

III. LA GRANDE-BRETAGNE

1. Le paysage éditorial de la Grande-Bretagne

A) Le marché

QUELQUES DONNÉES CHIFFRÉES 2009

- CA éditeur de l'édition britannique : 3,053 milliards £ soit 3,572 milliards € (3,052 £ en 2008)
- Nombre de titres nouveaux : 133 224
- Ventes par circuits de distribution (*Source : Books & Consumers, BML/TNS Marketing Ltd [www.bookmarketing.co.uk], « The Bookseller », cité par The Publishers Association*) :
 - Chaînes de librairies : 34 %
 - Librairies indépendantes : 9 %
 - Grande distribution : 14 %
 - Clubs : 11 %
 - Internet : 14 %
 - Autres : 18 %
- La Grande-Bretagne ne dispose plus du Net Book Agreement (NBA) depuis 1995
- Il n'y a pas de TVA
- Les prix moyens (discounts inclus) :
 - *Hardcover* : 11,34 £
 - Livre de poche : 7,73 £
- Nombre de maison d'édition : 2 510
- Nombre de points de vente : 3 643
- Exportation : 1,20 milliards £
- Cessions de droits : 116,61 millions £ en 2008 générés par 25 entreprises (*chiffres collectés à partir des données de 25 groupes ou maisons d'édition membres de la Publishers Association*).

Source : « The UK Book Publishing Industry in Statistics 2009 », The Publishers Association. Taux de la livre utilisé (24 septembre 2010) : 1,17 €.

• **Un marché international et innovant**

Deuxième marché en Europe en terme de chiffre d'affaires (3,05 milliards £ en 2009), premier pour le nombre de titres publiés chaque année, le marché britannique du livre est aussi l'un de ceux qui rayonnent le plus à l'international. Près de 40 % de son chiffre d'affaires est réalisé à l'export et s'il y a 60 millions d'habitants au Royaume-Uni, le nombre d'anglophones dans le monde est de 400 millions, chiffre qui ne tient compte que des pays où l'anglais est la langue officielle.

L'interpénétration des marchés anglophones est essentielle pour qui veut en comprendre les ressorts : les majors de l'édition britannique sont internationales et présentes dans l'ensemble du Commonwealth et en Amérique du Nord. Aujourd'hui, les six premiers groupes que sont Pearson (UK), Informa (UK), Hachette UK (Hachette Livre, France), Harper Collins Publishers (News

Corporation, USA), Macmillan Publishers (Georg von Holtzbrinck, Allemagne), Random House Group (Bertelsmann, Allemagne) génèrent à eux seuls 50 % du chiffre d'affaires total de l'édition britannique¹. Malgré la concentration, malgré un marché qualifié par les acteurs de très « dur » et un contexte économique en crise, l'édition indépendante continue à défendre sa production, grâce, en partie, à l'immensité du marché à l'exportation. Car les maisons d'édition britanniques acquièrent les droits de publication et de commercialisation de leurs ouvrages pour l'ensemble du Commonwealth, à savoir cinquante-quatre pays : dix-neuf pays d'Afrique dont l'Afrique du Sud ; treize pays d'Amérique dont le Canada, huit pays d'Asie dont l'Inde, le Pakistan et la Malaisie ; divers pays d'Europe et l'Océanie dont l'Australie.

Une des caractéristiques majeures du marché du livre anglais est d'être entièrement entre les mains des grandes chaînes de librairie dont WH Smith, Waterstone's et Blackwell². Les ventes en librairies indépendantes ne représentent plus que 9 % des ventes totales (en CA).

C'est un marché qui reste traditionnellement innovant. C'est aux Anglais par exemple que l'on doit le livre de poche (*paperback*) et le fameux *coffee-table book* (beau-livre). Plus récemment, la percée du numérique, de la vente sur Internet et de l'impression à la demande y est significative. Le marché du numérique, tous produits confondus, a connu en 2009 un chiffre d'affaires de 150 millions de livres sterling, soit 20 % de plus qu'en 2008³.

L'édition britannique est centralisée pour une grande partie à Londres, qui s'est imposée comme une des grandes capitales du livre. La London Book Fair est le deuxième rendez-vous international des professionnels après Francfort ; les prix littéraires, dont le Man Booker Prize décerné à un ressortissant de l'un des pays du Commonwealth, sont chaque année attendus par les professionnels du monde entier, tout comme est lue avec attention la presse littéraire (le *Times Literary Supplement* ou *TLS*) et professionnelle (*The Bookseller*). Les festivals comme celui d'Edinburgh (Edinburgh International Book festival) sont également prisés.

• **Un marché sinistré**

De l'avis unanime des professionnels, l'édition anglaise est néanmoins sinistrée, ce que la récente crise économique ne suffit pas à expliquer. C'est une crise clairement qualifiée d'endémique.

En 1900, éditeurs et libraires avaient signé un accord appelé le Net Book Agreement (NBA) obligeant les libraires à vendre les livres au prix indiqué sur la couverture (*published price*). Pendant la dernière décennie du XX^e siècle, les gros éditeurs, les uns après les autres, sont sortis de l'accord et après plusieurs

¹ Source : « Les groupes d'édition au Royaume-Uni », BIEF septembre 2009, et *The Bookseller* : <http://www.thebookseller.com/in-depth/feature/110337-review-of-2009---tough-at-the-top.html>

² Le nombre de magasins par chaîne au Royaume-Uni sont de 786 pour WH Smith, 314 pour Waterstone's Booksellers et 51 pour Blackwell UK. Voir le site de la Booksellers Association : <http://www.booksellers.org.uk/Industry-Info/Industry-Reports/Book-Industry-General/Bookshop-Groups.aspx>

³ Voir le « Market Research and Statistic » sur le site de l'Association des éditeurs : http://www.publishers.org.uk/en/home/market_research_and_statistics/statistics/

examens des tribunaux, le NBA fut finalement déclaré contraire à l'intérêt public. La brusque déréglementation a eu pour conséquence une surenchère de soldes et de prix cassés ; selon les professionnels interviewés, entre 2000 et 2009 plus de 500 librairies indépendantes ont fermé alors que s'implantaient par ailleurs les grosses chaînes étasuniennes, en particulier Borders Group et ses fameuses Waldenbooks, en redressement judiciaire en 2008.

