

Melle Anne Chaillot

LES PRESSES UNIVERSITAIRES EN FRANCE :

QUELLES PERSPECTIVES POUR L'EDITION DE RECHERCHE ?

Mémoire dirigé par

Monsieur le Professeur Jean-Pierre Bernard

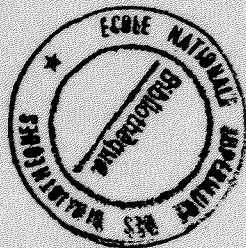
et présenté devant

l'Université des sciences sociales de  
Grenoble II .

Institut d'Etudes Politiques.

pour obtenir le

Diplôme d'Etudes Supérieures Spécialisées  
Direction de Projets Culturels.



1988

M

2

Melle Anne Chaillot

---

LES PRESSES UNIVERSITAIRES EN FRANCE:

QUELLES PERSPECTIVES POUR L'EDITION DE RECHERCHE ?

---

Mémoire dirigé par

Monsieur le Professeur Jean-Pierre Bernard

---

et présenté devant

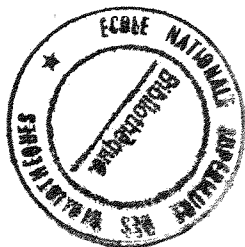
l'Université des sciences sociales de  
Grenoble II .  
Institut d'Etudes Politiques.

---

pour obtenir le

Diplôme d'Etudes Supérieures Spécialisées  
Direction de Projets Culturels.

---



1988

M

2

## SOMMAIRE

### INTRODUCTION

#### A- Presses universitaires ou presses d'université :

I - L'université éditrice à travers ses presses	Page 4
1°) L'essor des presses universitaires en France	Page 4
2°) Comparaison avec la situation des presses nord américaines à la fin des années 60.	Page 6
3°) Défense des presses universitaires : le rapport PERRY	Page 7
II - L'université et les presses universitaires	Page 9
1°) Le discours de l'autonomie	Page 10
2°) La mesure de l'autonomie	Page 11
a) La décision éditoriale.	
b) Participation financière de l'université.	
c) Aides diverses.	
3°) Les solutions et les exemples étrangers	Page 23
a) une structure mieux appropriée.	
b) L'exemple nord- américain.	

#### B - Les politiques éditoriales : entre le sacerdoce et le négoce

I - Les contradictions des politiques éditoriales	Page 28
1°) Universitaires et éditeurs à part entière	Page 28
2°) Ghetto universitaire et ouverture	Page 29
II - Deux expressions des politiques éditoriales : le catalogue et l'objet livre :	Page 30
1°) Les catalogues	Page 30
a) les genres;	
b) les thèmes;	
c) les auteurs;	
2°) L'objet-livre	Page 38
a) la préfabrication;	
b) la fabrication;	
c) typographie et couvertures : illustrations de la politique d'ouverture.	

III - Les mécontentements de ces politiques éditoriales	Page	48
1°) Une aventure exemplaire : les Presses universitaires de Grenoble	Page	48
2°) Les mécontentements	Page	49
a) des éditeurs privés.		
b) des imprimeurs privés.		
c) des universitaires.		
IV - L'exemple américain :	Page	55
1°) La politique éditoriale	Page	5
a) les différents intervenants dans le choix d'un manuscrit.		
b) les critères de choix.		
c) la notion d'ouverture		
2°) La fabrication	Page	58

### C- Le marketing du livre universitaire

I - Les marchés et leurs enjeux	Page	60
1°) Le marché français	Page	60
a) les universitaires		
b) les bibliothèques		
c) le public cultivé		
d) les enjeux		
2°) Le marché francophone	Page	64
a) les enjeux de la francophonie		
b) les caractéristiques du marché		
c) L'AUPELF		
3°) Les marchés non francophones	Page	66
II - La diffusion du livre universitaire :	Page	67
1°) Les diffuseurs professionnels	Page	67
2°) L'auto-diffusion	Page	69
3°) La vente par correspondance	Page	70
4°) La vente en magasin	Page	70
5°) L'efficacité comparée des différents canaux de diffusion	Page	70
6°) Le système de diffusion des presses universitaires au Québec	Page	70

III - La distribution du livre universitaire	Page	71
1°) Les handicaps	Page	71
2°) les solutions adoptées	Page	72
a) Distique		
b) le Centre international de diffusion CID		
c) les autres solutions		
IV - La diffusion de l'information et la promotion	Page	75
1°) L'action des presses universitaires	Page	75
a) l'action collective		
b) l'action individuelle		
2°) L'action des pouvoirs publics	Page	84
a) Au niveau national		
b) Au niveau local		

CONCLUSION	Page	87
------------	------	----

BIBLIOGRAPHIE ET ENTRETIENS	Page	89
-----------------------------	------	----

ANNEXES		
---------	--	--

## INTRODUCTION

Les presses universitaires ne constituent qu'un des vecteurs de l'édition scientifique française (scientifique au sens large du terme). Au nombre de dix-neuf environ en France, elles proposent plus de cinq mille titres par an aux chercheurs, professeurs, étudiants ou tout simplement aux curieux et elles représentent moins de 1% du chiffre d'affaires global de l'édition française. Les presses universitaires occupent donc une place limitée mais qui est sans rapport avec leur importance réelle et leur vitalité : elles ont réussi, depuis les années soixante-dix, à s'imposer et si certains contestent aujourd'hui quelques-unes de leurs orientations, nul ne songe plus à remettre en cause leur existence. Cependant, en dépit de leur solide implantation au sein de l'édition scientifique ou de recherche, les presses universitaires françaises demeurent fort mal connues, même parmi les universitaires ou les enseignants. Nombreux ceux qui font encore l'amalgame entre elles et les Presses Universitaires de France, entreprise privée qui n'a rien à voir avec nos maisons d'édition de service public. De plus, l'information qui les concerne est peu importante et largement disséminée, composée surtout d'articles de presse. Lorsqu'un ouvrage traite de l'édition scientifique, il n'accorde bien souvent qu'une faible part aux presses universitaires. Ce sont principalement ces raisons qui m'ont décidée à entreprendre cette recherche sur les presses universitaires françaises. Nous les suivrons de leur naissance (fin 1960 - début 1970), jusqu'à la période actuelle qui en voit certaines décliner, d'autres se maintenir, d'autres encore prospérer ou même éclore.

Le but de ce travail est de dresser un panorama aussi complet que possible des presses universitaires en France. En effet, sous la dénomination commune de presses universitaires, se trouvent regroupées des maisons d'édition fort différentes, quant à leur fonctionnement, leurs choix éditoriaux et leurs stratégies afin de surmonter un certain nombre de handicaps qu'elles partagent. Seule une étude qui englobe l'ensemble des presses universitaires permet de rendre compte de leur réalité, infiniment plus complexe et plus fragmentée qu'une approche fugitive et éparpillée ne le laisse supposer.

Afin de toucher l'ensemble des presses universitaires et de collecter le plus d'informations possible, nous avons eu recours à plusieurs méthodes :

1- Lectures d'ouvrages consacrés à l'édition de recherche et dépouillement d'articles de presse : ceux-ci restent la source principale d'information pour qui veut étudier les presses universitaires. L'information concernant les Presses Universitaires de Lyon est la plus abondante puisque nous avons eu accès, à l'occasion de notre stage dans cette maison d'édition, aux rapports moraux et financiers présentés annuellement devant l'Assemblée Générale. La bibliographie fait état de ce travail.

2- Entretiens - Nous avons interrogé à la fois des responsables politiques dont les ministères apportent leur contribution à l'action des presses universitaires et quelques dirigeants de presses universitaires, l'interview s'accompagnant parfois de la visite des lieux. La liste de ces entretiens figure à la fin du mémoire.

3- L'élaboration d'un questionnaire - Envoyés fin mai à l'ensemble des presses universitaires, ces questionnaires sont autant de cartes d'identité permettant de souligner les différences qui font l'originalité de chacune d'elles. Dix-huit ont été expédiés. Seulement six presses ont eu l'amabilité d'y répondre et je tiens ici à les en remercier. Il est à noter qu'aucune maison parisienne, les Publications de la Sorbonne exceptées, n'a daigné le remplir. Quelques-uns de ces documents sont réunis en annexe.

Une fois rassemblée et compulsée cette information, il nous est apparu qu'un certain nombre de problèmes et de questions revenaient systématiquement sous la plume ou dans la bouche de ceux qui dirigent les presses universitaires ou qui favorisent leur développement. Celles-ci ne sont pas encore arrivées à résoudre quelques-unes de leurs contradictions liées à leur structure et à la définition même de leur mission. Ces contradictions vont guider notre travail.

D'une part, les presses universitaires éprouvent des difficultés plus ou moins importantes à préserver leur autonomie de la tutelle de l'établissement d'enseignement supérieur (universitaire ou non) auquel elles sont rattachées. Dans certains cas, l'indépendance est réelle. Dans d'autres, elle est purement fictive. Alors, doit-on parler de presses universitaires ou de presses d'université, cette dernière appellation exprimant un rapport de soumission ?

D'autre part, les presses universitaires sont tiraillées entre les exigences éthiques de leur mission et les impératifs économiques qui engagent leur survie. Les politiques éditoriales reflètent bien ce déchirement. Les dirigeants des presses sont quotidiennement confrontés à cette douloureuse question : comment concilier le sacerdoce et le négoce ?

Enfin, le problème majeur de ces maisons d'édition demeure celui du marketing du livre de recherche. Des solutions ont déjà été mises en place. Mais tous les efforts restent aujourd'hui concentrés autour de ce problème épineux : comment assurer une diffusion du livre universitaire qui prenne en compte ses particularités ?

Ce sont ces interrogations et ces délibérations que nous allons tenter d'éclaircir dans les pages qui suivent.



## A/ - PRESSES UNIVERSITAIRES OU PRESSES D'UNIVERSITE ?

Les presses universitaires sont nées et se sont développées sur ces bouillons de culture que constituent les grands établissements de recherche, liés ou non à une université. Celle-ci, en acceptant d'accueillir dans ses murs des presses, s'est lancée dans la publication de la recherche scientifique. Cette activité récente en France (elle ne date que des années soixante-dix) est apparue à la suite du débat sur les missions de l'université : était-il ou non légitime que la recherche fut éditée et que l'université prit en charge ce travail d'édition? Une fois le principe accepté, l'association dans une même entreprise de presses et d'une université posa des problèmes organiques : quels types de relations se sont nouées entre elles ? Selon que l'on parle de presses universitaires ou de presses d'université, on renvoie à deux conceptions opposées des rapports entre la maison d'édition scientifique et son établissement de rattachement : les uns revendiquent l'indépendance, du moins l'autonomie des presses ; les autres dénoncent leur totale soumission. Plusieurs critères, de nature juridique ou financière, nous permettent d'examiner la nature réelle de ces liens.

### I - L'université éditrice à travers ses presses :

Nul n'a jamais contesté que la recherche doive être publiée. Les justifications s'imposent d'elles-mêmes, tant d'un point de vue intellectuel qu'économique. D'une part, "la publication des résultats de la recherche est l'acte final et essentiel du processus d'investigation scientifique" (1). D'autre part, se priver de la possibilité de publier les résultats de la recherche constituerait, économiquement, une aberration : en effet, le chercheur coûte de l'argent à la collectivité : celle-ci, au terme de 3 ans d'un travail à mi-temps, lui a versé un an et demi de salaire à plein temps, ce qui représente une très grosse somme. Le problème ne se situe donc pas à ce niveau : il consiste à savoir si le devoir de publication de la recherche incombe à l'université. En d'autres termes, quels arguments peuvent avancer les presses universitaires pour justifier leurs activités d'édition ?

#### 1°) L'essor des presses universitaires en France :

En France, le débat sur les finalités de l'Université et l'existence de presses dans ses murs a été soulevé d'une manière brutale dans les années soixante, soixante-dix. Au cours de la 5<sup>ème</sup> réunion des presses d'université et d'éditeurs scientifiques européens, qui a eu lieu en septembre 1981 à Pamplune, Louis BODIN, directeur des Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, a replacé le phénomène français des presses d'université dans son contexte historique :

"La publication des travaux universitaires et scientifiques a longtemps été assurée, en France, pour la quasi-totalité, par les maisons d'édition privées et commerciales. On pense au rôle joué par Armand COLIN, MASSON, MOUTON, les Presses Universitaires de France, GAUTHIER-VILLARDS, DUNOD, Les Belles Lettres, KLINCKSIECK, de BOCCARD, etc... Un contrat liait ces maisons d'édition classiques avec l'université ou le service de recherche concerné.

Cependant, après la seconde guerre mondiale, en liaison avec la réorganisation de l'activité scientifique, les grands organismes de recherche, directement liés à l'université ou non, ont pris l'initiative de créer des services de publications. Un bon exemple de création de ce type est fourni par le Centre national de la recherche scientifique. L'article 2 du décret du 9 décembre 1959, portant organisation générale du CNRS, stipule que celui-ci est chargé "d'assurer, soit directement, soit par des souscriptions ou l'octroi de subventions, la publication de travaux scientifiques dignes d'intérêt". Cette mission, le CNRS, au cours des années qui ont suivi, l'a remplie de deux manières : d'une part, en accordant des aides aux éditeurs du secteur privé; d'autre part, en développant son propre service des publications et, ultérieurement, les Editions du CNRS. D'autres illustrations sont fournies par la VIème section de l'Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, ainsi que par la Fondation nationale des sciences politiques. Dans le domaine des sciences exactes, on trouve des situations analogues (à l'Institut national de la santé et de la recherche médicale, par exemple). Dans la plupart des cas, les services de publications, créés par les organismes scientifiques, ont défini les programmes d'édition, participé à la production des ouvrages et ont conclu des contrats avec des éditeurs privés spécialisés, pour la mise en oeuvre des activités commerciales. Cette situation s'est donc maintenue jusqu'à la fin des années soixante.

Divers facteurs sont intervenus pour entraîner une modification : d'abord, pour des raisons économiques, les éditeurs du secteur privé ont eu de plus en plus de réticences à maintenir leur participation à ce dispositif"; ainsi a-t-on voulu réagir contre les difficultés rencontrées par le livre de recherche en tendant de plus en plus à éditer soi-même les travaux universitaires afin de créer un lien plus vivant entre l'université et le public. " En second lieu, la croissance des universités s'est accompagnée d'un développement des services de recherche dans des institutions où ils n'étaient souvent, jusque-là, qu'embryonnaires". On assista à un boom éditorial dans le domaine des sciences sociales et humaines où se situent la plupart des presses universitaires (2).

Enfin, la loi d'orientation de l'enseignement supérieur (du 12 novembre 1968), dite aussi loi Edgar FAURE, donna, d'une manière générale, davantage d'autonomie aux universités et la possibilité de diffuser elles-mêmes leurs travaux. Le titre premier délimite la mission de l'enseignement supérieur : "Les universités et les établissements auxquels les dispositions de la présente loi seront étendues ont pour mission fondamentale l'élaboration et la transmission de la connaissance, le développement de la recherche et la formation des hommes. Les universités doivent s'attacher à porter au plus haut niveau et au meilleur rythme de progrès les formes supérieures de la culture et de la recherche et à en procurer l'accès à tous ceux qui en ont la vocation et la capacité". Les titres III, IV et V concernent respectivement l'autonomie administrative, l'autonomie pédagogique et l'autonomie financière. L'autonomie, cela signifie la possibilité de créer des produits pour avoir des ressources propres, la possibilité de publier.

