⁵² ». De façon classique, il est défini comme un « assemblage de feuilles en nombre plus ou moins élevé, portant des signes destinés à être lus »⁵³. Il fait appel à l'écriture, à la diffusion et à la conservation des textes ainsi qu'à la maniabilité⁵⁴. Selon une définition⁵⁵ dite « légale », est un livre :

« un ensemble imprimé, illustré ou non, publié sous un titre ayant pour objet la reproduction d'une œuvre de l'esprit d'un ou plusieurs auteurs en vue de l'enseignement, de la diffusion de la pensée et de la culture.

Cet ensemble peut être présenté sous la forme d'éléments imprimés, assemblés ou réunis par tout procédé, sous réserve que ces éléments aient le même objet et que leur réunion soit nécessaire à l'unité de l'œuvre. Ils ne peuvent faire l'objet d'une vente séparée que s'ils sont destinés à former un ensemble ou s'ils en constituent la mise à jour.

Cet ensemble conserve la nature de livre lorsque la surface cumulée des espaces consacrés à la publicité et des blancs intégrés au texte en vue de l'utilisation par le lecteur est au plus égale au

⁴⁷ Philippe Schuwer : *Traité pratique d'édition*, Editions du cercle de la librairie, Paris, 1994, pp.162-163 et Thierry Groensteen : *La bande dessinée : mode d'emploi*, Les Impressions Nouvelles, Bruxelles, 2007, p.13.

⁴⁸ Thierry Groensteen, *op. cit.*, p.13

⁴⁹ Thierry Groensteen, *op. cit.*

⁵⁰ Philippe Schuwer, *op. cit.*

⁵¹ Luc Pinhas : « Libraires et éditeurs : des relations ambivalentes », dans : Frédérique Leblanc et Patricia Sorel : *Histoire de la librairie française*, Cercle de la librairie, Paris, 2008, p.536-551.

⁵² Marc Ménard : *Les chiffres des mots : portrait économique du livre au Québec*, SODEC, Québec, 2001, p.17.

⁵³ Centre National des Ressources Textuelles et Lexicales. URL : <http://www.cnrtl.fr/definition/livre> (Consulté le 08/10/2014). La ressource fait remarquer que : « En 1964, l'UNESCO a recommandé de n'employer le terme livre que pour des ouvrages comportant au moins 49 pages, pages de couverture non comprises ».

⁵⁴ Albert Labarre : *Histoire du livre*, PUF, Paris, 2001, 129p.

⁵⁵ Définition de l'Instruction du 30 décembre 1971 (3C-14-71) de la Direction générale des impôts.

tiers de la surface totale de l'ensemble, abstraction faite de la reliure ou de tout autre procédé équivalent⁵⁶».

Cette définition qui paraît plus complète pour qualifier le livre papier, ne met pas l'accent sur les mutations que subit le livre, notamment avec l'avènement du numérique. Le livre peut donc être défini comme un « objet matériel constituant tout à la fois un support pour un texte écrit, un bien destiné à être diffusé, lu et conservé, de même qu'un objet maniable, transportable, compact, et solide⁵⁷ ». Cette définition a l'avantage de ne pas mettre l'accent sur la forme « imprimé » du livre. Le support dont il est question pouvant bien être un support numérique ou tout objet exigé par la lecture. Il est donc tout à fait convenable de définir le livre comme un objet, quel que soit sa forme, son support et son contenu, destiné à être lu et identifié comme tel par son numéro international normalisé ISBN⁵⁸.

La définition de B.D. est en constante évolution du fait de la grande créativité qui la caractérise. Elle est perçue comme « un art narratif et visuel permettant par une succession de dessins, accompagnés en général d'un texte, de relater une action dont le déroulement temporel s'effectue par bonds d'une image à l'autre, sans que s'interrompe la continuité du récit⁵⁹ ». Historiquement et même aujourd'hui encore, la B.D. s'affirme selon des styles graphiques : la B.D. franco-belge, le *comic book* (américain), le manga (japonais). Les albums de B.D. sont considérés comme la caractéristique principale du courant franco-belge. Il s'agit d' « albums cartonnés presque exclusivement destinés à la jeunesse, en couleurs, d'une quarantaine de pages en moyenne⁶⁰ ». Ce courant graphique est considéré comme celui qui a le plus influencé les dessinateurs africains francophones. Quant au *comic book*, il se présente comme un « fascicule souple, relié, de format plus réduit, d'une trentaine de pages encartées de publicités⁶¹ ».

Dans le cadre de l'élaboration de la présente étude, l'album de B.D. est perçu comme une forme matérielle (brochée ou reliée) sous laquelle se présente une série d'histoires dessinées et mise en scène. Cependant, les technologies de l'information et de la communication ont induite dans le champ des industries culturelles, des mutations dans la façon de produire, de diffuser et de consommer des œuvres culturelles. Dans le secteur de la B.D., ces mutations ont pris la forme de la B.D. numérique.

⁵⁶ Les services de l'administration centrale, Direction du livre et de la lecture : « Prix du livre, mode d'emploi », en ligne, URL : <http://www.culture.gouv.fr/culture/dll/prix-livre/prix-1.htm> (consulté le 08/10/2014).

⁵⁷ J. Lallement : « Essai de définition économique du livre », dans : *Cahiers de l'économie du livre*, n°9, mars, 1993, p.103-116. Cité par Marc Ménard : *Les chiffres des mots : portrait économique du livre au Québec*, Sodec, Québec, 2001, p.111.

⁵⁸ ISBN : *International Standard Books Number* ou Numéro international normalisé du livre.

⁵⁹ Claude Moliterni et Philippe Mellot : « Chronologie de la bande dessinée », Flammarion, Paris, 1996

⁶⁰ Agnès Deyzieux : « Les grands courants de la bande dessinée », dans : *Le français aujourd'hui*, n° 161, 2008/2, p.59.

⁶¹ Agnès Deyzieux, *op. cit.*, p.63.

2.1.2.2 Ce que le numérique fait à la B.D.

Dans son chapitre « Ce que le numérique fait au livre », François Rouet⁶² reconnaît d'emblée la difficulté à énumérer les répercussions des technologies de l'information et de la communication sur l'industrie du livre pour trois raisons : premièrement du fait que les mutations technologiques sont en perpétuelles évolutions et difficilement prévisibles. Deuxièmement, parce qu'il peut y avoir un décalage entre « l'attention événementielle » du côté de la presse et les perceptions des acteurs qui pourraient influencer la manière de percevoir les mutations. Et troisièmement, du fait qu'il s'agit de phénomènes nouveaux et en perpétuelles évolutions, les concepts employés pour apprécier ces mutations apparaissent nombreux et imprécis. Les modèles économiques sont difficiles à appréhender. Ces trois éléments, qu'on peut constater dans l'ensemble des industries culturelles, sont davantage adaptés pour qualifier ce que le numérique fait au livre. Cette ambiguïté de la notion de livre numérique est soulignée par Françoise Benhamou et Olivia Guillon⁶³ qui s'interrogent sur le contenu même qu'il faut donner à la notion de livre numérique : « s'agit-il d'un livre lisible sur tablette dédiée ou bien de tout texte hypermédia numérisé ? ». La question n'est pas tranchée d'autant plus que ces deux formes numériques se développent : le premier est consacré aujourd'hui par les liseuses telles que les tablettes Sony, Kindle d'Amazon, Nook de Barnes & Noble ou l'ipad. Et le second par de nombreux formats existants : HTML, XML, Epub, Pdf. Il apparaît tout de même que pour tenter une définition du livre numérique, il faut prendre en compte le support de lecture et/ou la forme dématérialisée du contenu.

Dans le secteur de la B.D., ces mêmes difficultés sémantiques sont constatables quand il s'agit de définir ce qu'est la B.D. numérique. Les initiatives d'édition de la B.D. qui utilisent les outils numériques ne permettent pas d'avoir une position tranchée sur ce qu'elle est, tant les supports et les standards du contenu sont divers et dynamiques. En réalité, les producteurs de ce type de livre multiplient leurs innovations afin de faire de la B.D numérique une véritable industrie comme celle papier. Ils n'hésitent donc pas à prospecter les supports numériques pour toucher une autre cible. Ou encore ils misent sur le multimédia et la créativité dans le contenu : ajout de musique et de bruitage donnant la sensation de la réalité, de courtes animations parfois. Des applications en téléchargement gratuit et payant sont créées et diffusées sur l'Appstore pour lire de la B.D. ; des éditeurs signent des contrats avec des opérateurs de téléphonie mobile pour offrir des B.D. à l'abonnement ; des opérateurs comme Bouygues projetaient d'ouvrir une librairie de B.D. sur mobile⁶⁴ ; des B.D. sont conçues pour être diffusées sur smartphone avec une innovation technologique qui facilite la lecture par un simple toucher qui permet de passer à la case suivante⁶⁵. Les éditions web de B.D. sont de plus en plus importantes.

⁶² François Rouet : *Le livre : mutations d'une industrie culturelle*, La documentation française, Paris, 2007, p.389

⁶³ Françoise Benhamou et Olivia Guillon : « Modèle économique d'un marché naissant : le livre numérique », dans : Ministère de la culture - DEPS : *Culture prospective*, 2010/1, n°2, pp.1 - 16

⁶⁴ Françoise Benhamou et Olivia Guillon, *op. cit.*, p.12

⁶⁵ Frédéric Ojardias : « Les « Webtoons », révolution des bandes dessinées sur le net », RFI, 20/06/2014, en ligne, URL : <http://www.rfi.fr/mfi/20140620-webtoons-revolution-bandes-dessinees-internet-coree-sud/> (consulté le 10/03/2015)

Au Bénin, même si les amateurs de B.D. sont portés vers les copies piratées des mangas (un manque à gagner pour les librairies qui importent leur version papier ?), il n'existe pas une offre locale de B.D. numérique, en dépit de la croissance d'utilisation de la téléphonie mobile dans le pays. Les réflexions pourraient être de plus en plus orientées vers l'opportunité de produire pour un public béninois qui serait plus intéressé par la B.D. numérique. Une autre recherche plus approfondie pourrait s'attarder à en décrire les enjeux et les perspectives.

Pour la présente étude, la B.D. numérique peut être considérée comme une suite d'images mises en scène dans un but narratif dont numérisé ou qui nécessite un appareillage numérique de lecture.

2.1.3 Potentialités culturelles, sociales et économiques de la B.D.

La B.D., considérée comme le 9^e art, est une matière première pour les industries culturelles et médiatiques : presse écrite, cinéma, édition⁶⁶ et de plus en plus pour les industries créatives : jeux vidéos, logiciels d'animation, artisanat d'art. En effet, des histoires dessinées sont diffusées dans les livraisons de la presse comme supplément ou comme source principale d'information. *La revue dessinée* en ligne est un projet innovant, fort illustratif de cette adaptation de la B.D à l'information⁶⁷. Plusieurs films de cinéma sont réalisés à partir de la B.D.. C'est le cas, notamment du cinéma d'animation qui met en mouvement des planches de B.D.⁶⁸. Dans l'édition du livre, certaines maisons ont fait des ouvrages de B.D., leur spécialité, n'hésitant pas à les décliner sur plusieurs volumes ou séries afin de maintenir une clientèle sur une longue période. Elles travaillent avec des artistes qui révèlent leur talent en interprétant un scénario dans un style graphique. C'est l'exemple, en France, des éditeurs comme Casterman, Dargaud ou encore Dupuis.

Outre, son potentiel culturel intrinsèque, la B.D. peut poursuivre un objectif pédagogique. Les dessinateurs et les scénaristes mettent leurs plumes au service de divers styles graphiques⁶⁹ pour évoquer l'histoire des peuples⁷⁰, les préoccupations sociales (vie quotidienne, enfant soldat, excision, toxicomanie, enfant de la rue, statut de la femme, la santé)⁷¹. D'ailleurs, pour présenter l'histoire sous une forme originale, il faut que les historiens et les bédéistes fassent équipe⁷². De ce point de vue, la B.D peut être perçue non seulement comme un art, mais aussi comme un outil éducatif.

⁶⁶ Amadou Guèye Ngom : « Les qui et quoi de la bande dessinée » dans : *Afrik'arts*, n°5, avril, 2007, p.12.

⁶⁷ La revue dessinée présente des enquêtes, des reportages et des documentaires en B.D. site web : <http://www.larevuedessinee.fr/> (consulté le 26/11/2014).

⁶⁸ Par exemple la B.D. *Astérix*, créée en 1959, est sortie sous forme d'album et de film d'animation (en 4D, 2014).

⁶⁹ Jean-Louis Couturier : « A propos des divers styles graphiques dans la B.D. d'Afrique », dans : *Notre Librairie*, n°145, juillet-septembre, 2001, p.15.

⁷⁰ Jacques Tramson : « La bande dessinée de fiction historique : deux visions documentées de l'Afrique », dans : *Notre Librairie*, *op. cit.*, pp.82-89.

⁷¹ Alain Mabanckou : « Pédagogie par la B.D. : quels messages ? », dans : *Notre Librairie*, *op. cit.*, pp.78-81.

⁷² Ivan Jablonka : « Histoire et bande dessinée », dans : *laviedesidees.fr*, novembre, 2014, pp.1-10.

L'édition de la B.D. représente un véritable enjeu économique. Les ressources financières générées par cette industrie culturelle permettent une contribution active au PIB national. En France par exemple, le chiffre d'affaire de la B.D. en 2013 est estimé à 242,7 millions d'euros, soit 9,5% du chiffre d'affaire total de l'édition française⁷³.

La B.D. est un produit culturel qui peut être utilisé à des fins culturelles, sociales et économiques. Bien évidemment, sa contribution au développement ne pourra être effective que si elle est éditée et diffusée. Nous verrons dans les parties suivantes les phases essentielles de publication de la B.D..

2.2 Chaîne de production et chaîne de valeur de l'album de B.D.

2.2.1 Création de la B.D.

La création peut être définie comme « la conception d'œuvres culturelles originales, sous la forme de bien symboliques incorporant un certain type de propriété intellectuelle »⁷⁴. Dans le domaine du livre, l'auteur est un élément essentiel de la phase de création. Il est considéré comme une ressource dont on ne saurait maîtriser l'approvisionnement⁷⁵ et il est difficile de contrôler ou de planifier cette fonction, non-industrialisée et aléatoire⁷⁶. Ceci explique le nombre important de manuscrits que reçoivent les éditeurs au sein de leurs services éditoriaux. Très nombreux, les auteurs possèdent une grande créativité et une grande productivité. Ils initient des projets d'édition qu'ils soumettent aux éditeurs. La responsabilité d'un auteur sur un ouvrage peut être principale ou secondaire, selon la fonction qu'il y occupe : illustrateur, scénariste, dessinateur, coloriste, traducteur⁷⁷. Il est fait mention obligatoirement du nom du ou des auteurs sur la couverture du livre et sur sa page de titre⁷⁸.

En matière de B.D., la création a une place importante. Elle est structurée en différentes étapes : le scénario, le croquis (*story board*), le crayonné, l'encrage, la colorisation et la finalisation⁷⁹ (cf. figure 1). Avant tout, le scénario décrit l'histoire que raconte la B.D.. Dans la création de son scénario, le scénariste peut faire de la recherche documentaire pour déterminer ses personnages, son décor, leurs actions. Ensuite, le croquis permet d'avoir une première représentation imagée. Il permet d'avoir une première image du scénario, de l'agencement des dessins et des planches. En outre, le crayonné consiste pour le dessinateur, à mettre en dessins l'histoire selon sa touche graphique tout en étant en phase avec les

⁷³ Syndicat national de l'édition : « Les chiffres clés de l'édition 2013, données 2012 », en ligne, URL : http://www.sne.fr/img/pdf/Telechargements/chiffrescles_juin2013.pdf (consulté le 06/04/2014)

⁷⁴ Marc Ménard : *Eléments pour une économie des industries culturelles*, Société de développement des entreprises culturelles, Montréal, 2004, p.89.

⁷⁵ François Rouet, op. cit., 306p.

⁷⁶ Marc Ménard, op. cit., p.90.

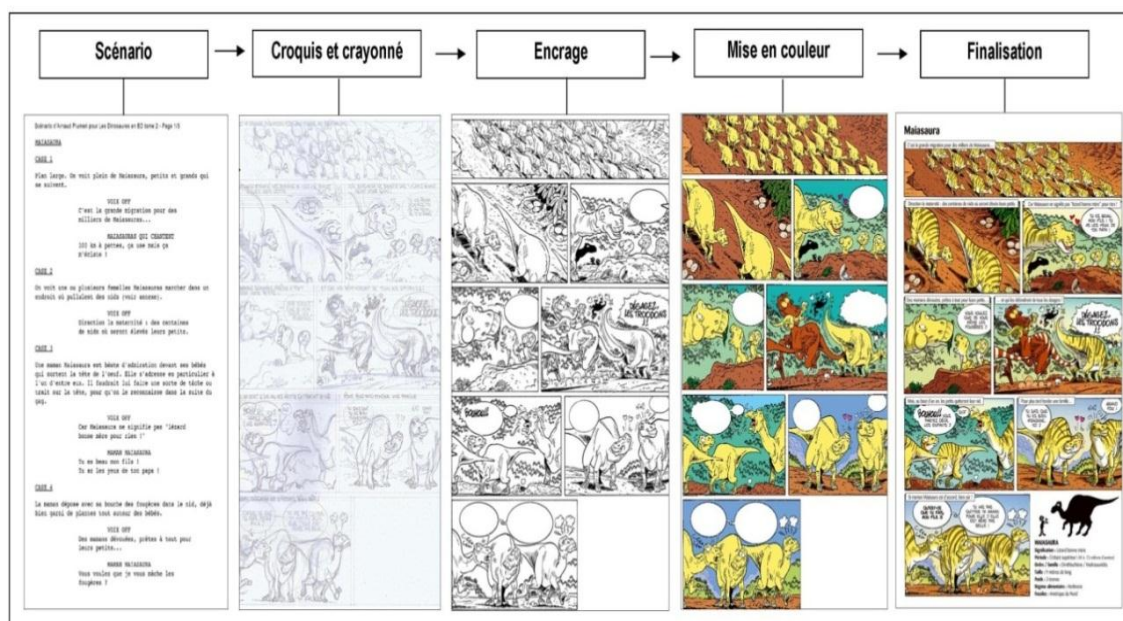
⁷⁷ Roméo TESSY : « Réflexions sur le problème de l'édition au Bénin », dans : *Infodoc*, juillet – décembre, 2013, p.13.

⁷⁸ Page qui comporte, de façon classique, les informations du nom de ou des auteurs, du titre et de l'édition.

⁷⁹ Réflexions sur la création d'une bande dessinée, en ligne, URL : <http://www.dessinez.fr/les-etapes-de-creation-d%E2%80%99une-B.D.> (consulté le 07/12/2014).

indications du scénariste. Il y a donc un échange régulier entre le dessinateur et le scénariste. L'encre consiste à passer à l'encre les traits définitifs retenus et préalablement dessinés au crayon. Cette phase permet de passer au coloriage qui peut se faire de faire directement sur le dessin ou sur un logiciel informatique. Le but est de mettre en couleur les différentes planches. La dernière phase qui est souvent peu citée est celle de l'insertion du texte dans les bulles : la finalisation. En revanche, toutes les bandes dessinées ne comportent pas du texte ; celles qui en possèdent doivent pouvoir le présenter de façon à ce qu'il soit clairement lisible pour le lecteur.

Figure 1 : Etapes de création d'une B.D.



Source : Adapté de Arnaud Plumeri et Bloz⁸⁰

A la phase de création succède celle d'édition et de la commercialisation.

2.2.2 Edition et commercialisation

Une phase importante de la chaîne de production du livre, quel que soit son type, est l'édition. Elle fait intervenir un certain nombre d'activités qui constituent la fonction édition. En dehors de l'édition, nous verrons également que la commercialisation occupe une place importante dans cette chaîne parce qu'elle permet de mettre le produit final sur le marché.

2.2.2.1 Fonction édition

Par la fonction édition, l'éditeur joue un rôle majeur dans la chaîne du livre car il produit le bien culturel, objet de consommation. Comme l'a montré François Rouet, l'édition du livre implique pour l'éditeur

⁸⁰ Arnaud Plumeri et Bloz : « Comment faire une B.D. », en ligne, URL : <http://www.lesdinosaures.net/comment-faire-une-B.D./> (consulté le 07/12/2014).

plusieurs dimensions : son implication personnelle par les goûts, le jeu, le risque et la responsabilité⁸¹. L'éditeur produit un ouvrage qui répond à ses goûts ou des ouvrages auxquels il croit. Ainsi, il fait le « jeu » en prenant des risques pour les produire. Il doit donc avoir le « goût du risque » car 50% de son chiffre d'affaire pourrait venir des nouveautés⁸².

Les principales fonctions de l'éditeur sont : découvrir auteurs, thèmes et formules d'édition ; assurer et financer la fabrication des ouvrages ; assumer la diffusion et la distribution du livre ; promouvoir son fonds d'édition et ; avoir une obligation de résultat⁸³. A travers ses attributions, il coordonne l'activité éditoriale : sélectionner (les auteurs et les textes), mettre en forme, imprimer et commercialiser⁸⁴. Mais le rôle de l'éditeur ne s'arrête pas là. Il met au point les manuscrits pour leur publication et peut notamment faire des commandes auprès des auteurs. Dans la sélection des textes, les qualités stylistique et idéologique ainsi que la conformité avec la ligne éditoriale sont recherchées⁸⁵. Cependant, les critères peuvent se diversifier selon qu'il s'agisse d'un ouvrage scientifique à publier, d'un roman ou d'une B.D.. Dans le premier cas, un accent particulier sera mis à la fois sur les compétences de l'auteur et la qualité de son manuscrit. Ce qui est moins vrai en prenant l'exemple d'un roman, où c'est, *a priori*, la trame du récit qui intéresse ; ou d'une B.D. où l'éditeur est plus regardant sur le « coup de crayon » du dessinateur et le scénario. L'activité de « mise en forme » est réductrice de la masse considérable du travail qui se déroule à cette étape de la chaîne. Nous préférons les termes « préparation » ou « fabrication du livre », ne serait-ce que la préparation où l'éditeur envoie à l'imprimeur un fichier tout prêt à être imprimé.