Le pouvoir des chaînes de librairies est, selon les éditeurs, disproportionné. « Quand Tim Waterstone est arrivé sur le marché, il a merveilleusement soutenu les nouveaux auteurs », a rappelé Dan Franklin, éditeur (*publisher*) chez Jonathan Cape (*imprint* du groupe Random House), lors d'un séminaire à la London Book Fair⁴. Mais lorsqu'ils se sont lancés dans la concurrence avec les supermarchés, les choses ont changé.

La fin du Net Book Agreement a fait disparaître des pans entiers de la chaîne du livre. « Cette déréglementation, raconte l'éditeur Christopher MacLehose (MacLehose Press, *imprint* de la jeune maison d'édition Quercus, réputée pour ses immenses succès), a eu lieu pendant les années Thatcher qui ont affaibli les syndicats. En échange, la TVA sur le livre a été supprimée. Mais les libraires ne s'en sont pas remis. »

Les conséquences sur les droits d'auteur sont aussi tangibles. Les auteurs s'en plaignent car ils ont vu leurs royalties baisser considérablement. Un auteur comme Panos Karnezis, publié chez Jonathan Cape, sourit : « La pression des chaînes de librairie ? C'est une éternelle discussion en Grande-Bretagne, dit-il, surtout depuis la fin du Net Book Agreement. Et bien sûr, ce sont les librairies indépendantes qui ont souffert parce qu'elles ne peuvent pas rivaliser. Mais l'aspect positif de ces prix discountés c'est que, me semble-t-il, les gens lisent plus. Je ne dis pas que les royalties pour un auteur ne sont pas importantes, mais il faut un juste équilibre. » Il fait d'ailleurs la comparaison avec la Grèce dont il est originaire : « En Grèce les livres sont trop chers et les gens lisent moins. »

B) Les principaux acteurs

• Les associations et syndicats d'éditeurs

The Publishers' Association, association d'éditeurs⁵, représente un ensemble de maisons cumulant 80 % du chiffre d'affaires total du secteur. Sa mission est d'offrir à l'industrie du livre les cadres et les moyens de son développement *via* des actions de lobbying au Royaume-Uni, en Europe et à l'international, des actions d'information et de coopération avec d'autres acteurs importants sur des sujets phare tels que le copyright, la propriété intellectuelle et le numérique. Elle est membre de la FEP (Federation of European Publishers).

Parallèlement, une guilde des éditeurs indépendants, l'Independent Publishers Guild⁶, regroupe 480 éditeurs générant un chiffre d'affaires total de 500 millions de livres sterling. Elle offre à ses membres des services tels que l'information, la formation et la participation collective aux grandes foires internationales (Londres, Francfort et Pékin).

• Les associations et syndicats d'auteurs

⁴ Cité par Felicity Wood, dans l'article « Waterstone's took a wrong turn, says Dan Franklin », *The Bookseller Daily at London*, 21 avril 2010, p. 3.

⁵ <http://www.publishers.org.uk/en/home/>

⁶ <http://www.ipg.uk.com/cgi-bin/scribe?showgroup=pg01>

De leur côté, les auteurs sont réunis au sein de la Society of Authors⁷ créée en 1884, pour protéger leurs droits et leurs intérêts. Elle a toujours compté et compte encore d'éminentes personnalités. Parmi les 8 500 membres actuels figurent des romanciers tels que Doris Lessing, David Lodge ou Ian McEwan. Si son activité principale et quotidienne est, selon son secrétaire général, Mark Le Fanu, d'informer les auteurs et de les promouvoir auprès des professionnels, l'organisme est également actif dans tous les débats interprofessionnels, dont ceux sur le droit d'auteur et le numérique.

Les auteurs de littérature générale, contrairement aux auteurs de non-fiction, reconnaissent pourtant qu'ils sont peu impliqués dans les organismes collectifs. Pourquoi le seraient-ils ? Ils ont des agents, répondent-ils. Les organismes ne sont pas en cause et les auteurs saluent le travail de la Society of Authors, de bon conseil lorsqu'ils rencontrent des problèmes dans leurs relations avec les éditeurs. Des agents littéraires confirment à ce titre que leur expertise juridique est très utile et suggèrent que les auteurs devraient davantage y avoir recours.

• **Les agents littéraires**

Un autre acteur est historiquement présent dans la chaîne du livre britannique : l'agent littéraire. La règle d'or du marché anglais étant la libre concurrence, et par conséquent la faible intervention du législateur dans les relations contractuelles, le marché de l'édition a vu naître des professionnels chargés de rédiger et de négocier les contrats pour le compte de l'auteur.

« Lorsque la gestion des droits a été prise en mains par des gens qui n'étaient ni des auteurs, ni des éditeurs, les choses ont évolué, explique Christopher MacLehose (MacLehose Press). En Grande-Bretagne, un agent comme Curtis Brown a joué un rôle fondamental pour les auteurs. Aujourd'hui, c'est le cas en Allemagne avec Peter Fritz. Les agents ont fait progresser les débats sur le droit d'auteur. »

La Grande-Bretagne, avec les États-Unis, est le pays par excellence des agents littéraires, réunis au sein de l'Association of Authors' Agents, qui compte près d'une centaine de membres. Elle représente les intérêts des agents d'auteurs et a mis en place un code déontologique (*Code of practice*⁸). Les grandes agences que sont Andrew Nurnberg Associates Ltd, The Marsh Agency Ltd ou encore Rogers, Coleridge & White Ltd en sont membres.