La loi SAVARY sur les universités a continué en ce sens.

Le projet DEVAQUET ne contestait pas non plus la mission de l'université dans la diffusion de la connaissance. Son article premier affirmait : "les établissements publics d'enseignement supérieur ont pour mission :

...

4) La diffusion du savoir et de la culture.

5) Le développement de l'information scientifique et technique".

Pour tous, quel que soit l'idéal politique dont ils se réclament, l'université a vocation à publier. Par rapport à ce principe consensuel, la naissance des presses est une idée spécifique. Ses défenseurs, afin que les publications de l'université trouvent un public et soient organisées de manière rationnelle et continue, préconisant la création d'un organisme ad hoc bénéficiant d'une autonomie telle qu'il soit, sur le plan de son fonctionnement, dans la même situation que tout éditeur. Un organisme qui soit relativement autonome par rapport à l'université : on ne peut conduire une politique éditoriale cohérente en étant soumis totalement aux aléats de la gestion quotidienne de l'université.

2°) Comparaison avec la situation des presses nord-américaines à la fin des années soixante :

Les défenseurs des presses françaises faisaient référence à des modèles étrangers, américains en particulier : aux Etats Unis, la moitié de l'édition scientifiques édit le fait des universités. Les Américains, en 1968, possédaient déjà une ancienne et solide tradition d'édition universitaire.

Dans la seconde moitié du XIXe siècle, les universités aux Etats Unis étaient en plein essor. " Leur nombre augmentait rapidement, les bibliothèques s'enrichissaient, et les professeurs s'adonnaient de plus en plus à des recherches originales

Des hommes de vision affirmaient déjà, comme le président Daniel C. GILMAN, de l'université John Hopkins, en 1878, que "c'est l'un des plus nobles devoirs d'une université de faire avancer la connaissance et de la diffuser, non seulement à ceux qui assistent aux cours, mais le plus loin possible à l'extérieur". Ce rayonnement de l'université ne pouvait être atteint que par la publication (...). Pour l'avancement de la connaissance, les réflexions et les travaux des professeurs, à condition qu'ils fussent une contribution importante à une discipline donnée, devaient être fixés et communiqués à leurs collègues des autres universités du pays, voire du monde". (3).

Les Etats-Unis suivirent donc l'exemple de l'Angleterre : près de 300 ans après la naissance des premières presses anglaises (1584 pour Cambridge et 1586 pour Oxford), les presses d'université se multiplient en Amérique du Nord à la fin du XIXe siècle : presses de John HOPKINS en 1878, Chicago en 1891, California et Columbia en 1893, Toronto en 1901, Princeton en 1905, Fordham en 1907, Yale en 1908, Washington en 1909, Harvard en 1913. En 1968, au moment où naissent les premières presses universitaires françaises, l'Association of American University Presses (A.A.U.P.) groupe déjà soixante-huit de ces institutions, dont trois sont canadiennes : Toronto (1901), Mc Gill (1960) et Laval (1951). Plusieurs autres presses ne sont pas encore admises à l'Association, ce qui porte à environ quatre-vingt le nombre des presses d'université en Amérique du Nord à cette époque.

La comparaison en 1968 des situations américaines et françaises pourrait laisser croire à un développement harmonieux, continu, sans obstacle des presses universitaires aux Etats-Unis. Ce ne fut pourtant pas le cas et d'éminents scientifiques furent parfois forcés d'intervenir dans le débat centré sur ces presses afin de les défendre : leurs arguments sont toujours d'actualité et montrent que la problématique qui sous-tend les missions de l'université et la place en son sein d'une maison d'édition scientifique n'est pas spécifiquement française.

### 3°) Plaidoyer pour les Presses Universitaires :

#### Le rapport Perry.

Le texte de référence pour l'ensemble des avocats des presses universitaires reste le mémorandum célèbre adressé en 1944 par un rapporteur travaillant pour les Presses de l'Université de Harvard, Ralph Barton Perry au Président de cette université, James Conant qui considérait les presses comme une pure entreprise commerciale et n'y trouvait aucun intérêt académique. Les défenseurs des presses entreprirent une campagne pour faire, en quelque sorte, l'éducation de leur Président. Un peu plus tard dans l'année, Conant désignait deux membres de l'Université pour étudier la question et les syndics des Presses demandaient à l'un de leurs plus fervents supporters, le professeur Ralph Barton Perry, de préparer un rapport destiné à l'université (4).

Pour lui, il convient de "se demander pourquoi la publication est si essentielle au rôle d'une université que toute grande université telle qu'Harvard doit dépenser une fraction de ses ressources en hommes et en capital à avoir son propre département de publication. Est-ce que l'université de Harvard doit engager son nom et sa volonté à cette forme d'entreprise ? Est-ce que la publication est une des choses qui convient à notre Université, en d'autres termes doit-il exister des presses à l'Université de Harvard ?"

Perry examine d'abord en quoi la publication s'accorde aux finalités poursuivies par une université. "Une université existe à la fois pour la recherche et l'enseignement ou pour la création et le développement de la connaissance. Dans ces domaines, l'imprimé joue un rôle indispensable car c'est le moyen par lequel la connaissance est enregistrée, conservée et communiquée". L'université doit donc publier pour conserver, enseigner et servir à d'autres pour faire avancer la recherche.

A ces finalités spécifiques, Perry ajoute l'obligation de l'université envers deux communautés : la nation à l'intérieur de laquelle elle occupe une place privilégiée et est une institution publique et la communauté plus proche des universitaires eux-mêmes ou des étudiants. En remplissant ces obligations elle doit en outre se reposer largement sur l'imprimé, c'est-à-dire la publication.

Perry poursuit son raisonnement en mettant en évidence les avantages spécifiques de l'université en faveur d'une activité propre de publications :

- L'université dispose sur place des manuscrits, des équipements de recherche et du personnel chercheur : "Un département de publication d'une université a un accès immédiat aux sources de la connaissance (...). A travers ses bibliothèques et ses experts, une université jouit d'exceptionnelles facilités pour la révision des textes, pour la confection des bibliographies, pour la vérification des références et des sources. Les bibliothèques contiennent des manuscrits et un certain nombre d'autres documents qui sont en attente d'édition ou de publication". "Une presse d'université, qui dispose d'un réseau d'universitaires à sa porte et qui a, à travers eux, accès à la communauté scientifique toute entière peut on trouver des auteurs ou des groupes d'auteurs qualifiés pour ses projets

- Le public prioritaire de l'université est facilement ciblé : ce sont les enseignants, les étudiants et les autres universités. L'université est la mieux placée pour porter un jugement sur les besoins de ce public. "Décider quels livres doivent être publiés est en fait un sujet de politique de l'éducation parallèle à celui de la planification des cursus (...). Une presse d'université, qui connaît à la source la production des universitaires et qui peut aller au devant des besoins du public, et qualifié pour les faire se rencontrer (...)

Une presse d'université doit être sensible à tous ces besoins et elle a la capacité d'offrir à un public plus large des informations perpétuellement mises à jour et nourries par les travaux des chercheurs".

- L'Université dispose d'un réseau de relations dense. "A travers ses enseignants, à travers leurs relations professionnelles, elle est en contact avec la communauté locale et mondiale des chercheurs et elle peut apprendre rapidement les découvertes les plus récentes tout en ayant compétence pour les apprécier. A travers ses anciens élèves elle atteint un public qui, à tout le moins, a été admis dans la compagnie des savants". "Des presses d'université bien équipées, et bien dirigées, peuvent être les meilleures dans cette tâche difficile d'atteindre les cercles de lecteurs les plus adéquats".

- "Par dessus tout, une université, en proportion de sa réputation, tient entre ses mains et peut décerner un sceau d'honnêteté intellectuelle et de pertinence. Son nom est un certificat de qualité. Dans leur mission d'universitaires ses membres n'écrivent pas ce qu'ils pensent pouvoir être vendu mais les conclusions auxquelles ils sont parvenus après des recherches approfondies. Ils n'ont pas à se plier aux contraintes de la demande, ou de la demande solvable. D'autre part, le public a confiance dans le désintéressement et la bonne foi de l'université; chaque fois que l'honnêteté intellectuelle est en cause, il faut se livrer à tout le moins, à un examen attentif ". Or, "les universitaires sont les plus qualifiés pour écrire, pour "éditer" ou pour donner un avis sur la pertinence des manuscrits qui sont soumis". "L'universitaire est le mieux qualifié pour exercer les fonctions de sélection et de développement qu'exige la vulgarisation".

- Enfin, pour assurer son rayonnement et celui de la nation, l'université doit publier : "L'université a vu croître sa taille et sa représentation des différents champs de la connaissance. Elle est devenue de plus en plus consciente de son rôle comme une grande université nationale. En même temps, la nation elle-même est devenue un refuge pour la liberté intellectuelle et la recherche et a acquis une place de leader dans un monde plus unifié et plus resserré. L'université a acquis une responsabilité plus vaste, une sphère d'influence plus grande à la fois nationale et internationale. Et pour remplir cette responsabilité, pour exercer cette influence, les presses de l'université peuvent et doivent jouer un rôle essentiel".

## II - L'Université et les presses universitaires :

Une presse est organiquement liée à un établissement d'enseignement supérieur : une université (Presses Universitaires de Nancy, Lille, Lyon, Bordeaux, Vincennes....).

Plusieurs universités (Publications de la Sorbonne) ; une grande Ecole (Presses de l'Ecole Normale Supérieure; Editions de l'Ecole des Hautes Etudes en sciences sociales ; Presse de la Fondation Nationale des Sciences Politiques) ; un organisme culturel (Editions de la Maison des Sciences de l'Homme ; Institut d'Etudes slaves). Les presses entretiennent avec leur établissement de rattachement des liens qui, selon qu'ils sont lâches ou étroits, les mettent en situation d'autonomie ou de totale soumission. Ce débat autour de l'indépendance des presses, de leur marge de manoeuvre, divise ceux qui les dirigent et ceux qui, de manière régulière, sont conviés à donner un avis extérieur sur la question (la Cour des comptes, par exemple). Les liens qui se sont tissés entre les presses et leur structure d'accueil s'expriment principalement à deux niveaux : celui de la décision d'éditer et celui du financement. L'examen de ces rapports sous ces deux angles permettra de se faire une idée plus précise de leur position réelle.

1°) Le discours de l'autonomie :

Dans les rapports des presses, le concept d'autonomie est toujours mis en avant. Toutes se déclarent autonomes. Elles marquent leur spécificité par une politique éditoriale "indépendante des Conseils d'Universités". "On ne peut faire de l'édition que si on dispose d'une totale liberté pour définir une politique éditoriale." J. SAUGNIEUX n'a cessé d'insister d'une part sur l'autonomie des P.U.L. par rapport à LYON II, d'autre part sur leur situation de maison d'édition à part entière. Ses rapports moraux aux Assemblées Générales des P.U.L. ou ses prises de position publiques en témoignent.

"Les P.U.L. ont répondu à leur vocation qui est de n'être pas un simple service de publication de telle ou telle université, mais un organisme autonome, responsable tant sur le plan financier que sur celui de sa politique éditoriale. Notre adhésion au Syndicat National de l'édition, obtenue grâce au parrainage des Presses Universitaires de Lille et des Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques de Paris, n'aurait pas été possible si nous n'avions pas été considérés par la profession comme des éditeurs à part entière". (6).

"Les P.U.L. sont une Association, loi 1901, liées, certes, à l'Université mais indépendantes de celle-ci. Elles ne sont pas le Service des Publications de l'Université Lyon II". (7).

" Nous sommes complètement indépendants du point de vue de nos choix éditoriaux. Il me semble d'ailleurs indispensable qu'il existe des structures comme les P.U.L., qui jouent le jeu de la profession d'éditeur et qui soient en même temps au service de l'Université" (8).

Discours similaire aux Presses Universitaires de Grenoble : "Le tout ne pourra aboutir qu'en rétablissant des liens privilégiés avec l'Université, dans la nécessaire autonomie de chacune des institutions, en restituant aux P.U.G. leur vocation de coopérative universitaire grenobloise, ouverte sur l'extérieur, mais surtout en engageant toutes les personnes intéressées dans un vaste travail collectif. Il n'est pas dans notre dessein "d'embastiller" les P.U.G. dans l'Université, mais de continuer à en faire un lieu de relance et de critique, aussi bien interne qu'externe, de l'activité universitaire".

Les Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques se veulent aussi autonomes par rapport à la Fondation. Il est d'ailleurs déclaré que "les Presses de la Fondation sont à la fois un des moyens dont les chercheurs de la Fondation disposent pour rendre publics leurs travaux et un des instruments dont la Fondation s'est dotée pour remplir sa mission principale : contribuer au développement des Sciences Sociales en France".

## 2°) La mesure de l'autonomie :

Il s'agit maintenant de savoir si ce discours reflète une simple volonté, un "espace de liberté limité" ou une réelle autonomie.

### a) La décision éditoriale :

La façon dont s'élabore la politique éditoriale traduit une volonté plus ou moins grande de se démarquer de l'université. L'autonomie éditoriale dépend de la structure juridique choisie par les presses universitaires. Leurs statuts ne sont pas homogènes : certaines ne sont pas juridiquement distinctes de leur établissement de rattachement (Editions de la Maison des Sciences de l'Homme; Editions de l'Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales); d'autres sont de simples services communs de l'université ; la plupart sont régies par la loi sur les associations à but non lucratif ; d'autres enfin ont un statut de société coopérative (Presses Universitaires de Grenoble) ou de société à responsabilité limitée ou S.A.R.L. (Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques). Les exemples des Presses Universitaires de Vincennes, Lyon et Grenoble en particulier vont nous permettre de mesurer l'étendue de l'autonomie dans le choix des manuscrits par rapport à la structure adoptée.

### - Le service commun de l'université :

Les Presses Universitaires de Vincennes se sont constituées en service commun de l'université Paris VIII. Elles sont imbriquées dans l'université comme le montrent leurs statuts.