Ces différentes tâches nécessitent une séparation du travail entre comité de lecture se réunissant selon les ouvrages soumis au service éditorial d'une part et la direction artistique et/ou technique pour la préparation de la maquette, la mise en page du manuscrit grâce à un logiciel, le calcul de son coût, d'autre part. La fabrication matérielle relève de l'imprimeur, lié à l'éditeur par une relation de sous-traitance. De plus en plus, différents modes d'impression se développent offrant aux éditeurs la possibilité d'imprimer uniquement le nombre d'exemplaires susceptibles de trouver un marché : c'est « l'impression à la demande » (*Print on Demand*), considérée comme une avancé remarquable de ces dernières années et favorisée par les technologies de l'information et de la communication. L'impression d'une B.D. notamment en quadrichromie (quatre couleurs) demande une rigueur dans la gestion des couleurs et un matériel d'impression adapté. Ce qui fait naître des coûts de production plus élevés que dans le cas d'un ouvrage imprimé en monochromie (une couleur).

⁸¹ François Rouet : *Le livre : mutations d'une industrie culturelle*, La documentation française, Paris, 2007, p.186.

⁸² François Rouet, *op. cit.*

⁸³ Philippe Schuwer : *Traité pratique d'édition*, Editions du cercle de la librairie, Paris, 1994, pp.15-26.

⁸⁴ Jean-Claude Utard : « Cours sur l'édition française », en ligne, URL : <http://mediadix.u-paris10.fr/cours/Edition/&siteEdition.htm>, mise à jour en 2012 (consulté le 07/10/2014).

⁸⁵ Billy Mongole : « Etat des lieux de l'édition du livre littéraire en RDC de 2000 à 2010 », Institut supérieur de statistique de Kinshasa, Graduat 2012, en ligne, URL : http://www.memoireonline.com/01/14/8582/m_Etat-des-lieux-de-l-edition-du-livre-litteraire-en-RDC-de-2000--20103.html (consulté le 08/10/2014).

Pour une maison d'édition, la gestion des coûts de production relève d'une nécessité de gestion pour permettre à la structure de dégager des bénéfices et de poursuivre ses activités. Pour faire face aux coûts élevés que nécessitent certains projets spéciaux (ouvrages illustrés, B.D., beaux-livres, etc.) et parce qu'un mauvais résultat pourrait engendrer la fermeture de l'entreprise d'édition, les éditeurs ont imaginé des mécanismes, notamment la coproduction, qui réduisent leurs risques.

L'économie de la coproduction offre aux éditeurs plusieurs avantages : l'abaissement du coût de revient de l'ouvrage qui permet donc d'initier des projets plus ambitieux, la disparition de l'inquiétude que peut avoir un éditeur qui lance seul un projet financièrement lourd⁸⁶, ou encore un élargissement de marché. A juste titre, Luc Pinhas⁸⁷ prédit que l'essor de l'édition africaine passerait par les coéditions. Argumentant sa position, il présente des initiatives aussi bien Sud-Sud que celle Nord-Sud telles que la collection « le scribe et le griot » publié par les éditeurs Guinéen Gannal, malien Jamana et béninois Le Flamboyant. Aussi, l'Alliance des éditeurs indépendants a créé les collections internationales « Enjeux de la planète » et « Le Miroir d'Encre ». Y contribuent entre autres les éditeurs comme Ruisseaux d'Afrique (Bénin), Luc Pire (Belgique), Eburnie (Côte d'Ivoire), Ecosociété (Québec).

L'éditeur est en amont de la commercialisation qui consiste à mettre en vente les livres. Elle s'articule entre commerce de gros et le commerce de détails (pour les éditeurs qui ont choisi d'être libraire de leur propre fonds). A ce niveau de la chaîne, l'éditeur met en place un certain nombre d'outils qui permet la diffusion de l'information sur sa production comme le catalogue ou les dossiers de presse. Il existe la possibilité de s'inscrire sur des plateformes pour professionnel du livre telles que *Dilicom* et *Electre*⁸⁸ qui permettent aux éditeurs d'enregistrer les notices bibliographiques de leurs ouvrages pour faciliter leurs ventes.

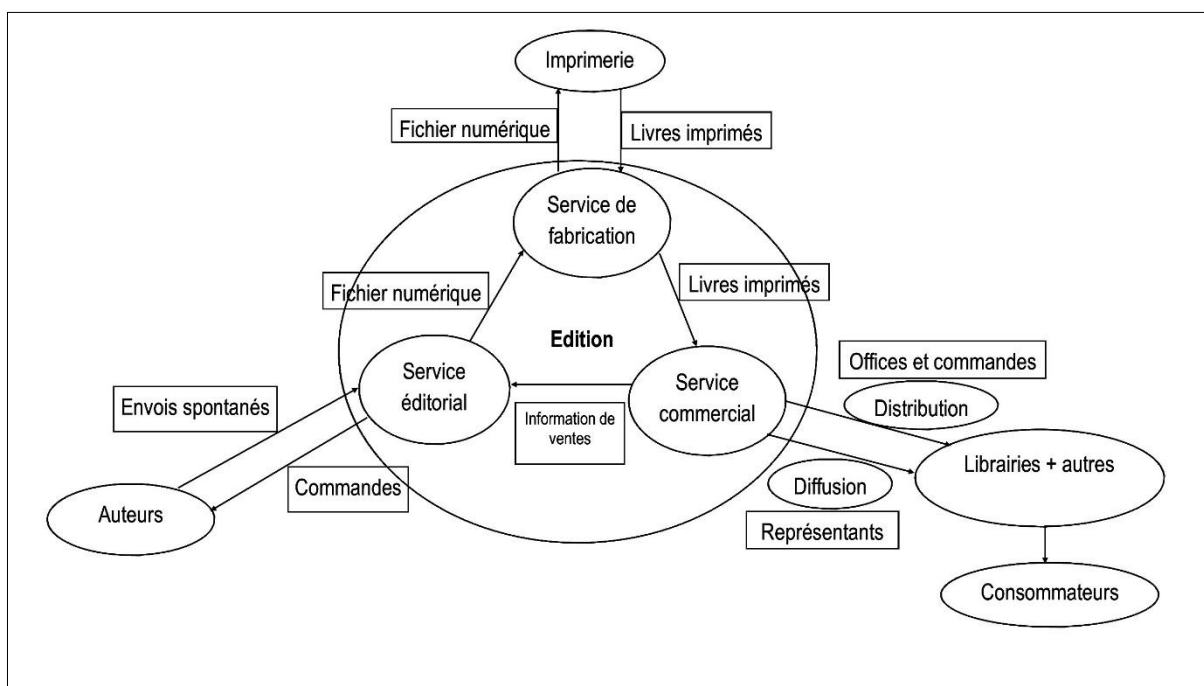
Pour une facilité de fonctionnement, les maisons d'édition qui ont une taille importante possèdent un service éditorial, un service de fabrication et un service commercial. Le service éditorial s'occupe des relations avec les auteurs, le service de fabrication travaille avec l'imprimerie et le service commercial, avec la diffusion et la distribution (cf. figure 2).

⁸⁶ Philippe Schuwer, *op. cit.*, pp.474-475.

⁸⁷ Luc Pinhas : *Editer dans l'espace francophone : législation, diffusion, distribution et commercialisation du livre*, Alliance des éditeurs indépendants, Paris, 2005, pp.80-81.

⁸⁸ Dilicom : <https://dilicom-prod.centprod.com/index.html> et Electre : <http://www.electre.com/ElectreHome.aspx> (consultés le 07/12/2014)

Figure 2 : Chaîne du livre papier



Source : Adapté du site internet de *mediadix*⁸⁹

Après la production, les exemplaires du livre entrent dans la phase de commercialisation.

2.2.2.2 La commercialisation

La distribution/diffusion de la B.D. ne diffère pas de celle du livre tout simplement. Elle constitue la phase de la vente en gros et précède celle de commercialisation dans les points de ventes (librairies, kiosques, etc.). Aujourd'hui très industrialisée, la distribution apparaît souvent comme un mal nécessaire pour les éditeurs⁹⁰. Pour cela, les relations entre éditeurs et distributeurs sont formalisées par un contrat dans le but d'optimiser la diffusion des œuvres auprès des consommateurs à travers la gestion du flux d'information et la gestion du flux matériel⁹¹.

La vente au détail est possible par l'ensemble des points de vente qui offrent diverses visibilitées pour les livres dans les rayons. Elle se fait dans différents circuits : le commerce traditionnel étant concurrencé par les grandes surfaces notamment sur les dimensions de prix du produit, qualité du service rendu et la diversité des choix d'ouvrages possibles⁹². La librairie reste un pilier incontournable de la commercialisation du livre auprès du public. On distingue les librairies indépendantes et les « grandes surfaces ». Si certains libraires se sont fixés comme objectif de vendre tout et à tout le monde donc d'être

⁸⁹ Site web de mediadix : <http://mediadix.u-paris10.fr> (consulté le 08/10/2014).

⁹⁰ Bertrand Legendre : « Les enjeux de la distribution », dans : *Bulletin des Bibliothèques de France*, n°3, 2004, p.5-9, en ligne, URL : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2004-03-0005-001> (consulté le 08/10/2014).

⁹¹ Sophie Viaris de Lesegno : « Les contrats de diffusion-distribution », dans : *Legicom*, n°24, 2001/1, p. 29-36.

⁹² Françoise Benhamou : *L'économie de la culture*, La découverte, Paris, 2004, p.81.

généralistes (exemple de la Sonaec au Bénin), d'autres ont fait le choix de la spécialisation notamment, la vente directe des livres spécialisées, qui s'est développée chez les éditeurs dont les productions visent un public très précis, ou encore des clubs (exemple de France Loisirs) et de librairie en ligne (Amazon par exemple)⁹³.

Dans le contexte africain francophone, les industries culturelles sont faiblement présentes sur leur marché. Francisco d'Almeida précise que la difficulté des productions culturelles africaines à avoir une présence significative dans leur propre pays et sur les marchés internationaux est due au manque de maîtrise des réseaux de distribution⁹⁴. Cependant, même si la priorité n'est pas d'exporter sur des marchés internationaux, l'auteur propose de profiter des opportunités qu'offre l'intégration régionale mais à condition de respecter les modalités de sa réussite : une stratégie de regroupement des pays en fonction de leurs moyens et une répartition des activités qui tient compte de la structuration des filières et de leur niveau de développement spécifique. Cette intégration permettra aux pays de se doter d'infrastructures communes et d'une offre compétitive⁹⁵.

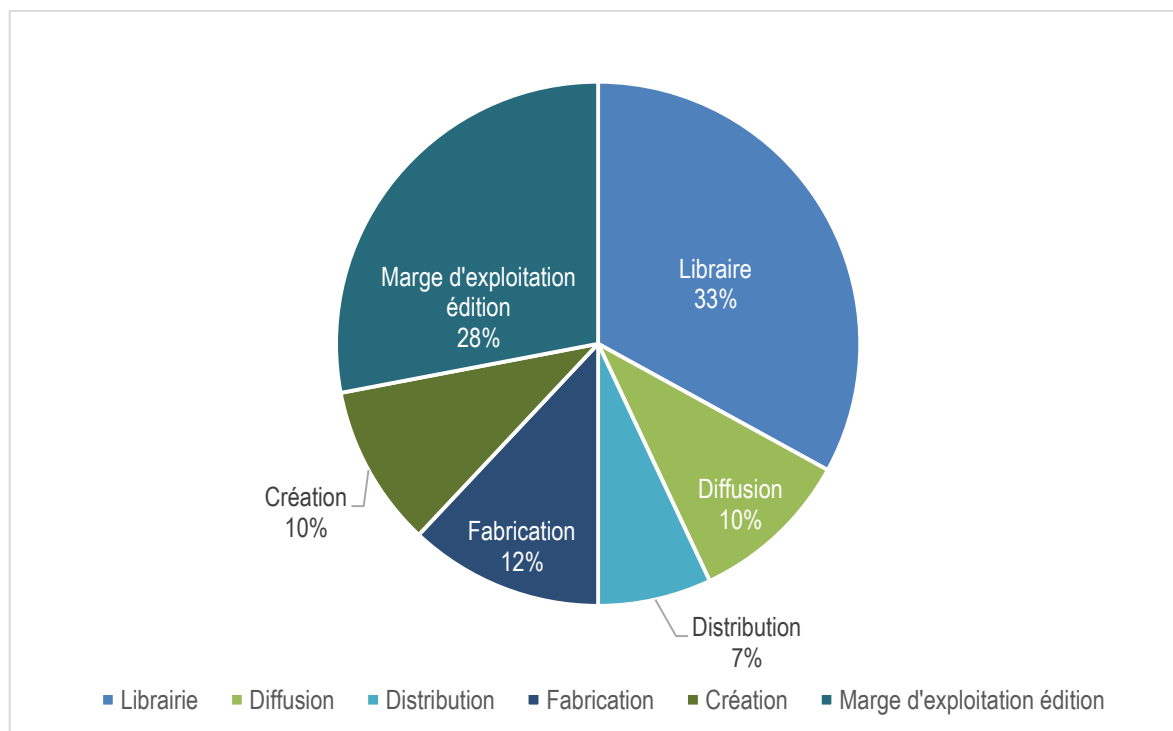
A l'intérieur de ces différentes phases du cycle, il existe une certaine séparation du travail qui donne lieu parallèlement à un partage du revenu produit le long de la chaîne. On peut considérer l'ensemble du travail fourni pour mettre le bien culturel à disposition du public comme étant la chaîne de production et la répartition des ressources financières générées le long de la chaîne représente la chaîne de valeur. Cette répartition se fait entre les différents intervenants de la chaîne de production (cf. figure 3).

⁹³ François Rouet : *Le livre : mutations d'une industrie culturelle*, La documentation Française, Paris, 2007, pp.193-291.

⁹⁴ Francisco Ayi d'Almeida : « L'enjeu de l'intégration régionale pour les industries culturelles africaines », dans *Africultures*, 2006/4, n°69, pp. 149-151.

⁹⁵ Francisco Ayi d'Almeida, *op. cit.*, p.151.

Figure 3 : Répartition du prix du livre dans les phases⁹⁶



Source : adapté de Gilles Colleu (2013)⁹⁷

De cette clarification sommaire, il apparaît une distinction d'un point de vue fonctionnel entre la chaîne de production et la chaîne de valeur. C'est d'ailleurs la chaîne de production qui met à disposition de la chaîne du livre, la matière première nécessaire pour rentabiliser l'activité. Ainsi, elle donne lieu à une économie particulière qui mérite d'être clarifiée à la lumière des contributions des auteurs.

2.2.3 Initiatives d'édition de la B.D. en plein essor en Afrique francophone

Plusieurs éditeurs d'Afrique francophone ont essayé de produire des albums de B.D., sans en faire leur spécialité. Il s'agit entre autres de Nouvelles Editions Ivoiriennes (Abidjan), Afrique Editions (Kinshasa), Editions Clé (Yaoundé), CEDA (Abidjan), Enda tiers-monde (Dakar). Les albums ont été pour la plupart des commandes d'ONG et portent sur des thématiques bien définies relatives à la santé, à l'éducation. Il s'agit en quelque sorte d'outils de communication pour ces organisations qui s'assignent pour mission d'informer la population sur des thématiques auxquelles elle n'a pas été vraiment sensibilisée. De tels ouvrages, subventionnés entièrement et distribués gratuitement, ont eu un large succès auprès du public, sans doute pour leur contenu instructif et ludique. Cependant, cette gratuité pourrait être l'un des éléments ayant affaibli la valeur marchande de la B.D. sur le marché. En effet, si les albums B.D. ont été utilisés pour leur valeur communicationnelle irréfutable, leur valeur économique n'a été que peu considérée. Il

⁹⁶ Les coûts représentés sont des estimations et varient dans la pratique, d'une maison d'édition à une autre.

⁹⁷ Gilles Colleu : « Coûts du livre papier, coûts du livre numérique : une comparaison », 2013, en ligne : <http://alliance-lab.org/archives/1072?lang=fr#.VISqy9KsXNg> (consulté le 07/12/2014).

est donc apparu difficile de faire acheter des albums par le public en Afrique. Mais cette réalité est de plus en plus rendue obsolète par les initiatives qui sont prises en Afrique francophone telles que le journal de B.D. *Gbich !* et les éditions Ago.

- *Le journal de B.D. Gbich !*

Créé en 1998 en Côte d'Ivoire, *Gbich !* représente un véritable succès dans la B.D. ces dernières années. Il s'agit d'un hebdomadaire d'information créé par Zohoré Alassane et Hillary Simplicie, tous deux dessinateurs. Le nombre de personnes employées en 2007 par cette maison est estimé à 20 et le tirage est évalué à plus de 10 000 exemplaires⁹⁸. L'autonomie constitue la recette de son succès : il est conçu à 80% dans ses locaux et seule l'impression est effectuée à l'extérieur⁹⁹. Il est diffusé en Côte-d'Ivoire et dans les pays francophones de la sous-région.

- *Les éditions Ago au Togo*

Créée par Koffivi Assem et KanAd, l'entreprise culturelle *Ago Média* rassemble une équipe de jeunes composée de dessinateurs, de scénographes, de documentalistes, d'infographes et de communicants dont l'activité est l'édition de la B.D. et la réalisation des séries animées¹⁰⁰. Elle publie sous différentes formes : des albums, des magazines *Ago* qui se présentent comme un outil de divertissement et *Ago fiction* qui est un outil de vulgarisation de la culture scientifique. Les éditions Ago ont été créées en 2011. Elles ont déjà publié cinq albums¹⁰¹ diffusés au Togo et dans la sous-région ouest-africaine.

La grande question à résoudre est comment parvenir à un contenu de qualité pour un prix abordable¹⁰² pour le lecteur¹⁰³ ? Cette interrogation fondamentale trouve son sens dans les réalités du secteur de l'édition en Afrique ; la B.D. étant particulièrement touchée pour l'effort supplémentaire qu'elle demande dans la production, par rapport à un simple livre de poche : coût du papier, de l'encre, de l'impression, de la diffusion etc. Ainsi, la B.D. africaine est à la recherche de ses propres logiques économiques. Des logiques difficiles à trouver dans un contexte caractérisé par une étroitesse des marchés nationaux¹⁰⁴.

⁹⁸ Fabrice Dauvillier : « Gbich ! : opération coup de poing », dans : *Notre Librairie*, n°145, juillet-septembre, 2001, pp.48-51.

⁹⁹ Fabrice Dauvillier, *op. cit.*

¹⁰⁰ « Ago Média », en ligne, URL : <http://www.afribd.com/structure.php?no=10938> (consulté le 14/01/2015)

¹⁰¹ *Flore à tout prix* de Fabrice Alawoé et AKM, *Haïti, mon amour* de Koffivi Assem et KanAd et *Le bon, la bourse et le corrompu* de KanAd, Alawoé et Koffivi Assem.

¹⁰² La notion du prix abordable dépend en grande partie du pouvoir d'achat des populations. On peut l'évaluer par rapport au Salaire minimum interprofessionnel garanti (SMIG). Au Bénin, le SMIG est de 40 000 FCFA (environ 60 euros) et le prix abordable pour un album de B.D. pourrait être estimé entre 2000 et 3000 FCFA (entre 3 à 5 Euros).

¹⁰³ Sébastien Langevin : « Edition et diffusion de la B.D. d'Afrique : vaincre la marginalité... », dans : *Notre Librairie*, n°145, 2001.

¹⁰⁴ Francisco d'Almeida et Marie-Lise Alleman : « Profil culturel des pays du sud membres de la Francophonie : un aperçu de trois pays de l'UEMOA : le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire, le Sénégal », OIF, 2010.

De ce fait, les auteurs ne trouvent pas d'éditeurs pour leur projet d'album. Le constat qui découle de fait de cette situation est la faiblesse de la production d'albums B.D. sur le continent africain.

En somme, l'évolution de la B.D. en Afrique francophone qui se fait par le travail de ses créateurs, ses producteurs et ses promoteurs, est une raison de possible développement de ce produit culturel. L'expérience des autres acteurs francophones présents sur le continent montre qu'il est possible d'entreprendre dans l'édition de la B.D..

2.3 Album de B.D. : un bien culturel dans une logique marchande

2.3.1 Economie de l'offre

La production d'album de B.D. est caractérisée par une économie d'échelle, étant donné que la fabrication du prototype a un coût nettement élevé par rapport à la reproduction en plusieurs exemplaires¹⁰⁵. On en vient à la même réflexion selon laquelle la « production nécessite des coûts fixes élevés mais un coût marginal faible¹⁰⁶ ». La notion d'économie d'échelle fait également appel à la taille de marché qui, plus elle augmente, plus le coût unitaire du bien culturel baisse, motivant les producteurs à un investissement plus conséquent et donc plus rentable¹⁰⁷.

De même, la production ne saurait répondre de façon précise à une demande de la part des consommateurs. L'offre de biens culturels a été notamment abordée par la recherche en marketing de la culture en raison de la valeur marchande de ces biens. Les dirigeants des entreprises culturelles considèrent pour la plupart que leur activité ne répond pas à des règles économiques classiques qui pourraient entraîner une perte d'identité culturelle¹⁰⁸. Il y existe une autonomie de l'offre par rapport à la demande et même la primauté de l'offre qui est le résultat de l'activité de création de l'artiste¹⁰⁹. Dans ce travail, l'édition de la B.D. est considérée avant tout comme participant d'une économie de l'offre s'inscrivant dans une démarche *push* selon laquelle le producteur fait un certain nombre d'exemplaires de son prototype pour rencontrer une facette du marché de produit culturel.

