

**RAPPORT DU MÉDIATEUR
DE L'ÉDITION PUBLIQUE
POUR L'ANNÉE 2007**

RAPPORT À M. LE PREMIER MINISTRE
À MME LA MINISTRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION

MARIANNE LÉVY-ROSENWALD

Décembre 2008

Rapport téléchargeable sur les sites du ministère de la Culture et de la Communication
et de la Documentation française

<p style="text-align: center;">BILAN DE L'ACTIVITÉ ÉDITORIALE DES ADMINISTRATIONS ET ÉTABLISSEMENTS PUBLICS DE L'ÉTAT EN 2007</p>
--

SOMMAIRE

Introduction	3
1. Les principaux chiffres de l'édition publique	4
1.1 Les éditeurs et les secteurs concernés	4
1.2 La place des éditeurs institutionnels au sein de l'édition publique	6
1.3. La place de l'édition publique dans l'édition nationale	7
2. L'activité de publication : nombre de titres, d'exemplaires et tirage moyen	9
➤ Le nombre de titres publiés.....	9
➤ Le nombre d'exemplaires produits	10
➤ Nouveautés et fonds	10
➤ Le tirage moyen	11
➤ Tirage moyen fonds et nouveautés	12
3. L'activité commerciale : ventes et chiffre d'affaires	13
➤ Nombre d'exemplaires vendus	13
➤ Chiffre d'affaires des éditeurs publics	13
➤ Chiffre d'affaires par exemplaire vendu	15
4. L'édition de livres	16
<u>4.1. Le secteur arts</u>	16
➤ Nombre de titres publiés et d'exemplaires produits	17
➤ Tirage moyen	17
➤ Nombre d'exemplaires vendus	17
➤ Chiffre d'affaires	18
➤ Chiffre d'affaires par exemplaire	18
➤ Diffusion	18
<u>4.2. Le secteur droit</u>	19
➤ Nombre de titres publiés et d'exemplaires produits	19
➤ Tirage moyen	20
➤ Nombre d'exemplaires vendus	20
➤ Chiffre d'affaires	20
➤ Chiffre d'affaires par exemplaire	20
<u>4.3. Le secteur éducation</u>	21
➤ Nombre de titres publiés et d'exemplaires produits	22
➤ Tirage moyen	22
➤ Nombre d'exemplaires vendus	23
➤ Chiffre d'affaires	23
➤ Chiffre d'affaires par exemplaire	23
➤ Diffusion	23

4.4. Le secteur SHS	24
➤ Nombre de titres publiés et d'exemplaires produits	25
➤ Tirage moyen	25
➤ Nombre d'exemplaires vendus	25
➤ Chiffre d'affaires	26
➤ Chiffre d'affaires par exemplaire	26
➤ Diffusion	26
4.5. Le secteur STM	27
➤ Nombre de titres publiés et d'exemplaires produits	27
➤ Tirage moyen	28
➤ Nombre d'exemplaires vendus	28
➤ Chiffre d'affaires	29
➤ Chiffre d'affaires par exemplaire	29
➤ Diffusion	29
4.6. Le secteur universitaire	30
➤ Nombre de titres publiés et d'exemplaires produits	31
➤ Tirage moyen	31
➤ Nombre d'exemplaires vendus	31
➤ Chiffre d'affaires	31
➤ Chiffre d'affaires par exemplaire	32
➤ Diffusion	32
5. L'édition de cartes	33
➤ Nombre de titres publiés et d'exemplaires produits	34
➤ Tirage moyen	34
➤ Nombre d'exemplaires vendus	34
➤ Chiffre d'affaires	35
➤ Chiffre d'affaires par exemplaire	35
➤ Diffusion	35
6. La mise en œuvre des outils de comptabilité analytique	36
7. Les éditeurs publics et le numérique	37
8. Les préoccupations des éditeurs privés	39
8.1. Les saisines du Syndicat national de l'édition	39
8.2. Les autres saisines	40
8.3. La saisine du Conseil de la concurrence	40
9. Les autres interventions de la médiatrice	41
ANNEXES	
1. Synthèse des principaux résultats	42
2. Liste des éditeurs publics	44
3. Document formalisé 2007	48

Introduction

Depuis 2000, le rapport annuel du médiateur de l'édition publique au Premier ministre et au ministre chargé de la Culture dresse le bilan de l'activité éditoriale et commerciale des éditeurs publics. Pour la huitième année, ce rapport rend compte des évolutions et des tendances de l'édition publique au sein de l'édition française pour l'année 2007.

Conformément aux recommandations de la circulaire du 9 décembre 1999, la présente synthèse est le résultat de l'observation de l'activité de production en nombre de titres et d'exemplaires et de la commercialisation (ventes et chiffres d'affaires réalisés) de 69 éditeurs publics. Elle confirme la place limitée que tiennent l'ensemble des éditeurs publics au sein de l'édition française autant que l'importance de plusieurs d'entre eux dans certains secteurs éditoriaux (édition pour Éducation nationale, édition d'art et édition de cartes).

Après un travail sur la coédition en 2007, la médiatrice avait souhaité accompagner les éditeurs publics, en 2008, dans la réflexion qu'ils mènent sur les conséquences de l'avènement du numérique sur leur production et sur leur mode de diffusion. Le présent rapport apporte une vision synthétique de ces deux aspects grâce aux données chiffrées et aux analyses fournies dans leurs bilans par les éditeurs publics. L'ensemble permet de conclure à une place encore limitée du numérique dans l'édition publique, comme c'est également le cas aujourd'hui pour l'édition privée.

En outre, la mise en place de supports numériques issus de documents produits par des organismes publics ne peut faire l'économie d'une réflexion sur l'articulation de la mission publique de mise à disposition des contenus, de diffusion et de valorisation des données publiques. C'est cette approche que la médiatrice propose de développer, aux côtés des éditeurs publics, en 2009 au sein d'un groupe de travail sur la valorisation des données publiques.

1. LES PRINCIPAUX CHIFFRES DE L'ÉDITION PUBLIQUE

1.1. Les éditeurs et les secteurs concernés

➤ Les éditeurs institutionnels désignés par la circulaire du 20 mars 1998

La circulaire du 20 mars 1998 relative à l'activité éditoriale des administrations et des établissements publics de l'État a donné un cadre normatif à l'activité d'édition publique et désigné huit éditeurs dits institutionnels, dont l'activité d'édition participait des missions de l'établissement :

- la **direction des Journaux officiels**, dont la mission est de publier et diffuser les textes législatifs et réglementaires ;
- la **Documentation française** qui agit comme éditeur pour le compte d'administrations et d'organismes publics ;
- la **Réunion des musées nationaux**, chargée de valoriser les collections des musées nationaux en « éditant et en diffusant de façon commerciale des ouvrages consacrés aux œuvres qui y sont conservées » ;
- la **Caisse nationale des monuments historiques et des sites**, devenue Caisse des monuments nationaux, chargée d'« assurer la réalisation et la diffusion, à titre gratuit ou onéreux, des publications [...] se rapportant au patrimoine » ;
- le **Centre national de la recherche scientifique**, chargé de développer l'information scientifique et d'assurer l'élaboration et la diffusion de la documentation scientifique et la publication des travaux ;
- le **Centre national et les centres régionaux de documentation pédagogique** qui exercent une activité éditoriale au service des établissements d'enseignement et des communautés universitaires et éducatives » ;
- l'**Institut géographique national**¹ ;
- le **Service hydrographique et océanographique de la Marine**, qui a pour mission de diffuser et contrôler la diffusion des informations nautiques.

Ces huit éditeurs, qui publient respectivement dans chacun des secteurs éditoriaux où l'édition publique est présente, ont tous adressé leur bilan à la médiatrice. Bénéficiant désormais d'outils comptables et de gestion très précis leur permettant de mesurer leur activité éditoriale, comme le leur recommandait la circulaire du 9 décembre 1999, ils sont en mesure de fournir, pour plusieurs d'entre eux, des bilans d'activité très détaillés.

➤ Les autres éditeurs : un échantillon en légère progression

Aux côtés des éditeurs désignés par la circulaire, un certain nombre d'établissements publics (musées, instituts de recherche...) et de services d'administration centrale ont une activité de publication, justifiée par leur mission de diffusion des connaissances dans un domaine. Soixante-neuf éditeurs publics ont adressé à la médiatrice de l'édition publique le bilan rendant compte de leur activité éditoriale en 2007. Au-delà des éditeurs institutionnels, ces éditeurs publics sont constitués de services éditoriaux d'établissements publics : musées, instituts de recherche, services d'administration centrale, qui tous ont pour mission d'assurer la diffusion des connaissances dans un domaine. Le périmètre d'observation est relativement constant depuis 2006, et enregistre même en 2007 une évolution légèrement positive (+10 %). Si l'activité de cinq éditeurs publics

¹ Bénéficiant d'un taux de TVA réduit de 5,5 % les cartes relèvent de la définition fiscale du livre selon l'instruction fiscale du 12 mai 2005.

ayant répondu en 2006 n'a pas pu être prise en compte pour 2007, de nouveaux répondants viennent compenser cette absence.

Dans le domaine de **l'édition d'art ou de musée**, le périmètre d'observation s'étoffe avec les bilans d'activité de deux nouveaux éditeurs :

- les éditions du musée et château de Versailles, qui à la suite du décret n°2003-731 du 1^{er} août 2003, ont obtenu le principe de l'indépendance de leur activité éditoriale par rapport à la RMN ;
- la galerie du Jeu de Paume, qui, bien que de forme associative, préfigure, sous la tutelle du ministère de la Culture, un établissement public culturel.

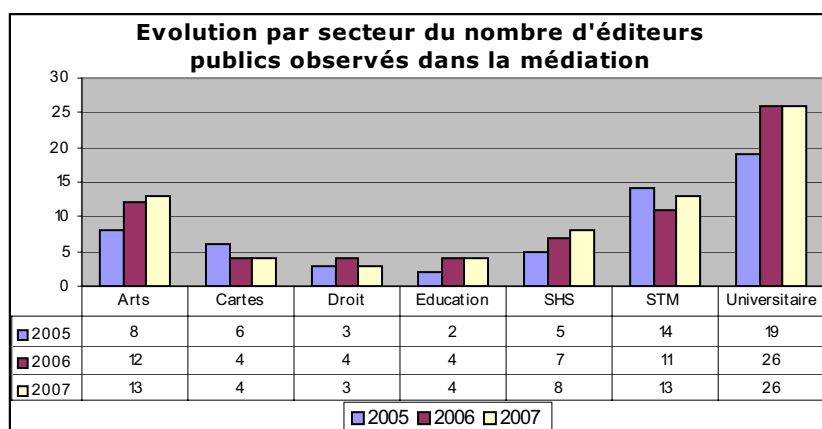
Le secteur public de l'édition d'art tend, en 2007, à l'exhaustivité, à l'exception d'un éditeur muséal ayant obtenu son indépendance par rapport à l'activité de publication de la RMN en 2005.

Le **secteur STM²** est augmenté de deux éditeurs par rapport à 2006 : l'Institut français de l'environnement (IFEN), service à compétence nationale rattaché au ministre de l'Écologie, de l'Énergie, de l'Environnement, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire, a retourné pour la première fois le bilan de son activité éditoriale. Enfin les éditions Quae, qui réunissent quatre établissements publics scientifiques³, répondent en 2007 après une interruption en 2006.

Les éditions de la Cité nationale de l'immigration viennent augmenter le nombre d'éditeurs de **sciences humaines**. La Cité nationale de l'immigration, établissement public à caractère administratif qui a ouvert ses portes au public en octobre 2007, avait consulté la médiatrice de l'édition publique pour organiser les principes de son activité éditoriale. L'établissement a retourné le bilan de sa première année d'activité d'éditeur public.

Paradoxalement, c'est dans le **domaine universitaire** que l'échantillon, tout en restant constant en nombre, est le moins stable : quatre éditeurs universitaires n'ont pas adressé leur bilan, mais quatre autres n'ayant pas répondu l'an dernier l'ont fait cette année. Alors que la plupart des éditeurs publics sont désormais rompus à l'exercice du bilan d'activité annuel, les éditeurs universitaires, souvent plus fragiles ou plus irréguliers dans leur activité d'édition, sont moins fidélisés.

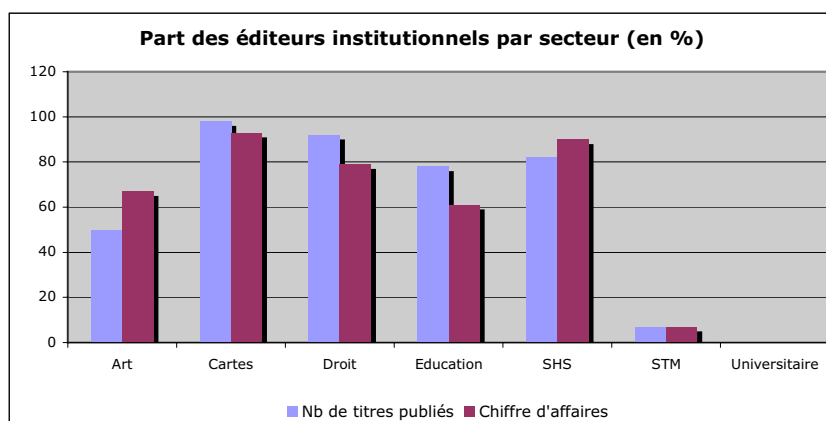
De façon générale, le nombre d'éditeurs publics répondants est en augmentation depuis plusieurs années, signe que l'activité d'observation et de régulation de la médiation est de plus en plus connue et légitime auprès des éditeurs publics.



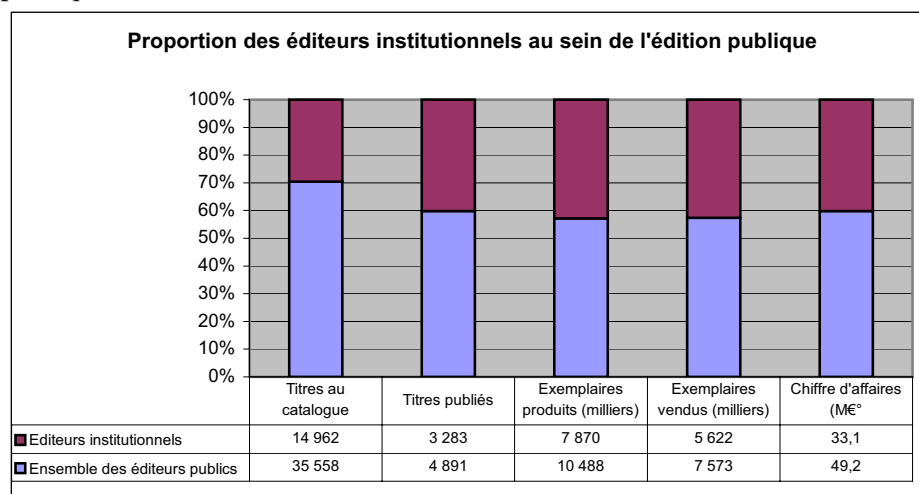
² Sciences, techniques et médecine.

1.2. La place des éditeurs institutionnels au sein de l'édition publique

Désignés par la circulaire du 20 mars 1998, les huit éditeurs dits institutionnels sont présents sur six secteurs d'édition de l'édition publique : art, cartes, droit, éducation et SHS⁴. Dans chacun de ceux-ci, ils sont prédominants par le volume de leur activité de publication et leur chiffre d'affaires et concentrent ainsi près de la moitié de la production et de la diffusion.



Selon les secteurs, cette proportion est variable : si l'édition universitaire n'est pas représentée par un éditeur institutionnel (encore que les éditions du CNRS pourraient être assimilées à ce secteur, mais sont traditionnellement intégrées au secteur SHS⁵), l'édition de cartes par exemple est représentée par deux éditeurs institutionnels (sur quatre éditeurs publics) qui concentrent près de 90 % de l'activité. De même, dans le secteur des sciences humaines, deux éditeurs (La Documentation française et le CNRS), concentrent près de 90 % de l'activité de l'édition publique dans ce domaine.



Le secteur art en revanche est plus diversifié et les deux éditeurs institutionnels que sont la Réunion des musées nationaux et les Éditions du Patrimoine (Centre des monuments nationaux)

³ L'Institut de recherche pour l'ingénierie de l'agriculture et de l'environnement (Cemagref), l'Institut français de recherche pour l'exploitation de la mer (Ifremer), l'Institut national de la recherche agronomique (Inra) et le Centre de coopération en recherche agronomique pour le développement (Cirad).

⁴ L'éditeur de cartes SHOM publie également des ouvrages (20 à 30 titres par an) dans le domaine des STM, mais l'édition de cartes demeure sa principale activité, conformément à ses missions.

⁵ Sciences humaines et sociales.

représentent, ensemble, 50 % du nombre de titres publiés et 67 % du chiffre d'affaires réalisé par ce secteur. L'indépendance de l'activité éditoriale acquise par plusieurs musées par rapport à la RMN depuis 2003 explique aussi ce poids relatif des éditeurs institutionnels.

1.3. La place de l'édition publique dans l'édition nationale

La place des éditeurs publics dans l'édition française est comparable, en proportion, aux années précédentes. La stabilité de l'échantillon des éditeurs publics, quoique légèrement augmenté, explique pour une part cette constance. À la stabilité en nombre de l'échantillon des éditeurs publics répond aussi la stabilité de l'échantillon représentatif des éditeurs retenu par le Syndicat national de l'édition pour réaliser l'enquête annuelle de branche. Constitué en 2007 de 295 maisons d'édition répondantes (soit une baisse de 5 % par rapport à 2006), il forme un échantillon qui représente 90 % du chiffre d'affaires de l'édition française. Enfin, il faut souligner que 22 éditeurs publics, soit 32% de l'ensemble des éditeurs publics dont l'activité est observée dans le présent rapport, font également partie de l'échantillon du SNE pour leur représentativité dans leur secteur éditorial (cartes, art, presses universitaires, sciences humaines en particulier). Ceci explique aussi que les tendances observées dans certains secteurs de l'édition publique soient confirmées par l'observation de l'échantillon national.