Au fil des décennies, le rôle de l'agent s'est diversifié. C'est aujourd'hui un professionnel qui se constitue un « pool » d'auteurs, et donc un catalogue, qui travaille avec ses auteurs sur le texte (*editing*), qui négocie les contrats d'édition, de traduction, d'adaptation, etc., en Grande-Bretagne et dans le monde (*licensing*), qui intervient dans les campagnes de promotion des éditeurs et gèrent les prestations parallèles des auteurs comme les lectures, les conférences ou les articles de presse. Par ailleurs, ces agences gèrent les fonds des auteurs morts pour le compte des ayant droits (*estates*).

Le rôle et la fonction de l'agent en Grande-Bretagne ne fait pas l'objet de débat. C'est plutôt la façon dont ces professionnels exercent leur métier qui est tantôt louée, tantôt montrée du doigt. « Ce qu'on attend d'un agent, dit Christopher MacLehose, c'est l'instinct ; repérer l'auteur et les textes, puis lui trouver un éditeur. C'est lui qui aujourd'hui assure la stabilité dans la carrière de

⁷ <http://www.societyofauthors.org/>

⁸ http://www.agentsassoc.co.uk/index.php/Constitution_and_Code_of_Practice

l'auteur ». « Pour la plupart, ils font du bon travail », affirme Rebecca Carter, éditrice chez Harvill Secker (groupe Random House). Pete Ayrton, fondateur et directeur éditorial de *Serpent's Tail* (aujourd'hui maison du groupe Profile Books Ltd), ne dément pas, mais nuance : « Ils font du business. Ils réagissent en fonction du marché et préfèrent les auteurs déjà établis aux auteurs débutants. Et ils peuvent vous enlever un auteur dont vous avez publié deux titres pour le placer chez un éditeur plus grand. Mais ils sont utiles, car ils permettent de séparer les questions financières des questions éditoriales. »

Rares sont les auteurs confirmés qui souhaitent se passer d'agent. Ce qui ne les empêche pas de changer d'agence au cours de leur carrière. Panos Karnezis explique pourquoi il est allé chez Andrew Wylie : « Les relations avec mon précédent agent étaient bonnes. Mais j'avais besoin d'être traduit, et j'ai l'impression que chez Wylie, ils sont très impliqués dans les traductions. En plus il y a chez eux de jeunes agents. J'avais besoin d'être en contact avec un agent de ma génération. J'ai l'impression d'être mieux compris. » Il confirme en cela que les relations auteurs-agents ne sont pas uniquement économiques ou pratiques et peuvent être littéraires.

Encore convient-il de distinguer les agences d'auteurs d'autres structures comme les *sub* ou *co-agencies*, lesquelles représentent de grandes agences américaines ou de grands groupes d'édition, les agences de *scouting* chargées de « rabattre » dans les grosses maisons d'édition le meilleur de la production étrangère, ou les agences chargées de gérer pour le compte des auteurs les contrats autres que les contrats d'édition, à savoir les conférences, les lectures, les articles dans les médias, etc.

• **L'interprofession**

Dans un secteur en crise comme l'est l'édition anglaise, les associations d'auteurs, d'éditeurs et d'agents devraient plus que jamais travailler ensemble. Or les professionnels déplorent que ce ne soit pas le cas. Mark Le Fanu précise que la Society of Authors, dont il est le secrétaire général, « collabore étroitement avec la Publishers Association sur les questions ayant trait au marché, chaque fois que les auteurs et les éditeurs ont des intérêts communs. Mais la Publishers Association ne souhaite pas négocier à la place de ses membres des questions contractuelles. »

2. La législation britannique

• **Le copyright**

En droit anglais, il n'est pas question de « droit d'auteur » mais de « copyright », littéralement « droit de copie ».

Le copyright remonte au XVII^e siècle, à une époque où la monarchie octroyait des privilèges aux imprimeurs ainsi détenteurs du droit exclusif d'imprimer et de commercialiser leurs livres. Quant au droit et à la liberté des auteurs de céder des « copyrights » à des imprimeurs, ils sont posés pour la première fois dans le *Statute of Anne* de 1710, lequel introduit par ailleurs une durée limitée de la protection des œuvres publiées⁹.

⁹ Voir « History of Copyright » sur le site de site de l'Intellectual Property Office (IPO), <http://www.ipo.gov.uk/types/copy/c-about/c-history/c-history-anne.htm>

Depuis, ce droit a bien sûr évolué, en particulier au contact des législations internationales et européennes. Aujourd'hui, il est régi par le Copyright, Designs and Patents Act (C. 48) du 15 novembre 1988¹⁰, lequel a été amendé à de nombreuses reprises, en particulier en raison des nécessaires transpositions des directives européennes, dont celle de 2001 (voir p. 86).

Le copyright, comme le brevet, est un droit de la propriété intellectuelle¹¹. La distinction entre bien matériel et œuvre de l'esprit est reconnue, le copyright s'exerçant pour toute œuvre écrite, enregistrée ou fixée sur un support. Pour être protégée, l'œuvre n'a pas à être enregistrée, mais elle doit être originale.

• « *Economic rights* » et droit moral

Depuis 1988, le droit anglais fait la distinction entre les droits patrimoniaux, dits *economic rights*, et le droit moral (*moral rights*). Selon l'article 2 (chap. 1) du Copyright, Designs and Patents Act, le droit moral « *subsiste en faveur de l'auteur [...] qu'il soit ou non titulaire du droit d'auteur* ». Cela signifie que le droit moral est inaliénable au Royaume-Uni (art. 94) ; l'auteur ne peut ni le transférer ni le céder comme il le peut avec ses droits patrimoniaux.

Le droit moral comprend : le droit de paternité (art. 77), le droit à l'intégrité de l'œuvre (art. 80) et le droit de ne pas être à tort désigné comme auteur (*false attribution*, art. 84)¹².