¹⁰⁵ Carl Shapiro et Hal R. Varian : *Économie de l'information, guide stratégique de l'économie des réseaux*, De Boeck Université, Bruxelles, 1999. Cité par Stéphanie Peltier : « L'économie de la culture. Les industries culturelles : une exception économique ? », dans : *Culture, État et marché : Cahiers français*, n°312, p. 32.

¹⁰⁶ Stéphanie Peltier, *op. cit.*

¹⁰⁷ Stéphane Peltier, *op.cit.*

¹⁰⁸ Marc Filser : « Le management des activités culturelles et de loisirs : questions stratégiques et état des recherches académiques », Cahier de recherche CERMAB-LEG, 05-01, Université de Bourgogne, 2005. Cité par Bourgeon-Renault Dominique : « Le comportement de consommation culturelle », dans : Dominique Bourgeon-Renault (dir.) : *Le marketing de l'art et de la Culture*, Dunod, Paris, 2009, p.71.

¹⁰⁹ Dominique Bourgeon-Renault et M. Filser : « L'expérience culturelle », dans : Isabelle Assassi, Dominique Bourgeon-Renault et Marc Filser (dir.) : *Recherches en marketing des activités culturelles*, Paris, Vuibert, 2010, p. 141.

2.3.2 Consommation culturelle

La littérature en marketing de la culture aborde également le concept de « consommation culturelle », préféré à celui de « pratique culturelle et loisir¹¹⁰ ». Dans sa pratique culturelle, l'individu est motivé dans la consommation culturelle par : l'émotion esthétique; le divertissement, la relaxation ; l'évasion, le changement ; l'enrichissement intellectuel ; la distinction sociale ; l'interaction sociale et le plaisir social¹¹¹. Les producteurs de biens culturels chercheraient à combler ces attentes du public à travers leurs produits pour rentabiliser leur activité. D'autres études¹¹² sur le comportement de consommation culturelle arrivent à la conclusion que la consommation de produits culturels répond à une logique de consommation éducative, ludique, festive et à une logique existentielle caractérisée par la recherche du plaisir, d'esthétique et de symbolisme.

Des stratégies d'approche de marché sont développées pour tirer profit du comportement du consommateur culturel. On distingue la stratégie marketing de l'*indépendant* de celle de la *major*¹¹³. Chez les *majors*, la stratégie utilisée consiste à : « investir dans des signaux de qualité » pour séduire le public : c'est le *star system*, agir sur le processus créatif pour tenter de le formater et opérer une sélection orientée vers des artistes prometteurs. Aussi, les *majors* ont-ils pour stratégie, la saturation des canaux de distribution/diffusion des médias pour faire disparaître la concurrence d'autres acteurs du secteur¹¹⁴. Ceci va au détriment des *indépendants* qui disposent peu de moyens techniques et financiers, mais ont une stratégie différente du fait qu'ils s'adressent souvent à un segment ou à une niche du marché. Ils misent sur les relations avec les prescripteurs, l'animation, l'événementiel et le marketing direct¹¹⁵. La différenciation entre ces deux stratégies marketing a l'intérêt de mettre l'accent sur l'importance de la création de l'œuvre. Elle est influencée par le poids du marché où l'*indépendant* et la *major* ne poursuivent pas les mêmes objectifs : le premier est en quête de « légitimité artistique » alors que le second recherche avant tout une « légitimité industrielle » où l'œuvre, moins innovant, est davantage plus formatée¹¹⁶. Cependant, entre ces deux formes de logique, il faut bien que l'activité se pérennise grâce aux ventes qui sont effectuées sur les produits, pour améliorer la capacité de production du producteur. L'édition au Bénin ne peut parier que sur des stratégies d'indépendant.

¹¹⁰ Dominique Bourgeon-Renault (dir.), *op. cit.*, p.71.

¹¹¹ Stéphane Debenetti : « Rôle et impact de l'accompagnement du visiteur du lieu culturel. Le cas de la sortie au musée d'art. Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Paris 9 Dauphine, 2001. Cité par Dominique Bourgeon-Renault (dir.), *op. cit.*, p.74.

¹¹² M. B. Holbrook et E. C. Hirschman: "The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings, and fun", *Journal of consumer Research*, 23, 4, 326-350 et Dominique Bourgeon-Renault, *op. cit.*, p.74.

¹¹³ Stéphane Debenetti : « Le marketing des industries culturelles : films, livres et disques », dans Dominique Bourgeon-Renault (dir.), *op. cit.*, p.213. Il définit l'indépendant comme une petite structure artisanale et locale et la *major* comme une gigantesque multinationale intégrée et diversifiée.

¹¹⁴ Stéphane Debenetti, *op. cit.*, pp. 217-219.

¹¹⁵ Stéphane Debenetti, *op.cit.*, p.220.

¹¹⁶ Stéphane Debenetti, *op. cit.*, p. 222.

La théorie de la consommation culturelle se vérifie dans le contexte béninois où les livres inscrits au programme scolaire sont les plus vendus. Chez le consommateur du livre au Bénin, les besoins sont prioritairement ceux d'éducation. Le jeune public lit avant tout les ouvrages inscrits au programme scolaire. Il s'agit des ouvrages élaborés et édités aussi bien par des béninois que par des étrangers. L'outil de médiation qui facilite la ruée vers ces livres est la « liste des fournitures ». En effet, elle indique aux parents d'élèves les ouvrages et autres matériels didactiques nécessaires pour l'apprentissage de leur enfant durant l'année scolaire ou académique. Il arrive que ces ouvrages soient obligatoires pour accéder aux salles de cours, ce qui les place au rang d'outil de première nécessité. Ce sont souvent des manuels scolaires ou des ouvrages de littérature qui bénéficient de cette promotion. Cette liste montre combien l'outil de médiation entre le public et l'ouvrage est important pour sa diffusion.

En étudiant le comportement de lecture des jeunes béninois à Cotonou, Stéphane Sonon¹¹⁷ est arrivé à la conclusion que les enfants qui ont une habitude de lecture régulière sont issus de familles ayant un niveau social élevé. Le résultat de son étude confirme les travaux de Bourdieu¹¹⁸ sur le rôle de l'éducation dans le comportement de consommation culturelle, quelle que soit la pratique culturelle visée (lecture, spectacle, cinéma, musée). Il ne faut donc plus se contenter de constater qu'il existe un contexte qui façonne chez le public ses pratiques culturelles. Il faudrait pouvoir en profiter dans les politiques d'offres de produits culturels.

Mais, du point de vue des comportements de consommation, les lecteurs se contentent de l'offre disponible. Il apparaît donc clairement qu'on ne saurait évaluer leur comportement par rapport à une offre d'albums de B.D. produits localement quasi-inexistante.

2.3.3 Impacts de la valeur marchande du bien culturel sur l'offre

La valeur perçue, la valeur d'échange et la valeur d'usage sont des variables qui influencent la décision d'achat et l'achat d'un produit culturel par un consommateur¹¹⁹. La valeur perçue est considérée comme l'estimation globale de l'utilité d'un produit, fondée sur les perceptions de ce qui est reçu et de ce qui est donné¹²⁰. Cette notion met en phase celle de coûts monétaires représentés par le paiement effectué par le consommateur pour accéder au produit culturel par opposition au coût non monétaire en termes de

¹¹⁷ Stéphane Sonon : « Jeunesse et bibliothèque en milieu urbain en Afrique : cas de Cotonou (Bénin) », dans : *Infodoc*, juin-juillet, 2013, p.4.

¹¹⁸ Pierre Bourdieu : « Art (Aspects culturels) - La consommation culturelle », dans : *Encyclopædia Universalis*, en ligne, URL : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/art-aspects-culturels-la-consommation-culturelle/> (consulté le 13/02/2015)

¹¹⁹ Dominique Bourgeon-Renault : « Politique de prix et perception du consommateur dans le domaine culturel », dans : Isabelle Assassi, Dominique Bourgeon-Renault et Marc Filser (dir.) : *Recherches en marketing des activités culturelles*, Vuibert, Paris, 2010, p.74.

¹²⁰ Valarie Zeithaml: "Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence", *Journal of Marketing*, 52, juillet, 2-22, 1988. Cité par Dominique Bourgeon-Renault : « Politique de prix et perception du consommateur dans le domaine culturel » dans Isabelle Assassi, Dominique Bourgeon-Renault et Marc Filser (dir.), *op. cit.*, p.75.

temps, de risques perçus, et d'énergie humaine. Dans le cas de biens culturels à l'instar du livre, la valeur perçue serait donc issue de l'évaluation des bénéfices perçus par le consommateur au moment où il opère son achat. Le prix objectif caractérise la valeur d'échange du bien culturel et l'appréciation subjective permet de définir la valeur d'usage chez un consommateur ou encore la valeur de consommation¹²¹. Selon une approche dite cognitive, « la valeur résulterait d'une évaluation coûts/bénéfices dans une perspective de transaction ou de choix » tandis que l'approche dite affective ou expérientielle prône « la préférence relative pour le produit dans une perspective de consommation ou de possession du produit¹²² ». En se basant sur l'approche expérientielle pour expliquer la valeur perçue d'un produit culturel, on se rend compte que le prix est secondaire dans la formation de la décision d'achat du consommateur, car celui-ci prioriserait ses dimensions affectives (esthétique, beauté, émotion, évasion, culture etc.), ce qui n'est pas le cas dans une approche cognitive. Cette dernière serait plus apte à s'appliquer à un consommateur non habitué à acheter des biens culturels et pour lequel, le prix du produit est un élément important pour sa prise de décision d'achat. Ainsi, le prix conditionne la demande de biens culturels. Selon cet aspect, d'autres variables doivent être prises en compte ; l'« élasticité produit », l'« élasticité promotion » et l'« élasticité distribution »¹²³. L'« élasticité produit » consiste à agir sur le produit afin d'obtenir une consommation plus importante de la part du public ; l'« élasticité promotion » vise à agir grâce à une politique de communication sur la demande et l'« élasticité distribution » concerne la mise en place de stratégies de vente pour accroître la consommation de l'offre.

Le frein que représentent le prix et la distance pour accéder au bien culturel est un élément à prendre en compte dans le contexte béninois, caractérisé par la primauté des problèmes existentiels. Les albums de B.D. sont importés et donc ont un coût élevé par rapport au pouvoir d'achat des béninois. Les librairies qui offrent une gamme variée d'ouvrages sont localisées dans la ville de Cotonou, capitale économique du Bénin, ce qui nécessiterait de réfléchir à de nouvelles voies de commercialisation. Il ne faut ignorer l'énergie que nécessiterait la lecture qui peut apparaître comme un frein à cette pratique.

La demande est l'expression de la pratique du consommateur définie par a) le rôle moteur de l'offre dans la formation des comportements, b) le rôle central de l'expérience de consommation, et c) la spécificité des processus de satisfaction et de fidélité¹²⁴. L'offre de B.D., qui pourrait créer sa propre demande, doit correspondre à une politique de prix abordable pour le public. Elle apparaît donc comme l'élément catalyseur du comportement du consommateur c'est-à-dire de la demande. Cependant le caractère

¹²¹ Philippe Aurier, Yves Evrard et Gilles N'Goala : « Valeur de consommation et valeur globale : une application au cas de la consommation cinématographique », Actes du 16^e congrès international de l'Association française de marketing, Montréal, 2000, 152-162p. Cité par Dominique Bourgeon-Renault : « Politique de prix et perception du consommateur dans le domaine culturel » dans Isabelle Assassi, Dominique Bourgeon-Renault et Marc Filser (dir.), *op. cit.*, p.75.

¹²² Philippe Aurier, Yves Evrard et Gilles N'Goala : « Comprendre et mesurer la valeur du point de vue du consommateur », *Recherche et application en marketing*, 19, 3, 1-20, 2004.

¹²³ François Colbert : *Marketing des arts et de la culture*, Gaétan Morin, Québec, 2007

¹²⁴ Marc Filser, *op. cit.*

aléatoire de cette dernière en matière culturelle est souvent mis en relief pour montrer que l'industrialisation des biens culturels est une activité à hauts risques.

Au total, le présent chapitre a permis de mieux cerner des spécificités des industries culturelles relevant du modèle éditorial ainsi que de leurs produits, notamment l'album de B.D.. Les différentes considérations théoriques rapportées ont permis de montrer que l'édition de la B.D. se place dans une économie de l'offre avec un risque élevé notamment lorsque le marché est de petite taille. De ce fait, il faut que les éditeurs tiennent compte du comportement de consommation culturelle de leurs cibles ainsi que des variables qui l'influencent, afin de produire, non une œuvre formatée, mais un bien culturel qui suscite de l'intérêt. Le processus de création d'une B.D. étant particulièrement complexe du fait des phases successives par lesquelles passe l'œuvre avant d'être finalisée, il nécessite, pour un rendu de qualité, que les éditeurs aient les moyens techniques, financiers et humains inhérents à sa production. Dans le chapitre suivant, le cas spécifique de l'édition du livre au Bénin sera évoqué.

3 Edition : le maillon faible de la chaîne du livre au Bénin

Ce chapitre présente dans une première partie, l'état de l'édition du livre au Bénin puis celui de la B.D. dans une seconde partie. Il évoque dans une dernière partie le résultat de nos entretiens directifs réalisés avec des éditeurs sur leur capacité à produire des ouvrages de BD.

3.1 Etat de l'édition du livre au Bénin

3.1.1 Environnement de l'édition du livre au Bénin

Les acteurs de la filière du livre développent leurs activités dans un contexte marqué par une histoire politique qu'il faut considérer. La législation et le cadre institutionnel permettent également de comprendre les dispositions prises par l'Etat pour accompagner ces acteurs.

3.1.1.1 Contexte historique

L'évolution de la filière du livre au Bénin n'est pas dissociable d'un certain nombre d'événements à connotation politique. Les accords France-Dahomey signés le 24 avril 1961 ont permis à la France d'avoir les bases juridiques pour asseoir sa domination dans tous les secteurs au Bénin. Sur les plans culturel et de l'enseignement, les curricula de formation respectent ceux en vigueur en France. Le français est la langue d'enseignement, considéré comme « le moyen de cohésion des ethnies¹²⁵ », dans un contexte, après les indépendances, où coexistent plusieurs ethnies parlant différentes langues. Les premiers documents sont donc édités en français qui continue d'être la langue dans laquelle la plupart des ouvrages sont édités au Bénin. Et même s'il y a eu l'indépendance politique, le marché béninois du livre est resté longtemps tourné vers l'ex-puissance coloniale¹²⁶.

La période de 1972 à 1989 est marquée par l'avènement d'un parti unique qui contrôle tous les secteurs de la vie politique, économique et sociale. Quelques imprimeries s'occupent de l'essentiel de la production des imprimés du ressort de l'Etat et de son seul organe de presse *Ehuzu*. Dans ce contexte politique la loi d'orientation de l'éducation nationale du 23 juin 1975 a été élaborée. Ce texte devrait favoriser le développement des bibliothèques et la formation des bibliothécaires, mais ne semblait pas avoir reçu d'exécution budgétaire en 1978¹²⁷. La bibliothèque locale de l'Institut d'Afrique noire, au Dahomey, est transformée en bibliothèque nationale en novembre 1975 à Porto-Novo. Des modules sur l'édition sont introduits dans les formations en bibliothéconomie¹²⁸ ainsi qu'un cours en gestion éditoriale au Centre

¹²⁵ Jacques Cellars, le Monde, 6 avril 1971, cité par Robert Estivals : « Le livre en Afrique noire francophone », dans : *Communication et langages*, n°46, 2^e trimestre, 1980, p.63.

¹²⁶ Datus Smith : « Les problèmes économiques de l'édition des livres dans les pays en voie de développement », *Etudes et documents*, n° 79, Unesco, 1977, p.7.

¹²⁷ Robert Estivals, *op. cit.*

¹²⁸ Dominique Zidouemba : « Les problèmes du livre en Afrique », s.l., 1979, cité par Robert Estivals, *op. cit.*, p.15.

Régional d'Édition et de Promotion du Livre en Afrique (CREPLA) à Yaoundé en 1976¹²⁹ pour former le personnel africain en édition. L'avènement du renouveau démocratique qui court depuis la conférence des forces vives de la nation de février 1990¹³⁰ a permis la mise en place d'un nouveau cadre politique, économique, social, culturel et juridique.

3.1.1.2 Environnement juridique

Depuis l'avènement de la conférence nationale, plusieurs textes ont été élaborés et votés dans le but de promouvoir la culture. D'abord, la constitution de la République du Bénin¹³¹ consacre trois articles au développement de la culture. Elle évoque le droit des Béninois à la culture (art. 10), la liberté des peuples à développer leur propre culture (art. 11) ainsi que le devoir de l'État d'assurer à ses citoyens l'égal accès à la culture (art. 8).

Ensuite, pour un réel développement de la culture au Bénin, la charte culturelle¹³² a été élaborée. Entre autres, elle vise comme objectif d'«*enrichir et [d'] élever le niveau de la création et de la production artistique et culturelle*», tout en reconnaissant que la culture est un élément essentiel pour la création de la richesse nationale et pour cela, mérite qu'on y investisse (art. 50). Cette loi fixe le cadre de développement du secteur culturel en général avec une volonté de démocratiser la culture. Elle demande la contribution de l'État pour l'essor de l'édition, la promotion des écrivains, la lecture publique et les bibliothèques. A ce sujet, l'État doit soutenir la jeune création, en prenant en charge l'édition des œuvres primées, en initiant des événements (festival, journée de la culture) et en créant un Fonds d'aide à la culture ainsi qu'un Conseil national de la culture (art. 32). Il est le garant de la liberté de création qui est au sens de cette charte, « la condition de participation des populations au développement du patrimoine culturel national » (art. 5) et doit encourager la création des maisons d'édition et la diffusion des livres (art. 47). La charte culturelle prévoit également que « l'État doit s'efforcer de décentraliser la vie culturelle, notamment en ce qui concerne l'installation d'infrastructures et d'équipements culturels performants » (art. 4). Le droit d'auteur¹³³ qui avait déjà fait l'objet d'une première loi¹³⁴ en 1984, a été consacré par une autre loi en 2005 qui l'a placé sous la protection de l'État (art. 23 et suivants).

Enfin, en matière de protection de la propriété intellectuelle au Bénin, seul l'auteur et son œuvre sont protégés par la loi relative à la protection du droit d'auteur¹³⁵. En effet, l'article 8 de cette loi cite « les livres, brochures et autres œuvres imprimées par écrit... » comme faisant partie des œuvres protégées. Cette loi consacre dix articles au contrat d'édition. Ce dernier est défini comme étant le « contrat par

¹²⁹ Estivals Roberts, *op. cit.*

¹³⁰ Après une longue période de crises socio-politiques et économiques, les hommes politiques du Bénin se sont réunis du 19 au 28 février 1990 pour une semaine de concertation qui a permis le renouveau démocratique.

¹³¹ Loi n°90-32 du 11 Décembre 1990 portant Constitution de la République du Bénin.

¹³² Loi n°91-006 du 25 février 1991 portant charte culturelle en République du Bénin.

¹³³ Loi n°2005-30 du 05 avril 2006 relative à la protection du droit d'auteur et des droits voisins en République du Bénin

¹³⁴ Loi n°84-008 du 15 mars 1984 portant protection du droit d'auteur en République du Bénin.

¹³⁵ Loi n° 2005-30 du 5 avril 2006 relative à la protection du droit d'auteur et des droits voisins en République du Bénin.

lequel l'auteur de l'œuvre ou ses ayants droit cèdent à des conditions déterminées, à l'éditeur le droit de fabriquer ou de faire fabriquer en nombre suffisant des exemplaires graphiques, mécaniques ou autres de l'œuvre, à charge pour lui d'en assurer la publication et la diffusion » (art. 39). Comme autres dispositions, ce contrat doit préciser le nombre minimum d'exemplaires au premier tirage et l'éditeur doit mettre à disposition de l'auteur les justificatifs de ses comptes. Les articles 46 et 47 stipulent clairement que le contrat dit « à compte d'auteur » et « compte à demi », ne constituent pas des contrats d'édition, qualifiés respectivement de « contrat d'entreprise » et d' « association en participation ». Ces contrats doivent être écrits, sous peine de nullité (art. 37). Le droit d'auteur dure toute la vie de l'auteur et 70 ans après son décès (art. 52). La loi de 2005 consacre 18 articles aux sanctions contre les infractions en matière de droit d'auteur. La contrefaçon est punie d'amende entre 500 mille et 10 millions de francs CFA et/ou de trois mois à deux ans d'emprisonnement (art. 110).

En dehors de ces dispositions du droit interne, des instruments internationaux ont été élaborés dans le secteur culturel. Si en 2007, le Bénin a ratifié la Convention de l'UNESCO sur la diversité des expressions culturelles, tous les instruments internationaux en matière culturelle n'ont pas été ratifiés. En 1950, la conférence générale de l'UNESCO a voté l'accord de Florence qui vise à réduire les obstacles en matière de tarifs, de taxes, de devises et d'échanges que rencontre la libre circulation des objets nécessaires à l'éducation, la science et la culture notamment les livres. Son champ d'application a été élargi par le protocole de Nairobi (1976) qui prend en compte les besoins spécifiques des pays devenus indépendants en matière d'éducation, de science, de technologie et de culture. Pour cela, le livre imprimé, qui avait déjà expressément été visé par l'accord a bénéficié de mesures supplémentaires. En effet, le protocole dispose que les intrants et machines qui servent à la fabrication du livre sont exonérés de toute taxe d'importation. Le Bénin n'a pas ratifié ces deux instruments internationaux. Les intrants sont donc taxés entre 5 à 10% comme prévu par le Tarif Extérieur Commun des pays de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africain (UEMOA).