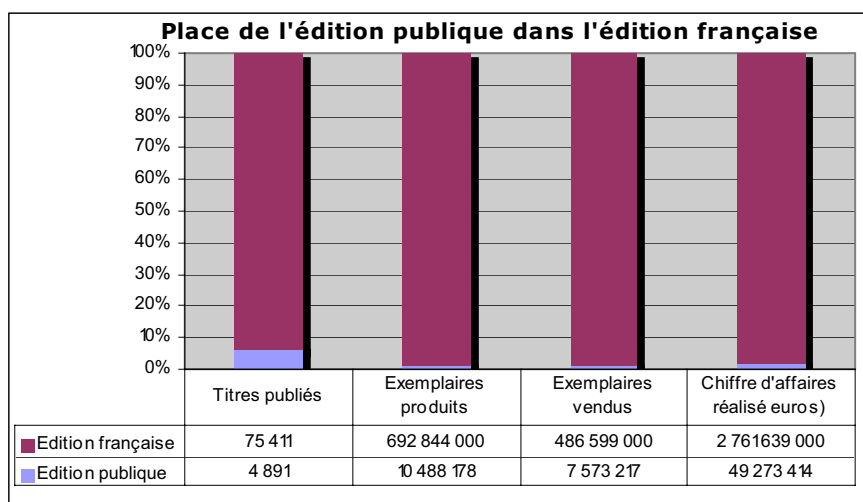
Le nombre total de titres produits par les éditeurs publics représente 6 % de l'ensemble de l'édition nationale. Cette proportion varie, comme chaque année, selon les secteurs. L'édition publique est très représentée, en **nombre de titres**, dans deux secteurs en particulier : l'édition de cartes d'une part et l'édition d'art d'autre part. Le poids des éditions publiques dans la production de cartes s'explique notamment par la nature de l'échantillon constitué par le SNE pour l'enquête de branche. Dans le secteur de l'art, l'édition publique publie plus de la moitié de l'ensemble des titres. Si cette proportion est en hausse par rapport aux années précédentes (25 % en 2006 et 51 % en 2007), cela s'explique sans doute plus par l'absence de distinction opérée entre différents types de publication (livrets de visite et beaux livres en particulier) dans le bilan des éditeurs publics que par une réelle augmentation de la production des éditeurs publics d'art.

À l'origine, le **secteur éducation** était constitué du réseau Scérén (Services culture éditions ressources pour l'Éducation nationale), regroupant le Centre national de documentation pédagogique et les trente et un centres régionaux de la documentation pédagogique et de l'Institut national de recherche pédagogique (INRP). Pour 2007, le secteur éducation intègre désormais l'Onisep (également présent pour son activité 2006), destiné à l'orientation scolaire des élèves, et les publications coéditées du Centre national d'enseignement à distance (Cned), également à destination des élèves, jeunes et adultes. Cette intégration de deux éditeurs publics autorise désormais à comparer le secteur éducation de l'édition publique au secteur de l'enseignement scolaire de la nomenclature SNE (hors parascolaire) et non plus seulement au secteur « pédagogie et formation des enseignants » : il représente 9 % de l'ensemble des titres publiés et 3 % du chiffre d'affaires de l'ensemble de l'édition scolaire française.

Comme pour 2006, on observe que le premier indicateur de production de l'édition publique (proportion du nombre de titres publiés par rapport à l'ensemble de l'édition française) n'est pas corrélé à l'**ensemble des autres indicateurs (nombre d'exemplaires produits, vendus et chiffre d'affaires)**, qui n'excèdent pas 2 % de l'édition française. L'édition publique se caractérise, par rapport à l'ensemble de l'édition française, par des tirages moins importants (2 140 exemplaires par titre contre 9 187 en moyenne), et les secteurs éditoriaux où elle est présente ne sont pas ceux où l'on trouve les plus forts tirages (à la différence de la littérature, des livres pratiques ou de la bande dessinée).

Au total, l'édition publique reste très minoritaire au sein de l'édition française, bien que variable selon les secteurs. Entièrement absente de plusieurs secteurs éditoriaux, elle représente :

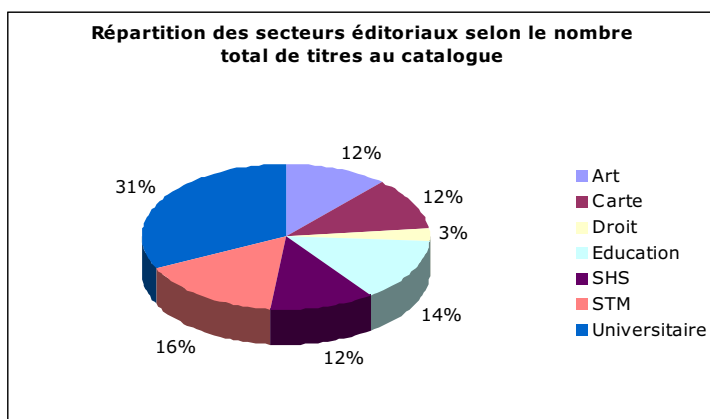
- **6 % du nombre de titres produits.** Soit, selon les secteurs : 100 % des titres pour les cartes, 51 % pour le secteur arts, 15 % pour le droit, les sciences humaines et sociales et les presses universitaires, 7 % pour les ouvrages de STM.
- **2 % du nombre d'exemplaires produits.** Soit 22 % des exemplaires de cartes, 24 % des exemplaires du secteur arts, 9 % du droit, 7 % des sciences humaines et sociales, 3 % du secteur éducation et des STM.
- **2 % des ouvrages vendus.** Soit un quart des cartes (24 %), presque un tiers des ouvrages d'art (30 %), mais seulement 7 % du secteur droit, 4 % des SHS, 2 % du secteur éducation et 4 % des STM.
- **2 % du chiffre d'affaires de l'édition française.** Soit un peu plus d'un quart du secteur cartes (27 %), 19 % du secteur arts, et seulement 6 % des SHS, 3 % du secteur éducation et du secteur STM, et, enfin, 1 % du secteur droit.



Mesurée en termes d'exemplaires produits et vendus comme en termes de chiffre d'affaires, **la part de l'édition publique par rapport à l'ensemble de l'édition française est constante depuis 2000**, date du premier rapport de la médiatrice mais aussi depuis le rapport Grohens établi en 1995. Une stabilité qui démontre, depuis dix ans maintenant, que l'édition publique reste très minoritaire au sein de l'édition française d'une part, et que les tendances qu'elle présente, qui épousent celles de l'édition française, n'en font pas un secteur à part mais un secteur réactif aux réalités du marché et confronté aux mêmes problèmes de commercialisation que l'ensemble des éditeurs.

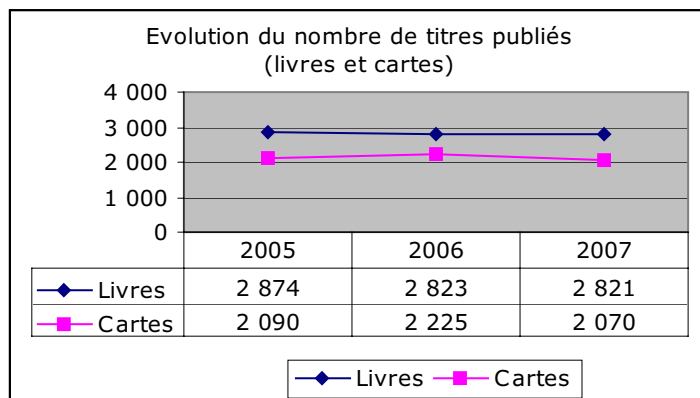
2. L'ACTIVITÉ DE PUBLICATION : PRODUCTION ÉDITORIALE EN NOMBRE DE TITRES, D'EXEMPLAIRES ET TIRAGE MOYEN

Le catalogue des éditeurs publics est constitué de 35 558 titres disponibles, près de 90 % de livres (31 423 livres) pour un peu moins de 10 % de cartes (4 135 cartes). L'édition publique se caractérise donc par la richesse et la diversité de son fonds, mais également par sa capacité à se renouveler par l'ajout chaque année d'un certain nombre de nouveautés à son catalogue et l'abandon de l'exploitation de certains titres. Le secteur universitaire contribue, pour un tiers, au catalogue des éditeurs publics. L'importance du catalogue de ce secteur contraste singulièrement avec sa taille économique réduite et montre combien le fonds constitue sa richesse ; elle confirme également sa vocation d'éditeur d'ouvrages à ventes lentes.

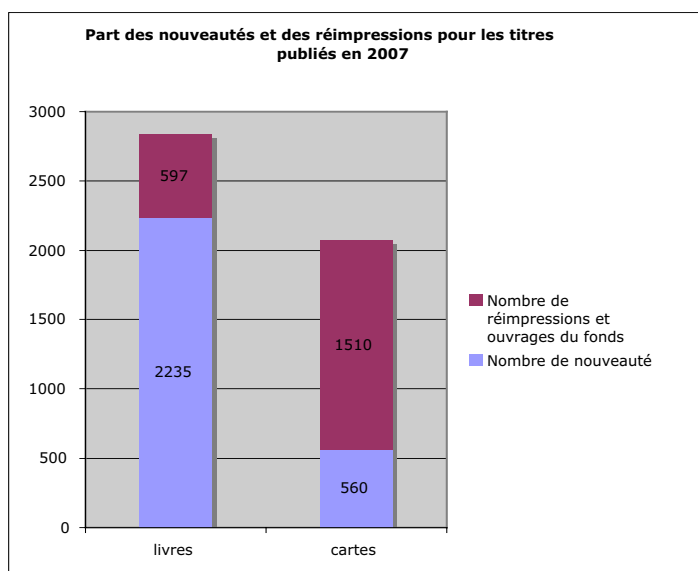


➤ Le nombre de titres publiés

La production en nombre de titres marque légèrement le pas par rapport à 2006 : avec **4 891 titres en 2007**, les 69 éditeurs publics ont produit 3 % de titres en moins. Cette inflexion est le fait des **éditeurs de cartes, dont la production baisse de -7 %**, tandis que **la production de titres de livres est constante**. De ce point de vue, l'édition publique suit la tendance nationale : la baisse de la production de cartes affecte la production française dans des proportions plus importantes encore : -18 % en volume. La production de livres en titres, en revanche, est stable pour l'échantillon public alors qu'il augmente de 7,5 % pour l'ensemble de l'édition française. Ces deux facteurs (baisse de la production de cartes et hausse de la production nationale de livres non suivie par l'édition publique) expliquent sans doute le retrait de l'édition publique par rapport à l'édition française mesurée en nombre de titres pour 2007 : 6 % au lieu des 8 % observés jusqu'à présent.

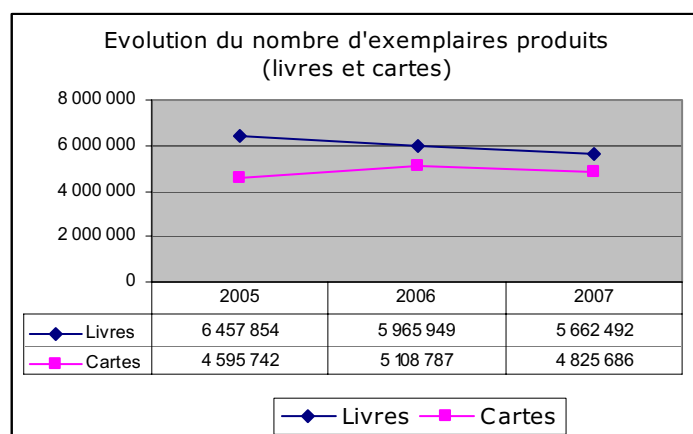


L'édition publique reste un secteur innovant. Le catalogue s'enrichit chaque année d'un certain nombre de nouveautés (près de 60 % de la production de titres, un pourcentage relativement stable d'une année sur l'autre), tandis que certains titres ne sont plus exploités. Selon les secteurs, le comportement des éditeurs diffère et la part du fonds dans la production ne constitue pas le même gisement : très important pour les éditeurs de cartes, dont près des trois quarts des titres publiés appartiennent au fonds, il ne représente que 20 % des publications des éditeurs du secteur livre.



➤ Le nombre d'exemplaires produits

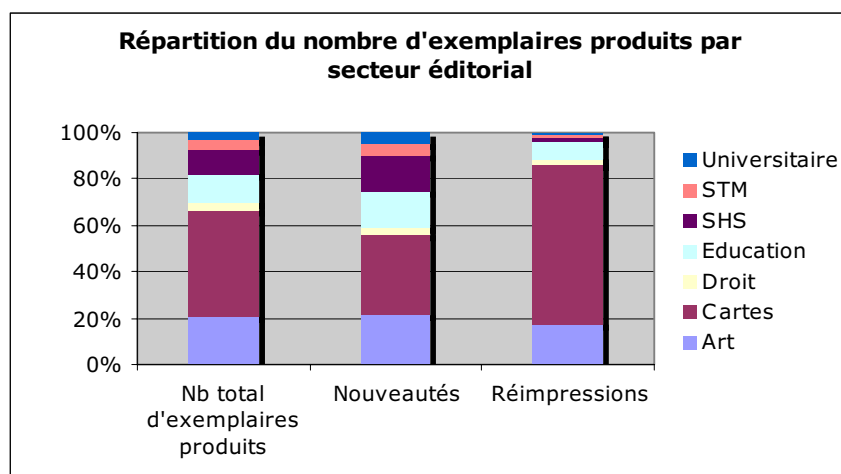
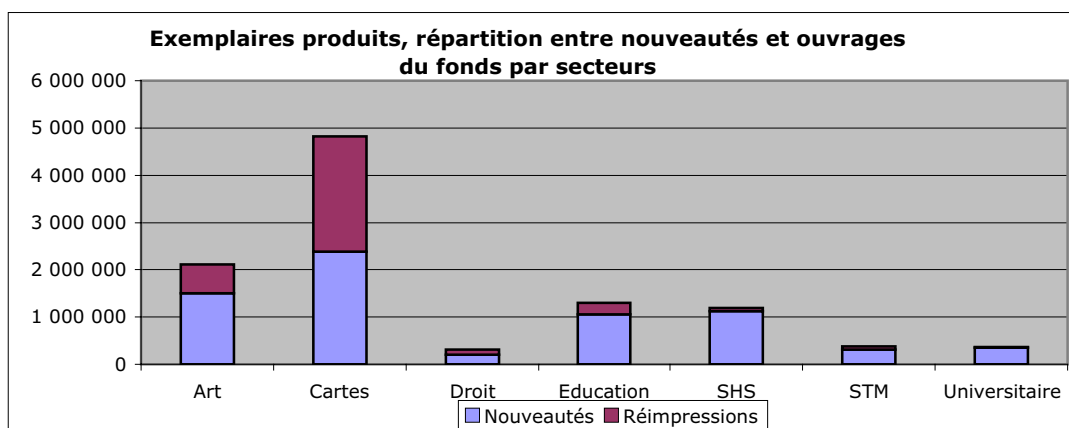
Avec 10,5 millions d'exemplaires, la production est en recul, après une très légère augmentation observée en 2006. La baisse de 5 % s'observe aussi bien dans le secteur des cartes que dans celui des livres. Pour autant, le tirage moyen baisse pour le livre seulement, tandis qu'il est relativement stable pour les cartes.



➤ Nouveautés et fonds

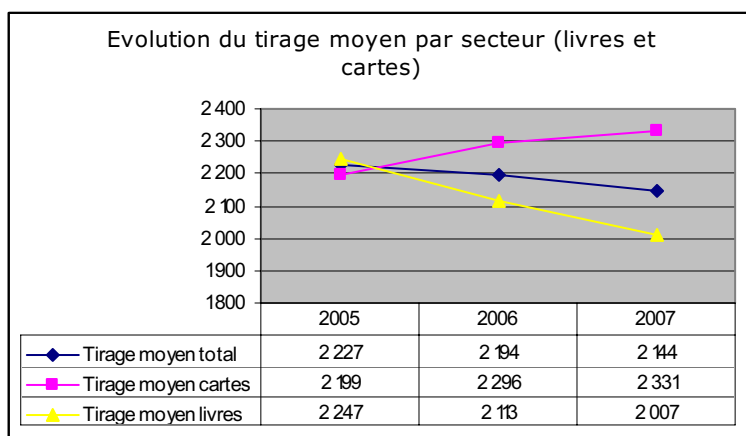
Mesurée en nombre d'exemplaires, la production est constituée à 66 % de nouveautés, une tendance qui ne varie pas d'une année à l'autre, tout comme les variations d'un secteur à l'autre : les réimpressions de titres du fonds dominent pour les éditeurs de cartes, tandis que les presses

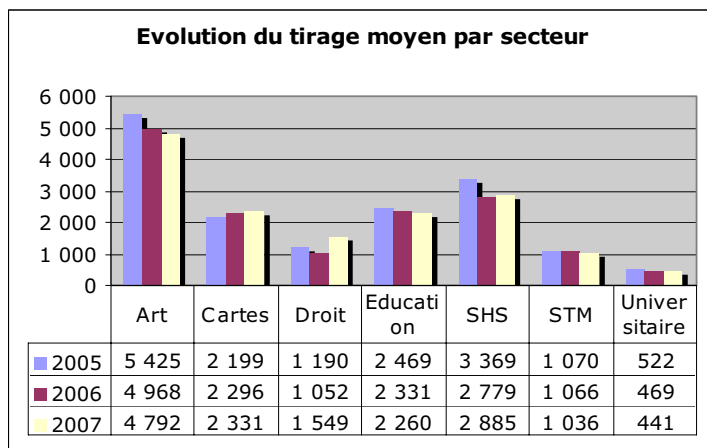
universitaires, les sciences humaines et sociales, l'éducation et les STM produisent très majoritairement des nouveautés.



➤ Le tirage moyen

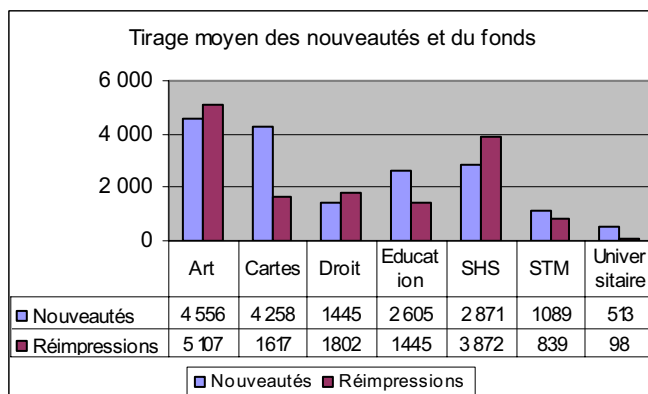
Si le **tirage moyen** de l'ensemble de l'édition publique (**2 140 exemplaires**) est relativement stable, il évolue différemment pour les cartes et les livres : en très légère augmentation pour les cartes, il diminue très légèrement pour les livres et se stabilise autour de 2 000 exemplaires. D'une façon générale, le **tirage moyen est relativement constant** et se situe, selon les années, entre 2 000 et 2 300 exemplaires.





➤ Tirage moyen fonds et nouveautés

Le tirage moyen diffère non seulement selon les secteurs : les livres d'art connaissent les plus forts tirages et les presses universitaires les plus faibles, mais aussi selon l'âge des ouvrages. Ainsi, le tirage moyen des ouvrages de fonds est plus important pour les livres d'art, de droit et de SHS. Ces derniers sont des valeurs éditoriales sûres qui, lorsqu'ils occasionnent un retraitage, autorisent un tirage plus important.