Les droits patrimoniaux, quant à eux, peuvent être transférés, c'est-à-dire achetés ou vendus comme n'importe quel bien patrimonial, sachant que ce transfert appelé « *assignment* » consiste en un véritable transfert de propriété. Il est en cela distinct de la « *license* » qui ressemble davantage à une concession de droits d'exploitation. Les actes relatifs aux cessions de copyrights (*assignment* ou *license*) sont traités dans le chapitre V de la loi. Le propriétaire du droit, qu'il soit l'auteur ou non, a le droit exclusif de reproduire, diffuser, prêter, communiquer, représenter ou adapter l'œuvre (art. 16) dans le respect du droit moral de l'auteur. Il peut le faire lui-même, ou par l'intermédiaire d'un tiers par voie de *license*.

• *Durée de la protection*

Enfin, la durée de la protection intellectuelle s'est alignée sur celle des autres pays de l'Union européenne à 70 ans après la mort de l'auteur (dans la plupart des cas). Le droit moral s'éteint en même temps que le copyright, soit 70 ans après la mort de l'auteur, à l'exception du droit décrit à l'article 84 (*false attribution*) qui s'éteint 20 ans après la mort de l'auteur.

3) Les contrats et les usages contractuels en Grande-Bretagne

¹⁰ Le texte avec ses nombreux amendements en vigueur aujourd'hui est disponible à l'adresse suivante : <http://www.statutelaw.gov.uk/content.aspx?activeTextDocId=2250249>. La traduction française disponible sur le site de l'OMPI est celle du texte original de la loi de 1988 : http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=127296.

¹¹ Voir l'historique et les informations sur le site de l'organisation gouvernementale Intellectual Property Office (IPO) : <http://www.ipo.gov.uk/types.htm>, et sur le site de l'organisme à but non lucratif British Copyright Council (BCC) : <http://www.britishcopyright.org/>

¹² Voir chapitre IV du Copyright, Designs and Patents Act (C. 48) consacré au droit moral.

Le contrat d'édition anglais (*publishing contract*) n'est pas un *assignment* mais une *license*, c'est-à-dire qu'il n'y a pas de transfert de propriété mais licence d'exploitation¹³. Cette licence peut être exclusive ou non exclusive. Elle est, sauf exception, exclusive et doit par conséquent revêtir la forme écrite (art. 90 et 92 de la loi).

En dehors de cette exigence, la législation anglaise est peu contraignante (chap. v de la loi), s'attardant davantage sur les atteintes (*infringement*) au copyright que sur les obligations contractuelles. Une totale liberté est laissée aux parties contractantes quant au contenu et à la forme de l'écrit. Les commentateurs y voient l'application du sacro-saint principe anglais de liberté contractuelle.

Le résultat en est qu'il n'existe en Grande-Bretagne aucun contrat type. Éditeurs et agents ont élaboré au fil des ans ce qu'ils appellent leur « *boilerplate* », c'est-à-dire leur propre matrice qui est ensuite négociée entre les parties. En littérature générale, les auteurs étant le plus souvent représentés par un agent, c'est ce dernier qui établira le contrat et le négociera. Sa marge de négociation dépendra autant de sa notoriété que de celle de l'auteur. Dans tous les cas, le contrat est long et détaillé, alors même que seuls les droits de publication en langue anglaise sont cédés.

Il est impossible de présenter un contrat standard et ses éventuelles variantes, tant l'éventail des situations est large. Tout au plus peut-on exposer certaines spécificités du contrat anglais ainsi que les points sur lesquels se cristallise l'essentiel des négociations¹⁴. Les contrats et données contractuelles que nous avons pu consulter viennent essentiellement de contrats d'édition que plusieurs auteurs ont bien voulu nous transmettre, de nos archives personnelles ainsi que des *guidelines* de la Society of Authors.

A) L'affirmation du droit moral

Nous l'avons vu, le droit moral existe sitôt que l'œuvre existe, sans qu'il soit besoin d'autres formalités. Toutefois la Society of Authors attire l'attention sur le fait que l'auteur, selon le Copyright Act (art. 77 et 78), doit faire valoir « son droit à la paternité ». Les modalités n'étant pas précisées, l'organisme recommande aux auteurs¹⁵ de faire insérer dans leurs contrats la clause suivante : « *L'auteur fait valoir son droit moral à être identifié comme étant l'auteur de l'ouvrage pour tous les droits cédés par l'auteur à l'éditeur selon les termes et conditions générales du présent accord*¹⁶. »

Elle conseille d'y ajouter des clauses selon lesquelles l'éditeur s'engage :

— à faire figurer sur le verso de la page de titre de chaque édition publiée par lui ou par un tiers cessionnaire la mention : « *[nom de l'auteur] a fait valoir son*

¹³ Il peut y avoir transfert de copyright (*assignment*) dans des cas très précis, par exemple des œuvres de collaboration ou des œuvres collectives.

¹⁴ La Society of Authors propose à ses membres un *guideline* assez précis des « publishing contracts » : <http://www.societyofauthors.org/guides-and-articles/>

¹⁵ *Quick Guide to Copyright and Moral Rights*, en accès libre sur le site de la Society of Authors : <http://www.societyofauthors.org/sites/default/files/Quick%20Guide%20to%20Copyright%20and%20Moral%20Rights%2009.pdf>

¹⁶ *Ibid.*, §10.

droit à être identifié comme étant l'auteur de cet ouvrage conformément au Copyright, Designs and Patents Act 1988 » ;

— à faire figurer le nom de l'auteur sur la page de titre, la page de couverture et le cas échéant les jaquettes, ainsi que sous la ligne de copyright.

B) La nature et l'étendue des droits cédés

Qu'il s'agisse d'une *license* simple ou exclusive, l'auteur a toujours la liberté de limiter les territoires, la durée et la nature des droits qu'il entend céder.