3.1.1.3 Cadre institutionnel

L'Etat béninois a mis en place le Centre National d'Animation et de Lecture Publique (CeNALP), placé sous la tutelle du Ministère de la Culture, de l'Alphabétisation, de l'Artisanat et du Tourisme (MCAAT). Ce centre qui anime les bibliothèques du réseau institutionnel, a porté le projet de l'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF) pour la création des Centres de Lecture et d'Animation Culturelle (CLAC). Afin de donner de nouvelles orientations à ce centre, le CeNALP a changé de dénomination et est aujourd'hui appelé la Direction Nationale du Livre et de la Lecture Publique (DNLP). Un Document de politique nationale du livre et de la lecture publique est en cours d'élaboration pour définir des objectifs stratégiques pour le développement de la filière livre au Bénin. Mais il est difficile à l'heure actuelle de savoir les actions qui y seront prévues pour appliquer les recommandations qui y seront faites.

En plus de la gestion individuelle des droits d'auteur telle que pratiquée par les maisons d'édition pour rémunérer leurs auteurs, un Bureau Béninois du Droit d'Auteur (BUBEDRA) a été créé par la loi de 1984

relative à la propriété du droit d'auteur au Bénin. Cette société créée par l'Etat béninois devrait gérer les redevances versées par toute personne qui utilise en public une œuvre de l'esprit, en dehors des exceptions prévues par la loi (utilisation dans un cadre restreint de la famille, à des fins éducatives, dans les cercles religieux excepté le parvis de l'église), pour les auteurs qui y sont affiliés.

Dans le but d'accompagner la création, le Fonds d'Aide à la Culture et aux Loisirs (FACL) a été créé en 1992¹³⁶ conformément à la loi portant Charte culturelle. Il a vu son budget, qui n'était que de 30 à 235 millions de francs entre 2002 et 2007, atteindre le milliard en 2008¹³⁷. Il existe une diversité des secteurs d'expression artistique à financer grâce au FACL, ce qui ne garantit pas un financement important pour les jeunes auteurs. Au titre de l'année 2015, 28 « gros projets » sélectionnés¹³⁸ dans le domaine « littérature » seront subventionnés par le FACL. Ces projets portent sur des thématiques variées : édition de livre, documentaire sur les « librairies par terre », rencontres littéraires, caravane de livre, formation de jeunes aux textes de style littéraire, aménagement de bibliothèques, concours de lettres etc. La figure ci-après montre la répartition en pourcentage des 28 projets.

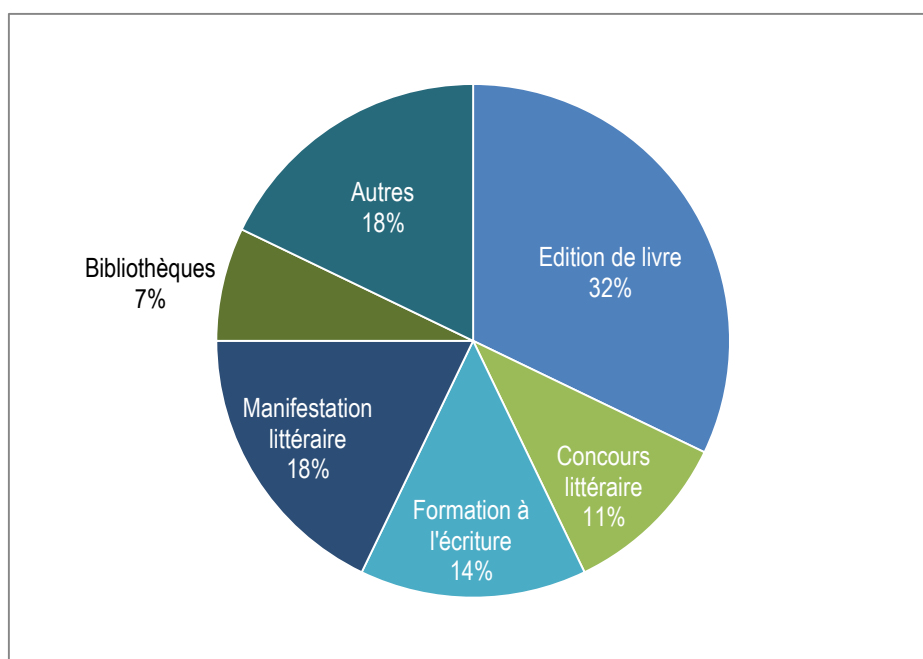
¹³⁶ Décret n°92-242 du 24 août 1992 portant création du Fonds d'Aide à la Culture et aux Loisirs.

¹³⁷ Décret n°2008-112 du 12 mars 2008 portant approbation des statuts du Fonds d'Aide à la Culture (FAC).

¹³⁸ Liste des projets sélectionnés dans le domaine « littérature », URL :

http://dfac.bj/IMG/pdf/resultats_gros_projets_litterature.pdf (consulté le 22/02/2015)

Figure 4 : Répartition des projets sélectionnés dans le domaine littérature, par grande thématique



Source : Auteur, 2015

Cette figure montre qu'une bonne partie des projets s'intéresse à l'édition du livre et à la formation à l'écriture. Il reste cependant que ces projets devraient s'inscrire dans la droite ligne de la politique nationale du livre et de la lecture, qui pour l'instant, est encore en cours d'élaboration.

Le cadre historique a permis de cerner le contexte politique peu stable dans lequel l'édition du livre au Bénin s'est développé. Ce contexte n'a pas permis à la filière du livre au Bénin de se développer. Vu sous un angle institutionnel et juridique, il existe des instruments pour encadrer le travail des créateurs, des éditeurs, et des distributeurs. Entre les normes prévues et les réalités de terrain, l'écart est remarquable. L'édition ne bénéficie pas de quota qui faciliterait le financement des projets. Les textes ne sont pas appliqués ou sont peu connus des différents acteurs. C'est dans cet environnement que se développent les activités des différents acteurs.

3.1.2 Structuration de la chaîne du livre au Bénin

La chaîne béninoise du livre est constituée des phases de création, édition et commercialisation.

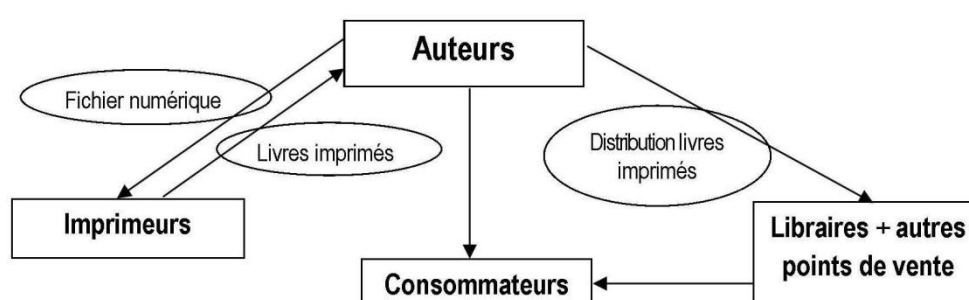
3.1.2.1 Création

Un ensemble d'acteurs dont les plus nombreux et connus sont les écrivains et illustrateurs interviennent au sein de la phase de création. Ils sont organisés en différentes associations dont il est difficile aujourd'hui de savoir les objectifs que chacune d'elles s'est fixée. Il s'agit de : l'Association des Ecrivains et Critiques Littéraires du Bénin (ASECL) créée en 1980, l'Association Béninoise des Ecrivains de Langues Nationales (ABEL) qui a vu le jour en 1986, l'Association des Auteurs et Illustrateurs du Livre pour Enfant (AILE-Bénin) en 1995, l'Association des Ecrivains et Gens de Lettres du Bénin (AEGLB) créée en 1996, l'Association Bénin Dessin en 1999, l'Association des Ecrivains à Inspiration Traditionnelle créée en 2007, l'Association des Ecrivains Avant-gardiste (AEA) et le Club des auteurs pour le progrès.

La plupart des auteurs pratiquent l'auto-édition¹³⁹ qui prend de l'ampleur, car peu d'éditeurs acceptent de prendre le risque de financer et de produire leurs œuvres. Ils s'attachent eux-mêmes les services d'un imprimeur pour reproduire leurs manuscrits et s'occupent de la distribution vers les librairies et autres points de ventes et, dans bien des cas, assurent la commercialisation directement auprès des consommateurs (cf. figure 5). Ce modèle a une répercussion significative sur la qualité des contenus mis sur le marché et sur la diffusion du bien culturel qui restent entièrement à la charge de l'auteur.

Le champ de l'auto-édition s'élargit également aux ouvrages imprimés et diffusés par les institutions ou organisations qui en sont l'auteur et même à des ouvrages écrits et publiés par l'éditeur lui-même. En 2013, le nombre d'ouvrages publiés sous cette forme est évalué à 188¹⁴⁰.

Figure 5 : Modèle de l'auto-édition au Bénin



Source : Auteur, 2014

Même si l'auto-édition est très présente dans la chaîne du livre, il existe également des éditeurs qui s'occupent de la phase d'édition.

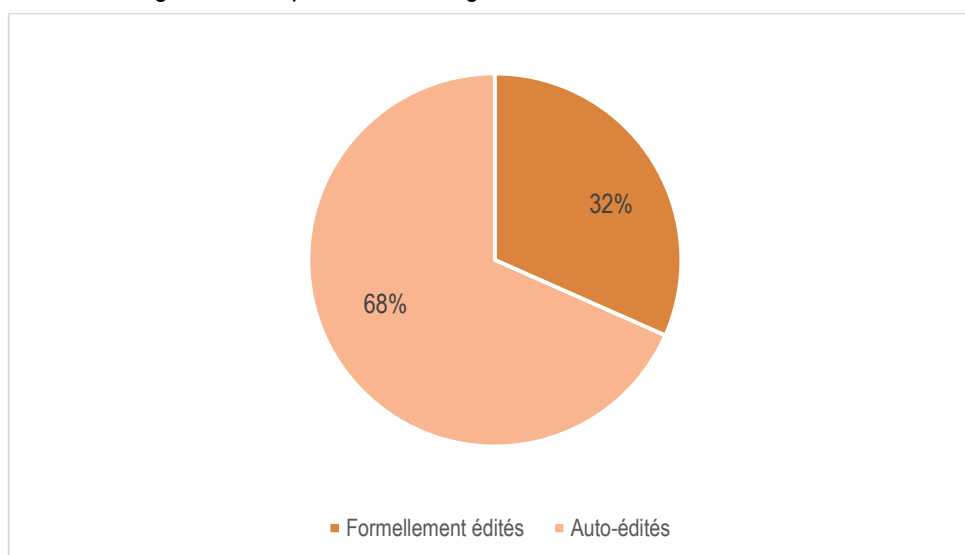
¹³⁹ L'auto-édition consiste pour un auteur à s'éditer lui-même sans faire recours à un éditeur professionnel.

¹⁴⁰ Nombre calculé en se référant à la zone de la mention d'édition des notices bibliographiques présentées dans la Bibliographie du Bénin n°14 portant sur l'année 2013.

3.1.2.2 Edition

L'édition béninoise est encore à une étape embryonnaire. En réalité, elle a peu évolué de ce stade depuis 1989, année au cours de laquelle les éditions du Flamboyant, première maison d'édition, ont été créées. Mais avant cette année et aujourd'hui encore, des publications d'ouvrages au Bénin sont assurées par des imprimeries. On n'est donc plus là dans le contexte classique où l'éditeur identifie un potentiel créatif culturel et économique dans l'ouvrage. Dans la plupart des cas, c'est la qualité de l'ouvrage qui en souffre car le filtre d'un comité de lecture que subissent les ouvrages publiés aux frais de l'éditeur n'est pas respecté. On estime à environ 87, le nombre d'ouvrages édités en 2013 (hors auto-édition) et ayant fait l'objet de dépôt légal¹⁴¹. La figure suivante illustre la proportion des ouvrages auto-édités par rapport à ceux formellement édités en 2013. Les catalogues des éditeurs qui ont une parution régulière sont diversifiés et concernent : le scolaire, la littérature jeunesse, le roman, les sciences sociales (la politique, le juridique, le monde des affaires), les sciences humaines (le développement personnel, la sexualité) et surtout la religion. Mais y opèrent également des imprimeurs qui ambitionnent d'être reconnus comme éditeurs.

Figure 6 : Proportion d'ouvrages édités selon le mode en 2013



Source : Auteur, 2014

Les principaux éditeurs béninois sont : Ruisseaux d'Afrique, les Editions du Flamboyant, Star édition, les Editions Plurielles et Plumes Soleil.

- **Les Editions du Flamboyant**

Cette maison d'édition, créée en juillet 1989, est la première au Bénin. Elle édite environ 8 ouvrages par an dans les domaines de la littérature et des sciences. Dirigées par Dorothee Houessou, les Editions du

¹⁴¹ Ce chiffre est calculé en recensant les ouvrages édités en 2013 et ayant fait l'objet de dépôt légal à la Bibliothèque Nationale du Bénin.

Flamboyant ont contribué à la création de l'Association des Editeurs du Bénin (ASEDIB) et de plusieurs associations dont Afrilivres qui regroupe des éditeurs au sud du Sahara et dont le siège est au Bénin.

- **Ruisseaux d'Afrique**

Créée en 1996 par Béatrice Lalinon Gbado, les éditions Ruisseaux d'Afrique sont spécialisées dans l'édition de littérature enfance et jeunesse. En plus, elles éditent des ouvrages de littérature générale, des essais et des livres d'art. Le nombre de titres inscrit dans leur catalogue est estimé à plus de 200 titres avec une publication annuelle de huit ouvrages en moyenne¹⁴². Les éditions Ruisseaux d'Afrique réalisent chaque année, un salon du livre de jeunesse dénommé Selibej. Elles participent également à plusieurs projets et rencontres sur le plan international visant à promouvoir l'accès au livre, la bibliodiversité, et l'émergence de problématique sur l'édition du livre. Elles ont également mis en place un système en ligne pour la distribution de leurs ouvrages (<http://www.carre-jeunesse.com/>).

- **Star éditions**

Avec plus de 100 titres inscrits dans son catalogue, une moyenne de sept titres publiés par an et une cinquantaine d'auteurs publiés, Star éditions est une maison généraliste. Elle a développé une collection d'environ dix titres B.D. qui représentent aujourd'hui encore la seule produite au Bénin, en dehors des quelques titres produits par d'autres éditeurs. Créées en 2003, Star éditions sont dirigées par Joachim Adjovi.

- **Les Editions Plurielles**

Fondée sous forme d'association à but non lucratif en 2008 par Koffi Attede, cette maison d'édition s'est fixée comme objectifs de :

- « - contribuer au développement et à la professionnalisation des métiers du livre et de l'édition ;
- mettre en œuvre des projets culturels pertinents visant le renforcement des compétences techniques des acteurs intervenant dans le secteur de l'industrie littéraire ;
- contribuer à installer et développer des initiatives et des structures de production et de diffusion du livre ;
- créer un réseau des organisations nationales et internationales qui œuvrent dans le même sens afin de fédérer et rendre visibles les actions dans le secteur¹⁴³».

A travers ces objectifs énoncés, on peut faire l'analyse que les Editions Plurielles n'entendent pas limiter leurs activités à la publication d'ouvrages. C'est d'ailleurs ce qui soutient qu'elles organisent des résidences d'écriture pour de jeunes auteurs, un concours d'écriture dénommé « Plumes dorées », qui

¹⁴² Source : entretien que nous avons réalisé avec Béatrice Lalinon Gbado au siège des éditions Ruisseaux d'Afrique à Cotonou en Septembre 2014.

¹⁴³ Site web des Editions Plurielles : <http://editions-plurielles.com> (consulté le 20/02/2015).

récompense, chaque année, de jeunes auteurs qu'elles publient ensuite. Elles éditent environ 7 ouvrages par an dans les domaines de la littérature générale et des sciences sociales. Le nombre de titres publiés depuis sa création est évalué à 30 avec une soixantaine d'auteurs (y compris les jeunes auteurs lauréats du concours « Plumes dorées »).

- **Editions Plumes Soleil**

S'intéressant principalement au livre scolaire et aux ouvrages de littérature, les Editions Plumes Soleil, créées en 2008 diffusent environ 11 titres par an. Cette maison a déjà édité environ 20 auteurs avec un total de 45 titres inscrits dans leur catalogue. En février 2015, la toute dernière parution de cet éditeur intitulée « Errance chenille de mon cœur » a été présentée au public. Les Editions Plumes Soleil sont dirigées par Anicet Mègnigbèto.

D'autres structures publient également des ouvrages. Il s'agit de : Tundé, Christon Editions, SOGECIL Sarl, Editions Wéziza, BCMC, Editions Mais, Editions Populaires¹⁴⁴. En dehors de ces maisons d'édition, on identifie d'autres maisons d'édition à statut confessionnel. Il s'agit de : Editions catholiques du Bénin, Esprit et vie, Ids édition, La Croix du Bénin, Editions OGW, Prisaintes, Editions Francis Aupiais. Leurs publications sont centrées principalement sur les livres religieux.

Au total, le maillon édition est constitué d'environ 20 éditeurs¹⁴⁵, pour la plupart installés dans la ville de Cotonou. Ce chiffre ne correspond pas exactement au nombre d'éditeurs béninois existants puisque certaines éditions sont créées à la parution d'un premier et seul ouvrage, sans qu'il y ait une continuité de production par la suite.

3.1.2.3 Commercialisation

La diffusion et la distribution permettent d'acheminer les produits vers les points de ventes en détail où se trouvent les librairies dans un marché amplement développé. De façon générale, les éditeurs béninois s'occupent eux-mêmes d'acheminer les ouvrages vers les librairies. L'essentiel de la commercialisation du livre se fait par les librairies classiques. Ce sont des structures de distribution de la production imprimée mise en place dont les plus grandes se trouvent dans la ville de Cotonou : la Sonaec, Notre Dame, Bufalo. D'autres librairies diffusent également les ouvrages à savoir : Librairie Rachel, Bon Berger à Cotonou, ABM à Porto-Novo, Saint Paul à Parakou et La Providence à Natitingou.

Ces librairies associent à leur activité de commercialisation de livres, la vente de papeterie, de fournitures scolaires et de bureaux. Les ouvrages qu'elles vendent proviennent d'éditeurs étrangers (Larousse,

¹⁴⁴ Nous n'avons retenu que les éditeurs ayant publié au moins deux ouvrages au cours de l'année 2013 et 2014, à travers la Bibliographie du Bénin.

¹⁴⁵ Pour obtenir ce nombre, nous avons recensé les éditeurs ayant publiés au moins un ouvrage au cours de l'année 2012 dans la Bibliographie du Bénin. Mais il est difficile de savoir les maisons qui existent encore. En annexe 1 : Présentation des éditeurs béninois.

Pocket, etc.) et d'éditeurs locaux (Ruisseaux d'Afrique, Flamboyant, Editions Plurielles). Les consommateurs s'orientent vers des ouvrages produits par des éditeurs étrangers du fait de la diversité du contenu qu'ils offrent (dictionnaires, romans, livres illustrés pour enfants), de leur ancienneté et de leur notoriété. Le tableau ci-après présente sommairement les librairies béninoises.

Tableau 2 : Présentation des librairies béninoises

Nom de l'établissement	Statut	Type d'ouvrages vendus	Ville
Notre Dame	Confessionnel	Généralistes, ouvrages religieux	Cotonou
Bon Berger	Confessionnel	Généralistes	Cotonou
ABM	Confessionnel	Généralistes	Porto-Novo
Saint Paul	Confessionnel	Généralistes	Parakou
Librairie évangélique	Confessionnel	Généralistes, ouvrages religieux	Parakou
Sacré-Cœur	Confessionnel	Généralistes, ouvrages religieux	Bohicon
Librairie Rachel	Société à responsabilité limitée (SARL)	Droit, recueils de textes juridiques	Cotonou, Porto-Novo
Bufalo	Société privée	Généralistes	Cotonou, Allada
Sonaec	Société anonyme	Généralistes	Cotonou
Librairie L'Harmattan	Société privée	Ouvrages de l'éditeur L'Harmattan + ouvrages d'autres éditeurs	Cotonou
La Providence	Société privée	Généralités	Natitingou

Source : Auteur, 2014

Les ouvrages au programme dans les cursus de formation académique ont longtemps été des œuvres d'éditeurs étrangers, même s'il existe de plus en plus une production locale. Or, même en l'absence de statistiques fiables et clairement établies, ces ouvrages importés sont les plus vendus par ces librairies. Les éditeurs locaux se taillent donc une petite part du marché mais trouvent aussi leur public, même si peu nombreux. Le tableau suivant montre l'activité commerciale de 2000 à 2008.

Tableau 3 : Activité commerciale sur les éditions locales en dépôt-vente

Thématiques	2000	2008
Littérature	3%	3%
Scolaire	50%	54%
Religieux	7%	5%
Jeunesse	3%	3%
Littérature générale	7%	3%
Droit, Gestion, livres professionnels	30%	32%
Total	100%	100%

Source : Document-projet de Politique nationale du livre et de la lecture au Bénin, non daté.

On remarque à travers ce tableau que sur un espace de huit ans, il y a une relative constance dans commercialisation des ouvrages à l'exception de la littérature qui a connu une baisse considérable.

Une étude récente révèle que les ouvrages d'éditeurs africains les plus vendus par les librairies béninoises sont issus d'éditeurs privés locaux tels que Ruisseaux d'Afrique et les Editions du Flamboyant¹⁴⁶. Ce sont en grande partie des ouvrages de littérature jeunesse.

- **Structure du prix de vente des livres importés par les librairies béninoises**

Du fait de la faible production locale de livres, les librairies importent des ouvrages notamment de la France, la Belgique, le Canada. Selon les statistiques présentées dans le projet de politique du livre et de la lecture¹⁴⁷, le prix de vente public du livre est composé du prix de revient plus la marge bénéficiaire du libraire. Quant au prix de revient du livre importé, il est constitué du prix net à l'achat, du prix du port aérien ou maritime, de l'assurance locale, des taxes douanières à l'arrivée, des prestations des transitaires locaux.