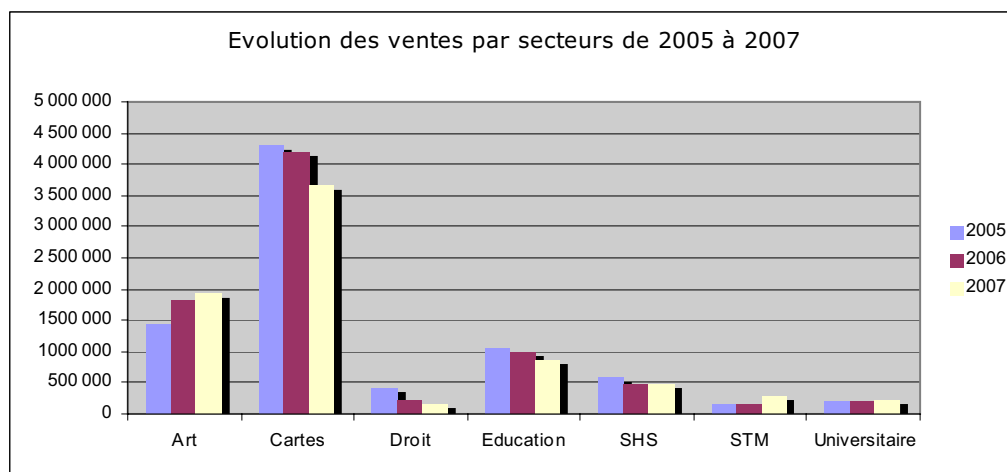
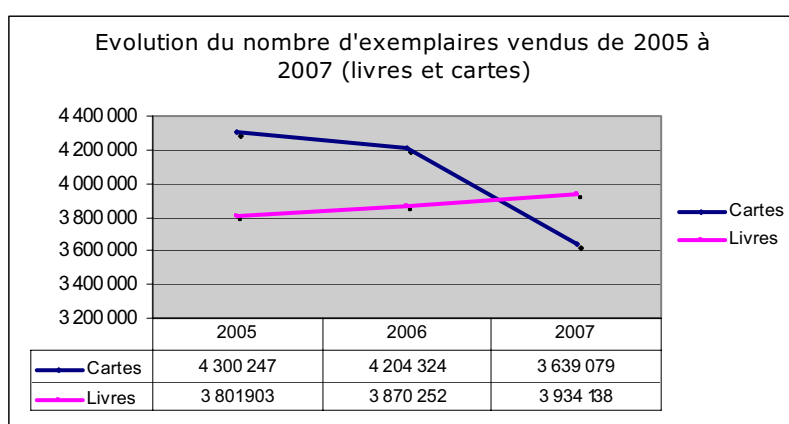


3. L'ACTIVITÉ COMMERCIALE DES ÉDITEURS PUBLICS : VENTE, CHIFFRE D'AFFAIRES ET CIRCUITS DE DIFFUSION

➤ Nombre d'exemplaires vendus

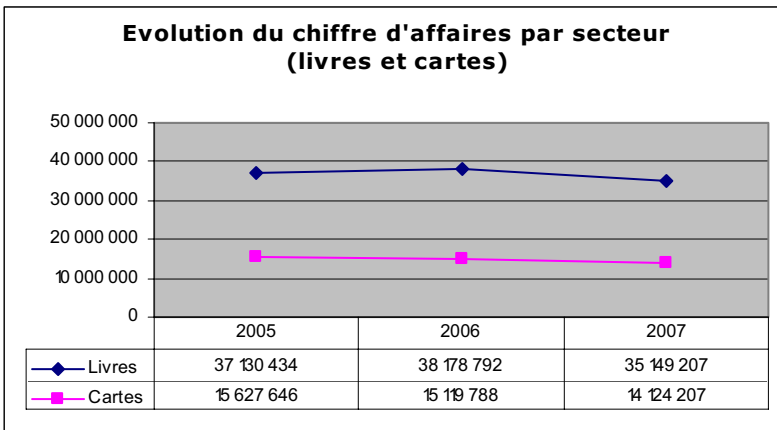
En 2007, les éditeurs publics ont vendu 7,5 millions d'ouvrages : 3,9 millions de livres et 3,6 millions de cartes, soit un recul de 13 %, particulièrement marqué pour le secteur des cartes, comme l'illustre le graphique suivant. Avec une chute de 13 % des ventes, le secteur des cartes connaît une évolution jamais observée jusque-là. L'apparition du support numérique, le développement et la démocratisation des services en ligne d'information géographique et l'explosion des ventes de terminaux GPS expliquent cette évolution négative.

Le secteur des livres, en revanche, progresse très légèrement, alors même que le nombre de titres publiés est stable.

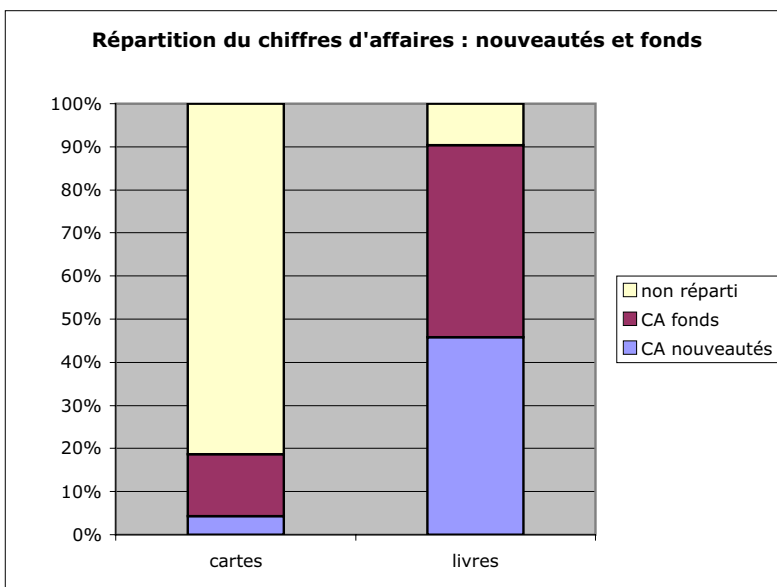
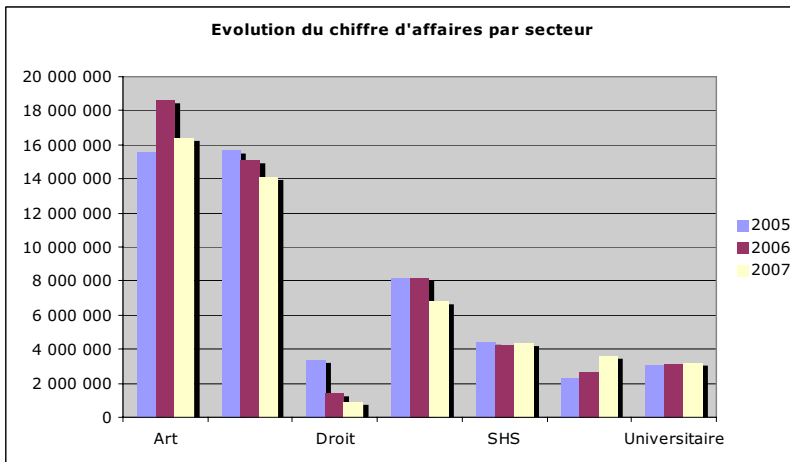


➤ Chiffre d'affaires total

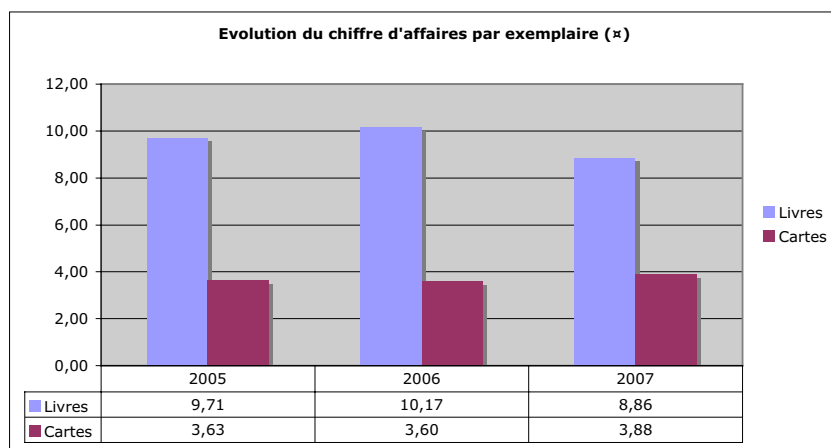
Le chiffre d'affaires de l'édition publique s'élève, tous secteurs confondus, à **49 millions d'euros**, soit **une baisse de 8 %** par rapport à 2006. La baisse est générale et affecte les deux secteurs des cartes (-7 %) et des livres (-8 %), après un chiffre d'affaires livres en très légère progression en 2006.



Pour autant, certains secteurs échappent à la morosité : le secteur STM affiche une belle progression (+37 %), les SHS et presses universitaires se maintiennent ou progressent très légèrement.



➤ Chiffre d'affaires par exemplaire vendu



Le chiffre d'affaires moyen par exemplaire vendu baisse pour les livres en 2007, tandis qu'il progresse de 7 % pour les cartes.

La baisse concerne plusieurs secteurs : arts, droit, STM et universitaire et elle n'est pas négligeable pour certains (-34 % pour les ouvrages de droit par exemple). Plusieurs raisons peuvent expliquer cette baisse comme la commercialisation de formats semi-poche ou poche par exemple, qui pourrait contribuer à faire reculer le chiffre d'affaires par exemplaire. Seule une analyse des formats et des prix de vente moyens par collection et pour chaque secteur permettrait d'identifier précisément les facteurs de recul du chiffre d'affaires par exemplaire vendu.

4. L'ÉDITION DE LIVRES

L'édition de livres représente 58 % de l'activité des éditeurs publics. Elle réunit 65 éditeurs dont trois ont également une activité d'édition de cartes. Au total, le secteur livre concentre 88 % des emplois liés à la chaîne éditoriale.

Le secteur livre de l'édition publique est composé de plusieurs segments éditoriaux ; les choix qui président à la publication, les modes de production et de commercialisation sont déterminés par le domaine de publication et par le marché. Ainsi le secteur universitaire se caractérise-t-il par exemple par un nombre élevé de titres mais par une très faible production d'exemplaires, tandis que le secteur arts, souvent lié à une activité muséale, se démarque par l'importance des ventes internes. Suivent, sous forme synthétique, l'analyse des données par secteur.

4.1. LE SECTEUR ART

Le secteur art de l'édition publique est constitué de 14 éditeurs en 2008, soit une légère progression de l'échantillon par rapport à 2006. Parmi les quatorze éditeurs, neuf sont des éditeurs attachés à un musée ou à un lieu d'exposition. Ce statut d'éditeur muséal contribue à caractériser le secteur art au sein des éditeurs publics : des publications déterminées par l'actualité des expositions (73 % des titres publiés en 2007 sont des nouveautés) d'une part, mais aussi un fonds riche de classiques qui contribuent à la vitalité du secteur (58 % des exemplaires vendus et 50 % du chiffre d'affaires).

Avec un chiffre d'affaires de 16,3 millions d'euros, les éditeurs forment un secteur de poids qui représente 34 % de l'ensemble du chiffre d'affaires des éditeurs publics, 47 % de l'activité des éditeurs publics de livres, et 19 % du chiffre d'affaires du secteur pour l'ensemble de l'édition française.

En 2007, l'activité de publication est en baisse (-10 % de titres et -13 % d'exemplaires produits) après une année de hausse de la production en 2006. Le chiffre d'affaires suit la tendance, avec un fléchissement de près de 12 %, alors que les ventes progressent légèrement : +4 %. Ce double mouvement peut indiquer que les ventes portent sur des ouvrages dont le chiffre d'affaires par exemplaire est moindre : guides et livrets de visite par exemple. C'est le cas pour le nouvel éditeur du domaine de Versailles intégré pour la première fois cette année aux travaux d'observation de la médiation : s'il se destine à la publication de beaux livres, son bilan 2007 montre que ses ventes ont porté essentiellement sur des livrets de visite, dont le chiffre d'affaires par exemplaire est très inférieur aux ouvrages de grand format. Cette hypothèse est confirmée par la baisse du chiffre d'affaires unitaire qui perd deux points en 2007.

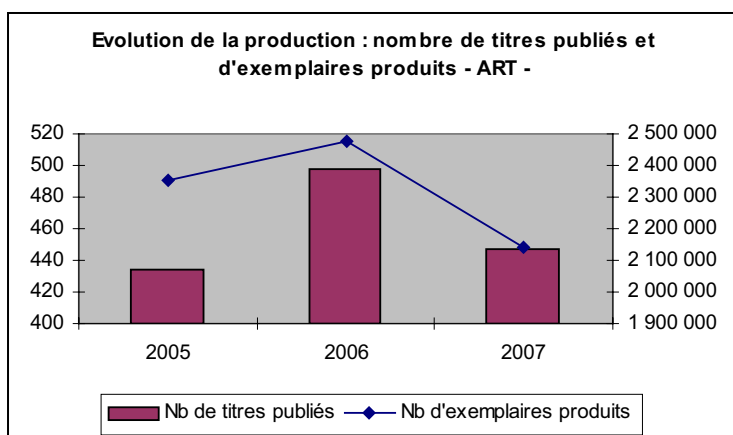
Le secteur art se caractérise aussi par sa pratique courante de la coédition, dont le nombre est stabilisé autour de 180 titres depuis 2006. Les ouvrages coédités représentent 40 % des titres publiés, dont 36 % avec un éditeur privé, et contribuent pour 18 % au chiffre d'affaires du secteur.

Enfin, la pratique de commercialisation des éditeurs d'art est propre au secteur : avec 83 points de ventes internes, les éditeurs d'art vendent leurs ouvrages dans les boutiques de musée pour 22 % de la commercialisation. Ce chiffre masque cependant des disparités : de 93 % des ouvrages vendus dans la boutique pour le Jeu de Paume, à 10 % pour la Cité de la musique. On observe que les musées de taille moyenne vendent très majoritairement leurs ouvrages dans des lieux de vente internes, tandis que les Éditions du Patrimoine, la Réunion des musées nationaux ou les

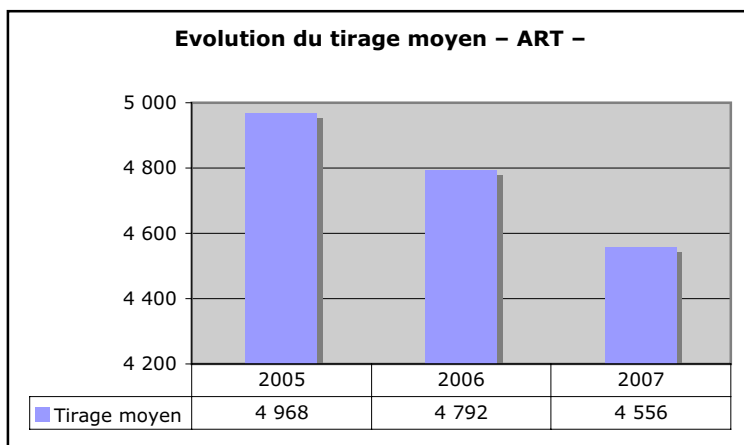
Éditions du Louvre ont externalisé leur diffusion commerciale et ont un circuit de diffusion mixte.

D'une façon générale, la boutique attenante au lieu d'exposition est non seulement un atout commercial pour les éditeurs publics, mais aussi le moyen d'assurer leur mission de diffusion de la connaissance et des œuvres : c'est dans ces boutiques qu'ils peuvent proposer à la vente des ouvrages dits scientifiques qui trouvent difficilement leur place dans le circuit commercial de la diffusion en raison de leur caractère trop spécialisé.

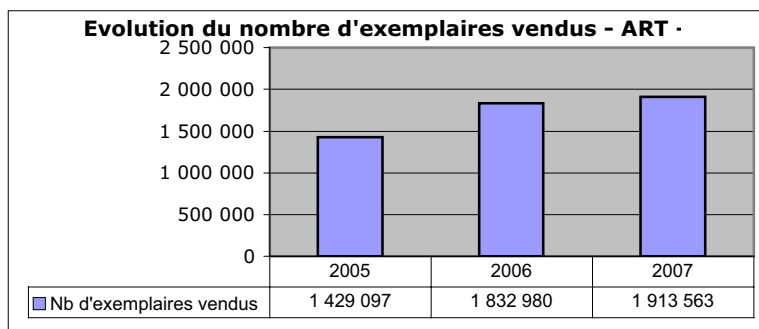
➤ **Nombre de titres publiés et d'exemplaires produits, secteur art**



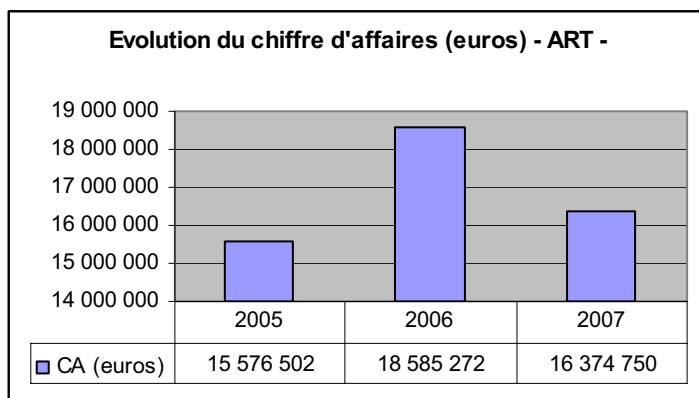
➤ **Évolution du tirage moyen du secteur art**



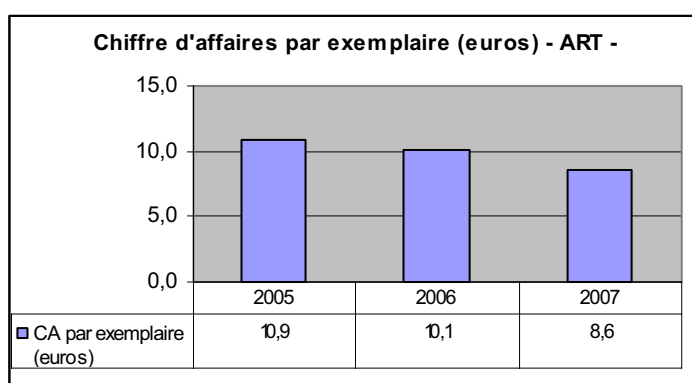
➤ **Nombre d'exemplaires vendus du secteur art**



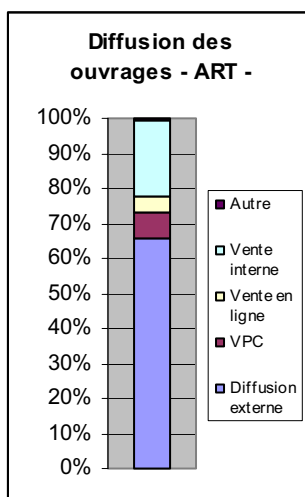
➤ Chiffre d'affaires du secteur art



➤ Chiffre d'affaires par exemplaire du secteur art



➤ Diffusion des ouvrages du secteur art



4.2. LE SECTEUR DROIT

Trois éditeurs forment le secteur droit en 2007 : les Journaux officiels, l'Insee et le ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi, dont plusieurs services ont des activités plus ou moins régulières d'édition (Comité pour l'histoire économique et financière de la France-CHEFF, Direction générale des entreprises-Sessi, Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, Service de la communication...). Comme pour les autres secteurs de l'édition publique, l'éditeur institutionnel désigné par la circulaire du 20 mars 1998 est prédominant : les Journaux officiels représentent 92 % de la production en titres, 89 % des ouvrages vendus et près de 80 % du chiffre d'affaires.