• Nature des droits cédés

Les droits de publication en langue anglaise incluent les droits de publication en édition reliée (*hardcover*), en édition brochée (*softcover*), en format poche (*paperback*), de luxe, club, souvent audiobook (mais non systématiquement) et numérique (*idem*), etc. Le contrat doit donc préciser dans quels formats l'éditeur peut publier et commercialiser l'œuvre soit directement, soit par voie de cession à un tiers (*sub-licensing*). Si les grandes maisons acquièrent les droits de publication pour tous formats, il n'est pas rare pour autant que ceux-ci soient morcelés, les droits grand format étant cédés à un éditeur, les droits poche à un autre, etc.

Concernant les droits de traduction et les droits dérivés, les éditeurs de littérature générale, contrairement aux éditeurs de non-fiction (en particulier les *academic books*), n'acquièrent pas les droits de traduction, ces droits étant cédés et gérés en direct par l'agent. Toutefois, les éditeurs indépendants de l'Independent Publishers Guild affirment acquérir les droits de traduction, lorsque les ouvrages ne sont pas passés par une agence littéraire. Cela concerne des auteurs débutants, non encore établis.

Pour toute cession consentie par l'éditeur à un tiers, les contrats prévoient au minimum que l'auteur soit informé, au mieux que l'auteur donne son consentement écrit et reçoive une copie du contrat de licence.

• Droits de représentation et droits d'adaptation

Les autres droits dérivés, dont les droits de représentation et d'adaptation, ne sont que très rarement cédés à l'éditeur. De tels droits sont traditionnellement gérés par les agents.

• Durée et rétrocession

Les *licenses* ne sont pas, contrairement à ce qu'on pourrait penser, limitées dans le temps, mais couvrent le plus souvent la durée de la propriété intellectuelle. Certains auteurs exigent des durées limitées à 5, 7, 10 ou 15 ans, mais cela reste exceptionnel.

Les agents interrogés disent compenser la durée de la propriété intellectuelle en introduisant dans les contrats des clauses de rétrocession. Jusqu'à une époque récente, les contrats prévoyaient une possible rétrocession lorsque l'ouvrage était « *out of print* », autrement dit épuisé. Mais à l'heure du numérique, les auteurs ont fait valoir que cette clause était désuète puisque les éditeurs ont à leur disposition de nombreuses façons de rendre accessible un ouvrage, notamment par l'impression à la demande. C'est ici la notion même de l'épuisement qui est en cause et suscite des débats en Grande-Bretagne, comme ailleurs.

Aussi a-t-elle été souvent remplacée par un nombre minimum d'exemplaires vendus annuellement (entre 100 et 200) ; en deçà, les auteurs peuvent demander à récupérer leurs droits. Il est alors précisé que la résiliation du contrat principal n'entraîne par la résiliation des contrats de *sublicense*.

Les contrats anglais incluent également pour l'éditeur la possibilité de procéder à des *small reprints*. Il s'agit de ces petits tirages que l'éditeur est obligé de faire pour assurer l'approvisionnement des stocks. Le contrat spécifie alors le nombre d'exemplaires maximum compris par ce « petit retraitage » et sa fréquence. Il n'y a généralement pas plus d'un *small reprint* par an, et les rémunérations sont au moins équivalentes à celles prévues pour le premier tirage.

• **Étendue territoriale**

Concernant les territoires, les pratiques varient. De manière générale, l'éditeur souhaitera acquérir les droits de publication en langue anglaise pour le monde, alors que les agents préfèrent morceler les territoires. Pour obtenir les droits mondiaux, l'éditeur doit prouver qu'il est en mesure de commercialiser ou d'exploiter l'ouvrage sur l'ensemble des territoires qu'il revendique. Le marché pour la langue anglaise se répartit traditionnellement en deux territoires majeurs, le Commonwealth et les États-Unis. Seuls les grands groupes transatlantiques sont en mesure d'exploiter des droits sur l'ensemble des deux marchés, les autres n'obtiendront les droits que pour le Commonwealth, sachant que les agents tendent à en retirer le Canada ainsi que l'Australie dont le marché s'affranchit de la domination britannique. De plus, même si l'éditeur a des accords de diffusion-distribution dans ces différents pays, le coût de l'exportation étant répercuté sur les rémunérations de l'auteur, il n'est pas forcément intéressant pour un auteur de céder à son éditeur britannique les droits mondiaux. L'éditeur peut rétorquer qu'il ne commercialisera pas lui-même les ouvrages, mais en cèdera les droits de publication en langue anglaise à des éditeurs locaux ; cependant, l'agent aura, dans ce cas, intérêt à céder lui-même ces droits aux éditeurs des pays concernés.

C) Les rémunérations

• **Rémunération des éditions exploitées par l'éditeur**

a) Les assiettes

Le prix du livre étant libre en Grande-Bretagne depuis l'abandon du Net Book Agreement, tout comme il l'est aux États-Unis, au Canada et en Australie, l'assiette de la rémunération de l'auteur devient une question aussi cruciale que complexe puisque les royalties varient de façon considérable selon qu'ils sont calculés sur le prix de vente figurant sur la couverture du livre, le prix dit « publié » (*published price* ou « *pp* »), ou sur le prix « reçu » par l'éditeur (*received price* ou « *pr* »), c'est-à-dire après avoir soustrait les remises détaillants et diffuseur-distributeur.

Pour un ouvrage vendu au prix fort de 15 £ (*published price*), mais finalement soldé au prix de 6 £ (*received price*), l'auteur percevra-t-il 10 % de 15 £ ? 10 % de 6 £ ? ou un pourcentage inférieur ? calculé sur quelle base ? On comprend que l'enjeu soit de taille et se transforme en un véritable casse-tête pour les auteurs.