STATUTS DES PUV APPROUVES PAR LE CONSEIL SCIENTIFIQUE DU 9/04/1987

- Article 1 Les PUV constituent un organisme d'édition, d'impression et de diffusion, service commun de l'Université Paris VIII, sous la responsabilité du Conseil Scientifique dont elles reçoivent des moyens de fonctionnement spécifiques.
- Article 2 Le Président de l'Université, président du Conseil Scientifique, est président des PUV.
- Article 3 Le Directeur des PUV est nommé par le Président de l'Université pour une durée de 5 ans sur proposition du Conseil des PUV et avis favorable du Conseil Scientifique. Il peut recevoir du Président délégation de signature pour toutes les questions relevant des PUV.
- Article 5 Le Conseil des PUV comprend, outre son directeur, deux comités : un comité technique représentant le personnel administratif et technique, et un comité scientifique composé d'au moins trois enseignants-chercheurs de Paris VIII, le nombre exact étant fixé par le Conseil Scientifique avant chaque élection, ainsi que d'un représentant de l'association des Amis des PUV.
- Article 6 Le Conseil des PUV a pour fonction d'assurer la gestion administrative, technique et commerciale des PUV, d'élaborer une politique éditoriale, d'évaluer avec le concours d'experts éventuellement extérieurs à l'université les manuscrits qui lui sont soumis et de mettre en place des moyens de diffusion. Il assume également la gestion de la librairie des PUV.
- Article 7 Des réunions de travail ont lieu chaque semaine. Le Conseil se réunit en séance plénière au moins une fois par trimestre, ou à la demande du Conseil Scientifique, qui se fait représenter à ces réunions dont le procès-verbal lui est communiqué.

- Article 8 La politique éditoriale des PUV est soumise à la discussion et à l'approbation du Conseil Scientifique. À cet effet, le Conseil des PUV lui présente au moins une fois par an un rapport sur ses activités et sur son programme d'édition.
- Article 9 Le Comité Scientifique des PUV est élu par le Conseil Scientifique, après appel des candidatures, au scrutin uninominal à 2 tours. Il est soumis à renouvellement tous les cinq ans. En cas de vacance, le remplacement est effectué selon les mêmes modalités dans un délai de 30 jours ouvrables. En cas de désaccord grave, il peut être procédé à un renouvellement anticipé.
- Article 10 Le Conseil des PUV est représenté au Conseil Scientifique par l'un de ses membres, à titre d'observateur.
- Article 11 Le Conseil des PUV rend compte chaque année, en fin d'exercice de sa gestion financière pour l'année écoulée.

Les statuts sont clairs : l'Université émerge au plus haut niveau dans l'organisation des Presses Universitaires de Vincennes : dans ces conditions, on voit mal comment celles-ci pourraient mener une politique éditoriale indépendante.

Les Presses Universitaires de Bordeaux fonctionnent sur le même système : Le Conseil Scientifique de l'Université et le Directeur des Presses prennent conjointement la décision d'éditer ou non un manuscrit. Des lecteurs individuels sont autorisés à donner leur avis.

Les Presses Universitaires du Mirail (P.U.M. Toulouse) sont aussi constituées en service commune de l'université. Plusieurs autorités interviennent dans la décision de publier un ouvrage :

- le Conseil de Gestion des P.U.M. où siègent, outre les responsables des PUM, deux représentants du Conseil Scientifique, les Directeurs de collections, le chef de l'Atelier d'Imprimerie et le responsable du Centre de Promotion de la Recherche Scientifique.
- le Conseil Scientifique de l'Université.
- le Directeur des Presses Universitaires.
- un Collège de lecteurs.
- le Directeur de collection.

La décision est prise en dernier ressort par le Directeur de collection et le Directeur des PUM.

- Autre régime juridique : celui de l'A.S.B.L. LOI DE 1901 :

J. SAUGNIEUX considérerait "qu'on ne peut faire de l'édition si on doit transiter par le Conseil d'université". Aussi a-t-il choisi, pour sa maison d'édition, le statut de la loi de 1901. La convention conclue en février 1986 entre Lyon II et les P.U.L. garantit à celles-ci l'autonomie éditoriale.

Convention entre l'université Lyon II et les P.U.L. (extraits) :

Article 7 : S'il n'est pas membre du Conseil Scientifique de l'Université, le Président des P.U.L. assiste de droit, avec voix consultative, aux séances de ce Conseil.

Le Président des P.U.L. est consulté sur toute question concernant la politique de fabrication et d'édition d'ouvrages dans l'Université.

Article 8 : Les P.U.L. sont libres de leur politique éditoriale et décident seules, selon les règles de fonctionnement qu'elles se sont données, du choix des manuscrits à éditer. Dans leur rôle d'éditeur-diffuseur des publications des centres de recherche de l'Université, elles ne jugent pas la qualité scientifique des manuscrits que ces centres proposent et dont ils financent la fabrication.

Article 9 : Le bureau des P.U.L. compte parmi ses 8 membres au moins cinq enseignants ou chercheurs de l'Université Lyon II.

Article 10 : Le Vice-Président de l'Université chargé de la recherche assiste de droit, avec voix consultative, aux réunions du bureau des P.U.L. Le Président de l'Université reçoit communication des documents présentés à l'Assemblée Générale des P.U.L., et peut assister, ainsi que l'Agent Comptable, avec voix consultative, aux réunions de l'Assemblée Générale.

En définitive, "la décision d'éditer est du ressort exclusif du Directeur des P.U.L., assisté d'un Bureau de 8 membres, où les universitaires sont obligatoirement majoritaires et de directeurs de collections ou de secteurs, qui assurent la responsabilité de lecture des manuscrits et orientent donc les choix. Toutefois, les P.U.L. ont passé des accords avec un certain nombre de Centres de recherche de l'Université, pour éditer leurs publications. Dans ce cas, le choix des manuscrits relève du directeur du Centre de recherche, et les P.U.L. assurent la fonction proprement éditoriale, les P.U.L. et les Centres se partageant le produit des ventes de ces ouvrages" (9).

La majorité des Presses universitaires ont adopté cette structure. Les Presses de Lille, créées en 1971 comme service interne, ont adopté en 1976 le statut loi 1901 : le Directeur des P.U.L. et un collège de lecteurs tiennent entre leurs mains la décision d'éditer un ouvrage ; le conseil d'Administration des P.U.L. dont la composition est proche de celle du Conseil Scientifique de Lille III intervient en dernier ressort. Il est à noter qu'en 1980 encore, c'était le Conseil Scientifique de Lille III qui prenait les décisions définitives. Le Président de l'Université, qui était dans le même temps, Directeur général des Presses, reconnaissait la gravité des problèmes liés à cette situation : "le Conseil n'est pas nécessairement composé de personnes ayant une idée précise des problèmes de l'édition. On peut craindre qu'il accepte plus d'ouvrages qu'il n'est possible d'en publier ou qu'il favorise systématiquement les centres de recherche de la maison par rapport aux auteurs extérieurs (10).

- Une Société Anonyme Coopérative à capital et personnel variables :  
Les Presses Universitaires de Grenoble.

Les deux universités dans lesquelles les P.U.G. ont pu trouver environ 150 enseignants pour constituer le capital de départ de 20.000 Frs (Université des Langues et Lettres et Université des Sciences Sociales) n'étaient pas, à titre juridique, partie prenante des P.U.G. On avait bien une structure commerciale et à part, avec des universitaires ; mais les universités en tant que telles n'exerçaient pas de contrôle sur les P.U.G. Il n'y a d'ailleurs pas de contrat avec ces universités. Ce contrôle s'est cependant opéré par l'intermédiaire d'un Conseil de Surveillance où les présidents des universités étaient ou présents ou représentés, comme personnalités, avec, en plus, un certain nombre d'enseignants et de professionnels qui souhaitaient en faire partie. Ce conseil de Surveillance exerce le contrôle permanent de la gestion et de l'administration de la société par le Directoire. Les membres de celui-ci sont nommés pour quatre ans par le Conseil. Mais, ce contrôle n'affecte aucunement la politique éditoriale : la décision de publier appartient au Conseil éditorial et au Directeur des Presses Universitaires. L'autonomie éditoriale reste donc préservée.

b) La participation financière de l'université :

De la participation financière de l'université aux ressources de ses presses, dépend aussi l'indépendance de celles-ci. Ici encore, elle varie en fonction de la structure juridique choisie.

\* Les publications de la Sorbonne sont un service de publications intégré à l'université. Elles forment un service inter-universitaire : une formule de coopération entre les universités que propose la loi d'orientation de l'enseignement supérieur. Les publications de la Sorbonne furent créées en 1971 par quatre universités parisiennes issues de l'ancienne Sorbonne.

Paris I assure plus de la moitié de son financement - 130 000 Frs en 1981 sur 218 000 Frs, non compris les aides en personnel. La situation se trouve ici compliquée par l'existence d'une double structure : une association encaisse au lieu et place de l'argent comptable de Paris I (qui gère les fonds des publications), les recettes tirées de la vente des livres édités et financés par les Publications. Elle ne respecte pas toujours son engagement de reverser chaque année dans la caisse de cette université le solde des sommes recueillies à l'occasion de la diffusion des livres. Les universités ignorent donc les services qui leur sont rendus : pourtant, elles reconduisent chaque année leurs subventions. L'indépendance va croissante. (11).

Les Presses d'université de Nancy sont, elles-aussi, un service de publication de l'Université de Nancy II. Le service de publication reçoit 20 % des crédits distribués par le Conseil scientifique de l'Université de Nancy II.

A Bordeaux, l'université participe à environ 10 % dans le financement total des presses. Le reste provient de produits divers. Ces 10 % constituent des subventions.

\* L'argent injecté par l'université dans le circuit des presses universitaires est moins important dans les maisons d'édition constituées en Association loi 1901 que dans les services communs. Les presses universitaires de Lille reçoivent de l'université des subventions à fonds perdus qui représentent 4,30 % du financement total. Elles vivent pour 75 % sur le produit de leurs ventes.

Les Presses Universitaires de Lyon fonctionnent grâce à des subventions et au système d'avances faites par l'université, remboursables à la vente d'ouvrages. La lecture des rapports moraux rédigés et présentés annuellement à l'Assemblée Générale des P.U.L. par Joël SAUGNIEUX nous permet de suivre les fluctuations des participations financières de Lyon II à l'activité des P.U.L.

- SAUGNIEUX dresse en 1980 un bilan des trois premières années d'exercice des P.U.L.

	Subventions de l'Université ou avances remboursables.	Subventions du Ministère des universités ou du CNRS	Autres sources de financement	% des livres publiés avec l'aide de LYON II
1976 - 1980	46,91 %	6,82 %	37,48 %	53 %

La répartition par année est la suivante :

	1977	1978	1979
Nombre d'ouvrages publiés avec l'aide de LYON II	5/12	10/19	11/18
Subventions ou avances remboursables	52,16%	38,83%	55,35%

- En 1980, Lyon II finance 9 ouvrages sur 31 : "en francs constants nos ressources d'origine universitaire doivent être considérées comme en baisse. Nous tendons de plus en plus à "autofinancer" nos publications". L'une des préoccupations majeures devient donc la recherche d'un financement.

- En 1981, nouveau bilan : Lyon II a alloué 60 000 Frs de subventions depuis les origines des PUL. Pour ce qui est des avances remboursables, "nous n'avons utilisé en 1981 que 105 000 Frs sur les 179 880 dont nous pouvions disposer (soit 58 %). Ceci correspond à la volonté des PUL de bien marquer que ces avances ne sont que des facilités de trésorerie, très appréciables certes mais qu'il ne faut pas confondre avec des subventions. Au total, les remboursements s'élèvent à 53,6 %."

- Les sommes allouées demeurent modestes en 1982 et SAUGNIEUX s'en plaint: "Ces sommes (40 000 Frs de subventions allouées directement par Lyon II aux PUL et 40 000 Frs pour les centres de recherche ayant passé un contrat avec les PUL) restent extrêmement modiques au regard des frais de gestion d'une entreprise comme les PUL."

- En 1983, on note une certaine crispation des relations entre Lyon II et les PUL. Celles-ci s'orientent dans une autre voie : "Pour 1983, j'ai adressé au Ministère une demande de subvention affectée de 200 000 Frs. Cette subvention viendra s'ajouter au budget général de l'Université Lyon II. Ceci marque bien la direction nouvelle prise par les PUL à l'égard de l'université. Constatant que celle-ci ne fait pas tout ce qu'elle veut ou tout ce qu'elle peut, il nous a paru préférable de nous adresser directement aux responsables ministériels".

- En 1983, le ministère a effectivement accordé une subvention (7,17 %).

"Le total subventions et avances remboursables Lyon II représente 23,38 % du total de ces coûts de fabrication". Un bilan est fait des avances remboursables accordées par Lyon II.

Année	Montant
1979	252 000 F.
1980	200 000 F.
1981	187 000 F.
1982	77 000 F.
1983	53 000 F.

Cette courbe descendante crée aux P.U.L. des difficultés de trésorerie. Les subventions elles-aussi n'ont cessé de décroître : elles s'élevaient à 60 000 F en 1981, 40 000 F en 1982 et 20 000 F en 1983. SAUGNIEUX rappelle à l'université qu'elle "se doit d'avoir une politique générale de publications qu'il ne faut pas confondre avec l'aide qu'elle souhaite apporter aux PUL en échange des services que celles-ci lui rendent". Il ajoute ; "du point de vue de l'université, l'aide aux publications ne peut être considérée que globalement. Vous n'ignorez pas que cette même année, la subvention publication affectée aux centres passe de 54 430 F à 80 994 F, soit une augmentation de 48 %. Ce qui est donc en question, c'est en réalité la ventilation entre la part des crédits affectés aux centres sur un projet précis de publication et la part affectée aux PUL pour aider à leur fonctionnement. En augmentant très sensiblement la première, l'université concrétise une politique de diffusion de la recherche qui favorise plus particulièrement les ouvrages des centres et dans la plupart des cas des recherches collectives. Le point de vue des PUL est tout naturellement différent puisqu'il consiste à favoriser une politique d'auteurs, ce qui correspond tout-à-fait à sa vocation d'éditeur". Le débat est ouvert.

- L'université ne reste pas sourde à l'appel de SAUGNIEUX. Elle relève sa subvention à 80 000 F en 1984 et accorde 85 000 F d'avances remboursables. Cependant, le problème des avances non remboursées au-delà de 5 ans et que l'université devrait "budgétiser" demeure sans solution.

- Un nouveau bilan (sur deux ans) est dressé en 1987 qui détaille les subventions reçues (fonctionnement et fabrication des ouvrages).

	1985	1986
CNRS	67 410	23 000
Ministère	136 885	100 000
Lyon II	80 000	114 500
U.E.R.	43 705	52 000
Autres Universités	85 500	44 495
Divers-Total	413 500	334 495

Entre temps (février 1986), une convention a été signée entre Lyon II et les PUL qui clarifie les rapports entre l'université et ses presses.

"L'Université Lyon II et les Presses Universitaires de Lyon, Association régie par la loi de 1901 dont les statuts ont été déposés à la Préfecture du Rhône le 26 juin 1976 sont convenues de poursuivre leurs efforts conjoints en vue de promouvoir l'édition d'ouvrages scientifiques, pédagogiques ou culturels, et de fonder leurs relations sur les dispositions suivantes :

Article 1 : L'Université Lyon II reconnaît aux Presses Universitaires de Lyon la qualité d'Association d'utilité universitaire.

Article 2 : L'Université apporte, dans la mesure de ses moyens, son concours au fonctionnement des Presses Universitaires de Lyon sous les formes et dans les conditions suivantes :

3. octroi d'une subvention annuelle de fonctionnement ;
4. octroi d'avances remboursables (3).