Les taxes sont appliquées sur la valeur Coût Assurance et Fret (CAF). Le coût est représenté par la facture nette du fournisseur, du fret, de l'assurance calculé à un taux de 0,450 % de la somme coût – fret. D'autres taxes s'ajoutent à la valeur CAF et concernent toutes les marchandises dédouanées au Bénin, exonérées ou non. Il s'agit des taxes calculées sur la valeur CAF : taxe Prélèvement Communautaire de Solidarité (PCS) : 1%, de la taxe Prélèvement Communautaire (PC) : 0,50%, Redevance Statistique (RS) : 1% et du Conseil National des Chargeurs du Bénin (CNCB) : 0,18%. A ces taxes s'ajoutent la commission du transitaire local dont le coût se compose comme suit : total Débours, commissions sur Débours, commission fixe transit et les honoraires agréées en douanes (HAD). Au lendemain de la dévaluation du franc CFA en 1994, le prix de port aérien ou maritime a été subventionné à 100 % par les pouvoirs publics français. Les librairies prenaient uniquement en charge les taxes douanières. Même si ce dispositif a été maintenu pour le coût du fret, son taux est dégressif.

Tableau 4 : Subvention du transport des livres importés (à janvier 2008)

Type de transport	Coût au kg	Subvention	Net facturé aux librairies
Maritime	0,97 € / kg	20% (0,19 € / kg)	0,78 € / kg
Avion	4,49 € / kg	20% (0,90 € / kg)	3,59 € / kg

Source : Document-projet de Politique nationale du livre et de la lecture au Bénin, non daté.

¹⁴⁶ Sophie Godfroy et Vincent Bontoux : *Structure de diffusion et de distribution du livre africain en Afrique...*, Institut Français, Afrilivres, Association Internationale des Libraires Francophones, Alliance Internationale des Editeurs Indépendants, 2011, p.10.

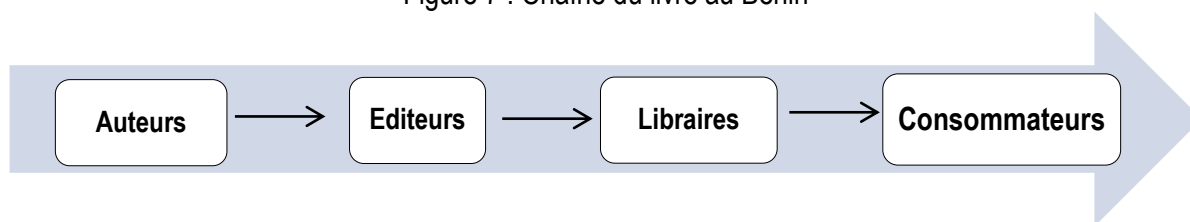
¹⁴⁷ Nous avons pu obtenir le document projet de la politique du livre et de la lecture que la Direction du livre et de la lecture publique envisage la mise à jour afin de le réintroduire dans le circuit administratif pour validation. Les informations relatives au prix du livre importé que nous présentons ici proviennent donc de ce document.

Tous ces coûts sont supportés par le consommateur final, le lecteur béninois, dont les revenus mensuels sont déjà très bas. Par exemple, le salaire minimum interprofessionnel garanti (SMIG) est de 40 000 FCFA (61 €) alors que le prix d'un livre peut aller jusqu'à 5 000 FCFA (7 €). La description du prix de vente des livres importés montre que le livre reviendrait beaucoup moins cher pour le lecteur béninois s'il est produit localement. Pour un livre produit localement, le coût du transport depuis l'entrepôt de la maison d'édition jusqu'à la librairie fait partie des services que proposent souvent les maisons d'édition qui possèdent dans bien des cas, leurs propres moyens de déplacement. Le problème peut se poser différemment lorsqu'il s'agit d'une exportation sur des marchés régionaux par exemple.

Avec la prédominance du secteur informel dans l'économie des pays sous-développés, le poids des « librairies par terre »¹⁴⁸ et des vendeurs ambulants qui s'occupent beaucoup plus de la vente de livres d'occasion, n'est pas négligeable. Cette activité est caractérisée par « la vente sur les trottoirs des villes par les commerçants à l'activité parfois permanente, au travers de petites échoppes dans ce cas, et souvent temporaire, lors de la rentrée des classes essentiellement¹⁴⁹ ».

Leur activité est favorisée par la proximité avec les consommateurs et les prix de vente de leurs produits.

Figure 7 : Chaîne du livre au Bénin



Source : Auteur, 2014

- **Activités de promotion du livre**

Il existe peu d'événements censés contribuer à la médiation entre le livre et les consommateurs. Les rencontres périodiques mises en œuvre sont : le Salon International du Livre de Cotonou (SILCO) qui n'a eu qu'une seule édition, le Salon du Livre et de l'Alphabétisation de Parakou (SLAP)¹⁵⁰ dont la 2^e édition a eu lieu en 2014 et la Semaine du livre béninois de jeunesse (SELIBEJ)¹⁵¹. D'autres manifestations permettent de faire connaître la production imprimée : cafés littéraires, animations dans les bibliothèques,

¹⁴⁸Raïssa Gbédji : « Bénin : s'en sortir avec les «librairies par terre» », RFI, 2012, en ligne, URL : <http://www.rfi.fr/emission/20131027-benin-librairies-terre/> (consulté le 10/03/2014).

¹⁴⁹ Luc Pinhas : *Editer dans l'espace francophone : législation, diffusion, distribution et commercialisation du livre*, Alliance des éditeurs indépendants, Paris, 2005, p.228.

¹⁵⁰ Hamidou Ali Orou : « Parakou, Bénin : de la dynamisation des bibliothèques scolaires à la création d'un salon du livre », dans : *Takam Tikou*, en ligne, URL : <http://takamtikou.bnf.fr/actualites/2014-04-15/2e-salon-du-livre-de-parakou-b-nin> (consulté le 25/11/2014).

¹⁵¹ Salon organisé par les éditions Ruisseaux d'Afrique. Site web : <http://www.ruisseauxdafrique.com/content/12-la-selibej> (consulté le 24/02/2014).

lancements de livres, émissions télévisées avec des auteurs pour présenter leurs ouvrages. La figure suivante montre la chaîne du livre au Bénin.

La structuration de la chaîne du livre au Bénin montre qu'au sein de chacune des phases, il existe des acteurs avec des rôles spécifiques. L'environnement historique, juridique et institutionnel peut avoir une influence sur les activités de ces différents acteurs.

3.2 Edition de B.D. au Bénin : une industrie culturelle en manque de développement

L'édition de la B.D. au Bénin se caractérise par l'existence de jeunes talents dessinateurs, une faible production et une médiation insuffisante.

3.2.1 Créateurs de B.D. autodidactes

La création relève de l'imagination des dessinateurs et des scénaristes qui conçoivent l'œuvre. Selon un article¹⁵² publié sur *Africultures* en 2007, on dénombre environ 15 dessinateurs béninois¹⁵³ susceptibles de constituer un « vivier de dessinateurs ». Nous les classons en trois catégories : des dessinateurs ayant déjà publié au moins un album, ceux qui diffusent leurs créations dans des publications périodiques (journaux, magazines) et ceux qui sont sans albums (hormis des publications d'albums pour enfants). C'est dans la presse qu'on remarque au quotidien les caricatures de ces dessinateurs qui les font connaître du public. D'ailleurs les auteurs connus¹⁵⁴ de la B.D. béninoise d'aujourd'hui sont issus de ce cercle de dessinateurs de presse¹⁵⁵, constitués au sein de l'Association Bénin Dessin¹⁵⁶ pour défendre leurs intérêts. Même si certains dessinateurs bénéficient de soutiens extérieurs pour effectuer des stages de perfectionnement en Europe par exemple, le problème de la formation des auteurs reste posé, notamment en ce qui concerne l'élaboration d'un projet d'édition à soumettre à un éditeur¹⁵⁷.

¹⁵² Christophe Cassiau-Haurie : « Le vivier méconnu de la bande dessinée béninoise », en ligne, URL : <http://www.africultures.com/php/?nav=article&no=6957> (consulté le 02/02/2015)

¹⁵³ Hervé Alladayé, Hector Sonon, Claude Adjaka (Lenfant Claudio), Joseph Akligo (Jo Palmer), Benjamin Gogonou, Taofik Aoro, Didier Viodé, Ivan Alagbé, Constant Tonakpa, Askanda Bachabi, Alihonou Julien (Makejo), Michaël Aïssé, Paul Dossou Kpitimè, Raymond Jemy, Hodall Béo.

¹⁵⁴ Il s'agit entre autres de Hector Sonon, dessinateur de l'album « Toubab or not Toubab », Casterman, 2012 ou encore de Joseph Akligo (*Jo Palmer*) auteur de « Soukrou ou les méfaits des sacs plastiques », Flamboyant, 1998.

¹⁵⁵ Christophe Cassiau-Haurie : « Le vivier méconnu de la bande dessinée béninoise », dans : *Africultures*, 2007, en ligne, URL : <http://www.africultures.com/php/?nav=article&no=6957> (consulté le 18/03/2014).

¹⁵⁶ Association Bénin Dessin créée en 1999 et dirigée par Kpitimè.

¹⁵⁷ L'éditeur peut être aussi et c'est souvent le cas, à l'origine d'un projet d'édition. Mais il arrive que l'auteur envoie spontanément son projet à l'éditeur.

3.2.2 Production quasi-inexistante

En 1989, Hector Sonon auto-édite *Zinsou et Sagbo*, un album B.D. qui est considéré comme le tout premier au Bénin. A nos jours, seulement deux éditeurs béninois ont produits de la B.D. : 10 albums de B.D. ont été produits par Star éditions, sur financement de l'Union européenne, et un album chez les Editions du Flamboyant. A ces albums, on peut ajouter les projets forts intéressants initiés par des auteurs tels que « Les couleurs de la mémoire¹⁵⁸ » publié en quatre épisodes¹⁵⁹ dans le magazine *Interfaces*¹⁶⁰(cf. tableau 5).

L'édition de la B.D. au Bénin se heurte à plusieurs difficultés. Il s'agit des problèmes financiers liés à la fabrication et ceux techniques relatifs à la distribution des ouvrages. Même si la fabrication du médium B.D. ne demande pas des financements aussi importants que la production dans le cinéma¹⁶¹, les difficultés à écouler les produits suscitent chez les éditeurs la nécessité de trouver un modèle économique adapté au contexte béninois. De ce fait, les albums sont peu produits par les éditeurs¹⁶². Ceux-ci se concentrent sur les ouvrages sur le développement personnel, la religion, la littérature générale et les ouvrages scolaires, ce qui ne répond que peu à la diversité d'information et de culture qui peut être proposée aux lecteurs. L'édition de la B.D. est donc perçue comme le maillon faible de la chaîne de production¹⁶³. La faible production de ce bien est susceptible d'avoir des répercussions notables sur les autres maillons de la chaîne. En effet, l'édition est « le maillon principal de la chaîne de production¹⁶⁴ » car c'est elle qui fournit la matière première nécessaire au fonctionnement des autres maillons. Ainsi plus son activité est faible, plus les revenus générés par la filière le sont. La réflexion sur l'influence que peuvent avoir les consommateurs potentiels de la B.D. sur son édition se pose avec acuité. Bien entendu, les difficultés liés aux circuits de commercialisation qui permettent d'acheminer les biens culturels vers les consommateurs réels/potentiels se posent pareillement. Le tableau ci-après récapitule la B.D. publiée au Bénin.

¹⁵⁸ Florent Couao-Zotti : « Itinéraire d'un écrivain scénariste », dans : *Notre libraire*, n°145, 2001, pp.42-47.

¹⁵⁹ En novembre 1996, juillet 1997, août 1998, janvier 2000.

¹⁶⁰ Christophe Cassiau-Haurie, *op. cit.*

¹⁶¹ Sébastien Langevin : « Edition et diffusion de la B.D. d'Afrique : vaincre la marginalité », dans : *Notre libraire*, *op. cit.*, p.31.

¹⁶² Christophe Cassiau-Haurie : « Le vivier méconnu de la bande dessinée béninoise », dans : *Africultures*, 2007, en ligne, URL : <http://www.africultures.com/php/?nav=article&no=6957> (consulté le 18/03/2014).

¹⁶³ Sébastien Langevin, *op. cit.*, p.30.

¹⁶⁴ François Rouet : *Le livre : mutations d'une industrie culturelle*, la documentation française, Paris, 2007.

Tableau 5 : Bandes dessinées publiées au Bénin

Titre de la BD	Auteur	Editeur	Date de publication	Présentation matérielle
Azara	Lenfant Claudio	nc ¹⁶⁵	nc	nc
Chiottes et cacahuètes	Hodall Béo	nc	1999	Album
Faoussah la petite vidomégon	Hodall Béo	Star éditions	2009	Album
Inceste, Sang et larmes	Hector Sonon et Florent Couao-Zotti	nc	janvier-mai 1991	in : <i>Le Forum de la semaine</i>
Koffi Azé	Hector Sonon	Star éditions	2009	Album
Le défi	Benjamin Gogonou et Taofik Atoro	Les Editions du Flamboyant	2000	Album
Le sodabi magazine	Association Bénin-dessin	Nc	1999	Revue BD
Les couleurs de la mémoire	Hector Sonon et Florent Couao-Zotti	Nc	novembre 1996, juillet 1997, août 1998, janvier 2000	in: <i>Interfaces</i>
Les extraterrestres Pygamous	Jo Palmer	Star éditions	2009	Album
Les Zaventures de Moussa		Star éditions	2009	Nc
Les zémidjans protestent	Hodall Béo	nc	2000	Album
Papa Ziboté	Hector Sonon et Florent Couao-Zotti	nc	octobre 1992-février 1993	in : <i>Abito</i>
Solane l'enfant sorcier	Lenfant Claudio	nc	2009	Album
Soukrou ou les méfaits des sacs plastiques	Jo Palmer	Les Editions du Flamboyant	1998	Album
Zinsou et Sagbo	Hector Sonon	auto-édition	1989	Album

Sources : Adapté de Christophe Cassiau-Haurie : « La BD au Bénin : introduction », dans : *AfriBD*, en ligne, URL : <http://www.afribd.com/article.php?a=10229> (consulté le 28/12/2014) et de Florent Couao-Zotti : « Itinéraire d'un écrivain scénariste », dans : *Notre libraire*, n°145, 2001, p.42-47.

¹⁶⁵ Nc : non connu

3.2.3 Faible médiation autour de la B.D.

La B.D. fait l'objet de médiation auprès du public de diverses manières. De façon permanente, ce sont les bibliothèques de lecture publique à travers le réseau institutionnel¹⁶⁶ et le réseau associé¹⁶⁷ qui font la promotion de la B.D. grâce à leur fonds documentaire. Très prisés par les lecteurs¹⁶⁸, ces albums ont des rayons spécialisés avec une signalétique propre dans ces espaces de lecture où ils sont classés par catégories de public : jeune, adulte et tout public. On constate que ces albums beaucoup lus par les usagers des bibliothèques sont en grande partie produits à l'étranger puisqu'ils ne le sont pas localement. Ce sont les grands classiques de la B.D. : le *manga* japonais, les *comics* américains ou encore la B.D. franco-belge. D'autres événements ponctuels permettent de promouvoir la B.D. Il s'agit par exemple des expositions, des ateliers, des conférences. En avril 2006, l'Association Bénin Dessin a organisé une exposition dénommée "Les héros de la B.D. béninoise"¹⁶⁹. En 2013, la Fondation Zinsou¹⁷⁰ a consacré une exposition au dessinateur Hector Sonon après la publication de son ouvrage « Toubab or not Toubab » chez Casterman. Autour de cette exposition, plusieurs activités ont été organisées : une séance de dédicace de l'album de l'auteur qui a connu la participation des amateurs de la B.D. à Cotonou, deux conférences sur l'histoire de la B.D. en Afrique animées par Christophe Cassiau-Haurie¹⁷¹ pour des étudiants en histoire de l'art et pour le grand public, et un concours de création d'une histoire en B.D. Ces différents événements ont permis de mettre la B.D. au-devant de l'actualité culturelle et de réactiver l'intérêt du public pour ce médium.

Au total, bien qu'il y ait une très faible production de la B.D. au Bénin, il existe de jeunes dessinateurs organisés en association et un réseau d'éditeurs sur le territoire national. Il y a lieu de connaître également l'environnement de l'édition du livre au Bénin, susceptible d'influencer le fonctionnement de la chaîne du livre.

¹⁶⁶ Il s'agit du réseau de bibliothèques de lecture publique mis en place par l'Etat et sous la responsabilité de la DNPL.

¹⁶⁷ Ce sont les bibliothèques ou médiathèques créées par les Organisations Non Gouvernementales.

¹⁶⁸ Sonon Stéphane : « Jeunesse et bibliothèque en milieu urbain en Afrique : cas de Cotonou (Bénin) », dans : *Infodoc*, juin-juillet, 2013, p.5.

¹⁶⁹ Christophe Cassiau-Haurie : « La BD au Bénin : introduction », dans : *AfriBD*, en ligne,

URL : <http://www.afribd.com/article.php?a=10229> (consulté le 28/12/2014).

¹⁷⁰ Musée d'art contemporain africain créé en 2005 à Cotonou. Site web : www.fondationzinsou.org (consulté le 25/11/2014).

¹⁷¹ Christophe Cassiau-Haurie est spécialiste de la bande dessinée africaine et a publié plusieurs articles sur *Africultures* <http://www.africultures.com/> (consulté le 25/11/2014).

3.3 Faible capacité de production des éditeurs béninois

3.3.1 Activité éditoriale

Les 7 éditeurs¹⁷² interviewés produisent en moyenne 6 à 8 ouvrages par an. Ils éditent tous de la littérature générale, en plus de quelques spécialités : scolaires, littérature jeunesse, spiritualité, livre pratique, sciences sociales, relation homme-femme, livre d'art et essais. Pour 4 éditeurs, le nombre de tirages moyens se situe entre 500 et 1000 exemplaires ; de 1000 à 2000 pour 2 éditeurs puis entre 1000, 3000 et 5000 pour un autre, en fonction des projets.

1 éditeur sur 7 interrogés produit des livres pratiques à l'endroit des élèves, étudiants et estime initier régulièrement des projets d'édition sur lesquels il associe comme auteurs, des enseignants du primaire, du secondaire et de l'université. Pour 5 éditeurs sur 7, le nombre total d'ouvrages disponibles dans leur catalogue est entre 20 et 50 alors qu'il est de 100 et de 200 pour les 2 autres éditeurs.

Les 7 éditeurs sont tous d'avis que la B.D. peut permettre de faire une marge importante, mais pour une certaine qualité, précise un éditeur jeunesse. Ils ont dit être également très intéressés par l'édition d'albums de B.D. : chez 2 éditeurs, un projet de B.D. est en cours. L'éditeur qui possède le plus d'albums de B.D. (10 titres en moyenne) dans son catalogue affirme que l'édition de la B.D. au Bénin est un terrain vierge et une réelle opportunité à saisir. Comme l'évoque un autre éditeur, il faut un financement pour se lancer.

Au sujet du piratage, aucun éditeur ne néglige la possibilité que ses œuvres soient piratées car c'est un phénomène ancré dans les habitudes. 1 éditeur sur 7 de livre pratique voit ses ouvrages photocopiés et vendus au même prix que l'original. Pour remédier à ce problème en amont, un éditeur a mis en place une politique de prix selon laquelle tous ses ouvrages sont vendus à un prix unique de 3 000 FCFA, qui rend inutile la photocopie de l'œuvre originale.

Les domaines dans lesquels produisent les éditeurs béninois leurs permettent de sécuriser leur investissement. Ainsi, ils minimisent les risques financiers qui, parallèlement, les empêchent de tenter d'autres marchés nécessitant plus de financement. Aussi, la plupart des éditeurs ont du mal à s'imposer une véritable ligne éditoriale, publiant dans leur catalogue tout type d'ouvrage. Mais il s'agit là d'une stratégie pour trouver un équilibre économique afin de résister à une menace de disparition à laquelle sont souvent confrontées les maisons d'édition de petites tailles.

3.3.2 Moyens humains

Des différents entretiens réalisés, il ressort que 5 éditeurs sur 7 ont un effectif de 2 personnes salariées et employées à plein temps tandis que seuls 2 éditeurs ont un effectif pouvant aller jusqu'à 7 personnes.

¹⁷² Par soucis de clarté dans cette partie 3.3, nous écrivons les nombres en chiffre.

A ces effectifs de salariés, s'ajoutent des personnes payées à la tâche. Leur effectif se trouve entre 2 et 10 en fonction des éditeurs.

Dans ces maisons d'édition, il existe au moins une personne ayant suivi une formation au métier du livre. Les centres de formation cités par les interviewés sont le Centre Africain de Formation à l'Édition et à la Diffusion du livre (CAFED) à Tunis, l'École Supérieure des Sciences et Techniques de l'Information et de la Communication (ESSTIC) à Yaoundé ou encore une formation de terrain chez Nouvelle Édition Africaine à Dakar. Ils sont tous responsables des maisons d'édition. Quant au reste du personnel, il n'a pas reçu de formation spécifique sur le livre, mais apprend sur le tas. De même, les prestataires extérieurs tels que les graphistes ou les imprimeurs ne sont pas spécialisés sur le livre. Les éditeurs se sont fidélisés avec leurs prestataires, ce qui leur permet de remarquer une évolution dans la qualité de la production.

Si 1 des 7 éditeurs assure optimiser les ressources dont il dispose (7 salariés), les autres éditeurs estiment nécessiter « très fortement » de ressources humaines dont ils peinent à trouver des compétences locales. Les postes à pourvoir évalués à 2 par éditeur, relèvent de : la lecture/correction de manuscrit et la diffusion/distribution. Des éditeurs estiment recruter un personnel occasionnel et payé à la tâche en fonction de la taille du projet. Tous les éditeurs interrogés pensent qu'ils auraient besoin d'une main d'œuvre spécialisée s'ils devaient éditer des albums de B.D..