Les « prix publiés » ne constituent jamais les bases retenues exclusivement. Les remises sont répercutées sur les royalties sitôt qu'elles sont supérieures ou égales à 50 %. Lynette Owen, auteur d'un ouvrage de référence sur les contrats¹⁷, explique que les royalties baissent de 1/5^e pour des prix soldés à partir de 50 % et de 2/5^e pour des remises allant de 57,5 % jusqu'à 62,5 %. La Society of Authors recommande une baisse de 1/5^e pour des discounts supérieurs à 52,5 % du prix éditeur et de 2/5^e pour des discounts supérieurs à 62 %. Les contrats qu'il nous a été donné de voir oscillent entre ces deux fourchettes.

Le « prix reçu » est pour sa part souvent retenu comme assiette des rémunérations dues sur les ventes export.

Dans ces conditions, les énumérations des différentes bases couvrent des pages de contrat, puisqu'à chaque format et à chaque réseau de vente correspondent des pourcentages et/ou des assiettes distincts.

b) Les pourcentages

On peut dire de manière générale que les échelles de pourcentages seront peu ou prou les suivantes :

— pour un ouvrage en grand format commercialisé en Grande-Bretagne (*home market*) au prix publié, 10 % de ce prix publié jusqu'à 4 000 exemplaires vendus (fourchette basse ; pour un auteur déjà installé, le premier palier peut être de 12 %), 12 % jusqu'à 8 000, 15 % au-delà¹⁸.

— pour un ouvrage poche commercialisé par l'éditeur en Grande-Bretagne, de 7,5 % jusqu'à 12 % du prix publié.

À ces différents pourcentages s'ajoute la liste des minorations générées par les ventes discountées (éditions reliées, éditions brochées, poche) dans l'ensemble du Royaume-Uni.

Quand l'auteur a cédé ses droits de publication en langue anglaise pour le Commonwealth ou pour le monde et que l'éditeur y commercialise lui-même l'ouvrage *via* ses réseaux de diffusion-distribution, le contrat précise alors également les droits dus sur les ventes export (éditions reliées, brochées et poche, et pour quel territoire, discounté ou non). Ces pourcentages souvent calculés sur le prix reçu sont équivalents aux pourcentages dus sur les prix éditeurs des ventes domestiques. Il s'ensuit pour l'auteur un manque à gagner évident, d'où la pression des agents ou des représentants d'auteur pour morceler les territoires, et si ce n'est pas possible, pour augmenter les pourcentages ou asseoir leur calcul sur les mêmes assiettes que pour les ventes domestiques.

• Les droits acquis par l'éditeur et cédés à un tiers

L'éditeur qui a acquis les droits de publication en langue anglaise pour le monde peut avoir intérêt à céder à un éditeur tiers la licence d'exploitation (*sublicense agreement*) pour les territoires étrangers, en particulier les États-Unis. Il peut être plus avantageux, pour l'auteur comme pour l'éditeur, de céder à un tiers les droits d'exploitation que de commercialiser lui-même, compte tenu du coût de l'export. Dans ce cas, le contrat doit mentionner la part revenant à l'auteur, sachant que celle-ci sera comprise entre 70 et 80 % des recettes nettes.

¹⁷ Lynette Owen, Charles Clark, *Clark's Publishing Agreements : A Book of Precedents*, Butterworths, 2002 (1^{re} éd. 1997).

¹⁸ La Société des auteurs, dans le *Guide to Publishing contracts (op. cit.)*, recommande 10 % jusqu'à 2 500 exemplaires vendus, 12,5 % jusqu'à 5 000 et 15 % au-delà.

Si cette solution n'est pas systématiquement adoptée, c'est que les diffuseurs-distributeurs s'y opposent, redoutant que leurs éditeurs ne leur laissent à commercialiser que les ouvrages les plus difficiles.

Concernant les droits secondaires autres que les droits de traduction et que l'éditeur aurait acquis et cédés à un tiers, la part revenant à l'auteur est de 60 % des recettes nettes.

• **Forfaits et à-vaioir**

La pratique du forfait existe et rien ne l'interdit. Elle est même habituelle dans le cas des œuvres de commande. En revanche, pour les œuvres littéraires l'usage veut que la rémunération des auteurs soit proportionnelle aux revenus de l'exploitation.

Si la loi n'impose pas à l'éditeur le paiement d'un à-vaioir, le fait est que la quasi-totalité des contrats l'incluent. Et ces à-vaioir calculés sur l'ensemble des recettes d'exploitation attendues, et non sur les perspectives de vente du premier tirage, ont suivi l'évolution du marché, à savoir que les plus faibles à-vaioir (proposés pour un premier roman par exemple) ont tendance à baisser alors que les plus forts augmentent. Benedicte Page, en décembre 2009, rapportait dans un article de *The Bookseller* les témoignages d'éditeurs britanniques sur le sujet. Il en ressort que la fourchette basse des à-vaioir est descendue à 1 000-2 000 £ contre 4 000-5 000 £ il y a quelques années, ce que confirment les professionnels interrogés. Il semblerait que certaines maisons descendent jusqu'à 500 £¹⁹, ce qui est unanimement reconnu comme très bas.

• **Arrêté des comptes et relevés de droits**

Les relevés de compte sont dans une grande majorité des cas envoyés deux fois par an.

D) Le droit d'option

Il est d'usage, mais non systématique, que l'auteur accorde contractuellement un droit d'option à son éditeur. Celui-ci sera ainsi prioritaire pour l'acquisition d'une œuvre future. Cette clause d'option est limitée généralement au même genre que l'œuvre cédée et limitée dans le temps, l'éditeur ayant un nombre limité de semaines pour se prononcer. Au cas où un autre éditeur offrirait des conditions plus avantageuses, l'éditeur bénéficiant de l'option devrait alors s'aligner sur cette offre.