Article 5 : La subvention annuelle de fonctionnement dont le montant est inscrit au budget de l'université est librement utilisée par les P.U.L. soit à la couverture de leurs frais généraux, soit à la couverture du coût de l'édition d'un ou de plusieurs ouvrages. Les P.U.L. rendent compte annuellement de l'emploi qu'elles ont donné à cette subvention.

Article 6 : Les avances remboursables consenties par l'université sont destinées à faciliter l'édition d'ouvrages ; l'Université ouvre, à concurrence d'une somme globale qu'elle arrête, une ligne de crédit. Les avances sont rendues disponibles à la signature, pour chaque ouvrage, d'un contrat faisant apparaître le montant de l'avance affectée à cet ouvrage, le nombre des exemplaires tirés et le prix de vente de l'ouvrage, le montant du remboursement dû par les P.U.L. pour chaque exemplaire vendu.



Les P.U.L. communiquent chaque année à l'Université, pour chaque ouvrage ayant fait l'objet d'une avance remboursable, le chiffre des exemplaires vendus. Un échéancier de remboursement, prévoyant un étalement sur une durée maximale de 12 mois est établi en accord avec l'Agence Comptable.

Les remboursements viennent en déduction des avances antérieurement consenties. [(3) A la date de la signature de la présente convention, le montant des avances remboursables consenties aux P.U.L. s'élève à 457 957, 55 Frs".]

\* Un certain nombre de presses se sont constituées en S.A.R.L. L'exemple des Presses de la Fondation des Sciences Politiques est éloquent. La S.A.R.L. des Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques a été créée en 1975 dans le but de mettre en place une véritable maison d'édition. Depuis leur création les Presses ont connu de grandes difficultés : diminution du nombre d'ouvrages vendus, baisse du chiffre d'affaires hors taxes, alourdissement des stocks et, surtout, augmentation du montant de la dette des Presses envers la Fondation : la dette à court terme, dans la mesure où les disponibilités ne sont pas suffisantes pour assurer, dans les temps convenus, les remboursements dûs au prorata des ventes effectuées ; la dette à long terme, dans la mesure où l'étroitesse et la lenteur des ventes n'autorisent pas le remboursement des prêts consentis à la fabrication. A la fin de 1980, les avances non remboursées par les Presses s'élevaient à 4,6 millions de francs : en effet, la Fondation accorde aux Presses un prêt - avances remboursables - se montant à 80 % des factures et devant être remboursé au cours des différents exercices qui suivent au prorata des ventes. Une légère amélioration est apparue en 1981. Malgré celle-ci, le Conseil d'Administration de la Fondation a adopté un plan d'assainissement fin 1981. Les stocks ont été dépréciés de 1,9 millions de francs. La Fondation a renoncé à une partie de ses créances à long terme, pour 2,3 millions de francs, mais le solde de celles-ci reste élevé (2,9 millions à la fin de 1981) et son épurement demeure incertain en raison de l'insuffisance des ventes des ouvrages anciens au catalogue. C'est pourquoi la Fondation a cessé d'allouer aux Presses des avances remboursables : désormais, l'aide qu'elle continuera de leur apporter prendra la forme de subventions, pour un montant plafonné et inscrit au budget de la Fondation. Le rapport de la Cour des Comptes conclut à l'absence totale d'autonomie : "En dotant ses presses d'un statut de commerçant de droit commun, la Fondation entendait créer une véritable maison d'édition qui devait à terme présenter une gestion équilibrée. La "filialisation" des Presses décidée à l'origine dans un souci de clarté n'a pas permis d'atteindre cet objectif : elle n'a eu pour effet que de rendre moins apparente une dépendance financière croissante à l'égard de la Fondation et de retarder l'inévitable recours au budget de celle-ci" (12).

c) Les aides diverses :

\* C'est d'abord la prise en charge des locaux par l'université. Les Presses Universitaires de Grenoble, Bordeaux, Lyon, Nancy, etc...jouissent de cette faveur. Il convient à cette occasion de souligner la médiocrité des conditions de travail des employés qui tiennent à l'exiguïté des bureaux.

Le service des publications de Nancy, accueilli dans les locaux de Nancy II, "dispose actuellement de trois pièces dans les locaux du 25, rue Baron Louis (bureau du Directeur, et deux pièces pour le secrétariat). Les ouvrages sont stockés dans les caves des locaux qui ont été aménagées afin de permettre une conservation des livres dans de bonnes conditions. Il semble nécessaire de trouver des pièces supplémentaires, car ni le Conseiller graphiste, ni le Directeur Adjoint ni les Directeurs de Collection ne disposent de bureau ou tout du moins de salles pour se réunir. Il serait en outre nécessaire de réserver à la composition des manuscrits (travail sur composphère) une pièce supplémentaire. C'est dans un but de rationalisation que le Service a envisagé de s'agrandir et d'utiliser un espace disponible au troisième étage du 25, rue Baron Louis". A Lyon aussi, se posent des problèmes de locaux. Ceux-ci, mis gracieusement par Lyon II à la disposition des P.U.L. sont constitués de cinq bureaux situés au 2ème étage du bâtiment Pasteur, aile Chevreuil, d'une superficie de 136 m<sup>2</sup>, "ce qui veut dire que beaucoup d'entre nous n'ont même pas une chaise pour s'asseoir et que nous travaillons souvent dans une atmosphère de ruche qui devient difficilement supportable". Les livres sont stockés dans des locaux en sous-sol du même bâtiment d'une superficie totale de 130 m<sup>2</sup>.

A Grenoble, deux bureaux dans lesquels travaillent sept personnes, une espèce de débarras et une mezzanine pour stocker une partie des livres, les autres étant entreposés chez un stockeur. On pourrait ainsi multiplier les exemples.

\* C'est ensuite la prise en charge de certains frais, comme le chauffage ou l'électricité. Comme beaucoup d'autres, les P.U.L. bénéficient de ces avantages. L'article 3 de la convention signée en 1986 avec Lyon II l'atteste :

Article 3 : L'Université Lyon II prend à sa charge le coût du fonctionnement courant (électricité, chauffage, nettoyage) des locaux qu'elle met à la disposition des P.U.L.. Les P.U.L. ne peuvent faire exécuter des travaux dans ces locaux qu'avec l'accord préalable de l'Université.

Toutes les autres dépenses liées à la gestion et au fonctionnement des P.U.L. sont prises en charge par celles-ci.

\* Enfin, l'université prend en charge tout ou partie du personnel de ses presses. A Grenoble, 3 postes sont délégués par l'université et 4,5 personnes sont salariées par la Société anonyme (au total, 1 Directeur Général, 1 Chef de fabrication, 1 Directrice Administrative, 1 Responsable des stocks, 1 Responsable de revue, 2 Secrétaires et 1/2 poste de fabrication).

Les articles 2 et 4 de la convention conclue entre Lyon II et les P.U.L. concernent les personnels : deux secrétaires et une comptable :

Article 2 : mise à disposition de personnels (2) ;

(2) A la date de la signature de la présente convention les personnels mis à disposition par l'Université auprès des P.U.L. sont placés sur des emplois ayant les caractéristiques suivantes :

- un emploi à temps plein : Agent Contractuel type CNRS cat. 4 B
- un emploi à mi-temps (suppléance) : Agent Contractuel type CNRS cat. 1 D
- un emploi à plein temps : Agent Contractuel type CNRS cat. 1B, créé à l'Université le 9 février 1982 dans le cadre de l'enveloppe recherche pour les presses universitaires de Lyon (services publications).

Article 4 : Les personnels détachés par l'Université auprès des P.U.L. sont soumis à l'autorité du président des P.U.L. qui exerce à leur endroit les responsabilités de chef de service. En tant que tel, il rend compte de l'exercice de sa mission au Secrétaire Général de l'Université;

En 1988, seule la Directrice commerciale reste sur un poste d'Etat. Les P.U.L. recourent, pour ses activités proprement éditoriales, au bénévolat des enseignants. Cependant, ce principe de bénévolat est contesté en son sein ; il présente en effet de graves difficultés : celles, entre autres, de la disponibilité des animateurs : "Je n'ai plus assez de temps à consacrer à l'enseignement" avouait SAUGNIEUX. Certains détracteurs des presses universitaires dénie à ces bénévoles les qualités des professionnels : "des universitaires, parce qu'ils resentaient, bien sûr, un besoin profond d'édition, ont créé des presses. Ils se sont en réalité, "improvisés" éditeur. On peut dire qu'ils ont appris - ou découvert - le métier d'éditeur, par expérience. Mais à quel prix ? Le connaissent-ils vraiment ?" (13).

A Nancy, le service dispose de deux postes et demi pour assurer les tâches de secrétariat, de facturation, des envois de livres et revues, des rapports avec les clients et les libraires et de la frappe de certains manuscrits. Le contrôle de la gestion commerciale et de la gestion comptable est assuré par le Conseil Scientifique de l'université et par l'agent comptable.

Les Presses Universitaires de Lille bénéficient du concours presque gratuit de quinze agents à plein temps et de huit agents à temps partiel.

Les Presses Universitaires de Vincennes ont comme personnel permanent 3 ATOS qui assurent le secrétariat, la gestion financière et la gestion de la librairie. Celle-ci appartient juridiquement à l'Université. En plus de 3 ATOS, elles utilisent un permanent pour la fabrication, un pour le contrôle et le suivi (sur ressources propres) + 1/2 pour la saisie ; un nouveau sera engagé à la rentrée.

Un salaire et demi assuré directement ainsi que l'atelier offset sont sous le contrôle du Conseil de la Recherche dont les P.U.V. sont les principaux clients : une de ces deux personnes est payée indirectement par les P.U.V.

La participation de l'université au financement de ses presses et l'ensemble des avantages qu'elle leur offre gratuitement suscite des critiques virulentes de la part de certains observateurs extérieurs. Les plus souvent relevées sont :

- les défauts de gestion : "quelle que soit la structure d'édition mise en place, on retrouve les mêmes défauts de gestion, à des degrés différents, il est vrai, cette variation n'étant pas liée d'ailleurs à la structure mais à la spécificité de chaque université". Il s'agit principalement de l'endettement chronique (lié au système des avances remboursables) et de la gestion confuse (avec, notamment, une utilisation de moyens, en personnel et en argent, de l'université, ce qui rend impossible de calculer le prix réel d'un livre édité par les presses).

- les "défauts congénitaux" : en particulier, "la dépendance presque totale vis-à-vis des décideurs institutionnels". "Il est difficile pour les presses -ne serait-ce qu'à cause de l'endettement chronique - d'affirmer leur autonomie".

Pour retrouver ou pousser plus loin cette autonomie, pour se démarquer davantage de l'institution avec lesquelles elles sont liées, les presses universitaires peuvent remettre en question leur structure, réviser leur financement, éventuellement s'inspirer de modèles étrangers.

### 3°) Les solutions et les modèles proposés :

#### a) Une structure mieux appropriée :

Dans son rapport, la Cour des Comptes insiste sur la nécessaire transparence des relations financières entre une université et ses presses : "les relations entre l'établissement et l'association doivent être claires, exclusives d'aides occultes et gratuites, et inciter l'organisme éditeur à s'autofinancer le plus possible" (sur ce point, on peut se demander s'il n'est pas paradoxal, dans le même temps, d'exiger des presses qu'elles prennent en charge des travaux d'un intérêt scientifique indiscutable et de leur imposer de façon soutenue des obligations d'autofinancement, difficilement compatibles avec leur vocation première). Il est vrai cependant qu'une diversification des financements limiterait la dépendance à l'égard de l'institution de rattachement. Dans cette perspective seulement le recours au statut associatif se justifie qui permet "de réunir plusieurs partenaires, publics ou privés, et des financements multiples".

Cette solution doit en revanche être exclue lorsqu'elle ne vise "qu'à accorder des facilités de gestion administrative et comptable à ce qui n'est, en réalité, qu'un service de publication de l'université d'origine, ou lorsqu'il est utilisé par des équipes de recherche qui s'affranchissent de tout contrôle".

La Cour des Comptes préfère, au statut associatif, des formules de coopération inter-universitaire. Cependant, force est de constater que "les solutions offertes en ce domaine par la législation actuelle sont peu satisfaisantes : ni la S.A.R.L., exclue pour l'instant par les textes, ni le groupement d'intérêt public qui, dans les modalités prévues par la loi du 15 juillet 1982 est mal adapté aux activités d'édition, ni le service inter-universitaire dépourvu de personnalité propre, ne paraissent pouvoir être généralisés".

La Cour des Comptes formule enfin quelques propositions : il lui semble utile que les établissements d'enseignement supérieurs disposent de la possibilité de "recourir à des formules permettant à plusieurs universités de mettre en commun leurs moyens et accordant aux organismes ainsi créés l'autonomie nécessaire, tout en assurant un meilleur contrôle de l'emploi des fonds publics". Il demeure qu'aux yeux de la Cour, la seule formule véritablement régulière est "celle des services de publications intégrés dans les universités".

En tous cas, les solutions actuellement proposées ne sont pas satisfaisantes. Les presses françaises ne peuvent agir en tant que maisons de commerce (contracter des emprunts bancaires par exemple) puisque toutes les universités françaises sont des organismes d'Etat. Tel n'est pas le cas aux Etats-Unis : les presses ont-elles donc dans ce pays des rapports avec leur université très différents de ceux que les presses françaises entretiennent avec leur institution de rattachement ?

#### b) L'exemple nord-américain :

L'indépendance des presses, ici comme ailleurs, dépend du poids intellectuel de l'université au niveau des instances directrices et de son poids financier.

Un lien fondamental demeure entre les presses et leur université : celui qui s'exerce dans le mécanisme aboutissant à la décision de publication. "D'une manière générale, l'initiative appartient aux éditeurs de la presse, mais toute proposition doit être soumise à un comité (University Board) qui, par son droit de veto, contrôle et oriente la politique éditoriale de la maison d'édition. Le comité comprend, outre le directeur de la presse, un certain nombre de membres éminents de la faculté, représentant les disciplines les plus en vue de l'université, au total une dizaine de personnes en général (quatorze à Chicago, dix à Columbia...)" (14).

Au plan financier, la situation des presses d'université dites " Maison d'excellence", celles qui éditent livres et revues scientifiques aux Etats-Unis comme à l'étranger (par opposition aux simples services de publications), est plus complexe. "Comme son nom l'indique, une presse universitaire est partie intégrante de l'université qui a présidé à sa naissance. Elle apparaît donc comme une unité académique de l'institution, elle n'a pas de véritable vocation commerciale, on s'attend qu'elle serve au mieux les intérêts intellectuels de la communauté enseignante à qui elle se trouve structurellement liée" (15).

Dans la pratique, la réalité est parfois différente. Il y a, de la Californie à Columbia, d'une université canadienne à une autre, une très grande variété de situations. D'une manière générale, ce sont des entreprises qui affirment dans leur déclaration d'intention, leur indépendance par rapport à l'université mère, tout en s'affirmant partie prenante de cette institution. Elles doivent, d'après leurs statuts, s'autofinancer. Les crédits nécessaires aux diverses publications sont prélevés sur leurs fonds propres et ne doivent en aucune manière obérer le budget de l'université.