Avec pour mission de dire la norme et de rendre public le droit, le secteur est régi par l'actualité des lois : les nouveautés prédominent (71 % des titres publiés dans l'année) et génèrent 89 % du chiffre d'affaires du secteur.

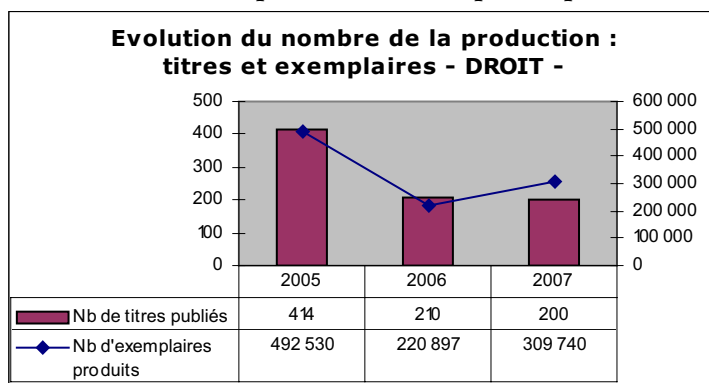
Avec un chiffre d'affaires d'un peu moins d'un million d'euros, le secteur droit est un secteur très minoritaire de l'édition publique : il représente 3 % du chiffre d'affaires des éditeurs publics de livres, 2 % du chiffre d'affaires de l'ensemble des éditeurs, et 1 % seulement du chiffre d'affaires national.

Le secteur est en profonde restructuration : la production comme les produits des ventes baissent régulièrement depuis plusieurs années. Le nombre de titres a diminué de moitié en trois ans, la production a chuté de 37 %, les ventes enregistrent une baisse de 60 %. Mais c'est la perte de chiffre d'affaires qui dit combien le secteur est en récession : entre 2005 et 2007, le chiffre d'affaires des éditeurs de droit a chuté de 72 %.

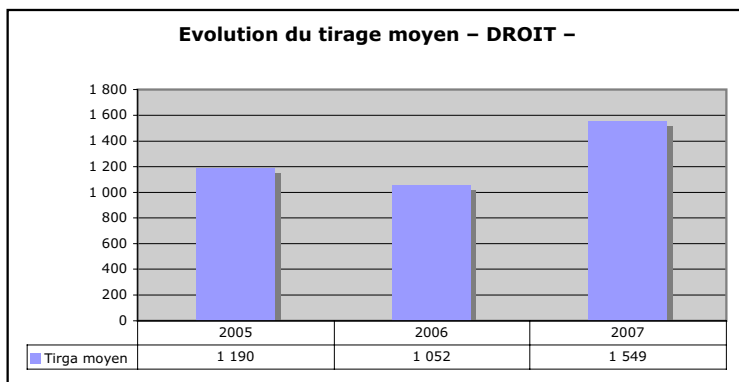
La diffusion est majoritairement externalisée : plus de 75 % des ouvrages sont vendus en librairie, tandis que la vente en ligne gagne du terrain et atteint presque 5 % de l'ensemble des ventes.

La multiplication des offres numériques privées et publiques explique sans doute pour une grande part cette chute des ventes. Pour les Journaux officiels, le site Legifrance, réorganisé en 2008 dans une perspective d'optimisation de la recherche par le citoyen a sans doute contribué à la mise à disposition des contenus, tout en diminuant l'acquisition, payante, du support papier.

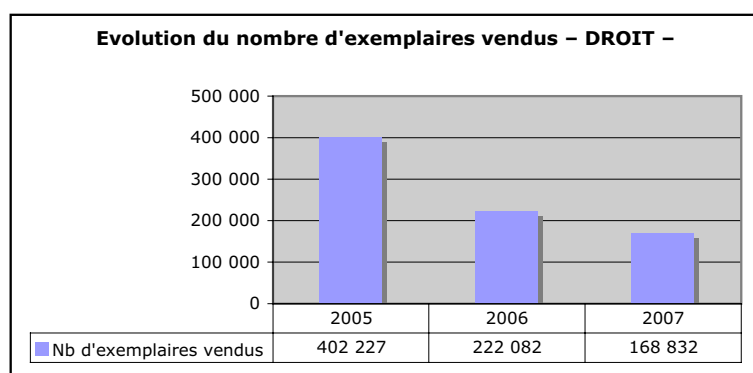
➤ Nombre de titres publiés et d'exemplaires produits, secteur droit



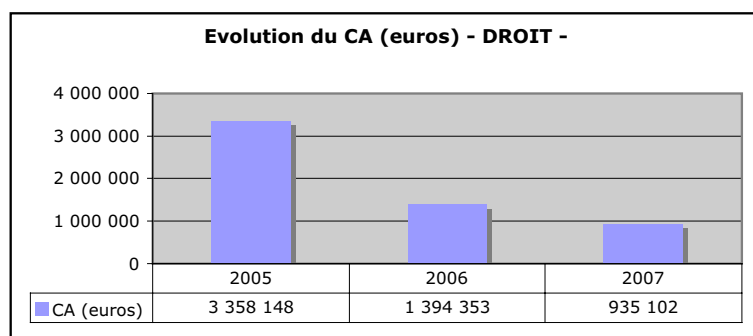
➤ Évolution du tirage moyen du secteur droit



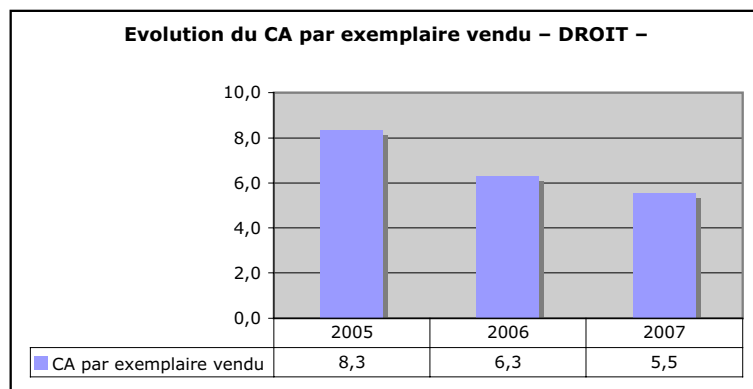
➤ Nombre d'exemplaires vendus du secteur droit



➤ Chiffre d'affaires du secteur droit



➤ Chiffre d'affaires par exemplaire du secteur droit



4.3. LE SECTEUR EDUCATION

Le secteur éducation regroupe quatre éditeurs publics : le Centre national d'éducation à distance (Cned) qui pour la première fois en 2007 a adressé son bilan à la médiatrice, le réseau Scérén (Services culture éditions ressources pour l'Éducation nationale) qui regroupe le Centre national de documentation pédagogique et les trente et un centres régionaux de documentation pédagogique, l'Institut national de recherche pédagogique (INRP) et l'Office national d'information sur les enseignements et les professions (Onisep). L'Onisep et le Cned qui ont rejoint le périmètre d'observation de la médiation respectivement en 2006 et 2007 ont contribué à faire évoluer les caractéristiques du secteur des éditeurs publics dans le domaine de l'éducation : le public auquel les publications sont destinées n'est plus constitué des seuls enseignants, et le mode de diffusion est plus diversifié. Reste toutefois que les éditeurs publics n'éditionnent pas de manuels scolaires à proprement parler⁶ – à l'exception de quelques manuels de langues rares non édités par l'édition privée comme le chinois, l'arabe, l'occitan ou le portugais –, ce qui explique la faible proportion du chiffre d'affaires des éditeurs publics sur ce secteur.

Avec un chiffre d'affaires de 6,7 millions d'euros, le secteur éducation représente 20 % du secteur livre de l'édition publique, 24 % des éditeurs de cartes et livres mais 3 % seulement de l'ensemble des éditeurs scolaires privés et publics. La production est portée par les nouveautés : 70 % des titres, 80 % des exemplaires. L'évolution des programmes et des filières dicte sans doute cette tendance. Une trop grande proportion de sommes non réparties pour les ventes et le chiffre d'affaires empêche toutefois de prolonger l'analyse.

La production est en baisse (-17 % de titres, -20 % d'exemplaires produits) et s'assortit d'une diminution des ventes qui sont inférieures à 2006 (-14 %). Le chiffre d'affaires suit la même courbe (-18 % par rapport à 2006).

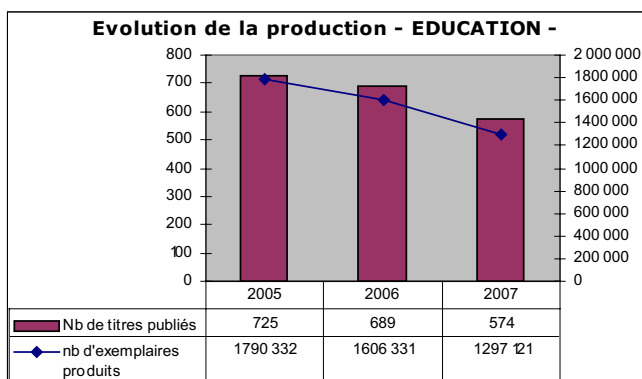
La diversification des supports et la mise à disposition des contenus sur internet ont sans doute joué un rôle dans cette évolution négative de la production et de la commercialisation. Tout comme dans d'autres secteurs de l'édition française, l'arrivée du support numérique, loin d'avoir supplanté l'offre papier, rend peut-être néanmoins les éditeurs plus prudents dans leurs prévisions de production.

Le secteur éducation a développé la coédition. Cette donnée est le fait du réseau Scérén (15 % des titres sont publiés en coédition) mais aussi du Cned, intégré cette année, et dont les seules publications prises en compte sont celles commercialisées sur un réseau de diffusion, et donc réalisées en coédition. Soulignons également que la pratique de la coédition est une constante pour l'INRP qui publie 50 % de ses titres. Les coéditions augmentent en nombre au fil des ans et représentent près de 20 % des titres publiés pour 2007. La moitié d'entre elles ont été réalisées avec un éditeur privé, et elles génèrent un chiffre d'affaires en constante augmentation (+38 % par rapport à 2006) qui contribue à 6 % des recettes des éditeurs publics du secteur éducation.

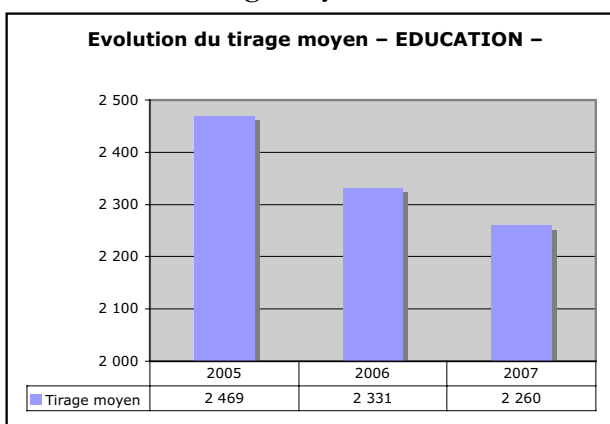
La diffusion du secteur éducation est atypique : 70 % des ventes sont réalisées en interne et correspondent aux ventes d'ouvrages des CRDP réalisées dans les différentes boutiques des CRDP, alors que, pour cette institution, le taux de ventes réalisées dans le circuit commercial externe est inférieur à 1 %. L'intégration de l'Onisep en 2006 puis du Cned en 2007 dans le champ de l'étude contribue toutefois à modifier cette tendance : ces deux organismes, en effet, ont plus largement recours au circuit commercial pour diffuser leurs ouvrages.

⁶ Dont la définition précise est donnée dans le décret 85-862 révisé en 2004. Au sein du secteur scolaire de la nomenclature du SNE, les éditeurs de manuels scolaires publient plus de la moitié des titres de l'ensemble du secteur scolaire et génèrent les trois quarts du chiffre d'affaires du secteur scolaire.

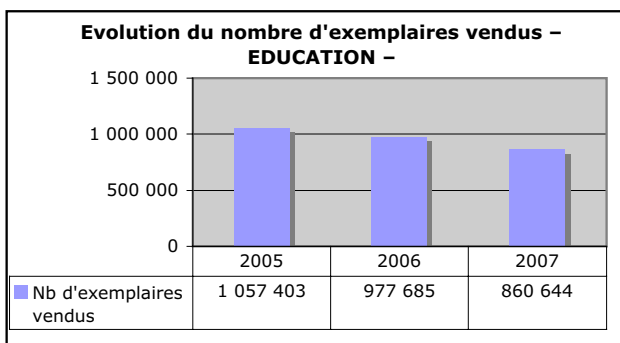
➤ Nombre de titres publiés et d'exemplaires produits, secteur éducation



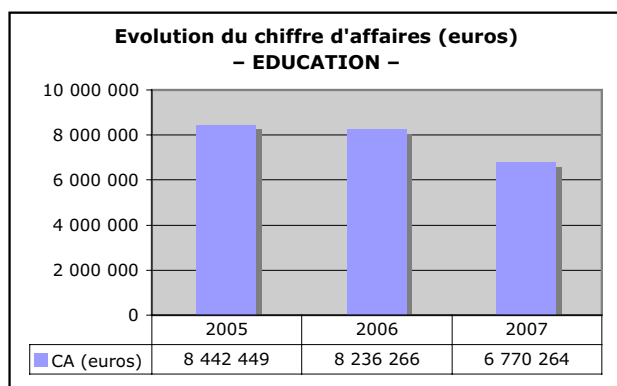
➤ Évolution du tirage moyen du secteur éducation



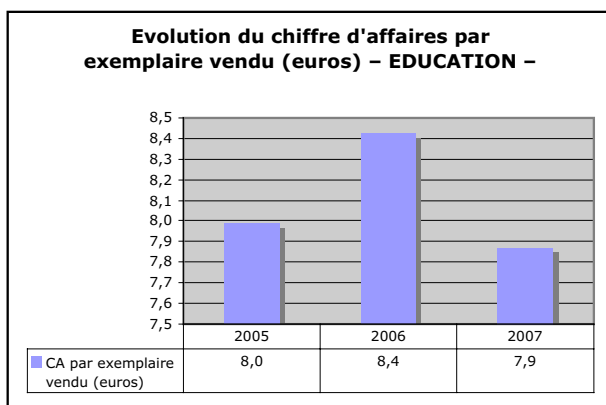
➤ Nombre d'exemplaires vendus du secteur éducation



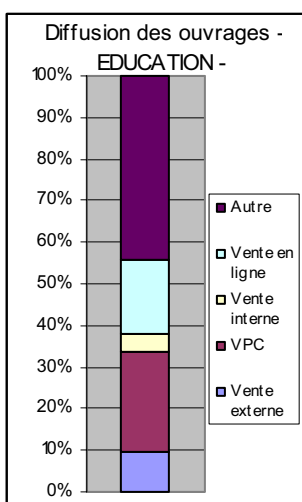
➤ Chiffre d'affaires du secteur éducation



➤ Chiffre d'affaires par exemplaire du secteur éducation



➤ Diffusion des ouvrages du secteur éducation



4.4. LE SECTEUR SHS

Avec huit éditeurs en 2007, le secteur des sciences humaines et sociales s'étoffe chaque année. Aux côtés des deux éditeurs institutionnels, le Centre national de la recherche scientifique (CNRS) et la Documentation française qui publient près de 90 % des titres (respectivement 23 % pour le CNRS et 66% pour la Documentation française), ce sont six établissements publics qui ont des activités d'édition plus réduites mais régulières et structurées : la Bibliothèque publique d'information (BPI), la Cité nationale de l'histoire de l'immigration, l'Institut national des études démographiques (Ined), l'Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire (Injep), l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (l'Inpes), et un groupement européen d'intérêt économique dont l'État détient un quart des parts, Arte.

Avec un chiffre d'affaires de 4,3 millions d'euros, le secteur des sciences humaines et sociales représente 12 % du chiffre d'affaires livres de l'édition publique, 9 % du chiffre d'affaires de l'ensemble des éditeurs publics. C'est donc un petit segment de l'édition publique, qui représente (secteur universitaire compris) 6 % de l'ensemble de l'édition SHS au plan national.

Les sciences humaines et sociales sont parmi les secteurs qui tirent leur épingle du jeu en 2007 : le secteur affiche en effet une hausse sur l'ensemble des indicateurs : progression du nombre de titres publiés (+12), des exemplaires produits (+16 %), assortie d'une hausse des ventes (+4 %) et du chiffre d'affaires qui se stabilise autour de 4,3 millions d'euros (+1 %). Le chiffre d'affaires par exemplaire s'établit à 8,7 euros. Pour autant, l'évolution des trois dernières années reste négative : le chiffre d'affaires réalisé en 2007 est en retrait de 3 points par rapport à 2005. Sur ce point, l'analyse du secteur public est conforme à la tendance nationale (+1,5 %).

Le tirage moyen est l'un des plus élevés au sein de l'édition publique, stabilisé autour de 2 800 exemplaires par titre et en hausse par rapport à 2006.