Les ressources humaines intervenant dans les maisons d'édition au Bénin sont peu formées. En général, on remarque que seuls les responsables des maisons d'édition le sont. Pourtant, d'autres tâches au sein de la maison d'édition nécessitent une formation adaptée.

3.3.3 Moyens techniques et financiers

Les moyens techniques et financiers dont disposent les éditeurs pourraient influencer leur façon de produire et ce qu'ils produisent.

- **Moyens techniques**

Du point de vue des éditeurs interrogés, le problème technique qui se pose le plus au sein de l'édition au Bénin est la qualité de l'impression. Au sujet des ouvrages imprimés en bichromie, le problème se pose moins selon eux. En revanche, lorsqu'il s'agit d'une impression en quadrichromie, les imprimeurs béninois n'arrivent pas à assurer la qualité. Un éditeur de livre jeunesse confie qu'il imprime certains de ses ouvrages à l'étranger. 2 éditeurs sur 7 parlent des difficultés à trouver sur le marché béninois des types de grammage particulier de papier pour l'impression de leurs ouvrages. Ce qui réduit leur possibilité de choix quant à la qualité du papier.

Aussi, du point de vue de la distribution, les éditeurs interrogés disent assurer eux-mêmes la livraison de leur production chez les libraires au Bénin; ils ne s'attachent pas les services d'un distributeur. Ils estiment être peu satisfaits de la commercialisation de leurs ouvrages par ces points de vente. Un éditeur affirme qu'en dépôt-vente, la librairie bénéficie de 40% du prix de vente du livre. Deux des éditeurs rencontrés

font partie de l'association Afrilivres¹⁷³ qui leur permet d'avoir une meilleure diffusion de leurs œuvres notamment dans la sous-région. Les prix de vente des ouvrages diffèrent d'un éditeur à un autre et varie entre 2000 FCFA (littérature jeunesse) à 5000 FCFA (romans, nouvelles, ouvrages sur le développement personnel). Les ventes moyennes par titre d'un éditeur sont de 500 exemplaires.

Les éditeurs béninois sont confrontés à plusieurs difficultés dans la production des ouvrages. Il s'agit des coûts élevés de production se répercutant de façon significative sur le prix final du livre. Le coût élevé de l'impression en quadrichromie amène les éditeurs à se contenter d'initier des projets de livre en bichromie uniquement. Au niveau de la distribution, les librairies classiques associent à leurs activités, la vente de la papeterie qui semble être plus porteur ; et le système de dépôt-vente, imposé par plusieurs librairies aux éditeurs, place ces derniers en position de faiblesse. Avec le faible effectif du personnel, l'éditeur a plusieurs volets de son entreprise à gérer à la fois et il lui est difficile voire impossible de faire des démarches de proximité envers le public pour la vente de ses ouvrages. Sauf à recruter un personnel spécialisé qualifié pour développer des stratégies de vente de livre adaptées au marché béninois qui, à l'heure actuelle, est difficile à trouver selon les éditeurs. De ce fait, l'étranglement des circuits de commercialisation du livre conduit les éditeurs à produire pour un marché pour lequel ils ont sûrs de rencontrer des consommateurs. Ce qui confirme notre hypothèse selon laquelle l'étranglement des circuits de commercialisation ainsi qu'un marché insuffisamment formé justifient la faible production de la B.D. au Bénin.

- **Moyens financiers**

Les marges bénéficiaires déclarées par 6 éditeurs est de 10 à 15%. Un seul éditeur affirme faire une marge de 20 – 25% et un autre déclare ne faire aucune marge. La production des ouvrages inscrits au catalogue des éditeurs est financée entre 50 à 90% par les auteurs eux-mêmes chez certains éditeurs. Néanmoins, quand un éditeur affirme avoir édité à 95% son fonds d'ouvrage sous contrat normal d'édition, un autre reconnaît que 20% de son fonds est édité sous contrat à demi. Seulement 3 éditeurs ont bénéficié de subventions publiques ponctuelles de la part de : l'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF), du Programme de Soutien aux Initiatives Culturelles Décentralisées (PSICD), de la Coopération française, du Programme Société Civile et Culture (PSCC), du Fonds d'aide à la culture pour les auteurs.

Les éditeurs ont une faible capacité de production et ne bénéficient pas de subvention¹⁷⁴, ce qui les amène à s'intéresser à des projets qu'ils peuvent financer eux-mêmes et pour lesquels le risque financier n'est pas élevé. Ainsi, le fait qu'ils ne produisent pas la B.D. s'explique par leur réticence à prendre des

¹⁷³ Site web de Afrilivres : <http://www.afrilivres.net/> (consulté le 08/12/2014)

¹⁷⁴ Il faut relativiser ce propos parce que dans les « gros projets littérature » financés par le Fonds d'aide à la culture pour l'année 2015, un projet dénommé : « Coup d'éclat, projet de développement de collection » est porté par les Editions Plurielles dont le promoteur avait répondu ne pas bénéficier de subventions. Mais il faut signaler que nos entretiens se sont déroulés en septembre 2014 alors que les résultats de l'appel ont été diffusés en février 2015.

risques élevés qui pourraient ne pas correspondre à l'esprit de proposer au public des albums à des prix abordables.

La quasi inexistence de l'édition de la B.D. au Bénin est due au risque financier élevé qui existe dans une telle entreprise. Ce risque est d'autant plus présent que les éditeurs se dirigent vers l'édition d'autres types de livre, qui demandent *a priori* peu de moyens humains, techniques et financiers, dans le but de sécuriser leurs investissements et de garantir une pérennité à leur entreprise. Notre hypothèse qui stipule que l'état actuel de la production de la B.D. serait dû à la faible capacité de production des éditeurs béninois est donc vérifiée. Cependant, des actions peuvent être élaborées et mises en œuvre afin d'améliorer la situation actuelle de l'édition de la B.D au Bénin. Tel est l'objet du projet chapitre.

4 Propositions pour une augmentation de la production d'ouvrages de B.D.

Le présent chapitre présente dans un premier temps des propositions d'actions pour contribuer à dynamiser le secteur de l'édition de la B.D. La présentation d'un projet visant à contribuer au développement de cette filière constitue la dernière partie.

4.1 Stratégie à mettre en œuvre pour une augmentation de la production

4.1.1 Actions à court terme

Nous présentons quelques actions qui peuvent être entreprises sur une durée de trois ans dans le but d'augmenter la production d'ouvrages de B.D.

- **Coéditer sous forme de coproduction entre éditeurs intéressés par la B.D.**

Les entretiens effectués avec les éditeurs ont révélé que plusieurs éditeurs au Bénin sont intéressés par l'édition de la B.D. Il serait donc pertinent qu'ils profitent des atouts de la coédition pour une augmenter la production. En effet, la coédition se base sur « un apport mutuel des co-contractants dans le projet éditorial et sur le partage des bénéfices et des pertes, à hauteur des engagements respectifs¹⁷⁵ ». Il est également possible que plusieurs éditeurs qui ne sont pas sur le même territoire « s'associent pour un projet de livre illustré, afin de partager les frais de création et les frais fixes de fabrication¹⁷⁶ ». Ce mode de production a l'avantage de favoriser une large diffusion du livre car chaque éditeur le distribue dans son réseau. Aussi, amoindrit-il les coûts de production et les risques que doit supporter l'éditeur s'il devrait produire seul. Cette remarque est d'autant plus importante que la prise de risque financier est grande dans le secteur de l'édition, même si l'éditeur, du fait de son expérience, a une idée du comportement de son produit sur le marché.

- **Créer des collections spécialisées pour l'édition de la B.D.**

Dans le modèle de l'édition spécialisée, les collections sont dédiées à un domaine précis. Dans ce cas, il s'agira soit de créer des maisons dont l'objectif principal est l'édition de la B.D., soit de développer au sein de maisons d'édition existantes une collection de B.D. avec des parutions régulières. Un système d'aide ou une subvention peut être mise en place pour appuyer les projets de B.D. afin d'encourager et de soutenir les créateurs et les producteurs et amener à une diminution du prix public de certains albums. Il existe aussi la possibilité de faire des déductions fiscales pour des personnes qui soutiennent des projets culturels.

¹⁷⁵ Guide de co-édition : http://www.culture.gouv.fr/culture/guides/dll/Guide_coedition_2008.pdf (consulté le 12/03/2015)

¹⁷⁶ Coédition : http://www.sne.fr/etre_editeur/coedition/ (consulté le 12/03/2015)

- **Former les jeunes auteurs de B.D.**

La création d'une B.D. nécessite que le dessinateur et le scénariste respectent les règles de l'art. Pour cela, il est nécessaire que ces auteurs aient des formations qui leur permettent d'améliorer leurs connaissances de la création d'une B.D, d'entretenir leur talent et de se professionnaliser. Les éditeurs souhaitant produire de la B.D. peuvent initier un appel à projet d'édition de B.D. Cet appel leur permettra de sélectionner des jeunes talents à former et d'éditer leurs œuvres. Par exemple, les résidences d'artiste peuvent servir à un début de professionnalisation de ces dessinateurs.

- **Développer d'autres réseaux de distribution**

Le réseau de distribution du livre est étroit. Il est donc important de trouver d'autres circuits de distribution qui rapprochent le livre des consommateurs, dans un contexte béninois où les services de commande en ligne sont inexistant. La messagerie de presse peut être expérimentée dans le but de créer un autre circuit de distribution. Aussi, les supermarchés peuvent proposer à leur client des albums de B.D. comme c'est déjà le cas pour les magazines. Ceci à l'avantage de diversifier le public qui est au contact des livres, un public qui ne se rendrait pas forcément dans une librairie mais qui est susceptible d'être intéressé par la B.D.. Enfin, il faut réduire la distance entre les lieux de vente des ouvrages et les consommateurs potentiels profitant des kiosques de vente de journaux pour commercialiser les ouvrages. Le système de dépôt vente pourra être également mis en place à cet effet.

4.1.2 Actions à moyen terme

Les actions connexes visent à améliorer l'environnement de l'édition du livre, donc de la B.D. au Bénin.

- **Produire et diffuser de l'information sur l'édition du livre au Bénin**

Cette recommandation vient du fait qu'il est difficile actuellement d'avoir des informations officielles sur la filière du livre au Bénin. Le Ministère de la culture doit par sa direction du livre commanditer des enquêtes sur le secteur de l'édition du livre au Bénin, ses acteurs, son économie et sa dynamique socio-culturelle. Ces études permettront de mieux appréhender les enjeux de ce secteur ainsi que les mesures à prendre afin d'aider les entrepreneurs culturels qui s'y intéressent à prospérer. Dans le but de mettre ces informations collectées et validées à la disposition d'un plus grand nombre, une page peut être créée sur le site du Ministère de la culture.

- **Sensibiliser les éditeurs sur le dépôt légal**

Les éditeurs doivent être sensibilisés sur le dépôt légal qui permet à la Bibliothèque Nationale de réaliser la Bibliographie du Bénin. C'est ce dernier qui permet de recenser le patrimoine littéraire constitué à la fois des livres publiés au Bénin, par des béninois peu importe leur lieu de résidence ou encore des

ouvrages portant sur le Bénin. Cette action de sensibilisation doit être menée par la Bibliothèque Nationale afin de montrer aux éditeurs le bien fondé du dépôt légal.

- **Créer un salon de la B.D. au Bénin**

Ce serait une action de médiation de grande importance pour améliorer le rapport entre les auteurs et les ouvrages de B.D. que de créer un salon de la B.D. au Bénin. Cet événement avec une programmation biennale donnera l'opportunité pour les différents acteurs de la B.D. (auteurs, éditeurs, libraires, prescripteurs) de se rencontrer autour de diverses activités (colloques, expositions de planches originales, vente d'albums, dédicaces), de nature à renforcer le lien entre le public et cet art.

4.2 Projet de création d'une collection de B.D.

Nom de la maison d'édition : Taka Editions

Statut social : association à but non lucratif

Objet : édition et diffusion de la B.D.

Lieu d'implantation : Cotonou, République du Bénin

Tableau 6 : Résumé du projet

Objectif général	Editer et promouvoir la B.D. au Bénin
Objectifs spécifiques	<ul style="list-style-type: none"> a) Aider de jeunes auteurs de B.D. en éditant leurs premières planches b) Faire découvrir l'art de la B.D. et ses spécificités auprès du public c) Sensibiliser le jeune public au dessin dans le cadre d'ateliers pédagogiques
Groupes cibles	Enfants 5-10 ans, adolescents 10-15 ans, 15 ans et plus, scolaires, enfants en situation difficile et en situation d'handicap, dessinateurs et scénaristes
Activités	<ul style="list-style-type: none"> a) Résidence d'auteurs b) Edition et diffusion de la BD c) Ateliers pédagogiques
Résultats	<ul style="list-style-type: none"> a) Une résidence d'auteurs est réalisée b) 02 albums sont édités par an c) Des ateliers pédagogiques sont animés
Durée	12 mois
Budget	9 100 000 FCFA – 13 873 €
Financement et partenaires	<p>Financement : 3 000 000 FCFA sur fonds propres de Taka éditions et partenaires financiers : Institut français du Bénin, Fonds d'aide à la culture et aux loisirs du Ministère de la Culture : 6 100 000 FCFA</p> <p>Institutionnels : Etablissements scolaires, centres sociaux éducatifs, centre d'accueil, Association Bénin Dessin, Africultures, CLAC.</p>

4.2.1 Descriptif du projet et analyse du marché

4.2.1.1 Contexte du projet

Depuis 2009, il n'y a plus eu de B.D. éditée au Bénin. Les albums disponibles au Bénin sont importés et vendus à un prix qui combine les coûts du transport par bateau et la marge bénéficiaire de la librairie, à un prix élevé par rapport au SMIG (40 000 FCFA) : un album BD coûterait environ entre 4 000 et 10 000 FCFA. Une étude récente montre que les BD sont les ouvrages les plus lus dans les bibliothèques de Cotonou. Aussi, il existe un vivier de jeunes dessinateurs autodidactes, organisés en association. Il s'agit donc de s'inscrire dans une économie de l'offre pour proposer au public des albums susceptibles de rencontrer une niche du marché en empruntant une démarche à la fois sociale, culturelle, économique et de formation. L'album de B.D. va permettre de diversifier l'offre de livres au Bénin et donner la possibilité aux lecteurs potentiels, d'opérer d'autres choix. Cette production valorisera les dessinateurs et illustrateurs béninois ainsi que leurs nombreux projets et sensibilisera le jeune public au dessin dans le cadre d'ateliers pédagogiques.

La durée du projet est de 12 mois, divisée en plusieurs phases afin de pouvoir mieux en suivre l'évolution.

4.2.1.2 Organisme porteur du projet

Le projet est porté par Taka éditions, une maison d'édition généraliste dont la constitution qui a commencé, sera achevée à notre retour au Bénin. Cette maison a son siège social dans la ville de Cotonou, la capitale économique du Bénin, afin d'être plus proche de son public et des lieux de commercialisation, réduisant de ce fait les coûts du transport. Le premier ouvrage édité par cette maison sera publié en juin de cette même année. Nous envisageons d'y développer Taka BD qui se consacrera à l'édition de la B.D..

4.2.1.3 Objectifs, activités et résultats

Ce projet a pour objectif général d'éditer et de promouvoir la B.D. au Bénin. De façon spécifique, il consiste à :

- a) aider de jeunes auteurs de B.D. en éditant leurs premières planches ;
- b) faire découvrir l'art de la B.D. et ses spécificités au public ;
- c) sensibiliser le jeune public au dessin dans le cadre d'ateliers pédagogiques.

Les résultats attendus sont :

- a) une résidence d'auteurs est réalisée ;
- b) 02 albums sont édités par an ;
- c) des ateliers pédagogiques sont animés.

Plusieurs activités seront réalisées dans le cadre de ce projet pour atteindre les résultats escomptés :

- **Phase 0 : Sélection de projets de B.D.**

Il s'agit d'un appel à proposition à l'endroit des dessinateurs et/ou scénaristes de B.D. au Bénin afin de recevoir des projets inédits, pour étude et sélection. Dans cette phase, la politique éditoriale qui soutient la création de la collection sera publiée. A cette étape, un comité de sélection composé du directeur de la maison d'édition, de son assistant éditorial et d'un dessinateur de B.D. confirmé sera mis en place pour apprécier les contributions et déceler les auteurs les plus talentueux. Les sous-activités se déclinent comme suit :

- recrutement du responsable de la communication ;
- constitution du comité de sélection (composé sur directeur de Taka éditions, du responsable de la collection BD et d'un bédéiste reconnu) ;
- publication de l'appel à proposition ;
- identification de 02 projets artistiquement et économiquement viables ;
- diffusion des résultats de la sélection.

- **Phase 1 : Résidence d'artistes**

Les auteurs des 02 projets sélectionnés entreront en résidence pour un mois. Le bédéiste qui a participé à la sélection travaillera avec les artistes durant la résidence. Les albums qui constituent le produit final de cette résidence seront édités. Les sous-activités pour la résidence sont :

- programmation, choix du lieu de résidence ;
- organisation de la résidence (feuille de route, formalités administratives, etc.) ;
- réalisation de la résidence ;
- suivi et évaluation.

- **Phase 2 : Processus éditorial**

Les projets de B.D. entreront dans la phase éditoriale qui permettra de sortir des albums à mettre sur le marché.

Les sous-activités sont :

- élaboration et signature du contrat d'édition qui définit les clauses de la collaboration entre les auteurs et notre maison d'édition ;
- mise au point des manuscrits : réécriture (*rewriting*) ou préparation des copies ;
- mise en page et vérification de la cohérence des planches et des dialogues ;
- tâches administratives : calcul du prix public, numéro d'ISBN, code barre ;
- prépresse ;
- envoi des épreuves à l'impression ;
- réception et validation des exemplaires du premier titre ;
- préparation du lancement et de la distribution ;
- dépôt légal (à chaque parution) ;

- dépôt chez les prescripteurs (journalistes, critiques, bibliothécaires).

- **Phase 3 : Distribution et commercialisation**

- Démarchage des points de vente : il s'agit d'aller à la rencontre des librairies et des kiosques afin de leur proposer l'offre de B.D. ;
- préparation des cartons ;
- acheminement vers les points de vente : nous envisageons comme points de vente les différentes librairies : Notre Dame, la Sonaec, Buffalo à Cotonou, Saint Pierre à Parakou, ABM à Porto-Novo.

- **Phase 4 : Ateliers pédagogiques**

Ces ateliers consistent à faire intervenir les artistes dessinateurs auprès du jeune public. Ils permettront à ce dernier de se familiariser avec le dessin et la B.D. et permettra aussi d'atteindre parallèlement chez le public bénéficiaire, des objectifs d'éveil de leur attention, d'expression graphique. Il s'agira d'ateliers d'une heure pour 20 enfants. Les sous-activités sont : l'organisation des ateliers, leur réalisation et le suivi-évaluation.

4.2.1.4 Analyse FFOM et stratégies

- **Faisabilité**

La création d'une collection spécialisée dans la B.D. au Bénin n'est pas une entreprise sans risque. C'est pour cela qu'il est important de faire une analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces (FFOM) d'un tel projet.

Tableau 7 : Analyse FFOM du projet

Forces	Opportunités
Professionnalisation des jeunes auteurs autodidactes ; prise en compte du jeune public et des enfants en situation difficile ou en situation de handicap ; utilisation des potentialités culturelles, éducatives et économiques de la B.D. ; proposition d'albums de B.D. produits localement ; une économie de projet qui valorise la nature symbolique de la B.D..	Existence d'une loi sur la protection du droit d'auteur ; intérêt du Fonds d'aide à la culture aux initiatives éditoriales ; présence sur le plan national d'association d'auteurs, d'éditeurs et de professionnels du livre, de journalistes culturels ainsi que de clubs de lecture ; quasi-inexistence d'éditeurs de B.D. au Bénin ; lecteurs potentiels de la B.D. identifiés ; marché potentiel existant ; vivier important de dessinateurs de B.D.
Faiblesses	Menaces
Prestation technique au rapport qualité/coût élevé ; mains d'œuvre qualifiées rares ; coût encore élevé des intrants pour la fabrication des ouvrages.	Imprévisibilité de la demande ; faible financement étatique pour l'édition du livre ; insuffisance de manifestation autour du livre ; peu de formations professionnelles sur le livre au Bénin.

- **Public cible**

La cible de notre offre d'albums de B.D. est constituée des 5 à 10 ans, 10 – 15 ans et de 15 et plus. Afin de déterminer la caractéristique du marché du livre au Bénin¹⁷⁷, il faut considérer plusieurs paramètres : a) la quasi-inexistence d'albums B.D. édités au Bénin, b) le faible pouvoir d'achat des béninois, y compris en matière de biens culturels et c) l'existence d'un besoin latent. Il n'existe pas d'études statistiques permettant d'analyser le marché du livre au Bénin et son évolution. Et cette étude dépasse le cadre de notre étude. Nous savons tout de même que la B.D. est l'un des ouvrages les plus lus dans les bibliothèques de Cotonou et que celle qui est vendue par les librairies béninoises sont tous issus de l'importation de l'étranger avec pour conséquence de revenir beaucoup plus chères aux publics¹⁷⁸.

¹⁷⁷ L'étude approfondie du marché de la bande dessinée au Bénin dépasse les limites de la présente étude. Cependant, et en l'absence de données officielles sur le marché de l'édition au Bénin, nous avons considéré comme lecteur potentiel d'un album de B.D., quelqu'un qui sait lire et écrire. A défaut de ces données, nous produirons dans un premier temps un nombre moyen d'exemplaires (environ 2000 exemplaires) pour réduire les risques et suivre l'évolution du marché.

¹⁷⁸ Nous avons démontré ces propos plus haut dans le développement.