Il est même précisé le plus souvent que les presses ne peuvent solliciter de donations, de legs ou de subventions auprès de parties qui financent déjà l'université. Une question se pose donc : où ces presses, qui sont devenues de véritables complexes industriels, avec usine d'impression spécialisée dans la production de livres et d'ouvrages, librairies dans les campus de leur université, complexe informatisé de gestion, réseau international, etc..., où donc ces Maisons d'édition qui coûtent fort cher trouvent-elles l'argent pour perpétuer leur réussite et leur rayonnement international ? Elles ne fonctionnent que grâce à des subventions ou des donations. Anne SANOUILLET expose bien le système de subventions qui soutend le développement des presses aux Etats-Unis :

.... Les aides indirectes :

"Certaines de ces subventions sont "invisibles" et donc malaisément comptabilisables, mais non moins réelles : par exemple, les exemptions fiscales (nationalement par le non-assujettissement à certains impôts ou taxes, internationalement par la dispense quasi totale de droits de douane); les privilèges monétaires (taux de change préférentiels et subventions à l'exportation en application de la Loi Fédérale PL 480).

Par exemple aussi, les avantages en nature accordés par l'université-mère : mise à disposition gracieuse de bureaux, ateliers et entrepôts, prise en charge des salaires et charges sociales de certains personnels, etc... L'appui logistique des enseignants locaux n'est pas non plus à négliger : Les Presses Universitaires de Princeton estiment à \$100 000 les sommes qu'elles auraient déboursées annuellement en honoraires d'expertises et autres consultations, si, opérant comme tout éditeur commercial, elles avaient dû rémunérer au prix du marché les prestations bénévolement fournies par les universitaires locaux.

Il convient d'y ajouter l'aide technique apportée par des divisions universitaires, départements, laboratoires ou administration : l'exécution de cartes et graphiques, le tirage de photographies ou photocopies, la frappe de manuscrits intermédiaires, la mise en forme des textes, toutes opérations fort coûteuses dans le commerce, sont souvent assurés à titre gratuit par ces services pour le compte de l'auteur, améliorant d'autant le compte d'exploitation de l'éditeur".

....

#### Les subventions directes :

"Mais les subventions les plus connues sont évidemment celles qui sont directement comptabilisables, à commencer par les affectations de crédits inscrites chaque année dans les budgets des universités. Certaines presses universitaires disposent même de subventions permanentes non révisables, ou de rentes de situations procurées par des dons et legs pouvant prendre diverses formes : c'est ainsi, par exemple, que les Presses Universitaires d'Harvard sont dotées des intérêts provenant du Fonds Belknap Press ; ou que celles de Princeton recueillent les bénéfices d'une importante imprimerie commerciale dont elles ont hérité. Les Fondations, nous le verrons, manifestent quelque réticence à subventionner l'impression des résultats de la recherche, même de celle qu'elles financent. Exceptionnellement cependant, la Fondation Ford, en 1956 et 1962, et la Fondation Andrew W. Mellon, en 1972, ont attribué à une quarantaine de presses universitaires des subsides s'élevant à plusieurs millions de dollars.

Si considérable que soit le montant de ces aides, il ne présente qu'une fraction des subventions indirectes perçues par les éditeurs scientifiques par le canal des achats institutionnels de livres. Ces acquisitions, sur fonds publics ou privés, s'effectuent pour le compte de bibliothèques, de programmes de formation, de sociétés commerciales aux fins de distribution gratuite, des Etats et organismes fédéraux d'aide à l'étranger. Le total peut être évalué annuellement à une quarantaine de millions de dollars, représentant 60 % du total de toutes les ventes des presses universitaires. On pourra objecter qu'il ne s'agit pas là à proprement parler de subventions, puisque les sommes versées le sont en contrepartie de la fourniture des biens. Mais ces derniers coûtent beaucoup moins aux éditeurs que ce qu'ils reçoivent en argent frais et, très certainement, n'auraient pas été vendus en quantités aussi notables.

Le sentiment général étant ce qu'il est, aussi bien dans le grand public que dans la communauté universitaire, il paraît difficile de refuser le principe des soutiens financiers à fonds perdus. Mais les opinions divergent, dans les colonnes de Scholarly Publishing, sur les meilleurs façons de les affecter et de les utiliser .

C'est une situation étonnante, peu cohérente avec le libéralisme américain. C'est pourquoi, il est actuellement demandé, par le gouvernement fédéral, aux universités d'obtenir de leurs presses un retour à l'économie de marché". (16).

On peut évaluer à 5,8 % la part de leur budget que les universités américaines consacrent à leur mission de dissémination du savoir contre une moyenne de 0,7 % pour les universités françaises. Ce pourcentage fort bas permet de relativiser le montant des subventions accordées par ces dernières aux presses françaises.

Face au mouvement actuel de retour à l'autofinancement et d'arrêt des subventions, dans une situation de crise, les presses américaines n'ont pas montré un dynamisme accru, contrairement aux habitudes des sociétés américaines de cette dernière décennie. Au contraire, elles ont eu la réaction malthusienne qu'on aurait pu attendre de firmes du vieux continent, le réflexe institutionnel et "fonctionnarisé".

"On s'est donc entendu entre membres du club pour réduire les tirages et les stocks et pour augmenter simultanément les prix. Cette politique, qui est celle de la plupart des "petits" éditeurs scientifiques français, vise à régler la production sur une estimation conservatrice des marchés, en éliminant pratiquement les perspectives de ventes aux individus, toujours imprévisibles et statistiquement négligeables, au profit des ventes aux institutions (bibliothèques, musées, galeries, laboratoires, etc...) considérées comme plus sûres, parce que plus solvables, plus stables, et moins sujettes à discuter sur des prix devenus prohibitifs pour le chercheur isolé..." (17).

Pour une fois, l'exemple américain n'est pas encourageant : il amène à douter du dynamisme réel d'une entreprise subventionnée.

Outre ces subventions, les presses américaines reçoivent des dons généreux, provenant souvent d'anciens élèves de l'université (ils sont déductibles d'impôts), soient le plus nombreux possible.



- (1) - SANOUILLET, Anne - L'édition de recherche en Amérique du Nord - 1985.
- (2) - BODIN, Louis - Universités - Janvier 1982.
- (3) - VACHON, André - Revue de l'AUPELP - 1968-1.
- (4) - Rapport BOURSIN - Annexes.
- (5) - SAUGNIEUX, Joël - Journal Rhône-Alpes - 7 mars 1983.
- (6) - SAUGNIEUX, Joël - Rapport Moral - 1978.
- (7) - SAUGNIEUX, Joël - Rapport Moral - 1978.
- (8) - SAUGNIEUX, Joël - Le Magazine Littéraire - N° 176 - 1981.
- (9) - GARDEN, Maurice - Rapport sur les PUL - 1988.
- (10) - DEGENNE, J.F. - Le Monde de L'Éducation - janvier 1980.
- (11) - Cour des Comptes - Rapport - 6 juillet 1983.
- (12) - Cour des Comptes - Rapport - 6 juillet 1983.
- (13) - Rapport BOURSIN.
- (14) - AUDIBERT, Louis - Monde Campus - 12 février 1987.
- (15) - AUDIBERT, Louis - Monde Campus - 12 février 1987.
- (16) - SANOUILLET, Anne - L'édition de recherche en Amérique du Nord - 1985.
- (17) - SANOUILLET, Anne - L'édition de recherche en Amérique du Nord - 1985.

## B/ - LES POLITIQUES EDITORIALES : ENTRE LE SACERDOCE ET LE NEGOCE :

### I - Les contradictions des politiques éditoriales :

Outre les relations organiques avec un établissement d'enseignement supérieur, les presses universitaires présentent une seconde caractéristique : elles éditent les produits de la recherche scientifique au sens le plus large. Après l'étude des structures, nous entrons au coeur de l'activité de ces presses : l'élaboration et la réalisation d'une politique éditoriale cohérente. Or cet exercice tient de l'équilibre : les contradictions dans le fonctionnement des presses universitaires se répercutent sur leurs orientations éditoriales. En fait, la contradiction est double.

#### 1°) Universitaires et éditeurs à part entière :

Les presses universitaires se débattent douloureusement entre ce que J. SAUGNIEUX, reprenant une expression de Paul Valéry, appelait le "sacerdoce et le négoce". Les rapports moraux et les interviews de l'ancien directeur des presses lyonnaises expriment cette volonté jamais démentie de concilier cette double exigence. Aux P.U.L., le premier trait de la politique éditoriale est l'édition des livres qui sont le résultat d'un travail de recherche original. Editer les produits de la recherche universitaire et seulement eux. Il ne faut pas oublier les motivations qui ont présidé à la création des P.U.L. : "Les Presses Universitaires de Lyon sont nées du désir qu'avaient des enseignants et des chercheurs de l'Université Lyon II de prendre eux-mêmes en charge la publication, l'édition et la diffusion d'ouvrages à caractère scientifique ou pédagogique". Ainsi, l'intérêt scientifique du manuscrit proposé garde une place fondamentale dans le choix et est mesuré avec beaucoup de rigueur. Les Directeurs <sup>de collections</sup> sont responsables de réunir toutes les informations nécessaires sur les manuscrits déposés aux P.U.L. Pour cela, ils soumettent ces derniers à la lecture de personnes qu'ils jugent compétentes. Après avoir recueilli les avis nécessaires, ils font part de leur opinion au Bureau qui prend alors la décision d'éditer ou de refuser le manuscrit.

Mais dans les délibérations, il serait naïf de croire que les critères économiques n'interviennent pas. Les P.U.L. "ne sauraient prendre en considération les seuls critères économiques et commerciaux. Elles n'ont pas été créées pour faire des bénéfices, ce que leur statut d'association loi 1901 leur interdit d'ailleurs. Il n'en reste pas moins qu'elles ne sauraient, sous peine de courir rapidement à leur perte, négliger les exigences du marché". (1). En 1983, SAUGNIEUX recense les livres qui se vendent le mieux. Il explique ainsi sa démarche : "Ces chiffres sont naturellement un élément de réflexion important pour la définition de la politique éditoriale des P.U.L.. Nous ne sommes pas animés par le seul souci du profit, mais nous ne pouvons en aucun cas faire fi des contraintes de la commercialisation.

Le critère de rentabilité n'est jamais pour nous une condition suffisante pour que nous prenions la décision d'éditer, mais il est hélas le plus souvent une condition nécessaire " (2). "Les P.U.L. fonctionnent en entreprise, aussi l'équilibre financier est-il une préoccupation majeure de ses responsables". (3).

Ce discours se retrouve sous la plume de nombreux éditeurs universitaires. Daniel BEAUVOIS, le directeur des Presses Universitaires de Lille, écrit : "Par opposition aux maisons d'édition privées qui privilégient la rentabilité et le nombre, les P.U.L. se veulent le vendeur des sciences humaines françaises et internationales. Elles ont le souci de les rendre accessibles à l'honnête homme, au public cultivé, aux étudiants. Elles visent donc à concilier spécialisation des ouvrages et équilibre financier". (4). Le critère intellectuel intervient à 85 % dans le choix d'un manuscrit à Lille ; le critère commercial à 15 %. Bien entendu, ceci ne constitue que des moyennes et chaque volume est un cas particulier.

Aux P.U.G., le critère intellectuel entre à 70 % dans le choix d'un ouvrage, le critère commercial à 30 %. Aux Publications de la Sorbonne, l'intérêt scientifique et l'impératif économique tiennent une place égale.

Editer des livres difficiles mais qui se vendent, telle est l'orientation dominante chez les presses universitaires. Cette première contradiction en porte en elle une seconde.

## 2°) Le ghetto universitaire et l'ouverture :

Bien vendre ses livres, cela signifie atteindre tous les publics potentiels, sortir de l'université de rattachement dans un premier temps et se faire connaître auprès des autres universités, s'évader du monde universitaire dans un second. Cela suppose de diversifier la production et de transformer physiquement le livre universitaire, tout en restant vigilant pour éviter une dérive intempestive vers une édition grand public. Les Presses Universitaires cherchent à cibler précisément leurs publics afin d'apporter quelques améliorations, sans pour autant trahir leur vocation première, à leur politique éditoriale. "Notre public, explique J. SAUGNIEUX, se situait d'emblée entre les deux extrêmes que sont la vulgarisation et le cercle restreint de spécialistes". (5). "Nous ne cherchons pas la vente grand public à tout prix. Nous voulons tout au plus ne pas nous adresser qu'à des enseignants". (6). Cet objectif s'exprime dans le deuxième axe de la politique éditoriale des Presses Universitaires de Lyon : donner une image nouvelle du livre universitaire en substituant au pavé indigeste des ouvrages maniables et attrayants". (5). Comme leur soeur de Lyon, les Presses Universitaires de Lille s'adressent "à l'honnête homme, au public cultivé, aux étudiants".

Coincées entre les impératifs économiques et les exigences intellectuelles, entre la tentation d'une "dérive" commerciale et l'enfermement dans un style strictement universitaire limité à quelques spécialistes, les presses universitaires tentent de mettre en place des politiques éditoriales cohérentes.

## II - Deux expressions des politiques éditoriales : le catalogue et l'objet livre :

Pour définir les orientations des presses universitaires, nous disposons de deux instruments adéquats : le catalogue d'une part; toutes les presses presque en possèdent un, ce qui prouve leur professionnalisme; cet outil nous fournit des informations sur les genres des ouvrages publiés, les thèmes traités et les auteurs. L'objet-livre d'autre part : l'impression, l'iconographie, la reliure... reflètent aussi le projet éditorial de la maison.

### 1°) Les catalogues :

#### a) Les genres :

Les presses universitaires éditent des produits qui appartiennent à trois genres différents : les monographies, les manuels et les revues.

Les monographies : elles-mêmes se subdivisent en deux catégories. D'une part, les ouvrages d'auteur et les ouvrages collectifs : actes de colloque, symposiums, tables rondes, mélanges, etc... Toutes les presses universitaires en publient : ce sont pourtant des ouvrages qui se vendent mal. "Il est notoire en effet que les ouvrages collectifs sont très difficiles à commercialiser et il faut encourager les universitaires à écrire des ouvrages personnels". J. SAUGNIEUX rappelait souvent que "nous devons d'abord et essentiellement publier des livres et, si possible, des livres d'auteur. Il ne faut pas que les ouvrages collectifs prennent une part trop considérable dans notre catalogue. Chacun sait bien d'ailleurs qu'ils se vendent très difficilement". (7). La part de ces ouvrages collectifs varie d'une presse à l'autre. Les 3/4 des ouvrages publiés par les Presses Universitaires de Toulouse sont des ouvrages collectifs. Situation analogue à Vincennes. Les Presses Universitaires de Grenoble présentent une collection Actes de Colloque qui compte en 1988 dix titres. En 1986, à Lyon, sur les vingt-cinq ouvrages publiés, 12 étaient des ouvrages collectifs, soit 48 %.

Dans les monographies, on doit aussi distinguer les ouvrages des presses elles-mêmes et ceux des Centres de Recherches de l'université de rattachement. En 1986, à Lyon, sur les vingt-cinq ouvrages publiés, cinq étaient issus des centres de Recherche de Lyon II (soit 20 %).