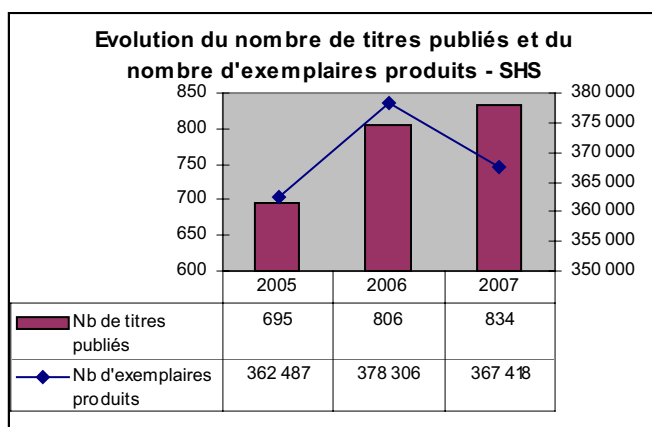
Si la production est portée par les nouveautés qui représentent 95 % des titres publiés et des exemplaires produits, le fonds des éditeurs de sciences humaines demeure une source de revenus importants : il génère 48 % du chiffre d'affaires, et peut représenter 65 % du chiffre d'affaires pour certains établissements comme l'Ined.

Les éditeurs de sciences humaines développent les coéditions : elles ont doublé depuis 2007 et sont réalisées, pour plus de 90 % d'entre elles, avec un éditeur privé. Les comportements sont encore atypiques d'un éditeur à l'autre. Le chiffre d'affaires des ouvrages réalisés en coédition représente 7 % de la totalité du chiffre d'affaires du secteur.

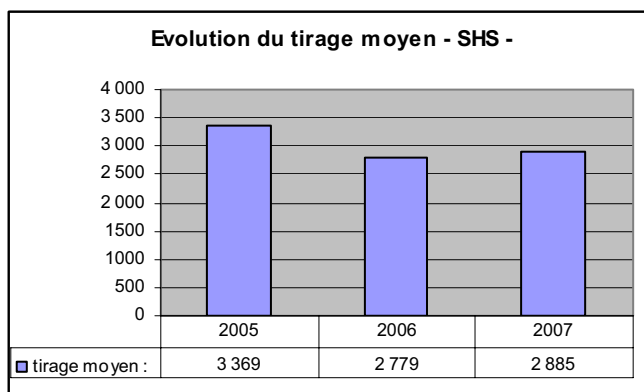
Certains éditeurs de sciences humaines ont développé la mise en ligne de leurs ouvrages : les consultations sur site sont en progression : près de 2 millions de téléchargements gratuits en 2007. Seule la Documentation française met en ligne des produits payants, dont les recettes sont en constante augmentation. Pour les autres éditeurs, et sans que cela soit toutefois caractéristique des éditeurs de sciences humaines, la pratique qui se généralise consiste à mettre en ligne le contenu d'ouvrages soit épuisés soit trop faiblement vendus.

En termes de diffusion, les éditeurs de sciences humaines vendent la moitié des ouvrages qu'ils produisent dans le circuit de diffusion commerciale : librairies, grandes surfaces... La vente par correspondance représente encore 37 % des ventes, une proportion importante qui signale un lectorat fidélisé. Les ventes réalisées par l'intermédiaire d'un site internet maison représentent 4 % de l'ensemble des ventes.

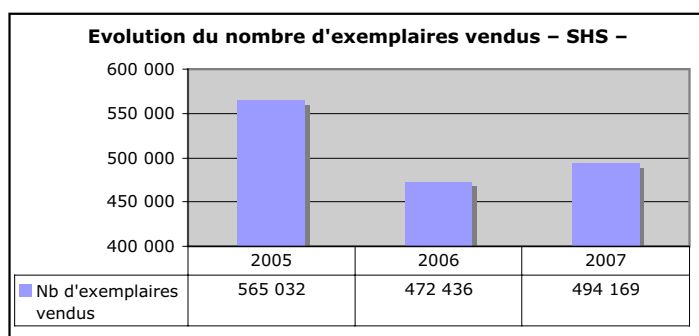
➤ Nombre de titres publiés et d'exemplaires produits, secteur SHS



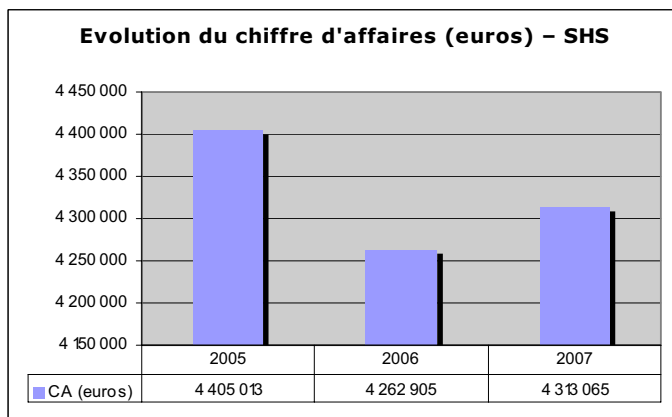
➤ Tirage moyen du secteur SHS



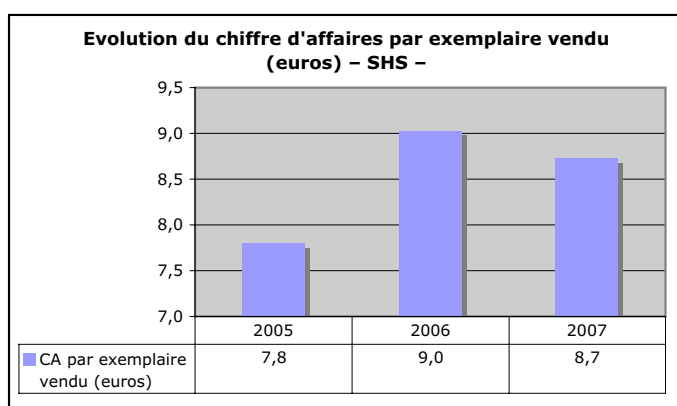
➤ Nombre d'exemplaires vendus du secteur SHS



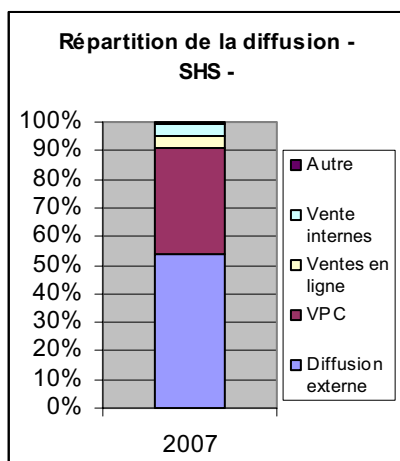
➤ **Chiffre d'affaires du secteur SHS**



➤ **Chiffre d'affaires par exemplaire du secteur SHS**



➤ **Diffusion des ouvrages de sciences humaines et sociales du secteur SHS**



4.5. LE SECTEUR STM

Le secteur STM de l'édition publique, dont l'échantillon (13 éditeurs) augmente en 2007, est un secteur en progression depuis plusieurs années. L'année 2007 représente une année d'embellie pour les éditeurs de STM, publics et privés : le nombre de titres publiés progresse de 40 %, les exemplaires de 30 %. Le tirage moyen baisse légèrement pour se stabiliser autour de 1 000 exemplaires par titre, bien en deçà du tirage moyen de l'ensemble des éditeurs français du secteur (2 650 exemplaires par titre pour l'enquête de branche SNE).

Son chiffre d'affaires progresse de plusieurs milliers d'euros en 2007 pour atteindre 3,6 millions d'euros. Il représente 10 % du chiffre d'affaires des éditeurs de livres publics, 6 % du chiffre d'affaires de l'édition publique, mais 3 % seulement du chiffre d'affaires du secteur STM national (échantillon SNE).

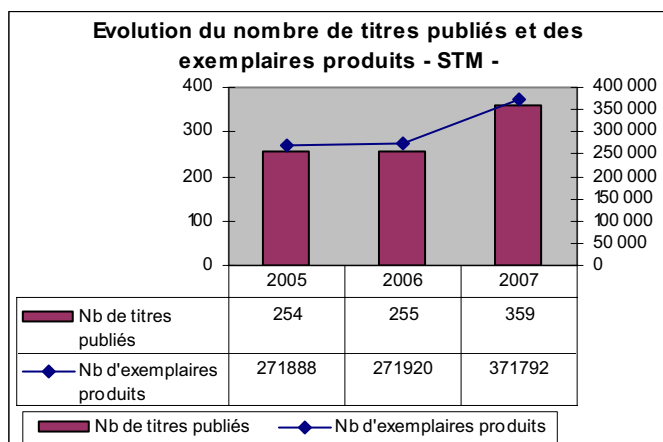
Les nouveautés dominent la production : 78 % des titres publiés et 84 % des exemplaires produits sont des nouveautés, mais les ventes du fonds représentent une part importante des ressources des éditeurs : 66 % des ventes et 43 % des recettes⁷.

Les éditeurs de STM pratiquent et développent la coédition : près de 20 % des titres publiés le sont avec un coéditeur, dont plus de la moitié avec un coéditeur privé. Le chiffre est en hausse : de 2006 à 2007, les titres coédités ont doublé. En 2007, la coédition contribue à hauteur de 10 % du chiffre d'affaires des éditeurs publics de STM.

Seul le chiffre d'affaires moyen par exemplaire est en baisse : de 15,3 euros en 2005 à 12,8 euros en 2007. Dans un marché prospère, cette baisse est sans doute le signe d'une diversification des formats et de la déclinaison en formats poche ou semi-poche, ce que tend à confirmer l'augmentation du volume des ventes.

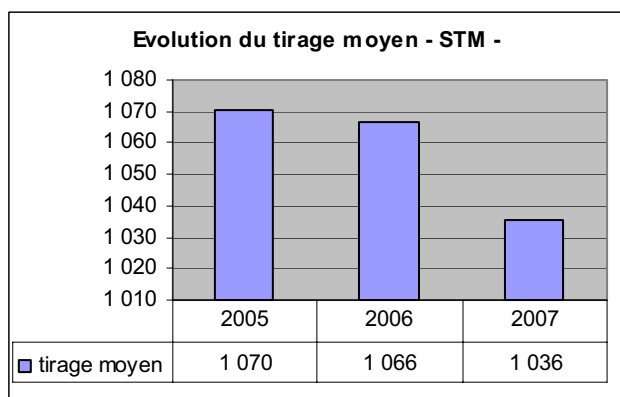
Les éditeurs de STM sont ceux qui ont, en moyenne, le plus développé leurs ventes par l'intermédiaire d'internet : 8 % des ventes sont réalisées par ce canal. Ce chiffre masque toutefois des pratiques très différentes selon les éditeurs : tandis que le BRGM réalise 19 % de ses ventes par internet, certains éditeurs n'en réalisent aucune par ce canal.

➤ Nombre de titres publiés et d'exemplaires produits, secteur STM

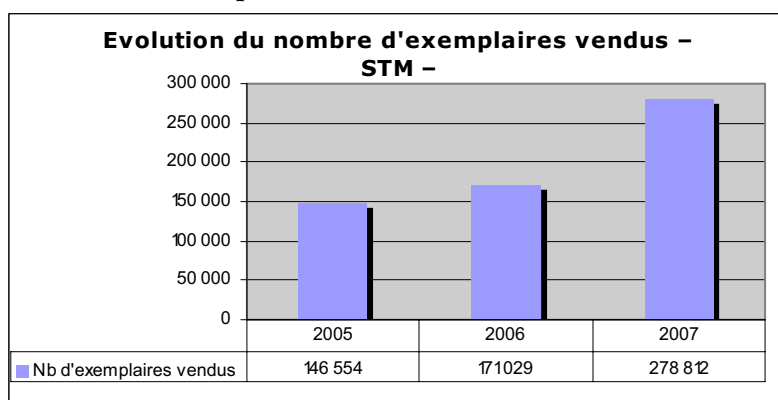


⁷ Attention toutefois : l'absence de ventilation du chiffre d'affaires entre fonds et nouveautés de la part de plusieurs éditeurs porte à près d'un quart (24 %) la proportion du chiffre d'affaires non réparti.

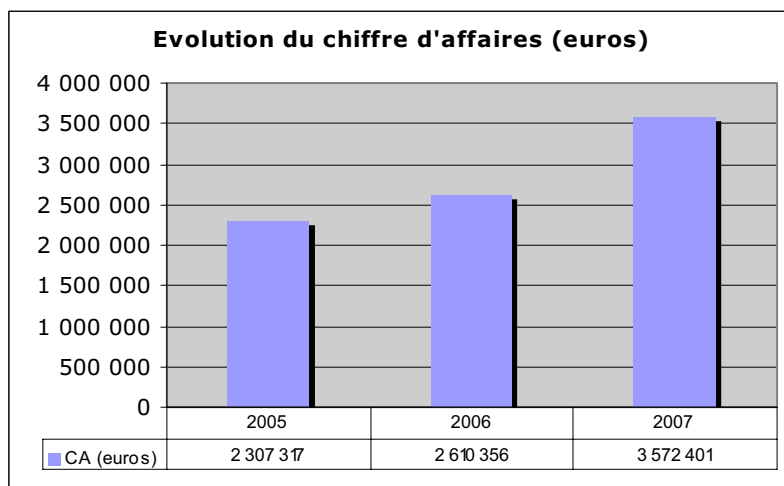
➤ Tirage moyen du secteur STM



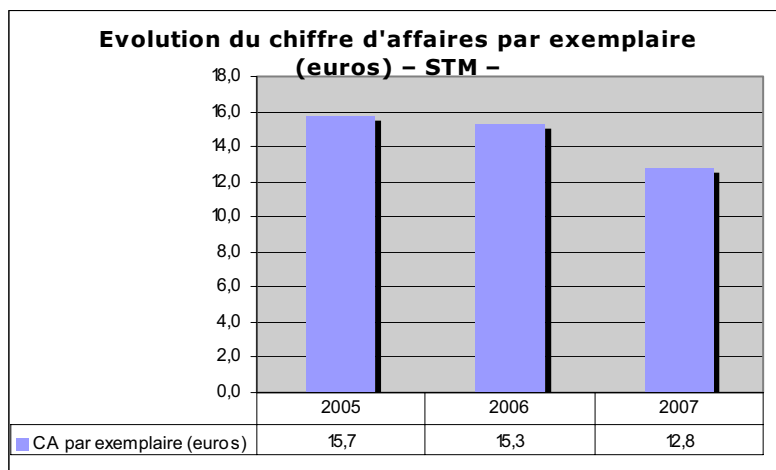
➤ Nombre d'exemplaires vendus du secteur STM



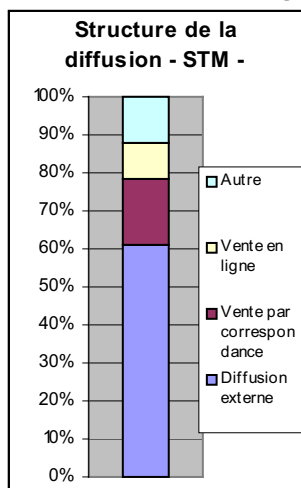
➤ Chiffre d'affaires du secteur STM



➤ **Chiffre d'affaires par exemplaire du secteur STM**



➤ **Diffusion des ouvrages de STM du secteur STM**



4.6. LE SECTEUR UNIVERSITAIRE⁸

Vingt-six éditeurs universitaires forment (presses d'universités et grandes écoles) ce secteur particulier qui regroupe des structures diverses par leur statut et les conditions administratives de rattachement à une université d'une part (SAIC ou statut associatif pour certaines), et par le développement et la structuration de leur activité éditoriale d'autre part.

Non identifiées par la nomenclature du SNE, les presses universitaires sont encore mal cernées. Le secteur universitaire reste assez atypique par rapport à l'ensemble de l'édition publique : un grand nombre de petites structures publient une proportion importante de titres mais produisent peu d'exemplaires. Le secteur est dominé par quelques presses universitaires qui se démarquent par une production beaucoup plus importante que l'ensemble des autres structures. Pour autant, la multiplicité des entités éditoriales, même modestes, contribue à la diversité des publications. Enfin, les domaines de publication sont divers au sein d'une même structure et l'identification d'un secteur dominant par l'étude de leurs catalogues s'est révélée impossible ; le secteur reste résolument polyvalent et couvre aussi bien les sciences et techniques, les sciences juridiques que les sciences humaines et sociales.

Après les cartes et le secteur des arts, les presses universitaires sont le troisième secteur le plus productif en termes de titres : avec 834 livres édités en 2007, elles publient 30 % des titres du secteur livre. Les tirages, en revanche, sont les plus faibles : le tirage moyen de 440 exemplaires en 2007 est encore en baisse (-6 %) par rapport à 2006.

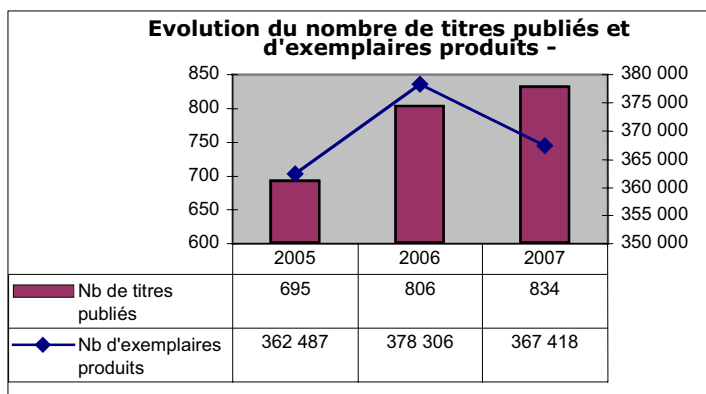
Si la production est relativement stable, le chiffre d'affaires baisse légèrement (-4 %), alors que les ventes augmentent de plus de 10 %. Les presses universitaires occupent de ce fait le troisième rang en termes de publication mais ne contribuent en revanche, avec 2,9 millions de chiffre d'affaires, qu'à hauteur de 9 % au chiffre d'affaires des éditeurs publics de livres.

La diminution du chiffre d'affaires par exemplaire indique que les prix de vente ont baissé en 2007, ce qui peut suggérer la commercialisation de formats de poche ou semi-poche. D'une façon générale, on observe que les presses universitaires s'efforcent de rationaliser leur production tout en conciliant les contraintes économiques avec les exigences de diffusion de la recherche : elles ont massivement recours à l'impression numérique qui permet de réaliser de faibles tirages à moindre coût et de préserver ainsi la diversité des titres publiés.