4) La relation contractuelle vue par les professionnels

Le premier interlocuteur, chronologiquement parlant, de l'éditeur n'est pas l'auteur, comme nous l'avons dit, mais l'agent. C'est à lui que l'auteur de littérature générale soumet son manuscrit, et c'est lui qui le soumet à son tour à l'éditeur. Un manuscrit envoyé directement par un auteur de littérature générale à un éditeur a très peu de chance d'être lu. Dans le domaine académique, au

¹⁹ « Literary début advances fall as low as £500 », Benedicte Page, *The Bookseller*, 17 décembre 2009 : <http://www.thebookseller.com/news/107245-literary-dbut-advances-fall-as-low-as-500.html> ; voir le commentaire d'Alex Bowler, éditeur chez Jonathan Cape.

contraire, les auteurs traitent directement avec les maisons d'édition ; les enjeux économiques des cessions étant moindres, ces titres intéressent peu les agents.

Bridget Shine, de la Guilde des éditeurs indépendants, atteste néanmoins qu'il existe bien en littérature générale, même s'ils sont rares, des auteurs sans agent. Ce sont souvent des auteurs débutants qui n'ont pas trouvé d'agent. Leurs éditeurs leur proposent alors un « *full-service* » en acquérant les droits secondaires et en essayant de vendre eux-mêmes les droits de traduction.

À l'exception de ces rares cas, l'agent se trouve au cœur de la relation contractuelle. Jan Michael, qui a créé son agence en 1977 (Jan Michael Literary Agency), insiste sur le fait que l'agent est « là pour faciliter la relation, pas pour la durcir ou la compliquer. Notre rôle, dit-elle, est de trouver le bon éditeur. C'est ça l'essentiel du boulot de l'agent. Et si ça doit prendre du temps, ce n'est pas grave, c'est plus important que le revenu ».

L'intervention de l'agent est d'autant plus nécessaire que les contrats sont devenus complexes et le marché instable. Un agent qualifie la négociation d'un contrat d'édition de « champ de mines » et un autre déplore sa longueur.

Aussi, lorsqu'on aborde avec un auteur le contenu de ses contrats, la réponse est-elle claire : c'est l'affaire de l'agent. La durée du contrat ne suscite pas de réaction tranchée, même si les auteurs constatent qu'il est souvent très difficile pour un auteur de récupérer ses droits. Du coup, le débat s'est récemment déplacé sur la définition de l'épuisement (*out of print*) et les contrats actuels n'y font plus référence, préférant, comme on l'a vu, comme critère un seuil de ventes annuelles. Jan Michael, originaire des Pays-Bas, a l'expérience de ce qui se fait ailleurs. « 70 ans, c'est long ! » s'exclame-t-elle.

La question des territoires non plus ne suscite guère de remarques et les auteurs interrogés laissent volontiers leurs agents négocier, sachant qu'ils connaissent les différents marchés et qu'ils préfèrent généralement exclure des territoires cédés les États-Unis et, de plus en plus souvent, le Canada et l'Australie.

Les langues se délient lorsqu'on parle de rémunération. L'épouse de John Berger, Beverly Berger, qui négocie les contrats de son mari depuis plus de trente ans et épluche ses relevés de droits, avoue avoir remarqué d'importants changements, en particulier depuis la fin du Net Book Agreement. « Sur les relevés des derniers ouvrages de John, j'ai l'impression que le nombre d'exemplaires soldés à plus de 50 % augmente. C'est incroyable. » Naturellement les royalties baissent en conséquence, même lorsque le nombre d'exemplaires vendus, lui, ne baisse pas.

Lorsque les prix de vente baissent, les recettes de l'éditeur baissent également. Un souci majeur pour l'auteur devient alors de ne pas être « abandonné » par son éditeur. Jane Rogers, auteur chez Little, Brown, a expliqué pendant la London Book Fair 2010 que son huitième roman avait été refusé par son éditeur parce que les ventes du septième étaient trop basses. Ce à quoi elle a ajouté : « L'histoire de l'auteur que son éditeur laisse tomber est aujourd'hui aussi ordinaire que celle de Cendrillon²⁰. »

²⁰ Cité par Felicity Wood, dans l'article « Waterstone's took a wrong turn, says Dan Franklin », *The Bookseller Daily at London*, 21 avril 2010, p. 3.

Jan Michael confirme à quel point il est dangereux pour un auteur de perdre son éditeur : « car les éditeurs n'aiment pas s'occuper d'un auteur qu'un autre a laissé tomber. » L'éditeur Pete Ayrton (Serpent's Tail) se plaint que « les éditeurs anglais n'ont plus les moyens d'avoir une politique d'auteurs. Si au deuxième livre ça ne marche pas, c'est fini, l'éditeur lâche ». Les principales victimes ? Ce sont d'abord les auteurs débutants, pour qui cela est de plus en plus difficile ; ils seraient par conséquent prêts à signer n'importe quel contrat. C'est ensuite ce que les Anglais appellent la *midlist*, autre mot souvent prononcé lors de la dernière London Book Fair. La *midlist*, ce sont les auteurs dont les ouvrages se vendent entre 3 000 et 4 000 exemplaires et dont plus personne, pourtant, ne veut. Les responsables ne sont ni les agents trop gourmands — les conditions financières des contrats d'édition de ces auteurs ont été revus à la baisse ces dernières années — ni les auteurs qui n'ont pas d'exigence pécuniaire.

Pete Ayrton décrit le processus : « Quand on présente un titre aux chaînes, elles regardent les ventes des titres précédents. Si elles sont insuffisantes, ils refusent. » Or un éditeur ne peut se permettre de lancer sur le marché un livre que les chaînes refusent de commercialiser. Résultat : les éditeurs lâchent les auteurs après deux ou trois titres. Et tous de montrer du doigt la déréglementation du marché.

Qu'en est-il alors de la relation auteur-éditeur ? Pour l'agent Laura Susijn, cette relation est « meilleure, plus dynamique lorsqu'elle est centrée sur le texte et l'ouvrage, débarrassée des questions contractuelles. Les relations auteur-éditeur n'étant plus polluées par les négociations de contrat, ils peuvent rester bons amis, quand bien même les discussions entre l'éditeur et l'agent ont été dures », ironise-t-elle.