Ils sont édités sous la responsabilité scientifique de ces Centres et à leur demande. Les P.U.L. en assurent la diffusion mais souhaitent limiter cette activité qui ne peut se faire qu'au détriment de l'activité d'édition qui reste leur vocation première. Au catalogue des Publications de la Sorbonne, on trouve les Travaux et Publications du Centre d'Education Permanente de Paris I, les Travaux du Centre Interuniversitaire de Recherche sur l'Italie, les Travaux du centre de Recherche sur l'Espagne du XVIème et XVIIème siècles.

- Les manuels :

Cette production pédagogique est tournée vers le public étudiant. C'est le genre de produits qui permettent d'équilibrer les comptes d'une presse. Ils contiennent le cours que l'enseignant renouvelle chaque année et font, par conséquent, l'objet de rééditions régulières. Les presses tirent ici profit de l'existence d'un public captif. Au catalogue des Presses de Lille, on trouve une section Manuels de l'enseignement supérieur qui ne compte pour l'instant qu'un seul titre. La collection "Amphi 7" des Presses de Toulouse recense sept manuels. A Grenoble, Libres-cours est "une collection de manuels non traditionnels orientée vers la recomposition des savoirs et s'adresse aux étudiants en sciences économiques et sociales ; la collection Français langue étrangère et maternelle compte quatre manuels, qui doivent "aider l'étudiant étranger à se repérer et s'intégrer aux situations linguistiques qu'il a souvent de la peine à dominer."



- Les périodiques :

Lyon est l'une des rares maisons d'édition universitaires à ne pas s'être intéressée à eux. SAUGNIEUX s'en explique ainsi : " Il faut que les P.U.L. puissent contrôler à la fois qualitativement et quantitativement leurs publications, qu'elles gardent la double maîtrise du choix des manuscrits et du rythme de production, C'est pour cette raison que nous devons renoncer à toute publication de type périodique" (8).

Ce n'est pas la politique des Presses de Vincennes : "Nous voulons d'autre part assurer à des équipes pionnières et à des chercheurs spécialisés la possibilité de faire connaître leurs travaux d'une manière rapide et efficace. C'est pourquoi nous accordons une place importante dans notre catalogue aux publications périodiques dont beaucoup sont, de fait, singulières en leur genre : par exemple Hors Cadre, Médiévales, Extrême-Orient, Extrême-Occident, Connaissance de la R.D.A... sans compter des aînées confirmées comme Histoire, Epistémologie, Langage, ou de distinguées benjamines, éventuellement en coédition comme la Recherche photographique". (9). Un certain nombre sont publiées avec le concours du CNRS, d'universités parisiennes (Paris VII, VIII...), du Centre National des Lettres.

Au catalogue des Presses de Toulouse, on compte quatorze revues ; certaines sont publiées avec le concours du CNRS.

Les P.U.G. éditent la revue Economies et Sociétés, Cahiers de l'I.S.M.E.A. : "Depuis plus de trente-cinq ans, l'Institut de Sciences Mathématiques et Economiques Appliquées édite la collection la plus complète de publications scientifiques dans le domaine économique. Ces publications prolongent des recherches originales entreprises par l'Institut, sur demande ou à son initiative. Cette norme de convergence entre recherches et publications se trouve notamment dans la revue " Economies et Sociétés", qui, grâce à une diffusion scientifique et pédagogique très large, a acquis une audience internationale" (10).

A Lille, les Presses s'occupent de la diffusion de quatre revues. On compte cinq revues au catalogue des Presses de Nancy et cinq à celui des Editions de la Maison des Sciences de l'Homme : ici aussi, CNRS et CNL apportent leur concours et une revue est publiée en coédition, avec Cambridge University Press et l'Ecole des Hautes Etudes en sciences sociales.

Les Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques ont repris la gestion et la fabrication des périodiques existant à leur naissance, à savoir la Revue française de science politique, la Revue économique et le Bulletin analytique de Documentation : les Presses n'interviennent pas dans la rédaction de ces périodiques. Elles n'en assurent que la réalisation et la diffusion. En 1982 et 1983, les Presses ont créé deux nouvelles revues : "Les Mots" et "Vingtième siècle - Histoire", qui connaît un développement satisfaisant.

- Les textes :

Cette production donne à sa maison d'édition un cachet plus commercial. Citons, parmi les textes de Lyon, les Contes amoureux de Madame Jeanne FLORE ; Pour la paix perpétuelle, de KANT ; Les correspondances de A. GIDE avec Francis VIELÉ-GRIFFIN, François- Paul ALIBERT, Jef LAST - la collection grenobloise Début d'un siècle présente les oeuvres d'écrivains de l'Allemagne des années 1900-1940 : A. DÖBLIN, O. VON HORVATH, TUCHOLSKY, B. BRECHT, O. Panizza - Au programme des Presses de Toulouse pour 1988, trois titres dans la collection "Textes" : Les Amours jaunes de Tristan CORBIERE et des oeuvres de Henry FIELDING et Richard GRAVES. Les Presses de Lille mettent à la disposition du public français les traductions des principaux ouvrages du poète irlandais William Butler Yeats. Les Presses de Nancy se sont lancées dans la publication de la correspondance de Saint-Pierre FOURIER (le tome 4 est prévu pour l'année 1988).

b) les thèmes :

- Les domaines :

Les presses universitaires travaillent dans les mêmes domaines : ce sont la philosophie, la religion, les sciences humaines (sociologie, psychologie, sciences économiques et politiques, sciences juridiques, communication), la linguistique, la littérature, l'histoire, les beaux-arts. Plus rarement la géographie, les sciences exactes ou les sciences appliquées. Les catalogues des presses universitaires sont rangés par thèmes ou par collections : le nombre de collections et leur âge attestent de la vitalité des presses. Il est important qu'une collection soit régulièrement présente au catalogue : elle s'imprime dans la mémoire des lecteurs, elle prouve que la presse est solidement établie et contribue ainsi à sa notoriété. Pour certains, les Presses Universitaires de Lyon sont représentées par leur collection Linguistique et sémiologie : ces petits livres noirs se vendent très bien et ceux qu'intéresse la linguistique leur reconnaissent un label de qualité jamais démenti. D'autre part, la présence de certaines collections au catalogue est liée à la situation géographique des Presses : ainsi trouve-t-on à Toulouse une collection intitulée Domaine ibérique et Ibero-Américain.

- Le régionalisme :

La publication d'ouvrages régionaux ou régionalistes suscite des débats parmi les dirigeants des presses universitaires. Il est donc intéressant d'étudier plus précisément ce thème.

Au catalogue des presses lyonnaises, aucune collection régionale. Juste quelques livres en rapport avec la région Rhône-Alpes dispersés dans les différentes séries.

Citons, par exemple, "La Complainte de François GARIN, marchand de Lyon en 1460, Villages du Lyonnais sous la monarchie au 16e et 17e siècle" (J.P. GUTTON), "Métiers Jacquard et hauts fourneaux" (les origines de l'industrie lyonnaise, par P.CAVEZ). Mais ces publications datent des débuts des PUL. Depuis trois ans, elles semblent avoir renoncé à éditer ce type d'ouvrages, qui leur coûtaient et se vendaient mal. L'absence d'un fonds régional aux PUL s'explique par deux raisons : l'une financière, l'autre philosophique. La ville de Lyon n'apporte pas aux PUL son soutien financier. "Nous avons publié quarante-cinq livres sur Lyon et la région, déplorait J SAUGNIEUX, la ville et le Conseil Régional n'en ont jamais acheté un seul. Ils ne nous ont même pas apporté un appui stratégique. Alors qu'à Bordeaux, à Lille ou à Strasbourg, les pouvoirs publics soutiennent activement l'édition, en garantissant par exemple l'achat de cinq-cents ou mille exemplaires, Lyon ne fait rien pour ses livres. Paradoxalement, la ville qui fut la capitale mondiale de l'édition, devient un véritable désert aujourd'hui". D'autre part, SAUGNIEUX n'était pas favorable au principe de faire des PUL une maison d'édition régionale: " Nous n'avons pas de vocation régionale, nous sommes une maison d'édition universitaire, installée en province. Et je publierais les mêmes livres si j'étais installé en Lorraine ou dans le Nord" (11). "Nous cherchons avant tout à acquérir une image de marque hors d'une ville, d'une région ou d'une seule institution" (12).

Une conception que ne partagent pas les Presses Universitaires de Grenoble. Les PUG souhaitent au contraire jouer davantage la "carte" régionale. Deux exemples illustrent ce choix : la collection joliment intitulée "l'Empreinte du Temps" : "nous avons décidé d'exhumer des bibliothèques poussiéreuses ou des collections de quelques privilégiés, un certain nombre de documents qui retracent la vie aussi bien que l'histoire de nos régions du Dauphiné et de la Savoie".(13). Citons quelques-uns de ces titres : Le Musée -bibliothèque de Grenoble, les Colporteurs de l'Oisans, Chroniques d'un bourgeois de Valence au temps de Mandrin, Remèdes populaires en Dauphiné, etc... Autre preuve de cette orientation régionale : les PUG sont aujourd'hui en contact avec l'U.E.R. d'histoire de Grenoble pour lancer des publications sur la Révolution Française en Dauphiné, à l'occasion du bicentenaire de la Révolution Française en Dauphiné. Entre autres titres : la Révolution Française en Dauphiné (1788-1789), les Trente récits de la Journée des Tuiles (Jean SGARD), les fêtes du centenaire de la Révolution Dauphinoise (P. NIETO). Même intérêt régional à Lille : on y a commencé par des sujets historiques ( la Désunion du Couple sous l'Ancien -Régime, l'Exemple du Nord ; l'Homme, la Vie, la Mort dans le Nord au 19e siècle). Cette expérience s'étant révélée probante, les Presses Universitaires de Lille ont créé une collection intitulée Histoire des Villes du Nord - Pas de Calais. On y trouve Cambrai, Boulogne-sur-Mer ; de Douai à Lille... Une université et son Histoire (Louis TRENARD), etc...



Dernier exemple qui prouve que le choix régional est largement partagé parmi les dirigeants des presses universitaires : Nancy. Mr BONNET, Directeur du service de publication, explique ainsi sa position : "Editeur régional à part entière, le service des publications s'efforce de faire connaître des travaux de haute tenue scientifique consacré à la Lorraine... Il semble indéniable que le travail réalisé contribue à faire connaître Nancy et sa région, en France mais aussi dans les pays étrangers" (14). Reflet de ce discours : la présence de collections régionales au catalogue : Littérature régionale (quatorze titres) et Histoire régionale, très riche ( quarante-neuf titres). Un certain nombre d'ouvrages rattachés à la Lorraine sont disséminés dans les différentes rubriques. Dans la rubrique Beaux-Arts par exemple, on trouve Les Meubles lorrains (J. CHOUX), le Vieux-Nancy (P. MAROT), etc...

- Les sujets "d'actualité" :

Ce type de production fait l'unanimité parmi les dirigeants des presses : toutes s'efforcent, par delà des sections spécialisées de la classique recherche universitaire, de créer des collections qui répondent aux questions et aux investigations les plus actuelles et qui, par conséquent, intéressent un public plus large.

Lyon a ainsi publié "Les dirigeants du Parti Socialiste" (Paul BACOT), "Un grand quotidien pendant la guerre : le Progrès" (Yves CAU) ; un ensemble de livres, réunis dans la collection Médecine et Société, traitent les problèmes concernant les réalités hospitalières, les sports, le suicide, la drogue, etc... Citons aussi "la Femme au dix-neuvième siècle, littérature et idéologie" (Roger BELLET).

A Grenoble, la collection Influences réunit des textes courts (150-200 pages) consacrés aux sciences sociales. Les P.U.G. souhaitent ici traiter "des sujets qui collent le plus au quotidien, à ses interrogations". Entre autres titres, l'Etat gestionnaire (J.C. CASTAGNOS); La Paix, les femmes ! (L. LE BRICQUIR); Informatique et société : des chercheurs s'interrogent. Autre exemple : la collection Sport en Questions. Le sport tient une place de plus en plus importante dans la vie économique et sociale et est devenu aujourd'hui un phénomène de masse. Cette collection "se propose d'apporter des textes vivants à tous ceux que le sport interroge."

Cette orientation est moins marquée à Lille : les collections Politiques et Mutations contiennent cependant des titres bien actuels (par exemple, l'Autre jeunesse : jeunes stagiaires sans diplôme - Cl. DUBAR).

Dans la collection Histoire contemporaine à Nancy, on trouve : Le nazisme et les jeunes (E. GENTON et P. GRAPPIN). Essai sur les origines de la Sécurité Sociale (H. HATZFELD), etc...

La collection Varia à Toulouse présente des ouvrages consacrés aux médias (Théâtre et Télévision), à la femme (la Femme et la Mort), l'université (Adultes à l'université) etc...

La Série Points Chauds du Globe, aux Publications de la Sorbonne, traite des relations internationales dans le monde d'aujourd'hui. On pourrait ainsi multiplier les exemples.

c) Les auteurs :

Ce n'est qu'indirectement que les catalogues fournissent leur origine, à travers leur nom et leur fonction. Tous les dirigeants des presses universitaires estiment que leur crédibilité exige la recherche d'auteurs extérieurs à leur établissement de rattachement. Cette recherche s'inscrit dans la politique d'ouverture adoptée par les presses et renforce leur autonomie à l'égard de l'établissement auquel elles sont liées.

J. SAUGNIEUX tenait à ouvrir sa maison d'édition à des auteurs n'enseignant pas à Lyon II. "Nous sommes une maison d'édition installée à Lyon. C'est dire que nous publions une majorité d'auteurs lyonnais ou de la région, c'est là que la demande est la plus forte, mais aussi bien des auteurs de Paris et d'ailleurs. Les PUL sont une maison d'édition nationale installée à Lyon" (15). Autre profession de foi dans la nécessaire d'ouverture : "L'indépendance des PUL explique que notre catalogue ne reflète pas exactement l'éventail des disciplines représentées à Lyon II. Notre souci, aux PUL, est que nos liens privilégiés avec Lyon II n'impliquent aucune exclusive. Notre ambition est d'acquérir une image de marque qui ne nous lie ni à une seule institution ni à une ville ou une région. C'est pourquoi nous nous réjouissons d'accueillir aussi des auteurs qui ne soient pas lyonnais" (16). les PUL prônent l'ouverture. Soit. Mais dans quelles directions ? "Au plan régional, je me suis efforcé de développer en 1981 les échanges avec les autres universités. Le fait que nous soyons les éditeurs des Actes des Assises Régionales de la Recherche montre bien le rôle que nous voulons jouer comme service inter-universitaire, au service de la recherche et des chercheurs. A condition que les moyens nous soient donnés, nous souhaitons que notre collaboration avec les universités voisines se développe encore. Nous avons déjà publié plusieurs auteurs venus de Lyon I, Lyon III, Saint-Etienne, Chambéry, etc.." (17). Ouverture nationale aussi et même internationale. L'un des derniers livres des PUL a été écrit par un Américain; Ch. J. STIVALE : Oeuvre de sentiment, oeuvre de combat : la Trilogie de Jules VALLES. Les chiffres donnent une idée de cette double ouverture : aux autres universités mais aussi aux non-universitaires.

années	Origine des auteurs LYON II	autres universités	non universitaires
1981-1982	34,4	12,5	15,6
	+ 35,5 collectif		
	72 %	28 %	

années	Origine géographique LYON	RHÔNE-ALPES	FRANCE	ETRANGER
1988	59,31 %	5,39 %	25,98%	9,31 %

Autre exemple : celui des Presses Universitaires de Lille : "Nous couvrons le champ de ce qui est enseigné à Lille, mais nous ne publions pas que des universitaires lillois. Nous éditons également les travaux de gens qui enseignent à Paris 7, Paris 8, de particuliers.." (18).