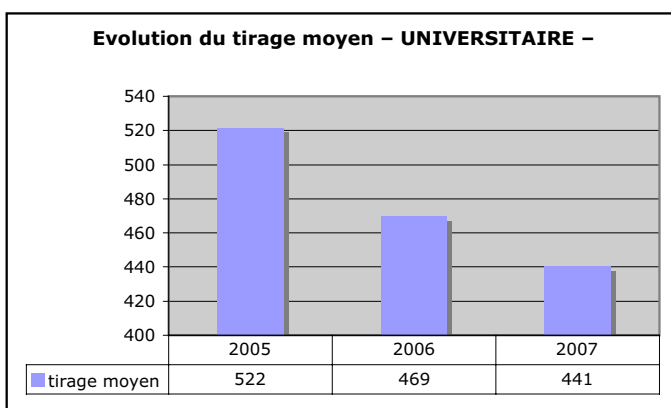
En termes de commercialisation, les presses universitaires disposent d'un réseau de diffusion spécifique, qui permet au secteur de réaliser 60 % des ventes en externe, tandis que la VPC contribue à 20 % des ventes. Les presses universitaires ont développé depuis quelques années des outils communs de diffusion commerciale : l'AFPU-Diffusion et le CID, deux structures de diffusion qui émanent de Presses du Septentrion et de la Maison des sciences humaines-Paris, toutes deux distribuées par la Sodis, ont développé des partenariats et des outils complémentaires de diffusion dans le but commun d'assurer une plus grande visibilité des éditions universitaires auprès du plus large public.

⁸ Malgré la variation de l'échantillon ces trois dernières années, les bilans des éditeurs rendent compte de leur activité depuis 2005, à l'exception d'un pourcentage réduit de non-réponses sur les années 2005 et 2006. Les évolutions constatées concernent donc bien l'ensemble des éditeurs universitaires.

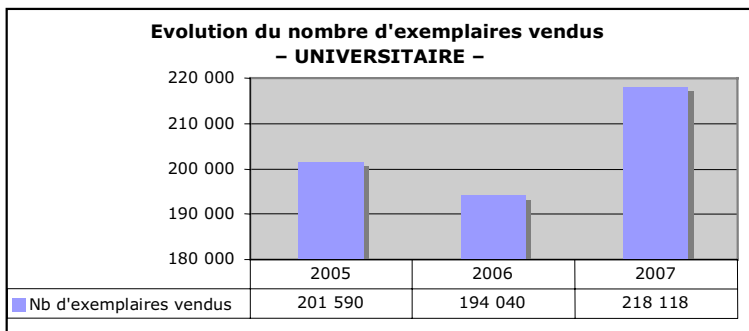
➤ Nombre de titres publiés et d'exemplaires produits, secteur universitaire



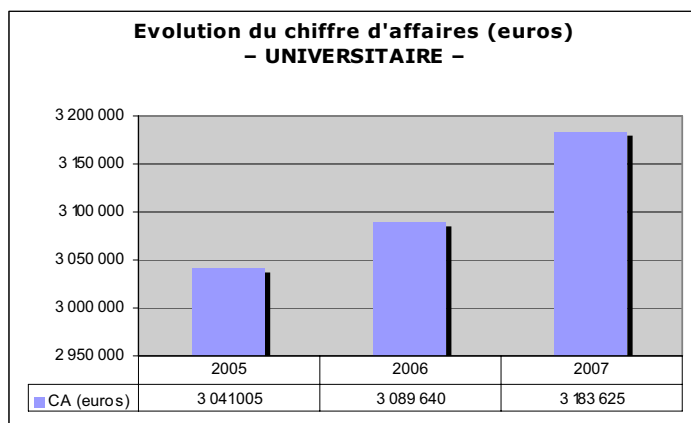
➤ Évolution du tirage moyen du secteur universitaire



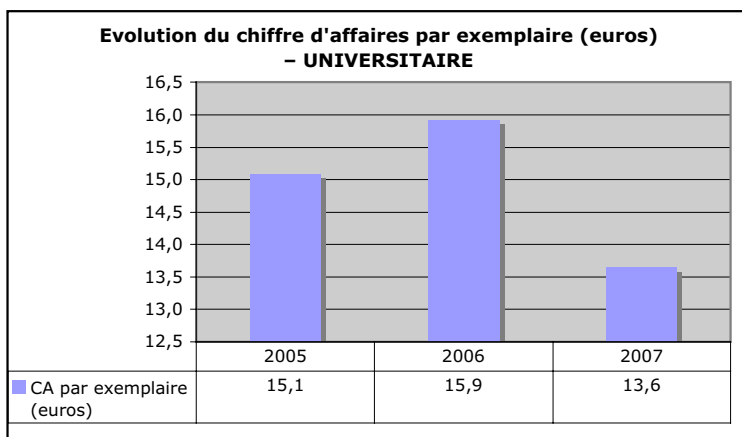
➤ Nombre d'exemplaires vendus du secteur universitaire



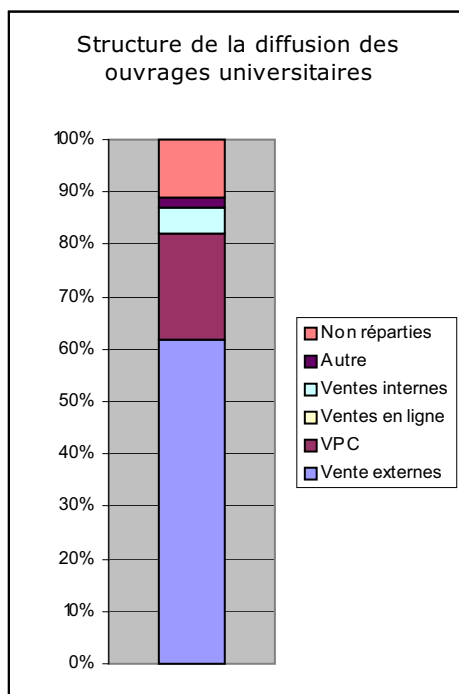
➤ Chiffre d'affaires du secteur universitaire



➤ **Chiffre d'affaires par exemplaire du secteur universitaire**



➤ **Diffusion du secteur universitaire du secteur universitaire**



5. L'ÉDITION DE CARTES

Entré dans le périmètre d'observation de la médiation en 2005 suite à une instruction fiscale incluant les cartes et atlas dans la définition du livre⁹, le secteur cartes de l'édition publique, constitué en 2007 par quatre éditeurs¹⁰ (BRGM, IGN, SOM et SIA), se caractérise par une forte activité éditoriale : plus de 2 000 titres publiés par an, près de cinq millions d'exemplaires produits, 3,6 millions d'exemplaires vendus et un chiffre d'affaires de plus de 14 millions d'euros. En volume, le secteur cartes représente 42 % de l'ensemble des titres publiés par les éditeurs publics.

Au sein du secteur, deux éditeurs institutionnels, l'IGN et le Service hydrographique et océanographique de la Marine concentrent ensemble 98 % de la production en nombre de titres, l'IGN produisant à lui seul près de 60 % des titres chaque année et concentrant 98 % du chiffre d'affaires.

La production est toujours marquée par l'importance du fonds : 73 % des titres, 50 % des exemplaires produits. L'absence de ventilation des exemplaires vendus et du chiffre d'affaires du principal éditeur du secteur ne nous permet pas, en revanche, de commenter la répartition, même si l'on peut supposer que la tendance reste conforme aux observations antérieures. Le tirage moyen d'un titre est de 2 300 exemplaires.

Le chiffre d'affaires par exemplaire est de 3,88 euros, ce qui est relativement proche du prix moyen constaté pour l'édition française (3,43 euros). Après une progression de la production en 2006 (titres et nombre d'exemplaires produits) assortie, déjà, d'une baisse sensible du chiffre d'affaires, le secteur cartes connaît en 2007 une certaine récession, avec une perte de chiffre d'affaires de près de 7 % (près de 10 % par rapport à 2005). En cela, le secteur public n'échappe pas à une tendance qui frappe l'ensemble des éditeurs de cartes français, dans une proportion bien plus importante encore, selon l'enquête de branche réalisée par le SNE, puisque la baisse du chiffre d'affaires de l'ensemble des éditeurs de cartes s'élève à 18 %.

La progression des produits numériques se poursuit pour les éditeurs de cartes. Répondant à l'évolution du cadre législatif européen et à l'entrée en vigueur de la directive INSPIRE¹¹ en mai 2007, les éditeurs publics français ont pris la mesure des conséquences de son application sur la production, la diffusion et l'utilisation de l'information publique à vocation géographique et environnementale et développent des produits numériques. Si les ventes en ligne restent encore confidentielles, le développement de la consultation sur internet influe directement sur les produits des ventes papier.

La coédition ne fait pas partie des pratiques éditoriales courantes des éditeurs de cartes : elle représente moins de 1 % des titres publiés et moins de 1 % du chiffre d'affaires. Le support cartes comme la modicité du chiffre d'affaires par exemplaire ne se prête sans doute pas à cette pratique : la quote-part de chaque coéditeur est en effet infime.

⁹ Dans une instruction du 12 mai 2005, l'administration fiscale a étendu le bénéfice du taux de 5,5 % aux ouvrages imprimés qui, bien que dépourvus de contenu rédactionnel au sens strict, comportent un apport éditorial avéré, dont les cartes géographiques et atlas.

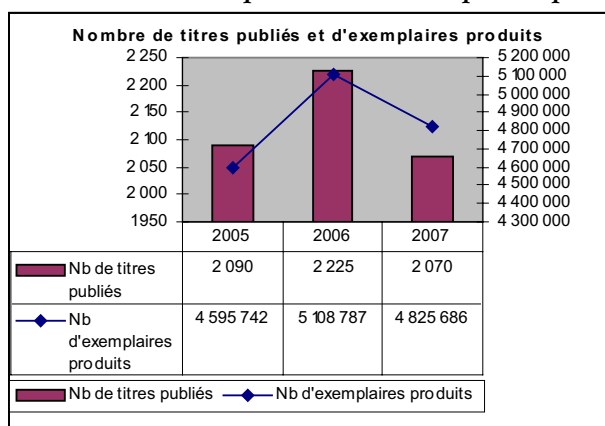
¹⁰ NB : L'activité des deux éditeurs désignés par la circulaire du 20 mars 1998 (IGN et SHOM) était toutefois observée depuis la mise en place de la médiation.

¹¹ La directive 2007/2/CE du Parlement européen et du Conseil du 14 mars 2007 dite directive INSPIRE établit une infrastructure d'information géographique dans l'Union européenne.

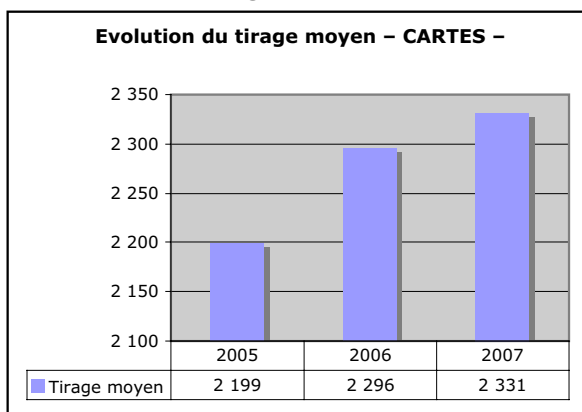
La cession de droits, en revanche, est plus lucrative : le montant des produits de cessions de droits représente 14 % de l'ensemble du chiffre d'affaires des éditeurs publics de cartes. La valorisation des données publiques constitue ainsi une part non négligeable de leurs ressources.

C'est sans doute la structure de la commercialisation qui caractérise le plus le secteur des cartes au sein de l'édition publique : 90 % des ouvrages sont vendus par des canaux de diffusion externes (librairies, grandes surfaces culturelles, grandes surfaces et maisons de la presse). Avec une quinzaine de points de vente internes, les éditeurs de cartes vendent 4 % de leurs exemplaires sur des sites « maisons ». Enfin, la diffusion par internet sur leur propre site représente en moyenne 2,7 % des ventes, un part qui progresse et qui peut, pour certains éditeurs, être bien plus importante : jusqu'à 19 % pour le BRGM par exemple.

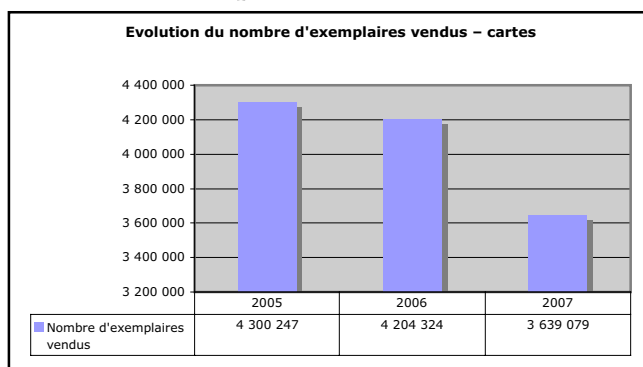
➤ Nombre de titres publiés et d'exemplaires publiés, secteur cartes



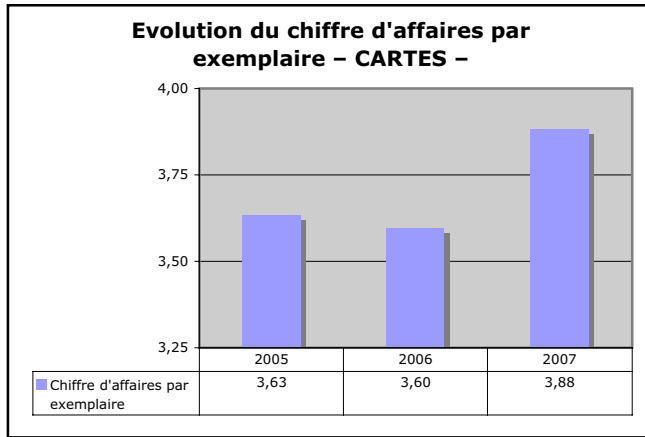
➤ Évolution du tirage moyen



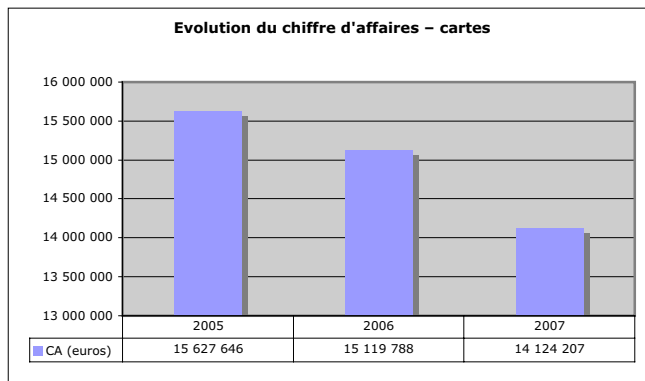
➤ Nombre d'exemplaires vendus du secteur cartes



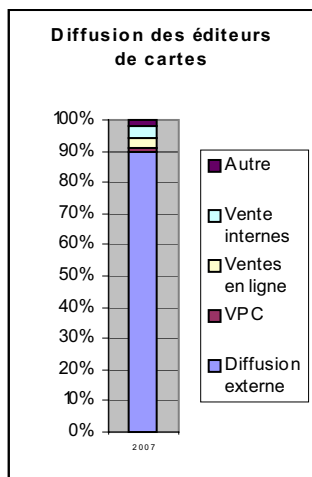
➤ **Chiffre d'affaires par exemplaire du secteur cartes**



➤ **Chiffre d'affaires du secteur cartes**



➤ **Diffusion du secteur cartes**



6. LA MISE EN ŒUVRE DES INSTRUMENTS MÉTHODOLOGIQUES PRÉVUS PAR LA LOI

Définis par la circulaire du 9 décembre 1999 relative à l'institution d'un médiateur de la République, les instruments méthodologiques devant être mis en place par les éditeurs publics sont destinés d'une part à assurer la transparence de leurs coûts, et d'autre part à leur permettre d'acquérir une vision comptable de leur activité éditoriale comparable, en termes de coûts, de charges et de produits, à celle des éditeurs privés.

Cet objectif comptable est atteint pour les huit éditeurs institutionnels, qui adressent à la médiatrice de l'édition publique un bilan détaillé de l'activité éditoriale de leur établissement, en particulier les éditeurs d'art. Parmi les éditeurs institutionnels, seule la Réunion des musées nationaux déclare valoriser au coût réel les droits d'auteur. Les autres éditeurs déclarent appliquer l'avis du Conseil d'Etat du 21 novembre 1972 dit OFRATEME relatif à la propriété intellectuelle des personnes publiques, qui considère que l'administration est investie des droits de l'auteur sur les œuvres de l'un de ses agents lorsque la création concernée fait l'objet même du service.

La valorisation des droits d'auteur au coût réel demeure minoritaire pour l'ensemble des éditeurs publics : 17 % des éditeurs publics seulement la pratiquent, mais 7 % des éditeurs valorisent « extra-comptablement » les droits d'auteurs internes. Ils sont plus nombreux à valoriser les droits d'auteurs externes : deux tiers d'entre eux déclarent une valorisation comptable.

Presque deux tiers des éditeurs en revanche (62 %) valorisent les droits de reproduction détenus en interne. Si le stock est presque toujours valorisé, les salaires et autres charges le sont rarement. Pour autant, l'absence de réponse sur ce point ne signifie pas toujours l'absence de valorisation : ces charges sont souvent imputées aux frais généraux de structure.

Enfin, en 2007, huit éditeurs publics ne sont pas assujettis à la TVA, ce qui n'est pas sans conséquence pour ces établissements à vocation éditoriale, qui ne peuvent déduire la TVA appliquée par leurs fournisseurs (imprimeurs, papetiers, prépresse...).

Enfin, 65 % des éditeurs sont en mesure de déclarer un coefficient multiplicateur établissant le rapport entre le coût de revient unitaire d'un titre et son prix de vente public. Si celui-ci varie de 1,5 pour le plus faible à 4,5, et au sein d'une même structure, selon les collections, cette mention est l'indice, de la part d'une large majorité des éditeurs publics, d'un souci de rationaliser la production tout en tenant compte des enjeux de la valorisation d'ouvrages parfois peu accessibles au grand public.

7. LES ÉDITEURS PUBLICS ET LE NUMÉRIQUE : COMMERCIALISATION ET DIFFUSION

La question du numérique comme support de diffusion et comme outil de commercialisation intéresse aujourd'hui l'ensemble des éditeurs français. À la demande des éditeurs publics, la médiatrice a proposé de conduire un groupe de travail sur cette question en 2008. Réunis en février 2008, les éditeurs publics ont bénéficié d'une double présentation qui a permis d'apporter un éclairage sur les perspectives ouvertes par le numérique, différentes pour les éditeurs publics selon leur domaine de publication. Avec la présentation par la Bibliothèque nationale de France de Gallica 2 et de l'offre numérique d'ouvrages payants d'une part, et avec l'exposé de Ghislaine Chartron¹² sur les offres numériques actuelles au plan français et européen d'autre part, la réunion offrait deux perspectives différentes : celle, d'une part, de la vente d'ouvrages publiés par des éditeurs et celle, d'autre part, de la mise à disposition de contenus, essentiellement dans le cadre de la publication de résultats de la recherche universitaire. Ces deux perspectives résument aussi deux intérêts parfois difficilement conciliables que l'édition publique se doit pourtant de réunir : d'une part une mission de diffusion de la connaissance (des lois, de la recherche...) et d'autre part l'impératif d'exercer cette mission dans le cadre d'un marché, sans déroger aux règles de la concurrence.

