

PATIENCE DANS L'ÉDITION

Certains auteurs, insatisfaits que leur livre ne soit pas un best-seller – du moins à leurs yeux –, n'hésitent pas à mettre en cause la gestion, le travail, voire les capacités de leur éditeur.

Pour ces auteurs, le travail de l'éditeur, c'est de vendre et de tenir des stocks prêts à la vente, sans parler des envois systématiques aux libraires – on les appelle des offices – afin que toutes les librairies puissent s'enorgueillir d'avoir dans leurs rayons et, pourquoi pas, dans leur vitrine le bébé chéri de papier de tel auteur, souvent nouveau venu dans le paysage éditorial.

Chers auteurs qui raisonnez ainsi, soit vous êtes irréfléchis, soit vous ignorez un certain nombre de règles ou d'usages. Permettez-moi de vous en citer trois :

1. **sachez que peu de libraires acceptent des offices** ; encore faut-il négocier avec eux, car ils se montrent de plus en plus agacés par les envois sauvages des « grands » éditeurs ; bien souvent, des cartons entiers issus de ces « grands » de la place parisienne *repartent sans avoir été ouverts* ;
2. **comprenez que beaucoup d'éditeurs privilégient l'impression à la demande**, c'est-à-dire conditionnée aux commandes fermes qu'ils reçoivent ; c'est notamment ce qui leur permet de ne pas faire faillite, tout en maintenant de petits stocks surtout pour les services de presse ;
3. **admettez que l'éditeur a fait son travail** lorsqu'il a su mettre votre bébé de papier en valeur par un maximum de publicité ; or, malgré toute la pub que l'on peut faire au livre, qui n'est qu'un produit de consommation comme un autre, c'est toujours le public qui achète ; en tant que consommateurs vous-mêmes, chers auteurs, achetez-vous systématiquement tel produit parce qu'il a bénéficié d'une publicité tapageuse ?

Le public n'achètera jamais que les livres qu'il a envie d'acheter. On ne saura jamais pourquoi tel livre a plus de succès que tel autre. Même les plus prestigieux des éditeurs en sont conscients, faute de quoi ils ne seraient pas obligés de détruire systématiquement les 2/3 de leur production annuelle au terme de chaque année.

Un auteur conscient et de sa valeur et des nécessités de son métier – car écrire est toujours un métier – n'hésitera jamais à payer de sa personne, sur les conseils de son éditeur si nécessaire : il participera à des salons du livre, fera des séances de dédicaces dans les librairies, fera parler de lui dans la presse locale – car on est d'abord et surtout connu localement... Bref, il participera à la vie de son livre, son travail n'étant pas terminé, loin de là, lorsque le livre est sorti des presses.

Paraphrasant Saint-Paul, je conclurai en disant : « Éditeurs, soyez aux petits soins pour vos auteurs, notamment en leur démontrant que leur travail n'est pas fini quand leur livre est publié. Libraires, restez les amis des auteurs et des éditeurs, car c'est eux qui vous font vivre. Et vous, auteurs, n'exaspérez pas vos éditeurs, de peur qu'ils ne se découragent ! »

Thierry ROLLET
Écrivain – agent littéraire – éditeur