- **Caractéristiques de l'offre de B.D.**

La présentation du produit respectera également une charte graphique interne à la maison d'édition avec le souci d'être un objet facilement transportable et pas encombrant. Pour cela, une réflexion plus aboutie sera menée sur le format de présentation. Pour l'instant, nous optons pour le format 14 X 23 cm. L'impression de la première de couverture, du dos du livre et de la quatrième de couverture se fera en quadrichromie (4 couleurs). Les pages intérieures seront imprimées en bichromie (2 couleurs). Ce choix permet de minimiser les coûts du tirage et d'imprimer localement. La logique des séries que nous mettrons en place permettra de fidéliser les lecteurs et de créer un fil conducteur entre les différents titres. Les ouvrages seront vendus à un prix de 2 000 FCFA.

- **Concurrents et stratégies**

En réalité, sur le marché de l'édition de la B.D. au Bénin, il n'y a plus depuis quelques années de production de la B.D. Pour l'instant, il y aura comme concurrence sur le marché les albums de B.D. édités et importés depuis d'autres pays tels que la France. Mais leur coût reste élevé. Cependant, les autres éditeurs installés au Bénin peuvent être considérés comme des potentiels concurrents du fait que l'objet de leur offre est le livre.

L'effet de concurrence qui peut être visible du fait de la présence à Cotonou de la grande majorité des éditeurs béninois peut se transformer en effet de synergie. Celui-ci peut faire de Cotonou un pôle de compétitivité culturelle dont notre entreprise bénéficiera. La stratégie est de proposer aux lectorats des ouvrages qui abordent des sujets qui leur parlent, en tenant compte du rapport qualité/prix. Notre démarche marketing ira vers les clients, d'où la réflexion menée sur les vendeurs ambulants.

4.2.2 Moyens de mise en œuvre du projet

4.2.2.1 Moyens commerciaux

Les albums seront édités dans une logique qui respecte la politique de prix mis en place, où tous les albums d'une même collection auront un prix unique. L'équipe du projet travaillera en conformité avec les prestataires sur les choix éditoriaux en tenant compte de la richesse du scénario et du « coup de crayon » du dessinateur. Les premières sorties permettront de s'inscrire dans une marge nécessaire à un réajustement sur les titres qui sortiront par la suite. Selon la collection, les albums auront un prix public fixe quel que soit leur titre. Nous envisageons de céder les albums à un prix public de 2000 FCFA. L'édition de B.D. est une activité à risque liée au caractère aléatoire du comportement des consommateurs des biens culturels. Les circuits de distribution envisagés sont divers. Dans un premier temps, les ouvrages seront distribués dans les points de vente classique : les librairies à Cotonou, Porto-

Novo, Parakou¹⁷⁹ et dans les autres villes du Bénin. Ensuite, nous en ferons la distribution par les vendeurs ambulants, dans un souci de proximité avec les clients potentiels. Une autre distribution se fera directement dans les lieux d'enseignements avec une dédicace : écoles, lycées et collèges dans différentes villes du Bénin.

Cette entreprise ne saurait prospérer sans un plan de communication efficace. Différents supports seront mis à contribution pour atteindre cet objectif. D'abord la création d'un site web avec les modules intégré du web 2.0 (Facebook, Twitter, Google+) afin d'être présent et référencé sur internet ; ensuite les médias traditionnels : notamment la presse écrite, le lieu d'expression par excellence des bédéistes béninois pour la plupart caricaturistes, la radio à travers la publicité et les chaînes de télévision avec les mêmes objectifs. Il s'agit par ces différents médias de saturer les canaux de communication afin de diffuser l'information et réaliser la moitié des ventes (soit 1000 exemplaires/titres) pendant les premiers jours de la sortie des albums.

4.2.2.2 Plan de communication

❖ Communication de lancement

• Publicité

- 01 article dans le journal La Nation
- Séances de dédicace de l'ouvrage
- 20 affiches A3 à poser dans différents lieux : campus, ministères, librairies, tribunaux et bibliothèques
- Captation de la séance de dédicace

• Présence sur Internet

- 01 article Wikipédia sur la maison d'édition
- Publications sur la page Facebook de Taka éditions et article pour le blog de l'éditeur
- Animation des réseaux sociaux avec quelques extraits de l'ouvrage + création de l'ashtag
- Envoie de mails annonçant la parution de l'ouvrage à une mailing liste
- Diffusion de quelques pages de l'ouvrage sur des plateformes de diffusion numérique

• Rencontre ciblée

- 80 cartes d'invitation à la cérémonie de lancement de l'ouvrage
- 20 cartes d'invitation personnalisée (journalistes, artistes et proches de l'auteur)

¹⁷⁹ Trois principales villes du Bénin.

❖ **Communication après-lancement**

- Campagne sur Facebook et Twitter
- Diffusion de la captation des temps forts de la séance de dédicace sur les réseaux sociaux

4.2.2.3 Moyens humains

La réalisation du projet nécessite des ressources humaines, techniques et financières. Leurs interventions se placent dans la réalisation des phases énoncées dans les activités.

Certains membres du personnel sont salariés à plein temps :

Directeur de la maison d'édition : il a à charge la gestion technique et de la maison d'édition. Il décide des projets viables. Il fait les choix artistiques et de la finalisation des manuscrits en collaboration avec le directeur de collection. Il gère aussi le volet administratif et comptable de la maison d'édition pour les premières années d'activités et s'attache les services d'un comptable extérieur pour les déclarations aux impôts.

- Assistant éditorial : au sein de la maison d'édition, il sera chargé de coordonner les albums qui paraissent au sein de sa collection, ceci conformément à la politique éditoriale mise en œuvre.
- Responsable commerce et communication : il est chargé de mettre en œuvre la politique marketing de la maison d'édition. Il est chargé de la distribution des albums et du démarchage des nouveaux points de vente. Il s'occupe également de la gestion des commandes, de leur traitement et de l'envoi des produits. Il déploie toute la stratégie de communication autour du projet en lui-même, puis sur les albums qui seront publiés. Il s'agira pour lui d'utiliser à la fois les médias traditionnels, le hors-média ainsi que les « nouveaux médias » pour impacter surtout les jeunes, la cible directe et de façon indirecte les parents.

Sur les projets d'albums, certaines ressources humaines vont également intervenir : ce sont des prestataires ou des intervenants extérieurs. Leur mode de rémunération est à la tâche ou au pourcentage.

- Dessinateur : il est l'auteur des dessins qui constituent un élément important des planches de l'album et travaille de concert avec le scénariste et l'éditeur pour la réalisation de l'album
- Scénariste : responsable des dialogues que l'on retrouve dans les bulles sur les planches. Il donne au dessinateur les orientations nécessaires aux différentes scènes qui constituent les planches.
- Coloriste : il s'occupe de la mise en couleur des planches réalisées par le dessinateur.

Ces trois types d'intervenant sont rémunérés en termes de pourcentage prévu par le contrat d'édition. Ce pourcentage est généralement de 10 à 15% pour l'auteur. La pratique de l'à-valoir est courante dans l'édition de la B.D., afin de motiver le dessinateur à se concentrer sur le projet en cours.

- L'imprimeur : c'est le prestataire qui s'occupe de l'impression sous forme papier du *bon à tirer* (BAT) qui lui est remis par l'éditeur. Il respecte une certaine qualité de couleur et de papier imposée par l'éditeur, dont la présentation de l'ouvrage dépend fortement.

4.2.2.4 Moyens de productions et moyens administratifs

Les moyens matériels nécessaires pour le fonctionnement de la maison d'édition sont :

Ordinateurs Hp, 4 Go de RAM et 500 Go de mémoire , scanner (1), imprimante couleur, un serveur en ligne (1To), bureau et fauteuils, logiciels Photoshop, Indesign, Illustrator, suite Pdf, calculatrice, matériels et fourniture bureautiques, disque dur et clé usb. Taka éditions dispose déjà de ce matériel.

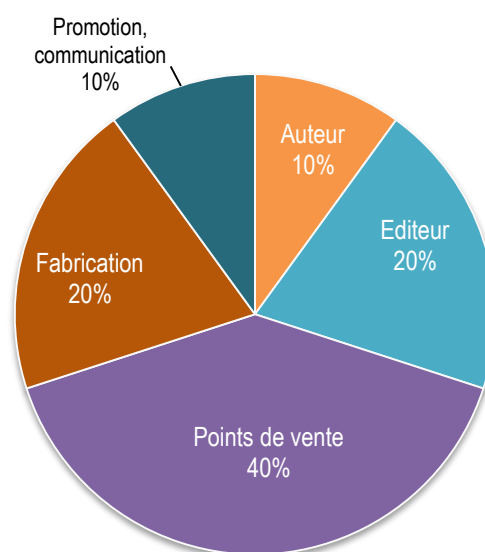
4.2.3 Investissements et budget prévisionnel

- *Chiffre d'affaire prévisionnel*

Dans le but de mieux suivre l'évolution des albums et pour mieux comprendre le succès (ou l'échec) que rencontre tel album par rapport à un autre, nous avons choisi la comptabilité par ouvrage. Le mode de rémunération est proportionnel et peut se présenter comme suit : libraire : 40 %, fabrication : 20 %, promotion, communication : 10 %, auteur : 10 % et éditeur : 30 %. Le chiffre d'affaire prévisionnel sera donc calculé par ouvrage. Pour un tirage de 2 000 exemplaires d'un ouvrage vendu à 2 000 francs CFA, le chiffre d'affaire est estimable à : $2000 \times 2\,000 = 4\,000\,000$ donc CA/livre = 4 000 000.

Si 2 titres par an, CA = $4\,000\,000 \times 2 = 8\,000\,000$ (à condition que tous les exemplaires soient vendus).
Pour l'éditeur : $8\,000\,000 \times 20\% = 1\,600\,000$ FCFA.

Figure 8 : Répartition de la chaîne de valeur



Source : Auteur, 2015

4.2.3.1 Chronogramme des activités

Les activités sont programmées sur 04 trimestres comme l'indique le tableau suivant :

Tableau 8 : Planning des activités

Activités	Trimestres				Responsables
	1	2	3	4	
Phase 0 : Sélection de projets de B.D.					
Recrutement du responsable de la collection	■				Directeur de Taka
Constitution du comité de sélection	■				Directeur de Taka
Publication de l'appel à proposition	■				Comité
Identification des 02 projets	■				Comité
Diffusion des résultats de la sélection.	■				Comité
Phase 1 : Résidence d'artistes					
Programmation, choix du lieu de résidence	■				Directeur de Taka
Organisation de la résidence	■				Directeur de Taka
Suivi des activités prévues	■				Directeur de Taka
Phase 2 : Processus éditorial					
Elaboration et signature du contrat d'édition	■				Responsable collection
Mise au point des manuscrits		■			Responsable collection
Mise en page et vérification des planches et des dialogues		■			Responsable collection
Tâches administratives		■			Responsable collection
Préresse		■			Responsable collection
Envoi des épreuves à l'impression		■			Responsable collection
Validation des exemplaires du premier titre		■			Responsable collection
Réception et validation des exemplaires du premier titre			■		Responsable collection
Préparation du lancement et de la distribution			■		Responsable collection
Dépôt légal (à chaque parution)			■		Responsable collection
Dépôt chez les prescripteurs			■		Responsable collection
Phase 3 : Diffusion / médiation					
Démarchage des points de vente				■	Resp de la communication et marketing (RCM)
Préparation des cartons				■	RCM
Acheminement vers les points de vente				■	RCM
Phase 4 : Ateliers pédagogiques					
Organisation des ateliers				■	Directeur de Taka
Réalisation				■	Artistes
Suivi-évaluation				■	Directeur de Taka
Communication					
Publicité				■	RCM
Présence sur Internet				■	RCM
Rencontre ciblée				■	RCM
Communication après-lancement				■	RCM

4.2.3.2 Budget annuel

Le budget de réalisation du projet présente les dépenses et les recettes (sources de financement) du projet (cf. tableau suivant).

Tableau 9 : Budget de réalisation du projet

Dépenses		Recettes	
Activités		Ressources Activités	
Résidence	1 300 000	Institut Français	1 300 000
Edition et diffusion	3 000 000	FACL	2 000 000
Ateliers pédagogiques	1 000 000	Unicef	2 000 000
Communication	500 000	Taka éditions	500 000
Droits d'auteur	600 000		
Sous-total Activités	6 400 000		
Charges de fonctionnement		Ressources de fonctionnement	
Responsable de la collection	2 400 000	Taka éditions	2 500 000
Jury (1)	100 000	Recette de vente	800 000
Frais de matériel	100 000		
Sous-total Ressources Humaines	2 600 000		
TOTAL	9 000 000		
Provision pour imprévus	100 000		
COÛT Total	9 100 000	COÛT Total	9 100 000
COÛT Total €	13 873	COÛT Total €	13 873

En définitive, les entretiens réalisés avec les éditeurs béninois ont permis de retenir quelques raisons qui expliquent la quasi-inexistence de production d'albums de B.D. au Bénin. Il s'agit principalement du risque que comporte une telle entreprise aux yeux des éditeurs et de la faible capacité de production des éditeurs. Ces raisons sont de nature à décourager une telle initiative. Les solutions envisageables sont de l'ordre de la coédition entre éditeurs intéressés par l'édition de la B.D ou la création de structures spécialisées. C'est par rapport à cette dernière proposition qu'un projet a été défini et présenté.

Conclusion

L'édition de la B.D. au Bénin est un enjeu culturel, social et économique. A travers cette étude, il a été montré que la B.D. est un produit culturel qui peut remplir des missions sociales par ses potentialités pédagogiques, de diffusion des connaissances et de communication. En même temps, elle constitue un bien culturel qui a l'avantage de combiner l'image à la lecture. En prenant l'exemple des pays qui ont une production élevée, il est clair que la BD n'a pas que des fonctions culturelles et sociales. Bien plus, dans ces pays, la B.D. contribue au PIB grâce à l'économie qu'elle génère. Dans le cas spécifique du Bénin, seulement 11 titres de B.D. sont produits depuis 1989, année de création de la première maison d'édition au Bénin (les Editions du Flamboyant). Or, il existe de jeunes dessinateurs réunis en association qui ont un réel talent mais qui sont pour la plupart autodidactes.

La présente étude qui s'est fixée comme objectifs d'identifier les raisons de la faible production d'albums B.D. au Bénin et d'en déterminer les perspectives pour une augmentation de la production a permis de faire un travail d'état des lieux d'abord sur la structuration de la chaîne du livre au Bénin en général et la B.D. en particulier, ainsi que la synthèse des dispositifs réglementaires qui encadrent le travail des acteurs. L'état des lieux a révélé que la filière de l'édition du livre au Bénin n'est pas réellement structurée, bien qu'il existe des textes et des institutions qui la réglementent. On distingue d'une part une poignée d'éditeurs qui essayent de faire un travail professionnel en ayant une ligne éditoriale dégagée et d'autre part, des auteurs qui s'autoéditent. Ce qui rend davantage difficile toute entreprise de recherche visant ces éditeurs, c'est l'absence d'adresses aussi bien physique, téléphonique qu'électronique pour les contacter. Et la Bibliographie du Bénin qui recense toute la production bibliographique nationale sur la base du dépôt légal effectué par les éditeurs ne recense qu'un ou deux de leurs titres¹⁸⁰.

Les entretiens effectués avec 7 éditeurs basés dans la ville de Cotonou, la capitale économique du Bénin, ont permis de comprendre que les éditeurs s'intéressent à des types d'ouvrages qui leur permettent de sécuriser leur investissement afin de ne pas disparaître, notamment dans un contexte où ils ne bénéficient que peu de subvention pour leurs différents projets. Compte tenu du fait que l'édition du livre est une entreprise à risque parce qu'on est en présence de biens culturels, qui ne se comportent pas de la même manière sur le marché que les biens de grande consommation, les éditeurs ne risquent pas leur capital déjà très minimaliste à la production des albums de B.D.. C'est ce qu'a révélé le croisement entre les variables « activité éditoriale », « moyens financiers », « moyens techniques » et « moyens humains ». D'un autre point de vue, les facteurs techniques identifiés contribuent à maintenir la position des éditeurs. C'est principalement la qualité de l'impression du livre qui pose problème, surtout lorsqu'il s'agit d'une impression en quadrichromie et aussi la disponibilité des matériaux de fabrication tels que des variétés spécifiques de papier. Aussi, les questions de distribution et de commercialisation préoccupent les éditeurs (naturellement !), qui préfèrent donc produire pour un marché qu'ils connaissent plutôt que pour un public « potentiel ». Déjà, la faible distribution de leurs productions par les espaces de ventes de livre

¹⁸⁰ On peut évoquer d'autres raisons comme le non-respect du dépôt légal par les éditeurs.

qui sont en petit nombre dont les plus importants sont concentrés à Cotonou (même s'il existe quelques librairies dans d'autres villes), n'est pas de nature à les motiver à produire. A ce même sujet, les éditeurs trouvent difficilement des ressources humaines pour se charger de la distribution de leurs œuvres.

Il est possible pour les éditeurs « intéressés » par la B.D. de mettre en place des projets en coproduction. L'avantage de ce mode d'édition est qu'il permet de se partager à la fois les bénéfices et les risques éventuels. Il existe aussi la possibilité pour des entrepreneurs culturels de créer des structures dédiées à l'édition de la B.D. ou des collections chez des éditeurs qui existent déjà. Le risque n'est pas moindre, mais un tel projet a plusieurs atouts : il permet d'avoir un catalogue cohérent tout en évitant d'éditer tout type d'ouvrages, de mettre en œuvre un projet inédit au Bénin, d'occuper le marché encore vierge de publications locales en matière de B.D.. Le projet proposé à la fin de cette étude s'appuie sur ces atouts.

L'Etat a aussi une part de responsabilité dans le développement des activités éditoriales au Bénin. En effet, la Constitution dispose du droit des Béninois à la culture et la charte culturelle précise que l'Etat doit mettre en place des subventions pour permettre la création ou la diversité de l'expression artistique. Pour cela, la proposition faite dans la présente étude de mettre en place un quota pour l'édition au sein de ce Fonds d'aide à la culture est bien réalisable. Elle permettra sans doute de financer des projets d'édition de la B.D., à condition que les éditeurs en prennent l'initiative de proposition.

Compte tenu des multiples difficultés rencontrées (à entrer en contact avec les autres éditeurs par exemple) dans l'élaboration de cette étude, les informations recueillies sont imparfaites. Cependant, à condition de ne pas mésestimer leur faiblesse, elles ont aidé à repérer des dynamiques et à proposer des actions. Cette étude pourrait s'étendre à d'autres types d'ouvrages qui sont très peu produits au Bénin à savoir les beaux livres ou encore elle peut être un prétexte pour réaliser des études plus « pointues » sur le marché du livre au Bénin, qui serait en effet, très utile pour les différents acteurs présents dans la filière.

Références bibliographiques

- **Monographies**

Assassi, Isabelle, Bourgeon-Renault, Dominique et Filser, Marc (dir.) : *Recherches en marketing des activités culturelles*, Vuibert, Paris, 2010, 408 p.

Benhamou, Françoise : *L'économie de la culture*, La découverte, Paris, 2004, 123 p.

Bourgeon-Renault, Dominique (dir.) : *Le marketing de l'art et de la Culture*, Dunod, Paris, 2009, X-262 p.

Colbert, François : *Marketing des arts et de la culture*, Gaétan Morin, Québec, 2007.

Groensteen Thierry : *La bande dessinée : mode d'emploi*, Les Impressions Nouvelles, Bruxelles, 2007

Labarre, Albert : *Histoire du livre*, PUF, Paris, 2001, 129p.

Ménard, Marc : *Eléments pour une économie des industries culturelles*, Société de développement des entreprises culturelles du Québec (SODEC), Montréal, 2004.

Ménard, Marc : *Les chiffres des mots : portrait économique du livre au Québec*, Société de développement des entreprises culturelles du Québec (SODEC), Montréal, 2001, 248 p.

Miège, Bernard : *Les industries du contenu face à l'ordre international*, PUG, Grenoble, 2000.

Miège, Bernard, Pajon, Patrick et Salaün, Jean-Michel : *L'industrialisation de l'audiovisuel – Des programmes pour les nouveaux médias*, Aubier-Montaigne, Paris, 1986.

Moliterni, Claude et Mellot, Philippe : *Chronologie de la bande dessinée*, Flammarion, Paris, 1996.

Pinhas, Luc : *Editer dans l'espace francophone : législation, diffusion, distribution et commercialisation du livre*, Alliance des éditeurs indépendants, Paris, 2005, 284p.

Robin, Christian : *Le livre et l'édition*, Nathan, Paris, 2003, 159 p.

Rouet, François : *Le livre, mutation d'une industrie*, La documentation française, Paris, 2007, 306 p.

Schuer, Philippe : *Traité pratique d'édition*, Editions du cercle de la librairie, Paris, 1994, 566 p.

- **Contributions d'ouvrages**

Aurier, Philippe, Evrard, Yves et N'Goala, Gilles : « Valeur de consommation et valeur globale : une application au cas de la consommation cinématographique », *Actes du 16^e congrès international de l'Association française de marketing*, Montréal, 2000, pp. 152-162.

Bourgeon-Renault, Dominique et Filser, Marc : « L'expérience culturelle », dans : Assassi, Isabelle, Bourgeon-Renault, Dominique et Filser, Marc (dir.) : *Recherches en marketing des activités culturelles*, Paris, Vuibert, 2010, pp. 69-106.

Bourgeon-Renault, Dominique : « Le comportement de consommation culturelle », dans : Bourgeon-Renault, Dominique (dir.) : *Le marketing de l'art et de la Culture*, Dunod, Paris, 2009, pp. 69-105

Bourgeon-Renault, Dominique : « Politique de prix et perception du consommateur dans le domaine culturel », dans : Assassi, Isabelle, Bourgeon-Renault, Dominique et Filser, Marc (dir.) : *Recherches en marketing des activités culturelles*, Vuibert, Paris, 2010, pp.63-80.