La présentation de l'état des lieux des offres numériques dans le domaine de la recherche universitaire (portails de revues, plates-formes et bouquets d'offres) intéresse plus particulièrement les éditeurs de presses universitaires et de sciences humaines. L'offre universitaire en France (revues et ouvrages) se caractérise par son éparpillement (atomisation de l'offre) et l'émergence, depuis moins de cinq ans, de premières propositions de plates-formes fédératrices pour les revues, publiques ou d'économie mixte : Persée et Revues.org, iRevues notamment. Dans le modèle existant de l'*open access*, le financement de la publication intervient en amont ; cela revient à financer les résultats de la recherche elle-même plutôt que la publication. Le libre accès dans ses différentes formes (archives ouvertes, revues en libre accès, mise en ligne de numéros anciens...) bouscule l'économie actuelle de l'édition. Les formes de rémunération sont encore variables : achat au numéro, licence légale, tarification par bouquets...

Alors que la diffusion de la connaissance et de la recherche participe des missions de l'ensemble des éditeurs publics, la mise à disposition des contenus constitue aussi un mouvement fort de la recherche universitaire. Comme le souligne un rapport du CSPLA relatif à la mise à disposition ouverte des œuvres de l'esprit¹³, les domaines de l'éducation et de la recherche bénéficient d'un financement indirect qui incite les chercheurs à considérer l'internet comme l'outil adéquat du partage de la connaissance et des savoirs, sur le mode de la gratuité et « sans qu'une rémunération tirée de l'usage de l'œuvre mise sous licence ne soit recherchée ». Pour les éditeurs universitaires et de sciences humaines, tout l'enjeu consiste à trouver un modèle économique qui leur permette de concilier leur mission de diffusion, la protection des œuvres et la valorisation économique de leur travail éditorial.

En termes de livres électroniques, l'offre est diversement développée : si, pour les encyclopédies et dictionnaires, le marché paraît relativement mature, il l'est beaucoup moins pour les manuels scolaires et universitaires, les livres destinés à l'enseignement ou les livres de recherche. Il semble aussi qu'il y ait deux marchés dont les attentes sont différentes : un marché institutionnel d'une part (bibliothèques universitaires), et un marché individuel d'autre part.

¹² Directrice de l'Insitut national des sciences et techniques de la documentation au Conservatoire national des arts et métiers.

¹³ Valérie-Laure BENABOU, Joëlle FARCHY, *La Mise à disposition ouverte des œuvres de l'esprit*, rapport pour le Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique, juin 2007, p. 14.

Les bilans d'activité pour l'année 2007 montrent qu'un peu plus d'un tiers des éditeurs (36 %) ont mis en ligne une partie de leur catalogue. Généralement, la mise en ligne concerne des ouvrages dont la commercialisation dans les réseaux physiques s'est essoufflée au point que l'éditeur préfère une mise en ligne gratuite du contenu à l'abandon pur et simple de diffusion. La plupart des ouvrages mis en ligne le sont donc gratuitement, avec un nombre de consultations important (15,7 millions pour huit éditeurs, contre 2 675 téléchargements payants pour un seul éditeur). On note également que le nombre de téléchargements est en progression (10 millions en 2006, 15,7 millions en 2007).

Ainsi, le bilan d'activité 2007 des éditeurs publics montre une pratique croissante – mais encore très minoritaire – de la dématérialisation de documents (ouvrages ou chapitres d'ouvrages), le plus souvent épuisés ou en fin de vie commerciale, et dont la diffusion s'effectue le plus souvent gratuitement. Sans s'assortir de bénéfices commerciaux, cette pratique contribue sans doute à un bénéfice d'image pour la structure éditoriale. Il conviendra, dans les prochaines années, de s'assurer que les distorsions de concurrence qui ont pu exister dans le passé pour le livre papier ne se reposent pas à nouveau dans le cadre de l'édition numérique.

La diffusion commerciale par le biais du numérique est un autre aspect des conséquences de l'avènement du numérique. La mise en œuvre du projet Gallica 2, adjoignant à la numérisation de milliers d'ouvrages libres de droits une offre numérique d'ouvrages sous droits commercialisés par des éditeurs, participe de cette perspective. La lecture des bilans montre cependant que les éditeurs publics ont très inégalement investi ce segment de vente, par secteur éditorial et selon les éditeurs. Certains éditeurs de STM¹⁴ comme quelques structures muséales utilisent l'internet pour vendre jusqu'à 20 % de leurs ouvrages, quand d'autres éditeurs ne réalisent aucune vente par ce canal. Sans doute faut-il préciser qu'en matière de vente par l'intermédiaire d'internet, la notoriété de l'établissement public éditeur et son référencement sur les sites de recherche demeurent des critères d'amélioration des ventes. Ainsi à la difficulté d'être représenté auprès de diffuseurs commerciaux et sur les rayons des librairies se substitue celle d'être visible sur les réseaux. Si rien ne permet encore de conclure que le numérique favorise les ventes des éditeurs publics, rien ne permet non plus de prendre la mesure de l'effectivité de leur notoriété, en principe mondiale sur internet.

Les éditions Quae sont parmi les premiers éditeurs qui ont fait le choix, au début de l'année 2008, du nouveau mode de diffusion numérique proposé dans le cadre de Gallica 2. Présenté en séance en décembre 2008, leur bilan de la numérisation et du bénéfice commercial est contrasté : après des difficultés liées au coût de la mise en œuvre de la numérisation, sous-estimé dans le projet initial, le bénéfice commercial demeure infime. Pionnier au sein des éditeurs publics, Quae a notamment rencontré des difficultés – rapidement dépassées – liées à des lacunes en matière de connaissances techniques relatives à la numérisation (contraintes liées aux différents formats par exemple). Pour autant, l'éditeur a acquis un savoir-faire et développé une politique numérique qu'il entend poursuivre.

Dans cette perspective, la rédaction d'un guide des bonnes pratiques en matière de numérisation, destiné à préciser les enjeux et à décrire les contraintes techniques, serait un outil de travail précieux pour les éditeurs publics désireux de s'engager dans cette voie complémentaire de diffusion.

¹⁴ Les éditions Quae

8. LES PRÉOCCUPATIONS DES ÉDITEURS PRIVÉS

Au cours de l'année 2007, la médiatrice a été saisie deux fois par le Syndicat national de l'édition (SNE) sur des questions touchant le secteur éditorial du droit. Ces demandes conduisaient en fait à poser une même question de plus en plus prégnante dans ce secteur : les dispositifs développés par l'administration pour améliorer l'accès au droit, sur support papier ou support numérique, faussent-ils la concurrence entre édition publique et édition privée en accroissant le champ d'intervention de l'édition publique ?

En 2008, la médiatrice a répondu à la saisine d'un cabinet d'avocats intervenant pour une société d'édition de logiciels contestant une initiative d'un CRDP.

8.1. LES SAISINES DU SYNDICAT NATIONAL DE L'ÉDITION

La direction générale des collectivités locales du ministère de l'intérieur a édité en 2005 un guide pratique commenté de la nouvelle instruction comptable M14 applicable aux budgets des communes à compter de l'exercice 2006. Cet ouvrage commente page par page les nouvelles maquettes réglementaires des budgets votés par nature.

Le SNE a estimé que les modalités de cette publication ne respectaient pas les principes énoncés dans la circulaire du 20 mars 1998. Il a fait notamment valoir que l'État ne peut justifier son initiative en invoquant l'absence d'offre du secteur privé puisque celle-ci existe.

Le directeur général des collectivités locales a indiqué que la publication par le Journal officiel de la version rénovée de l'instruction M14 se devait d'être accompagnée par une politique de sensibilisation à destination tant du réseau des préfetures que des communes. C'est dans ce contexte précis qu'a été élaboré et diffusé gratuitement à chaque commune l'ouvrage en cause.

La médiatrice a estimé que cette publication ressortait de la mission de cette administration. Établie sous une autre forme, support de formation ou circulaire administrative, elle n'aurait pas été considérée comme un produit éditorial.

En revanche, elle a rappelé que la DGCL n'avait pas à s'ériger en éditeur public. Elle l'a invitée à instaurer un partenariat avec la Documentation française pour tous les titres susceptibles d'entrer en concurrence avec des ouvrages émanant des éditeurs privés, l'intervention de cet éditeur institutionnel auprès d'une administration dépourvue de toute culture éditoriale devant favoriser le respect des dispositions des circulaires de 1998 et 1999.

Le SNE a également sollicité la médiatrice suite à la publication et la mise en ligne gratuite par la direction générale des impôts (DGI) d'un *Guide de l'évaluation des entreprises et des titres de sociétés*. Le SNE justifiait sa saisine par les principaux arguments suivants :

- La DGI ne figure pas au nombre des organismes publics ayant vocation à exercer une activité éditoriale ;
- Le besoin est satisfait par l'initiative privée, trois ouvrages existant ou en projet traitant du même objet ;
- La pratique de la DGI est anticoncurrentielle dès lors qu'elle utilise des sources internes moins accessibles aux éditeurs privés et surtout qu'elle diffuse gratuitement via internet.

La médiatrice a contesté l'approche strictement éditoriale défendue par le SNE. Sans doute la DGI n'est-elle pas un éditeur institutionnel et ne possède-t-elle qu'une connaissance partielle de ses coûts. Mais le document en cause s'inscrit aussi dans le prolongement de la mission de contrôle de l'administration fiscale. Il s'insère dans le cadre plus large des engagements pris par l'administration au titre de la Charte du contribuable.

Le guide vise à éclairer les contribuables sur les méthodes retenues par l'administration pour vérifier la base taxable et, si nécessaire, contester les valeurs déclarées. Le préambule de l'ouvrage fait explicitement référence à la charte et au « souci d'apporter une plus grande sécurité juridique au contribuable tout en concourant à harmoniser les pratiques d'évaluation des services fiscaux ». Il a été mis en ligne et diffusé gratuitement par ce biais, nonobstant les 2000 exemplaires papier produits.

La médiatrice a estimé que cet exercice de transparence de la part de l'administration fiscale ne faisait pas obstacle à la diffusion d'ouvrages émanant des éditeurs commerciaux et commentant la méthode de l'administration ou élargissant l'information à des sujets connexes.

S'il ne peut être reproché à l'administration fiscale de mieux faire connaître sa doctrine, celle-ci doit aussi être accessible aux éditeurs commerciaux. Aussi la médiatrice a-t-elle informé le président du comité du service public de la diffusion du droit par internet du recours accru de l'administration fiscale à ce support.

8-2 LES AUTRES SAISINES

Un centre régional de documentation pédagogique (CRDP) a conçu et diffusé un service de gestion des notes et bulletins scolaires par internet. Cette initiative a été contestée par une société diffusant un progiciel créé en 1999 et ayant le même objet. Ses représentants ont fait valoir que le produit public, son mode de distribution et son prix prédateur nuisaient anormalement à la commercialisation du logiciel émanant de l'initiative privée.

Après avoir souligné que le service rendu par le logiciel contesté ne peut être considéré comme un produit éditorial au sens des circulaires de 1998 et 1999, la médiatrice a accepté d'examiner la requête dans l'esprit des circulaires précitées, pour tenir compte de l'évolution technologique intervenue depuis leur publication.

S'agissant de deux produits se situant dans un contexte concurrentiel, il ne lui est pas paru justifié de faire disparaître unilatéralement l'une des offres existantes. En revanche, il convenait de donner à l'offre publique une forme qui ne soit pas contraire aux orientations retenues par le Premier ministre en matière d'édition publique. Dans ce cadre, le directeur du CRDP a négocié une co-édition avec un éditeur privé afin notamment de garantir une diffusion du produit qui soit conforme aux règles de la concurrence.

8-3 LA SAISINE DU CONSEIL DE LA CONCURRENCE

A contrario des sujets précédents, il convient de noter qu'un éditeur privé en litige avec le Centre des monuments nationaux, éditeur institutionnel, a préféré saisir le Conseil de la concurrence plutôt que la médiatrice. Le problème entraînait pourtant dans le champ de compétence de la médiation. Le conseil a rejeté sa demande dans sa décision n° 08-D-08 du 29 avril 2008 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de l'édition et de la vente de monographies touristiques.

9. LES AUTRES INTERVENTIONS DE LA MÉDIATRICE

La médiatrice est par ailleurs invitée à intervenir dans des colloques et groupes de travail.

En février 2008, le deuxième Salon des sciences humaines et sociales a été l'occasion d'une présentation de l'édition publique et des différentes formes possibles de coédition, sur la base des travaux réalisés dans le groupe de travail réuni sur le sujet en 2007.

Une réunion de l'AERES, association des éditeurs de la recherche et de l'enseignement supérieur regroupant près d'une trentaine d'éditeurs liés à des universités ou des institutions scientifiques, a été l'occasion d'un débat sur les obligations imposées par la circulaire du 9 décembre 1999. Vingt-six éditeurs membres de l'AERES ont renseigné un rapport d'activité au titre de 2007 mais peu encore disposent d'outils de comptabilité analytique et encore moins de budgets prévisionnels. Toutes les questions n'ont pu trouver de réponses, tant les cadres juridique, financier et comptable de chacun de ces éditeurs publics diffèrent d'un établissement à l'autre.

La journée annuelle du séminaire de formation professionnelle de muséologie organisée conjointement par la Cité des Sciences et de l'industrie, le musée des Arts et Métiers, le Muséum national d'histoire naturelle et le Palais de la découverte était consacrée en 2008 au thème suivant : « Musée éditeur : quels acteurs pour quelle politique ? ». À cette occasion, la médiatrice a présenté un bilan de l'édition publique ainsi que les deux circulaires de 1998 et 1999 qui ne sont pas connues des musées éditeurs relevant des collectivités territoriales. Ceux-ci n'entrent en effet pas dans leur champ mais les principes qu'elles énoncent peuvent utilement inspirer leur politique éditoriale.

L'inquiétude des éditeurs privés de droit face au développement de Légifrance s'est très clairement exprimée lors d'une journée de réflexion sur le thème « Droit français en ligne : concurrence ou complémentarité entre acteurs publics et privés » organisée par le Groupement français de l'industrie et de l'information en juin 2008 et réunissant éditeurs privés juridiques, publics (les Journaux officiels) et les utilisateurs de références juridiques.

Ces préoccupations ont été relayées par le SNE dans les observations qu'il a formulées lors de son audition par le groupe de travail sur la diffusion/réutilisation des données publiques culturelles réuni en 2008 au ministère de la Culture.

L'ÉDITION PUBLIQUE EN QUELQUES CHIFFRES CLÉS

En 2007, l'édition publique représente :

- **69 éditeurs publics tous secteurs confondus**, dont :
 - 1 éditeur de cartes
 - 3 éditeurs de cartes et livres
 - 65 éditeurs de livres

- **4 891 titres publiés**, dont :
 - 2 821 livres
 - 2 070 cartes

- **10,4 millions d'exemplaires produits**, dont :
 - 5,6 millions de livres
 - 4,8 millions de cartes

- **7,5 millions d'exemplaires vendus**, dont :
 - 3,9 millions de livres
 - 3,6 millions de cartes

- **49,2 millions d'euros de chiffre d'affaires**, dont :
 - 35,1 millions d'euros de chiffres d'affaires pour le livre
 - 14,1 millions d'euros de chiffres d'affaires pour les cartes

- **Tirage moyen** :
 - 2 000 pour le livre
 - 2 330 pour les cartes

- **1 270 emplois** liés à l'ensemble de la chaîne éditoriale

- **35 558 titres disponibles au catalogue**, dont :
 - 31 423 livres
 - 4 135 cartes

- **Rapportée à l'ensemble du secteur édition en France**, l'édition publique représente :
 - 6% du nombre de titres publiés
 - 2% du nombre d'exemplaires produits
 - 2% du nombre d'exemplaires vendus
 - 2% du chiffre d'affaires du secteur

ANNEXE II –

	Organisme	Statut	Ministère(s) de tutelle	Secteur
1.	Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME)	EPIC	Environnement, Recherche, Industrie	STM
2.	Arte France	SA	Culture	SHS
3.	Bibliothèque nationale de France (BNF)	EPA	Culture	Art
4.	Bibliothèque publique d'information (BPI)	EPA	Culture	SHS
5.	Bureau de recherches géologiques et minières (BRGM)	EPIC	Environnement, Recherche, Industrie	STM-Cartes
6.	Centre des monuments nationaux, MONUM	EPA-EI	Culture	Art
7.	Centre national d'art et de culture Georges Pompidou (CNAC)-GP	EPA	Culture	Art
8.	Centre national de la danse (CND)	EPIC	Culture	Art
9.	Centre national de documentation pédagogique (CNDP) et centres régionaux de documentation pédagogique (CRDP) – Scérén	EPA-EI	Éducation	Éducation
10.	Centre national d'enseignement à distance (CNED)	EPA	Éducation, enseignement supérieur, recherche	Éducation
11.	Centre national de la recherche scientifique (CNRS éditions)	SA	Éducation, enseignement supérieur, recherche	SHS
12.	Centre scientifique et technique du Bâtiment (CSTB)	EPIC	Logement et ville	STM
13.	Cité de la musique	EPIC	Culture	Art
14.	Cité nationale de l'histoire de l'immigration	EPA	Intégration, Culture, Éducation nationale, Recherche	SHS
15.	Cité des sciences et de l'industrie	EPIC	Culture, Recherche	STM
16.	Cultures France	ADSP ¹⁵	Affaires étrangères	Arts
17.	Direction de la Documentation française	AC-EI	Premier Ministre	SHS
18.	Direction des Journaux officiels (DJO)	AC-EI	Premier Ministre	Droit
19.	École des hautes études en sciences sociales (EHESS)	EPSCP	Éducation	Universitaire
20.	École nationale supérieure d'architecture de Paris – La Villette (ENSAPLV)	EPA	Culture	Universitaire
21.	École nationale supérieure des sciences de l'information et des bibliothèques (ENSSIB)	EPSCP	Éducation	Universitaire