Pourtant, certains déplorent un vivier d'auteurs trop restreint et dénoncent le semblant d'ouverture : "Pour éditer, il faut, avant tout, avoir beaucoup de manuscrits de qualité, et choisir dans ce vivier, les meilleurs, ceux qui répondent aux critères éditoriaux définis par les presses(...). Comme il n'y a pas de cohérence entre les universités, c'est au niveau de "chaque spécialité", de "chaque département" que les presses doivent "pêcher". L'espace est ainsi restreint, trop restreint... Il l'est d'autant plus que certains universitaires, à cause du phénomène bureaucratique (...) continuent à se faire éditer par des Maisons d'édition privées. Les presses déclarent souvent dans leurs rapports qu'elles élargissent leur vivier d'auteurs et réussissent ainsi à produire des ouvrages de collègues d'autres universités. C'est vrai, mais, en chiffres annoncés, c'est insignifiant. "C'est l'arbre qui cache la forêt" - et non pas le début d'un processus nouveau-puisque le système lui-même crée le blocage, le cloisonnement, l'incohérence, etc... (19).

Ouverture dans les genres (avec les manuels); les thèmes (avec les sujets d'actualité); les auteurs (d'autres universités ou non universitaires). Cette ouverture<sup>944</sup> apparaît à travers les contenus se manifeste aussi dans les formes : la présentation physique des livres s'inspire elle-aussi de ce parti pris d'ouverture.

## 2°) L'objet - livre :

Donner une nouvelle image du livre universitaire afin de gagner un public plus large, prouver qu'un livre n'offre pas toujours une triste couverture, telle est l'exigence qui a présidé aux transformations physiques des livres édités par les presses d'université. Avant d'arriver chez l'imprimeur, le livre doit être "toilette". Nous allons donc étudier successivement les deux étapes de la pré-fabrication et de la fabrication.

## a) La Pré-fabrication :

Après qu'il ait été retenu par le comité de lecture et avant qu'il ne devienne un livre, le manuscrit est soumis à un certain nombre d'opérations : préparation, composition et maquette. Ces étapes dans le passage du manuscrit au livre résultent d'une évolution dans les ambitions des presses universitaires : glisser de la publication à l'édition véritable. Entre la divulgation, à petite échelle, d'une thèse, d'une série d'articles ou d'un rapport, imprimé à "faible" coût sans souci de promotion tapageuse, et la diffusion, à plus grande échelle, de la même oeuvre, mais soumise à une toilette de vulgarisation et de présentation afin d'en augmenter les chances de lecture, il y a un pas. Ce pas, c'est celui qui mène de la simple publication à l'édition et qui soulève à nouveau l'épineux problème de la vocation de l'université : doit-elle se contenter d'enregistrer des travaux, les ouvrages ne servant au pire que comme justificatifs pour la carrière professionnelle des chercheurs et condamnés au mieux à circuler dans un cercle restreint d'initiés ou bien doit-elle permettre d'élargir l'audience de la recherche universitaire, étant entendu qu'elle ne vise ni le grand public ni le best-seller ? Alors, publier ou éditer ?

J. SAUGNIEUX a toujours refusé de s'enfermer dans la seule publication des recherches : "Pour moi il y a une différence très nette entre publier et éditer. Aujourd'hui, les universitaires publient encore avec les moyens du bord, fabriquent des produits difficilement commercialisables ou pas commercialisables du tout. Mais tel est le but de la manoeuvre. Et puis les universités éditent ou peuvent éditer, fabriquer des produits commercialisables à partir de la recherche universitaire. Publiés pour être lus, ces ouvrages peuvent alors être diffusés en plus grand nombre" (20).

Pour que les livres universitaires sortent du cercle des spécialistes, qu'ils soient d'une lecture aisée même pour des profanes, il faut de toute évidence transformer les manuscrits déposés : les alléger. J. SAUGNIEUX tenait énormément à cette étape antérieure à la fabrication proprement dite : "Nous n'éditions pas de thèses, mais des livres. A partir d'une thèse qui se doit d'avoir un appareil critique, nous tenons beaucoup à une réécriture pour que, par son volume comme par sa présentation, le livre qui en est tiré puisse toucher le public des non-spécialistes.

Un livre d'histoire qui n'intéresse que les historiens est un livre mort. C'est ainsi que nous avons pu montrer aux libraires que le livre universitaire n'est ni nécessairement illisible, ni évidemment invendable". (21). Aux PUL, ne peuvent être retenus que les manuscrits dactylographiés selon les normes en usage ; les manuscrits dépassant 500 pages ne sont pas acceptés : "rien n'empêche les auteurs d'une thèse d'en envoyer la version intégrale aux ateliers nationaux de Grenoble ou de Lille". Les PUL exigent souvent une réduction du texte (à ne pas confondre avec une modification : jamais celle-ci n'est demandée car cela constituerait une atteinte au droit du chercheur). Un exemple de texte condensé : le livre de R. FAURE sur la Mort au Siècle des Lumières a été publié avec un appareil critique réduit de 90 % .

Autre tâche après la préparation du manuscrit par un membre du bureau : la composition; aux PUL celle-ci est confiée à un imprimeur ou faite à façon. L'objectif des PUL a toujours été la réduction des coûts de fabrication (qui représentent 40 % du total des dépenses). Aussi, disposent-elles de deux stratégies pour la composition : "réservant la photocomposition aux ouvrages difficiles à composer ou destinés à un public plus exigeant sur la qualité des ouvrages qu'il achète, nous avons eu recours à des procédés moins onéreux chaque fois que les circonstances le permettaient (...) Dans certains cas, nous nous sommes même contentés, si je puis dire, d'une frappe machine 21 x 29,7 réduite ensuite à un format 16 x 24 (...). L'économie, pour réelle qu'elle soit, n'est cependant pas aussi substantielle qu'on pourrait le croire du fait que pour réduire le texte il faut nécessairement passer par le film, ce qui revient assez cher" (22).

La maquette est réalisée par les Directeurs qui ont du goût pour ce travail. On retrouve chez toutes les presses universitaires ce processus préparatoire à la fabrication proprement dite.

Dans ces tâches, elles reçoivent l'aide de la Direction des Bibliothèques, des Musées et de l'Information Scientifique et Technique : celle-ci s'est engagée dans l'expérimentation des nouvelles technologies au service de l'édition scientifique et technique.

"L'édition électronique offrira un certain nombre d'avantages aux petits éditeurs que sont les éditeurs universitaires. Permettant de réduire les coûts en amont - de fabrication - elle pourra mettre à la disposition des utilisateurs des outils de travail souples.

Aussi la DBMIST a-t-elle entrepris d'expérimenter - autour de projets éditoriaux précis et divers - le traitement de textes, par les écrivains chercheurs eux-mêmes, à partir d'un matériel GOUPIIL et d'un logiciel de traitement de texte de base VOLTAIRE. Cette expérience qui réunit des laboratoires de la Maison des sciences de l'homme, le Laboratoire d'informatique appliquée aux sciences humaines (LISH),

l'Ecole des hautes études en sciences sociales (EHESS) en tant qu'éditeur ainsi que la maison Hatier, permettra de travailler au développement des logiciels de traitement de texte utilisés par les chercheurs pour la saisie et la mise en forme de leur texte (ce qui réduira le nombre de frappes et de relectures sur épreuves jusque-là chaque fois redactylographiées) en fonction des exigences éditoriales diverses que sont la "simple" publication dans une revue - interne ou non - et la publication par une maison d'édition.

Dans la ligne de cette expérience, la DBMIST envisage de réunir toutes les entreprises, publiques ou privées, qui touchent à l'édition électronique et qui jusque-là travaillent de leur côté : de cette confrontation des expériences et difficultés peut naître un réel projet.

La saisie et le prétraitement des textes décentralisés constituent un progrès pour l'édition spécialisée qu'est l'édition de la recherche universitaire. Si les étapes de composition du manuscrit ne disparaissent pas, elles sont du moins simplifiées et directement sous la responsabilité de l'auteur.

Autre technologie qui peut, à court terme, favoriser ou du moins faciliter l'édition à petits tirages : l'impression laser. Cette forme d'impression, à partir de bandes magnétiques (rendues compatibles avec l'impression laser) permet aujourd'hui de reproduire presque correctement le texte. La reproduction des graphiques est en cours d'étude au sein d'équipes universitaires.

Un avantage fondamental de ce mode d'impression est qu'il permet de retirer à la demande le nombre d'exemplaires souhaité, réglant ainsi les problèmes du coût de stockage" (23).

Depuis cette expérience qui date de 1983, la DBMIST a organisé une journée Textes sur les Sciences Humaines en collaboration avec le CNRS. En 1988, elle a prévu de mettre en place à la fois un équipement et une formation dans un certain nombre de sites et, parmi eux, des presses universitaires.

#### b) La fabrication :

On est frappé de la qualité technique des livres édités par les presses universitaires d'une manière générale : une bonne typographie, tout comme la mise en page, de belles couvertures, des illustrations photographiques à l'intérieur, etc.. Mais un problème se pose : pour arriver à ces bons résultats, à qui les presses universitaires font-elles appel ? Assurent-elles elles-mêmes la fabrication de leurs ouvrages ou la confient-elles à des professionnels ?

A Lyon, l'impression est confiée à deux imprimeurs privés. "Nous avons toujours soutenu que les universités et les presses universitaires n'avaient pas vocation à se substituer aux imprimeurs, en particulier parce qu'elles ne disposent pas de personnel suffisamment qualifié" (24).

Les Publications de la Sorbonne, les Presses Universitaires de Grenoble et celles de Toulouse confient elles-aussi l'impression de leurs livres à un imprimeur extérieur.

A Bordeaux, on a un système mixte : 80 % des ouvrages sont imprimés à l'université et 20 % à l'extérieur. Même régime aux Presses Universitaires de Vincennes : les PUV confient 70 % environ de leur production à l'atelier offset placé sous le contrôle du Conseil de la Recherche et travaillent par ailleurs avec des imprimeurs extérieurs.

Enfin, toute la production des presses lilloises passe par l'imprimerie intégrée à l'université.

Ici encore, la réalité est variable d'une presse à l'autre.

c) Typographie et couvertures : illustrations de la politique d'ouverture.

- Aux PUL, "notre but doit être de publier sous la forme la plus agréable possible des textes de la plus haute qualité susceptibles d'intéresser un public aussi large que possible. C'est dans cet esprit que nous avons renoncé, pour 1982, à publier des ouvrages non justifiés à droite". Page suivante, un ouvrage publié en 1979 : Etudes Allemandes (1) et un autre qui date de 1981 : Le Ciel des Fourriéristes (M. NATHAN) (2).

- Quelques exemples de couvertures :

(1)

Ce recueil d'articles, la première publication collective de notre Institut, est dédié au Professeur Jean-Jacques Anstett. Les auteurs de ces articles ont été, pour la plupart, ses collaborateurs ou même ses étudiants et il leur est particulièrement agréable de pouvoir ainsi lui exprimer leur sympathie.

Mais, en même temps, l'Institut d'Etudes Allemandes et Scandinaves de l'Université Lyon II rend hommage à un germaniste lyonnais de grande valeur. Jean Jacques Anstett a fait, excepté un bref séjour à Grenoble, toute sa carrière universitaire à Lyon et a assumé pendant de longues années la direction de ce que l'on appelait alors la Section d'Allemand de la Faculté des Lettres. Il s'est distingué par des travaux nombreux que nous n'énumérerons pas ici. Mais il faut tout de même souligner sa contribution importante à l'étude du romantisme allemand et de Friedrich Schlegel. Jean-Jacques Anstett est un chercheur de notoriété nationale et internationale qui collabore à l'élaboration de l'édition critique des oeuvres de Friedrich Schlegel.

Que Jean-Jacques Anstett ait accepté que ce modeste recueil lui soit dédié honore tous ceux qui ont participé à cette publication. Nous lui demandons d'être indulgent à leur égard, lui qui était parfois si exigeant, et d'abord envers lui-même. Nous avons conscience des défauts de cette première publication. Une plus grande unité aurait été souhaitable. Mais si nous envisageons maintenant l'élaboration d'un ouvrage qui soit le résultat d'un travail plus collectif, centré sur un thème unique, le fait que ce petit livre ait pu voir le jour est un signe encourageant.

G. BRUNET

(2)

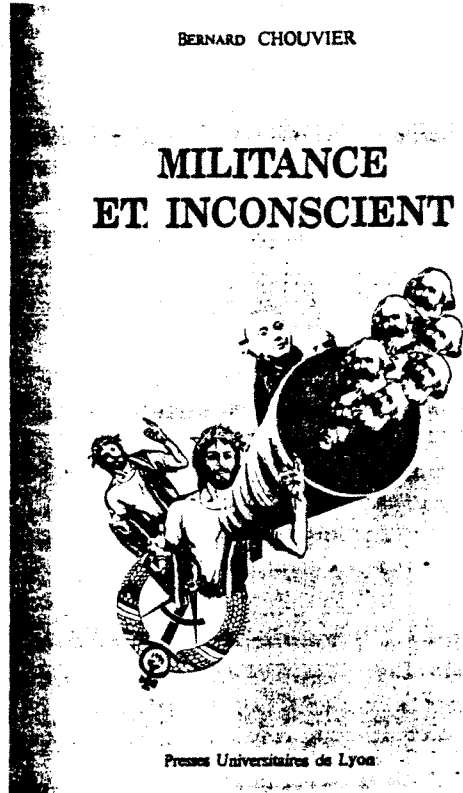
Les plus grands écrivains du XIX<sup>e</sup> siècle ont été obsédés par l'idée que le cosmos était constitué d'une substance unique, sujette à une infinité de métamorphoses. Refusant la matière inorganique et morte, ils ont rêvé subtilité, fluidité, puissance vitale et mouvement spontané. Dans leur désir de tout unifier, ils ont évoqué les astres en expansion qui se dilatent, se disloquent, se désagrègent pour se concentrer en nouveaux agrégats. Ils ont vu les mondes qui naissent et les mondes qui meurent, frémi à la pensée de l'infiniment grand reflété par l'infiniment petit. Et, pour ne point se sentir étrangers à ce dynamisme cosmique, ils ont déduit des sciences de la nature et des sagesses d'autrefois l'idée du « Tout se tient »

« Si je m'avise de déplacer, ne fût-ce que la trillionième partie d'un pouce, le grain microscopique de poussière posé maintenant sur mon doigt... j'ai accompli un acte qui ébranle la lune dans sa marche, qui contraint le soleil à n'être plus le soleil; et qui altère pour toujours la destinée des innombrables myriades d'étoiles. » écrit Edgar Poe dans Eureka.