Debenetti, Stéphane : « Le marketing des industries culturelles : films, livres et disques », dans : Bourgeon-Renault, Dominique (dir.) : *Le marketing de l'art et de la Culture*, Dunod, Paris, 2009, pp. 211-244.

Filser, Marc : « Le management des activités culturelles et de loisirs : questions stratégiques et état des recherches académiques », *Cahier de recherche CERMAB-LEG*, 05-01, Université de Bourgogne, 2005, 17 p.

Grefe, Xavier, Puech, Florence et Simonnet, Véronique : « Les nouvelles entreprises culturelles : caractères, dynamiques et regroupements » dans : Xavier Grefe (dir.) : *Création et diversité au miroir des industries culturelles*, Actes des journées d'économie de la culture, La documentation française, Paris, 2006.

Legendre, Bertrand : « Mutations des logiques socio-économiques dans l'édition, le cas de la fiction », dans : Philippe Bourquillion et Yolande Combès (dir.) : *Les industries de la culture et de la communication en mutation*, L'Harmattan, Paris, 2010, pp. 99-105.

Pinhas, Luc : « Libraires et éditeurs : des relations ambivalentes », dans : Frédérique Leblanc et Sorel, Patricia : *Histoire de la librairie française*, Cercle de la librairie, Paris, 2008, pp. 536-551.

- **Travaux d'étude**

D'Almeida, Francisco et Alleman, Marie-Lise : *Profil culturel des pays du sud membres de la Francophonie : un aperçu de trois pays de l'UEMOA : le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire, le Sénégal*, OIF, Paris, 2010, 66 p.

D'Almeida, Francisco et Alleman, Marie-Lise : *Les industries culturelles des pays du sud : enjeux de la convention internationale sur la diversité culturelle*, OIF, Paris, 2004, 87 p.

Debenetti, Stéphane : *Rôle et impact de l'accompagnement du visiteur du lieu culturel. Le cas de la sortie au musée d'art*, thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Paris 9 Dauphine, 2001.

Godfroy, Sophie et Bontoux, Vincent : *Structure de diffusion et de distribution du livre africain en Afrique...*, Institut Français, Afrilivres, Association Internationale des Libraires Francophones, Alliance Internationale des Editeurs Indépendants, 2011, 69 p.

Institut National de la Statistique et de l'Analyse Economique : Résultats du RGPH4, 2013
Ministère de la culture et de la communication : Culture et médias 2030, Paris, p.235.

Smith, Datus : « Les problèmes économiques de l'édition des livres dans les pays en voie de développement », *Etudes et documents*, n° 79, Unesco, 1977, 48 p.

- **Articles**

Aurier, Philippe, Evrard, Yves et N'Goala, Gilles : « Comprendre et mesurer la valeur du point de vue du consommateur », *Recherche et application en marketing*, 19, 3, 1-20, 2004.

Cellars, Jacques, le Monde, 6 avril 1971

Couao-Zotti, Florent: « Itinéraire d'un écrivain scénariste », dans : *Notre libraire*, n°145, 2001, p.42-47.

Couturier, Jean-Louis : « A propos des divers styles graphiques dans la B.D. d'Afrique », dans : *Notre Librairie*, n°145, juillet-septembre, 2001, pp.14-19.

D'Almeida Francisco Ayi : « L'enjeu de l'intégration régionale pour les industries culturelles africaines », dans *Africultures*, 2006/4, n° 69, pp. 149 -151.

Dauvillier, Fabrice : « Gbich ! : opération coup de poing », dans : *Notre Librairie*, n°145, juillet-septembre, 2001, pp.48-51.

De Lesegno, Sophie Viaris: « Les contrats de diffusion-distribution », dans : *LEGICOM*, n°24, 2001/1, pp. 29-36.

Deyzieux, Agnès : « Les grands courants de la bande dessinée », dans : *Le français aujourd'hui*, n° 1612008/2, pp. 59-68.

Estivals, Robert : « Le livre en Afrique noire francophone », dans : *Communication et langages*, n°46, 2^e trimestre, 1980, pp.60-82.

Fauche, Xavier : « Communiquer par la bande, la B.D. dans les entreprises », dans : *Les Cahiers de la communication interne*, n°20, mars 2007.

Holbrook, M. B. & Hirschman, E. C.: "The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings, and fun", in: *Journal of consumer Research*, 23, 4, pp.326-350.

Jablonka, Ivan : « Histoire et bande dessinée », dans : *laviedesidees.fr*, novembre, 2014, 10 p.

Lallement, J. : « Essai de définition économique du livre », dans : *Cahiers de l'économie du livre*, n°9, mars, 1993, pp.103-116.

Langevin, Sébastien : « Edition et diffusion de la B.D. d'Afrique : vaincre la marginalité », dans : *Notre Libraire*, n°145, 2001, pp.30-33.

Legendre, Bertrand : « Regards sur les petits éditeurs », dans : *Culture études*, n°1, 2007/1, pp.1-12.

Legendre, Bertrand : « Les enjeux de la distribution », dans : *Bulletin des Bibliothèques de France*, n°3, 2004, p.5-9, en ligne, URL : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2004-03-0005-001> (consulté le 08/10/2014).

Ngom, Amadou Guèye : « Les qui et quoi de la bande dessinée » dans : *Afrik'arts*, n°5, avril, 2007.

Peltier, Stéphanie : « L'économie de la culture. Les industries culturelles : une exception économique ? », dans : *Culture, État et marché : Cahiers français*, n°312, pp. 31-36.

Sonon, Stéphane : « Jeunesse et bibliothèque en milieu urbain en Afrique : cas de Cotonou (Bénin) », dans : *Infodoc*, juin-juillet, 2013, pp. 4-9.

Tessy, Roméo : « Réflexions sur le problème de l'édition au Bénin », dans : *Infodoc*, juillet – décembre, 2013, pp.12-16.

Tramson, Jacques : « La bande dessinée de fiction historique : deux visions documentées de l'Afrique », dans : *Notre libraire*, n°145, pp.82-89.

Zeithaml, Valarie : "Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence", *Journal of Marketing*, 52, juillet, 2-22, 1988.

Zidouemba, Dominique : « Les problèmes du livre en Afrique », s.l., 1979.

- **Documents web (y compris les revues électroniques)**

Bourdieu, Pierre : « Art (Aspects culturels) - La consommation culturelle », dans : *Encyclopædia Universalis*, en ligne, URL : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/art-aspects-culturels-la-consommation-culturelle/> (consulté le 13/02/2015)

Cassiau-Haurie, Christophe : « Le vivier méconnu de la bande dessinée béninoise », dans : *Africultures*, 2007, en ligne, URL : <http://www.africultures.com/php/?nav=article&no=6957> (consulté le 18/03/2014).

Centre National des Ressources Textuelles et Lexicales. URL : <http://www.cnrtl.fr/definition/livre> (consulté le 08/10/2014).

Christophe, Cassiau-Haurie : « La BD au Bénin : introduction », dans : *AfriBD*, en ligne, URL : <http://www.afribd.com/article.php?a=10229> (consulté le 28/12/2014).

Colleu, Gilles : « Coûts du livre papier, coûts du livre numérique : une comparaison », 2013, en ligne : <http://alliance-lab.org/archives/1072?lang=fr#.VISgv9KsXNg> (consulté le 07/12/2014).

Editions Geuthner : « A propos », <http://www.geuthner.com/a-propos/> (consulté le 11/07/2014)

Gbédji, Raïssa : « Bénin : s'en sortir avec les «librairies par terre» », RFI, 2012, en ligne, URL : <http://www.rfi.fr/emission/20131027-benin-librairies-terre/> (consulté le 10/03/2014).

Legendre, Bertrand : « Les enjeux de la distribution », dans : *Bulletin des Bibliothèques de France*, n°3, 2004, p.5-9, en ligne, URL : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2004-03-0005-001> (consulté le 08/10/2014).

Mongole, Billy : « Etat des lieux de l'édition du livre littéraire en RDC de 2000 à 2010 », Institut supérieur de statistique de Kinshasa, Graduat 2012, en ligne, URL : <http://www.memoireonline.com/01/14/8582/mEtat-des-lieux-de-l-edition-du-livre-litteraire-en-RDC-de-2000--20103.html> (consulté le 08/10/2014).

Ojardias, Frédéric : « Les «Webtoons», révolution des bandes dessinées sur le net », RFI, 20/06/2014, en ligne, URL : <http://www.rfi.fr/mfi/20140620-webtoons-revolution-bandes-dessinees-internet-coree-sud/> (consulté le 10/03/2015)

Orou, Hamidou Ali : « Parakou, Bénin : de la dynamisation des bibliothèques scolaires à la création d'un salon du livre », dans : *Takam Tikou*, en ligne, URL : <http://takamtikou.bnf.fr/actualites/2014-04-15/2e-salon-du-livre-de-parakou-b-nin> (consulté le 25/11/2014).

Perticoz, Lucien : « Les industries culturelles en mutation : des modèles en question », dans : *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n°1, 2012, en ligne, URL : <http://rfsic.revues.org/112> (consulté le 28/12/2014).

Plumeri, Arnaud et Bloz : « Comment faire une B.D. », en ligne, URL : <http://www.lesdinosaures.net/comment-faire-une-B.D./> (consulté le 07/12/2014).

Réflexions sur la création d'une bande dessinée, en ligne, URL : <http://www.dessinez.fr/les-etapes-de-creation-d%E2%80%99une-B.D.> (consulté le 07/12/2014).

Services de l'administration centrale (les), Direction du livre et de la lecture : « Prix du livre, mode d'emploi », en ligne, URL : <http://www.culture.gouv.fr/culture/dll/prix-livre/prix-1.htm> (consulté le 08/10/2014).

Syndicat national de l'édition : « Coédition », en ligne, URL : http://www.sne.fr/etre_editeur/coedition/ (consulté le 08/02/2014).

Syndicat national de l'édition : « Les chiffres clés de l'édition 2013, données 2012 », en ligne, URL : <http://www.sne.fr/enjeux/chiffres-cles-2013/> (consulté le 06/04/2014)

Ratier, Gilles : « 2014 : l'année des contradictions : une année de bande dessinée sur le territoire francophone européen », en ligne : URL : <http://www.acbd.fr/2366/les-bilans-de-l-acbd/2014-lannee-des-contradictions/> (consulté le 28/03/2015)

Utard, Jean-Claude : « Cours sur l'édition française », en ligne, URL : <http://mediadix.u-paris10.fr/cours/Edition/&siteEdition.htm>, mise à jour en 2012 (consulté le 07/10/2014).

- **Sources législatives et réglementaires**

Décret n°2008-112 du 12 mars 2008 portant approbation des statuts du Fonds d'Aide à la Culture (FAC).

Décret n°92-242 du 24 août 1992 portant création du Fonds d'Aide à la Culture et aux Loisirs.

Instruction du 30 décembre 1971 (3C-14-71) de la Direction générale des impôts (France).

Loi française de 1981 relatif au prix unique du livre.

Loi n°2005-30 du 05 avril 2006 relative à la protection du droit d'auteur et des droits voisins en République du Bénin.

Loi n°84-008 du 15 mars 1984 portant protection du droit d'auteur en République du Bénin.

Loi n°91-006 du 25 février 1991 portant charte culturelle en République du Bénin.

Loi n°90-32 du 11 Décembre 1990 portant Constitution de la République du Bénin.

Annexes

Annexe 1 : Présentation des éditeurs béninois

N°	Nom de la maison d'édition	Domaine	Responsable	Année de création	Siège social
1	CAAREC EDITIONS	Littérature générale, essais, recherche	Adrien HUANNOU	2002	Cotonou
2	Christon Editions	Livre pratique	Christophe TONON	2008	Cotonou
3	Editions OGW	Généralités	Henri D. HESSOU	1990	Cotonou
4	La Croix du Bénin	Livres religieux	nc	nc	Cotonou
5	Esprit et vie	Livres religieux	nc	nc	nc
6	Editions du Flamboyant	Littérature générale	Gérard HOUSSOU	1989	Cotonou
7	Francis Aupiais	Livres religieux	nc	nc	Allada
8	Editions Plurielles	Littérature générale	Koffi ATTEDE	2008	Cotonou
9	Ruisseaux d'Afrique	Littérature jeunesse, générale, livres d'art	Béatrice LALINON GBADO	1996	Cotonou
10	Ids édition	Livres religieux	nc	2009	Cotonou
11	Editions TUNDE, Sa	Scolaire, livres pratiques	François CODJO-SEGNON	2002	Cotonou
12	Editions catholiques du Bénin	Livres religieux	nc	nc	Cotonou
13	Plumes Soleil	Littérature générale	Anicet MEGNIGBETO	nc	Cotonou
14	SOGECIL SARL	Littérature générale, spiritualité, livres pratiques	Gilles ZOCLI	2009	Cotonou
15	Star Editions	Généraliste	Joachim ADJOVI	2003	Cotonou
16	Prisaintes	Livres religieux	nc	nc	nc
17	Editions Wéziza	nc	nc	nc	nc
18	BCMC	nc	nc	nc	nc
19	Editions Mais	Recueils de caricatures	nc	nc	nc
20	Editions Populaires	nc	nc	nc	nc

Annexe 2 : Guide d'entretien

Cet entretien s'inscrit dans le cadre de ma réflexion sur l'édition du livre au Bénin, avec une attention particulière à la bande dessinée. Il vise à connaître la capacité de production des éditeurs béninois.

Créativité/production :

- 1- Combien d'ouvrages avez-vous produit en moyenne en 2013 ?
- 2- Combien d'ouvrages produisez-vous en moyenne par an ?
- 3- Nombre d'ouvrages dans votre catalogue ?
- 4- Combien d'auteurs avez-vous déjà édité ?
- 5- Quels domaines couvrent les ouvrages que vous éditez ?
- 6- Quel domaine intéresse le plus vos lecteurs ?
- 7- Quel est le tirage moyen de vos ouvrages ?
- 8- La production d'albums BD fait-elle partie de vos centres d'intérêts ? (échelle de niveaux 1 à 5)
 - Pourquoi ?
- 9- A quel pourcentage évaluez-vous votre mode d'édition :
 - Normal
 - A compte d'auteur
 - A demi
- 10- Sentez-vous la menace de la piraterie sur vos œuvres ?

Moyens humains :

- 11- Combien de personnes employez-vous ?
- 12- Combien il y a-t-il de salariés ?
- 13- Combien d'entre eux ont suivi une formation aux métiers de l'édition ?
- 14- Souhaiteriez-vous recruter davantage du personnel ? (échelle de niveaux 1 à 5)
 - Si oui, combien de personnes en plus ?
 - Pour quel(s) tâche(s) ?
- 15- Trouvez-vous de la main d'œuvre qualifiée pour la production de vos ouvrages ?
- 16- Si vous deviez produire de la BD, auriez-vous besoin de recruter du personnel supplémentaire ?

Moyens techniques :

- 17- Disposez-vous suffisamment de matériels pour éditer vos ouvrages ?
 - Si non, pourquoi ?
- 18- Quel(s) moyen(s) technique(s) auriez-vous souhaité avoir en plus ?
- 19- Etes-vous satisfait de la qualité d'impression de vos ouvrages ?
- 20- Comment distribuez-vous vos ouvrages ? pourcentage
 - Editeur-consommateur
 - Editeur-Distributeur-Librairie-Consommateur
 - Editeur-Librairie-Consommateur
- 21- Votre réseau de distribution vous satisfait-il ? (échelle de niveaux 1 à 5)
- 22- Le plateau technique en matière d'édition au Bénin vous satisfait-il ? Justifiez-vous

Moyens financiers :

- 23- Les activités éditoriales vous permettent-elles de dégager des marges bénéficiaires ?
- 24- Cette marge vous permet-elle d'envisager d'étendre votre entreprise (recruter d'avantage de personnel, acquérir de matériels, envisager des locaux plus spacieux, etc. ?
- 25- Bénéficiez-vous de quelque subvention pour l'édition de vos ouvrages ?

- 26- L'auteur contribue-t-il financièrement à l'édition de son ouvrage ?
- 27- A quel pourcentage évaluez-vous votre marge de bénéfice ?
- 28- Cette marge vous satisfait-elle ? (échelle de niveaux 1 à 5)
- 29- L'édition de la B.D. vous permettra de gagner plus ? (Echelle de niveau 1 à 5)

Nom de la maison d'édition :

Date de création :

Capital financier :

Annexe 3 : Présentation des résultats d'entretien

		CAAREC	Christon Editions	Editions Plurielles	Plumes Soleil	Ruisseaux d'Afrique	Sogecil	Star éditions
1	Moyenne d'ouvrage en 2013	-	8	6	11	8	2	6
2	Moyenne d'ouvrage par an	7	10	7	11	8	2	7
3	Nbre d'ouvrage dans le catalogue	20	30	30	45	environ 200	7	plus de 100 titres
4	Nbre d'auteurs édités	15	22	60	20	environ 72	7	Une cinquantaine
5	Domaines couverts	Littérature générale	Littérature générale	Littérature générale	Scolaires	Littérature enfance et jeunesse	Littérature générale	Généraliste
		Essais	Scolaire	Sciences sociales	Thématiques socio politiques et culturelles contemporaines	Littérature générale et essais	Spiritualité	
		Recherche	Livre pratiques	Relation hommes-femmes		Livre d'art	Livre pratique	
7	Tirage moyen	1000 – 2000	Littérature : 500	500 – 1000	500	1000 - 3000 - 5000	500	500 - 1000
			Scolaire : 1000			Dépend de l'étude du marché		
8	Intérêt pour la bande dessinée	Très intéressé, nous allons bientôt lancer des projets	Très intéressé : un projet de BD est en cours	Très intéressé, nécessité de financement	Projet en cours	Un projet BD est en cours		terrain vierge, une réelle opportunité à saisir
9	Mode d'édition du fonds		Normal : 30%	Dépend des projets	Normal à 50%	Normal à 95 %	Normal : 10%	Normal à 5%

		Généralement à compte d'auteur	Compte d'auteur : 70%	contribution de l'auteur pour l'impression			Compte d'auteur : 90%	A demi 20% et 75% Auteur Très souvent, l'auteur assure l'impression de l'ouvrage
10	Menace de la piraterie	"Oui, elle est là, je l'ai vu, je le sais"	Sur les livres scolaires vendus à la sauvette au même prix que les originaux	La piraterie est présente dans nos habitudes. Nous avons mis en place une politique de prix en rapport avec la dimension produit pour réduire son effet	Oui, seulement pour les scolaires	Oui, personne n'est à l'abri		Piratage des ouvrages les plus vendus et des manuels scolaires
11	Effectif du personnel	2	6	10	12	-	4	12
12	Salariés	2	2	2	8	7	0	2
13	Nbre de personnes ayant suivi une formation au métier du livre	1 : Formation pratique chez les éditions NEA à Dakar	3 : CAFED, Tunis	1 : CAFED, Tunis	2	3	2 : CAFED, Tunis	1 : ESTIC, Yaoundé
14	Besoin de personnel	Non	Très fortement	Très fortement	Très fortement	Pas du tout. L'édition du livre ne tourne pas bien, gérer le capital humain disponible	Pas vraiment	Pas du tout, secteur réduit, pas de marché, paiement à la tâche
	Estimation du besoin en personnel supplémentaire	-	2	2	2		-	-
	Tâches à exécuter	Non	Correction de manuscrit	Diffusion-distribution	Diffusion-distribution		-	-

15	Main d'œuvre qualifiée existante	Technicien, artistique... on peut enseigner les règles	Pas toujours notamment pour certains types d'ouvrages comme	Oui, localement mais c'est à force de travailler avec la même main d'œuvre	Seulement des problèmes de finition à l'imprimerie	Oui, localement sauf pour les ouvrages à imprimer en quadrichromie	Pas très satisfait de la qualité d'impression	Oui
16	Besoin de personnel supplémentaire pour produire de la bande dessinée		Oui car il s'agit d'un type particulier d'ouvrage	Oui notamment d'illustrateurs	Oui	Non, on optimise les ressources existantes	Oui car il s'agit d'un type particulier d'ouvrage	
17	Matériels toujours disponibles pour éditer vos ouvrages		Non. Le papier n'est pas toujours disponible		Oui	Pas toujours lorsqu'il s'agit d'une impression en quadrichromie	Non. Le papier n'est pas toujours disponible	Non, nécessité de plus de moyens pour produire pour l'extérieur
19	Satisfaction du point de vue de la qualité		Pas satisfait de la qualité d'impression notamment pour l'impression en quadrichromie	Qualité acceptable pour les ouvrages en bichromie	L'impression	Qualité acceptable pour l'offset, ouvrages en bichromie	Pas très satisfait de la qualité d'impression	Pas entièrement
20	Mode de distribution		Editeur-distributeur-diffuseur	Editeur-librairie	Editeur-librairie	distributeur et libraire occasionnellement	Editeur-distributeur-diffuseur	Librairie - dépôt vente

21	Satisfaction de la distribution	Distribution, le gros problème, dépôt en librairie (20%)	Peu satisfait	Peu satisfait	Pas entièrement satisfait	pas vraiment, mais il y a <i>Afrilivres</i> qui a permis de faire un travail remarquable en matière de distribution	Peu satisfait	Peu satisfait, mais il y a <i>Afrilivres</i> qui fait un travail remarquable
22	Bénéfices de l'activité éditoriale	Pas de bénéfices	10-15%	10-15%	10%	10-15%	10-15%	20 - 25%
22	Subvention à l'édition	Non	Non	Subvention pour le trophée Plumes dorées de la part du PSCC	Aucune	Subvention de l'OIF	Non	Fonds d'aide à la culture pour les auteurs, PSID entre temps
24	Editer la bande dessinée peut permettre de faire une marge importante		Oui	Oui	Oui, notamment chez notre cible constituée de scolaires	Intéressé, mais pour une certaine qualité de produit	Oui	Oui, le seul éditeur BD au Bénin, Politique de prix pour les jeunes, problème de la culture du livre. Commencer à compte d'auteur

Source : Données d'enquête, 2014