John Berger a été publié, pour la majeure partie de son œuvre, par Bloomsbury en Grande-Bretagne. Son épouse dit qu'il « a toujours eu de très bonnes relations avec son éditeur. Quand celui-ci est parti de chez Bloomsbury, il est parti lui aussi. Maintenant, il est publié chez Verso ».

Or les changements fréquents dans les maisons d'édition ainsi que les incertitudes du marché fragilisent la relation auteur-éditeur, mise à l'épreuve depuis une décennie. Rebecca Carter, chez Harvill Secker, le regrette. « Les maisons d'édition sont obligées de se concentrer aujourd'hui davantage sur la commercialisation et la promotion, et ça peut être au détriment de la relation éditoriale avec l'auteur, du travail commun sur le texte. Du coup, la fidélité de l'auteur est moindre. »

Tous sont unanimes pour reconnaître que la fin du Net Book Agreement a rendu le métier d'éditeur « difficile », et que la crise que connaît l'édition britannique n'a rien à voir avec la crise économique mondiale. Le retour du prix unique ? Non seulement ils n'y croient pas, mais ils prédisent, avec le numérique, sa disparition définitive du continent.

5) Les droits numériques

A) Le marché

L'année 2009 a connu une très forte croissance du numérique qui représente aujourd'hui près de 5 % du marché britannique. Encore convient-il de relativiser

ces chiffres : sur un chiffre d'affaires de 150 millions de livres sterling, 130 millions sont générés par le secteur du livre académique et professionnel²¹.

La vente des liseuses n'a pas encore décollé comme aux Etats-Unis, où il s'en est vendu près de 3 millions en 2009²². Le marché anglais en est encore à un stade embryonnaire. Les professionnels observent donc avec attention ce qui se passe outre-Atlantique, et de ces observations ont émergé plusieurs constats.

D'abord, la Grande Bretagne se trouve face à un problème spécifique : les éditeurs anglo-saxons n'ont pas les droits numériques de la production anglo-américaine qu'ils commercialisent au Royaume-Uni et dans tout le Commonwealth. Les éditeurs américains eux-mêmes ne les détiennent pas systématiquement, en particulier ceux des titres de leur fonds (*backlist*).

Alors qu'aux États-Unis des expériences multiples sont menées, permettant à des auteurs de best-sellers de commercialiser eux-mêmes leurs œuvres sous formats numériques, mettant sur le marché des fichiers à prix très bas, les professionnels britanniques ont opté pour le moment pour la sauvegarde du modèle traditionnel : les auteurs cèdent généralement leurs droits numériques à leurs éditeurs papier et les e-books sont vendus quasiment aux mêmes prix que les livres papier.

Enfin, les éditeurs voient dans l'émergence du numérique l'opportunité de toucher un public qui jusqu'alors n'achetait pas de livre.

Mais une conclusion s'impose : le Royaume-Uni est plus que n'importe quel autre pays européen dépendant du modèle américain dominé par Amazon.

Si la question du prix unique ne se pose pas, celle de la TVA en revanche est cruciale puisque le livre papier est exonéré alors que le livre numérique est taxé à 17,5 %.

B) Les contrats

• Droits premiers ?

Les auteurs de littérature générale cèdent généralement leurs droits numériques à leurs éditeurs papier. Les questions les plus largement débattues concernent la nature des droits numériques et la rémunération.

Les droits numériques peuvent être traités comme des droits premiers à partir du moment où le format diffusé est l'exacte réplique numérique du livre papier (même mise en page, mais support différent : e-book, par exemple). Sinon ils sont considérés de la même manière que les droits poche ou club. Mais ils peuvent également entrer dans la catégorie des droits dérivés à partir du moment où ils sont exploités par des tiers sous des formats (et non uniquement des supports) différents. Les débats, on s'en doute, sont prolixes et les usages non encore établis.

• Conditions de rémunération

Les conditions de rémunération les plus fréquemment rencontrées sont de 20 à 25 % de la part éditeur. Mais l'assiette et les paliers de royalties ont fait et font encore l'objet de discussions passionnées.

²¹ Voir Catherine Neilan, « PA : digital book industry now 5 % of total sales », *The Bookseller*, 16 avril 2010.

²² Voir lafeuille.blog.lemonde.fr/category/liseuses/ (avril 2010).

Les auteurs et représentants d'auteurs contestent de façon plus que virulente ces rémunérations. Pour la Society of Authors, les coûts liés à l'impression, au stockage, aux retours, à la détérioration des exemplaires disparaissent dans le cas du e-book, ce qui justifie des royalties étalées par paliers de 25 à 35 % du prix de vente. Pour les cas de « *pay-per-view* » (consultation en ligne), l'auteur devrait recevoir de 50 à 85 % de la part éditeur.

De leur côté, les éditeurs font valoir les lourds investissements auxquels ils doivent procéder pour que le marché du livre numérique reste entre les mains des maisons d'édition traditionnelles. De plus, ils trouvent normal de répercuter les frais d'édition, de promotion et de commercialisation sur les coûts de production du livre numérique. Les royalties n'ont dans ce cas aucune raison d'être plus élevées que dans le cas d'un livre papier.

Les rémunérations ne font pour le moment l'objet d'aucun consensus si bien que les agents brandissent les accords signés aux États-Unis directement avec les *e-tailers* (commerce de détail en ligne) qui garantissent des royalties élevées (50 à 75 %) calculées sur le prix de vente.

- **Durée**

Enfin, concernant la durée, la Society of Authors recommande d'intégrer dans les contrats la clause de renégociation à 3 ans.

De nombreux auteurs réclament une limitation dans le temps (3 ans en général) et ils l'obtiennent souvent.