¹⁵. Association avec délégation de service public

	Organisme	Statut	Ministère(s) de tutelle	Secteur
22.	École nationale supérieure des Beaux-Arts (ENSBA)	EPA	Culture	Art
23.	École normale supérieure – Lettres et sciences humaines	EPSCP	Éducation	Universitaire
24.	École normale supérieure – Presses de la Rue d'Ulm	EPSCP	Éducation	Universitaire
25.	Éditions littéraires et linguistiques de l'université de Grenoble (ELLUG)	EPSCP	Éducation	Universitaire
26.	Éditions Quae	GIE	Recherche	STM
27.	Éducagri	EPSCP	Agriculture	Universitaire
28.	Établissement public du musée et du domaine national de Versailles	EPA	Culture	Art
29.	Fondation Maison des sciences de l'homme	EPSCP	Éducation, enseignement supérieur, recherche	Universitaire
30.	Institut français de l'environnement (IFEN)	SCN	Environnement	STM
31.	Institut géographique national (IGN)	EPA–EI	Transports, Aménagement du territoire, Tourisme, Mer	Cartes
32.	Institut national d'études démographiques (INED)	EPST	Recherche, Emploi et solidarité	SHS
33.	Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire (INJEP)	EPA	Santé, Jeunesse et sports	SHS
34.	Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (INPES)	EPA	Santé, Jeunesse et sports	SHS
35.	Institut national de recherche pédagogique (INRP)	EPA	Éducation	Éducation
36.	Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE)	AC	Finances	Droit
37.	Institut national des sports et de l'éducation physique (INSEP)	EPA	Santé, Jeunesse et sports	STM
38.	Institut de recherche pour le développement (IRD)	EPST	Coopération, Recherche	STM
39.	Météo France	EPA	Transports	STM
40.	Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie	AC	Finances	Droit
41.	Musée du Jeu de Paume	EPCC (préfiguration)	Culture	Art
42.	Musée du Louvre	EPA	Culture	Art
43.	Musée de la Marine	EPA	Défense	Art
44.	Musée du Quai Branly	EPA	Recherche, Culture	Art

	Organisme	Statut	Ministère(s) de tutelle	Secteur
45.	Musée Rodin	EPA	Culture	Art
46.	Muséum national d'histoire naturelle (MNHN)	EPSCP	Éducation	STM
47.	Office national d'information sur les enseignements et les professions (ONISEP)	EPA	Éducation, Enseignement supérieur et recherche	Éducation
48.	Presses universitaire d'Artois	EPSCP	Éducation, enseignement supérieur, recherche	Universitaire
49.	Presses universitaires de Clermont-Ferrand II (<i>Blaise-Pascal</i>)	EPSCP	Éducation, enseignement supérieur, recherche	Universitaire
50.	Presses universitaires de Caen	EPSCP	Éducation, enseignement supérieur, recherche	Universitaire
51.	Presses universitaires de Dijon (EUD)	EPSCP	Éducation, enseignement supérieur, recherche	Universitaire
52.	Presses universitaires de l'École des Mines	EPSCP	Éducation, enseignement supérieur, recherche	Universitaire
53.	Presses universitaires de Franche-Comté	EPSCP	Éducation, enseignement supérieur, recherche	Universitaire
54.	Presses universitaires de Limoges	EPSCP	Éducation, enseignement supérieur, recherche	Universitaire
55.	Presses universitaires de Nancy	EPSCP	Éducation, enseignement supérieur, recherche	Universitaire
56.	Presses universitaires de Paris I	EPSCP	Éducation, enseignement supérieur, recherche	Universitaire
57.	Presses de l'Université Paris-Sorbonne (PUPS)	EPSCP	Éducation, enseignement supérieur, recherche	Universitaire
58.	Presses universitaires Paris X-Nanterre	EPSCP	Éducation, enseignement supérieur, recherche	Universitaire
59.	Presses universitaires de Perpignan	EPSCP	Éducation, enseignement supérieur, recherche	Universitaire

	Organisme	Statut	Ministère(s) de tutelle	Secteur
60.	Presses universitaires de Provence	EPSCP	Éducation, enseignement supérieur, recherche	Universitaire
61.	Presses universitaires de Rennes	EPSCP	Éducation, enseignement supérieur, recherche	Universitaire
62.	Presses universitaires de Reims	EPSCP	Éducation, enseignement supérieur, recherche	Universitaire
63.	Presses universitaires de Rouen – Le Havre	EPSCP	Éducation, enseignement supérieur, recherche	Universitaire
64.	Presses universitaires de Saint-Étienne	EPSCP	Éducation, enseignement supérieur, recherche	Universitaire
65.	Presses universitaire de Toulouse (<i>Mirail</i>)	EPSCP	Éducation, enseignement supérieur, recherche	Universitaire
66.	Presses universitaires de Vincennes	EPSCP	Éducation	Universitaire
67.	Réunion des musées nationaux (RMN)	EPIC–EI	Culture	Art
68.	Service hydrographique et océanographique de la marine (SHOM)	EPA	Défense	STM-Cartes + livres
69.	Service de l'information aéronautique (SIA)	AC	Transports	STM-Cartes

ANNEXE III : Bilan par établissement, document formalisé 2007

BILAN DE L'ACTIVITE EDITORIALE - ANNEE 2007

Application de la circulaire du 9 décembre 1999 relative à l'institution d'un médiateur de l'édition publique

1. Carte d'identité de l'administration ou de l'établissement concerné

Nom	
Adresse	

Nom du responsable de la structure	
Nom du responsable des éditions	
Téléphone - Télécopie	
Adresse électronique	

Référence J.O. des statuts	
----------------------------	--

2. Politique éditoriale

➔ *Dans une note séparée, expliciter la politique suivie (si elle diffère de celle menée en 2006 ou si vous remplissez ce bilan pour la première fois) concernant :*

- les choix éditoriaux ;
- la fixation des prix ;
- la mise en place d'une comptabilité analytique ;
- et la diffusion des publications.

➔ *Dans tous les cas, renseigner de la façon la plus détaillée possible, les rubriques suivantes :*

- politique éditoriale en matière de mise en ligne des documents ;
- nature des documents mis en ligne ;
- nombre de pages lues, nombre de visiteurs...
- politique de diffusion, mode de référencement ;
- mode de fixation des prix pour le téléchargement.

Niveau de la décision éditoriale	
----------------------------------	--

Structure éditoriale : nombre d'emplois liés à ...	l'édition de livres	
	l'édition de tous les produits (livre, revue...)	
	l'ensemble de la chaîne éditoriale (édition, diffusion, transport...)	

Principaux domaines éditoriaux	
--------------------------------	--

Principales collections (avec domaine couvert)	
---	--

Liste des éditeurs privés ou publics publiant également sur ces domaines	
---	--

Liste des coéditeurs privés ou publics, français ou étrangers (ces trois dernières années)	
---	--

3.	Bilan de l'activité éditoriale
-----------	---------------------------------------

3.1 Activité éditoriale : bilan synthétique

Nombre total de titres disponibles au catalogue

	2005	2006	2007	
Nombre de titres publiés par année ⁽¹⁾				(A + E)
Nombre total d'exemplaires produits				(B + F)
Nombre total d'exemplaires vendus				(C + G)
Chiffre d'affaires total "livres" (en €) <i>(hors cessions de droits et téléchargements)</i>				(D + H)
Autres revenus	2005	2006	2007	
Produit des cessions de droits				
Produit des téléchargements sur site (en €)				

3.2 Activité éditoriale : bilan détaillé, livres seuls (coéditions incluses)

Titres publiés en ... ⁽¹⁾	2005	2006	2007	
Nombre total				(A = a1+a2)
<i>Dont nouveautés et nouvelles éditions</i> ⁽³⁾				(a1)
<i>Dont réimpressions</i> ⁽⁴⁾				(a2)
Total des exemplaires produits en ... ⁽²⁾	2005	2006	2007	
Nombre total				(B = b1+b2)
<i>Dont nouveautés et nouvelles éditions</i> ⁽³⁾				(b1)
<i>Dont réimpressions</i> ⁽⁴⁾				(b2)
Total des exemplaires vendus en ...	2005	2006	2007	
Nombre total				(C = c1+c2)
<i>Dont nouveautés et nouvelles éditions</i> ⁽³⁾				(c1)
<i>Dont ouvrages du fond (+ d'un an), stock et réimpression</i>				(c2)
Chiffre d'affaires total	2005	2006	2007	
Chiffre d'affaires "livres" total				(D = d1+d2)
<i>Dont nouveautés et nouvelles éditions</i> ⁽³⁾				(d1)
<i>Dont ouvrages du fond (+ d'un an), stock et réimpression</i>				(d2)

3.3 Activité éditoriale : bilan détaillé, cartes seules (coéditions incluses)

Titres publiés en ... ⁽¹⁾	2005	2006	2007	
Nombre total				(E = e1+e2)
<i>Dont nouveautés et nouvelles éditions</i> ⁽³⁾				(e1)
<i>Dont réimpressions</i> ⁽⁴⁾				(e2)
Total des exemplaires produits en ... ⁽²⁾				
	2005	2006	2007	
Nombre total				(F = f1+f2)
<i>Dont nouveautés et nouvelles éditions</i> ⁽³⁾				(f1)
<i>Dont réimpressions</i> ⁽⁴⁾				(f2)
Total des exemplaires vendus en ...				
	2005	2006	2007	
Nombre total				(G = g1+g2)
<i>Dont nouveautés et nouvelles éditions</i> ⁽³⁾				(g1)
<i>Dont ouvrages du fond (+ d'un an), stock et réimpression</i>				(g2)
Chiffre d'affaires total				
	2005	2006	2007	
Chiffre d'affaires total "cartes"				(H = h1+h2)
<i>Dont nouveautés et nouvelles éditions</i> ⁽³⁾				(h1)
<i>Dont ouvrages du fond (+ d'un an), stock et réimpression</i>				(h2)

⁽¹⁾ **Titres publiés** : un titre (nouauté, nouvelle édition ou réimpression) tiré plusieurs fois dans l'année ne compte que pour un seul titre.

⁽²⁾ Les **exemplaires produits** au titre des nouveautés et des nouvelles éditions comprennent le tirage initial et les retirages éventuels de l'année.

⁽³⁾ Est **nouauté** en année N, le titre qui n'a jamais été publié avant N
Est **nouvelle édition** une édition transformée d'un titre déjà publié

⁽⁴⁾ Est **réimpression** un nouveau tirage en l'état

3.4 Activité en coédition seule (livres et cartes)

Nombre de titres publiés ⁽¹⁾ en coédition

	2005	2006	2007	
Nombre total				(I = I1+I2)
<u>Dont</u> coéditions avec un éditeur privé				
<u>Dont</u> nouveautés et nouvelles éditions ⁽³⁾				(I1)
<u>Dont</u> réimpressions				(I2)

Quote-part d'exemplaires produits ^{(2)*}

	2005	2006	2007	
Nombre total				(J = J1+J2)
<u>Dont</u> nouveautés et nouvelles éditions				(J1)
<u>Dont</u> réimpressions				(J2)

Quote-part d'exemplaires vendus

	2005	2006	2007	
Nombre total				(K = K1+K2)
<u>Dont</u> nouveautés et nouvelles éditions				(K1)
<u>Dont</u> ouvrages du fond (+ d'un an), stock et réimpression				(K2)

Quote-part de chiffre d'affaires réalisé

	2005	2006	2007	
Quote-part totale				(L = L1+L2)
<u>Dont</u> nouveautés et nouvelles éditions				(L1)
<u>Dont</u> ouvrages du fond (+ d'un an), stock et réimpression				(L2)

* Nombre d'ouvrages attribués à l'établissement, dans le cadre du contrat de coédition. En cas de répartition différente du compte à demi, indiquez la quote-part moyenne sur l'ensemble des coéditions.



Joindre, le cas échéant, un tableau (Titre, nom du coéditeur) récapitulatif des coéditions publiées au cours de l'année 2007 ainsi que copie / ou exemples / des contrats ou conventions de coédition.

3.5 Téléchargement

2007	Nombre de documents en ligne	Nb de documents gratuits en ligne	Nb de documents payants en ligne	Nb de documents disponibles uniquement en version dématérialisée	Nb de documents disponibles en version papier et dématérialisée
<input type="checkbox"/> articles					
<input type="checkbox"/> ouvrages					
<input type="checkbox"/> thèses					
<input type="checkbox"/> ouvrages indexés					
<input type="checkbox"/> actes de colloque					
<input type="checkbox"/> archives ouvertes					

Nombre de téléchargements	2005		2006		2007	
	documents payants	documents gratuits	documents payants	documents gratuits	documents payants	documents gratuits
<input type="checkbox"/> articles						
<input type="checkbox"/> ouvrages						
<input type="checkbox"/> thèses						
<input type="checkbox"/> ouvrages indexés						
<input type="checkbox"/> actes de colloque						
<input type="checkbox"/> archives ouvertes						

Produit des téléchargements	2004	2005	2006
	CA documents payants	CA documents payants	CA documents payants
<input type="checkbox"/> articles			
<input type="checkbox"/> ouvrages			
<input type="checkbox"/> thèses			
<input type="checkbox"/> ouvrages indexés			
<input type="checkbox"/> actes de colloque			
<input type="checkbox"/> archives ouvertes			
CA TOTAL téléchargements			

Rapport prix de vente d'un ouvrage acheté / prix de vente d'un ouvrage téléchargé*

* si un ouvrage publié en version papier coûte 20 euros et que sa version téléchargeable coûte 7,5 euros, le rapport sera de 2,6

** au besoin, précisez selon le type d'ouvrage ou par collection

4	Diffusion et distribution
----------	----------------------------------

4.1 Diffusion externe → Part dans le total des exemplaires vendus (%)

→ Préciser, si elle est connue, la répartition par canal de vente (en % du total des exemplaires vendus)

	<i>librairies</i>	<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>
	<i>G.S.S *</i>	<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>
	<i>G.S.A **</i>	<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>
	<i>librairies en ligne</i>	<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>
	<i>autres</i>	<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>

* Grandes surfaces spécialisées (FNAC, Virgin ...)

** Grandes surfaces alimentaires (hyper- et supermarchés)

Identité du diffuseur	<input style="width: 230px; height: 20px;" type="text"/>		Remise	<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>
Identité du distributeur	<input style="width: 230px; height: 20px;" type="text"/>		Remise	<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>
			Total	<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>

4.2 VPC (Ne comprend pas les ventes réalisées dans les librairies appartenant à l'organisme)

→ Part dans le total des exemplaires vendus (%)

Identité du distributeur	<input style="width: 230px; height: 20px;" type="text"/>		Remise	<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>
--------------------------	--	--	--------	---

4.3 Ventes par Internet (à distinguer des ventes réalisées par VPC)

→ Part dans le total des exemplaires vendus (%)

→ Dont part réalisée par le site Internet de l'organisme (%)

→ Dont part réalisée par des fournisseurs de livres sur Internet (%)

Identité du diffuseur sur Internet	<input style="width: 230px; height: 20px;" type="text"/>
------------------------------------	--

4.4 Points de vente interne (ventes réalisées dans les librairies et points de vente appartenant à l'organisme)

→ Part dans le total des exemplaires vendus (%)

Nombre de points de ventes internes

Identité du diffuseur	<input style="width: 230px; height: 20px;" type="text"/>		Remise	<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>
Identité du distributeur	<input style="width: 230px; height: 20px;" type="text"/>		Remise	<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>
			Total	<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>

4.5 Autres circuits de vente (à préciser)

	Part	
→ Salons	<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>	Remise
→ Ventes au personnel	<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>
→ Autres	<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>	<input style="width: 80px; height: 20px;" type="text"/>

5. Eléments de comptabilité analytique

Pour chacune des rubriques suivantes, cocher la case correspondante à la situation de la structure et indiquer, le cas échéant, les taux moyens utilisés

5.1 Existence d'une comptabilité analytique	Pour l'ensemble de la structure	<input type="checkbox"/>
	Pour la structure éditoriale	<input type="checkbox"/>

5.2 Assujettissement à la TVA...	de la structure	<input type="checkbox"/>	taux	<input type="checkbox"/>
	des ventes de livres	<input type="checkbox"/>	taux	<input type="checkbox"/>

5.3 Droits d'auteurs		Internes	Externes
	- Valorisés au coût réel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	- Non versés, mais valorisés extra-comptablement sur la base d'un taux moyen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	- Non versés et non valorisés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5.4 Droits de reproduction détenus en interne	- Valorisés au prix de vente externe	<input type="checkbox"/>
	- Valorisés sur la base d'un taux moyen	<input type="checkbox"/>
	- Non valorisés	<input type="checkbox"/>

5.5 Charges indirectes (= coûts de structure)	Valorisées au coût réel	Salaires	Promotion	Autres
	Valorisées sur la base d'un taux moyen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Non valorisées	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5.6 Coût de revient unitaire des ouvrages	Calculé sur la base des ...	Coûts d'édition	<input type="checkbox"/>
		Coûts de fabrication	<input type="checkbox"/>
		Droits d'auteur fixes	<input type="checkbox"/>
	Rapportée au ...	Tirage complet	<input type="checkbox"/>
		Tirage "mis en vente"	<input type="checkbox"/>

5.7 Prix de vente des ouvrages	Fixé par application d'un coefficient multiplicateur	<input type="checkbox"/>
	Fixé par rapport au marché	<input type="checkbox"/>
	Fixé par rapport au nombre de pages	<input type="checkbox"/>

5.8 Stocks de livres	Evalués au coût de revient	<input type="checkbox"/>
	Valorisés au coût de revient	<input type="checkbox"/>
	Provisionnés (pour dépréciation...)	<input type="checkbox"/>

Indiquer, si possible, le coefficient multiplicateur moyen par collection ou pour l'ensemble de la production éditoriale

Coefficient multiplicateur moyen (prix de vente / coût de revient)

6.	Renseignements complémentaires
-----------	---------------------------------------

6.1 Existence de fiches produit par ouvrage ou par collection

Oui	
Non	

→ Joindre une fiche produit par collection ou par ouvrage représentatif de la production, en faisant apparaître au minimum

- les coûts de production,
- le montant des droits,
- le coût de la diffusion,
- le coût de la distribution,
- le coût de la promotion,
- les coûts de structure,

s'il ne vous est pas encore possible d'utiliser le modèle de fiche produit de la circulaire.

6.2 Existence de comptes d'exploitation prévisionnels par ouvrage ou par collection

Oui	
Non	

→ Joindre un compte d'exploitation prévisionnel pour les collections ou les ouvrages représentatif de la production correspondant aux fiches produit, en faisant apparaître au minimum

- le prix public TTC de l'ouvrage,
- le tirage complet,
- le coût de revient unitaire,
- le coefficient multiplicateur,
- le total estimé des ventes sur trois ans,
- le total des exemplaires en diffusion gratuite,
- le montant, le cas échéant, de subventions à la publication,
- le résultat net sur trois ans,
- les ratios économiques (marge sur coût variable et seuil de rentabilité),

s'il ne vous est pas encore possible d'utiliser le modèle de compte d'exploitation prévisionnel de la circulaire.

6.3 Tableau récapitulatif de la production éditoriale et des ventes, par titre ou par collection

Titre, ou nom de la collection	Tirage complet	Coût de revient unitaire	Prix de vente TTC	Nombre exemplaires vendus	CA au prix de cession éditeur

Indiquer des moyennes par titre pour les collections