On pourrait citer bien des pages de Ballanche, de Fourier, de Balzac, de Nerval, de Lamennais, de Leroux, de Reynaud, de Victor Hugo et de Flammarion dans lesquelles l'individu se sent au cœur d'un réseau de forces qui le dépassent. Perdu dans un coin de l'infini, l'être humain est lié aux éléments de l'espace qui l'entoure.



# pul LA PSYCHOLOGIE



J. COSNIER

## Nouvelles CLEFS pour LA PSYCHOLOGIE

PRÉFACE DE JEAN GUILLAUMIN



PRESSES UNIVERSITAIRES DE LYON



# BI-CENTENAIRE DE LA RÉVOLUTION

Emmanuel KANT

## POUR LA PAIX PERPÉTUELLE

PROJET PHILOSOPHIQUE

avec un choix de  
TEXTES SUR LA PAIX ET LA GUERRE  
d'Erasmus à Freud

par Joël LEFEBVRE



PRESSES UNIVERSITAIRES DE LYON

LE LIVRE DONT ON VIVE

## *Le livre en Espagne au temps de la Révolution Française*

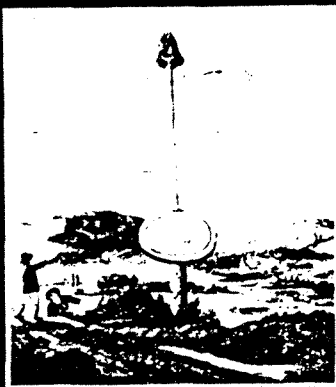


PRESSES UNIVERSITAIRES DE LYON

## LA RÉVOLUTION FRANÇAISE

VUE PAR LES ALLEMANDS

Textes traduits et présentés par  
JOËL LEFEBVRE



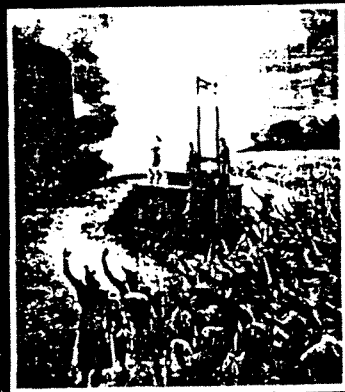
1789  
RÉVOLUTION  
FRANÇAISE  
1989  
BI-CENTENAIRE

Presses Universitaires de Lyon

## QUATRE-VINGT-TREIZE ET LES JACOBINS

REGARDS DU 19<sup>e</sup> SIÈCLE

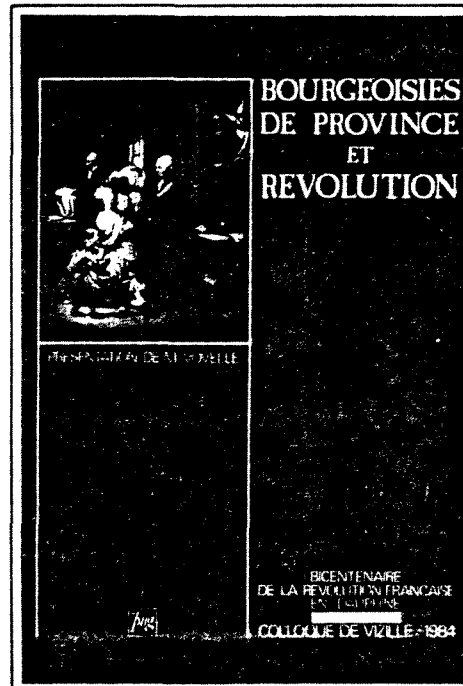
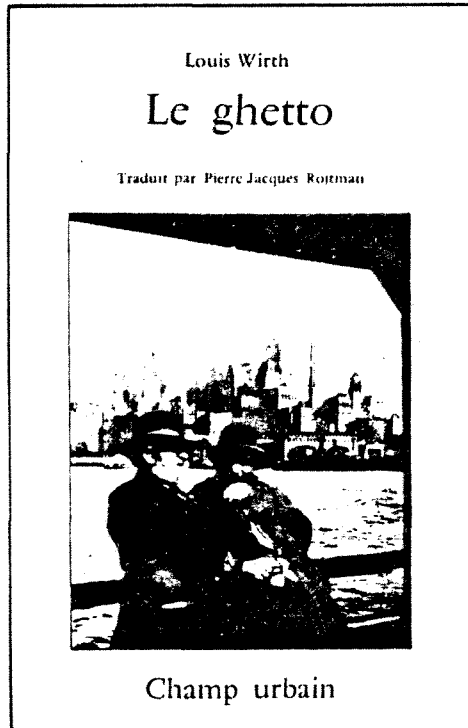
DOMINIQUE AUBRY



Presses Universitaires de Lyon

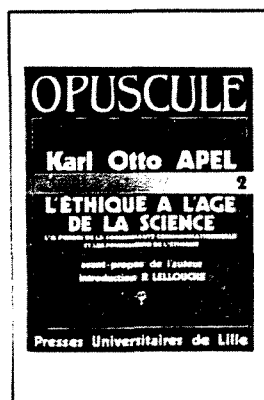
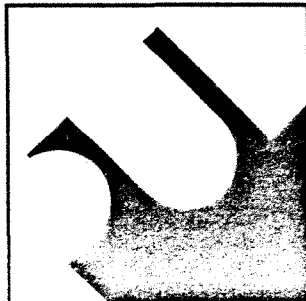
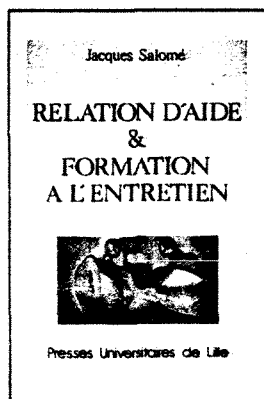
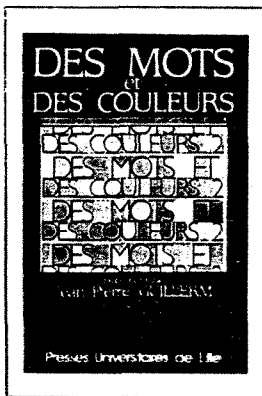


*Pug*



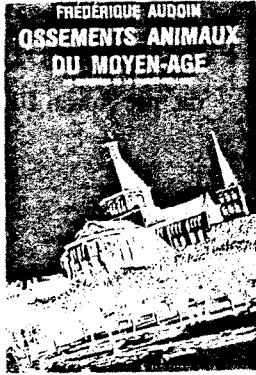
# Catalogue

## 1987 / 88



*Presses Universitaires de Lille*

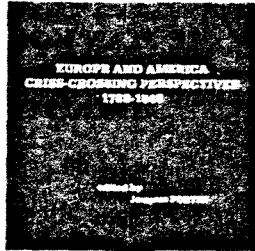
les PUBLICATIONS DE LA SORBONNE



VALENCE  
PORT MEDITERRANEEN AU XV<sup>e</sup> SIECLE  
(1410-1525)



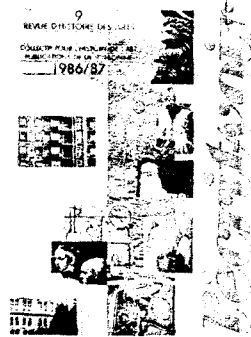
PUBLICATIONS DE LA SORBONNE



CHRISTOPHE LEWIN  
**LE RETOUR  
DES PRISONNIERS  
DE GUERRE  
FRANÇAIS**



FRANÇOIS FAYOL  
**La République impatiente  
ou  
Le Club des Jacobins  
(1951-1958)**



LE PLAN MONNET  
GENÈSE ET ÉLABORATION  
1941-1947  
PHILIPPE MOCHE



PRESSES UNIVERSITAIRES DE VINCENNES

Henri Sellier  
et  
les cités-jardins  
1900-1940

LA  
BANLIEUE  
UNIVERSITAIRE

Sous la direction de Katherine Burlen

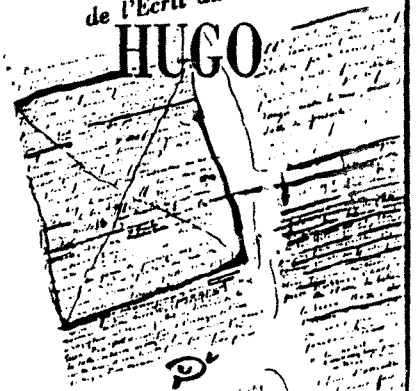
MICHELE LAGNY  
MARIE-CLAIRE ROPARS  
PIERRE SORLIN



GÉNÉRIQUE  
DES  
ANNÉES 30

Manuscrits  
Modernes  
Sous la direction  
de  
Béatrice Didier et Jacques Neefs

de l'Écrit au Livre  
HUGO



### III - Les mécontentements nés de ces politiques éditoriales :

#### 1°) Une aventure exemplaire : les Presses Universitaires de Grenoble

L'aventure des PUG illustre le risque que présente, pour une maison d'édition universitaire, une ouverture de plus en plus large sur le public extérieur à l'université.

Pour comprendre la crise qui a secoué les PUG en 1980, il faut remonter quelques années en arrière - 1972 d'abord : c'est l'année où se met en place cette société anonyme à capital et personnel variables. Pour la partie financière, cette création s'est faite grâce à l'aide de 200 souscripteurs universitaires, des Amis de l'Université et du CNRS. Le Capital de départ était de 10.020 Frs. Le premier directeur, Claude JEANNIN, mène pendant cinq ans une politique éditoriale axée sur un principe de collaboration avec l'université. Installées sur le campus, les P.U.G. se spécialisent dans l'édition d'ouvrages soit de recherche pure - thèses, actes de colloques - soit de vulgarisation scientifique - collections de droit, de sciences humaines, etc... Les premiers résultats sont encourageants : les P.U.G. se font une place sur le marché et se créent une image de marque originale.

En 1977, Claude JEANNIN passe la main : il est remplacé par un nouveau directeur ayant à sa tête Philippe HARDOUIN. Formé dans le sérail, jeune, actif, le nouveau directeur arrive avec des idées pleines la tête : nouvelles collections, ouverture sur l'extérieur, distance prise avec le label purement universitaire. Cette stratégie donne une nouvelle impulsion aux P.U.G. en même temps qu'elle les détache progressivement de l'Université. En 1978, Philippe HARDOUIN lance des projets ambitieux : une collection "Critique du Droit" en liaison avec MASPERO ou encore la publication des oeuvres de Prévost, en huit volumes : énorme entreprise à laquelle le Centre national des lettres apporte son concours sous forme de prêts et qui risqua de conduire les P.U.G. à la faillite complète (les prêts du C.N.L. n'ont pas été réévalués au fil des ans). Ce détachement de l'université est d'autant plus critiquable que, publiant plus, les P.U.G. s'endettent davantage. Fin 1980, la situation devient critique. L'équipe dirigeante doit faire face à un trou qui s'élargit dangereusement, et ne pouvant trouver une aide suffisante auprès de l'université, se tourne vers l'extérieur. Des contacts sont pris, il se murmure qu'une importante maison d'édition parisienne est prête à apporter son appui. Mais, contrepartie prévisible de l'aide financière accordée : disparition des P.U.G. en tant que telles, absorption de la maison d'édition, voire transfert parisien. Ce ne sont que bruits de couloir, mais qui alertent les actionnaires, lesquels ont le sentiment que les Presses Universitaires de Grenoble risquent de n'être plus à terme ni universitaires ni grenobloises !

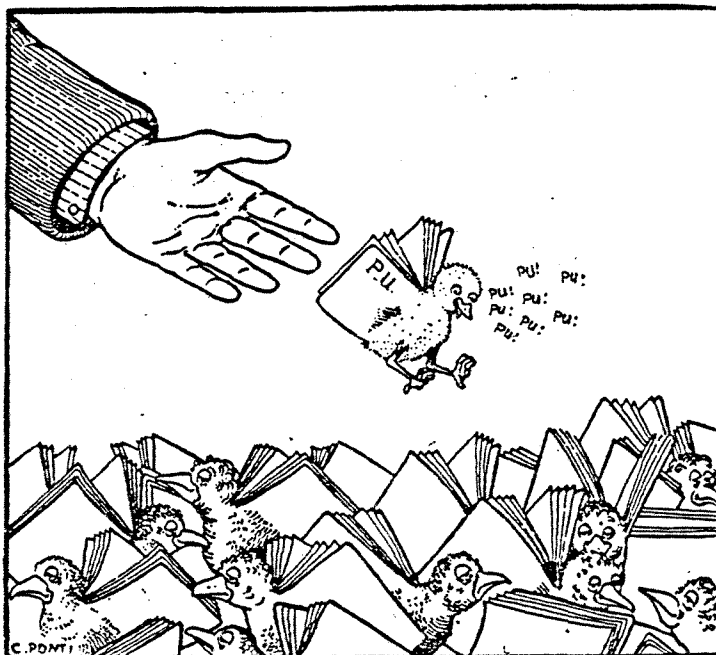
Ils le font savoir au Directeur en place : mi-décembre, une Assemblée Générale met Philippe HARDOUIN en minorité, et le démet de ses fonctions de directeur et de membre du directoire. Elle élit un nouveau directoire, qui voit le retour de Claude JEANNIN, avec à ses cotés Olivier GADET et Pierre CROCE.

Leur objectif immédiat : régler le problème financier. Pour cela un plan à court terme est mis en place, qui se donne deux mois pour assainir la situation : moratoires auprès des imprimeurs et des fournisseurs, recherche de crédits, soutien demandé aux universitaires, ventes promotionnelles, etc... Dans le même temps, relancer la politique éditoriale sur deux principes : la collaboration avec l'université, mais réorientée dans le sens de produits mieux adaptés au marché présent du livre ; l'utilisation du tissu culturel de la région, pour maintenir et accentuer le caractère régional des P.U.G. Aujourd'hui, les P.U.G. n'hésitent toujours pas à quitter le domaine strictement universitaire pour la publication d'ouvrages tels que Gaspard De la MEIJE (sept milles exemplaires), ou le lancement de la collection "Débuts d'un siècle", qui présente des traductions d'auteurs allemands de la première moitié du siècle. "Si nous jugeons le livre intéressant, nous n'hésitons pas à prendre des risques, même si, à priori, il ne rentre pas dans une de nos rubriques traditionnelles", observe M. AUGUSTE, l'actuel directeur. Les P.U.G. présentent un chiffre d'affaires de 2 millions de francs, avec 160 000 Frs de bénéfices. Elles ont désormais un "label" reconnu et apprécié des auteurs.

## 2°) Les mécontentements :

### a) Des éditeurs privés :

Cette incursion dans leur domaine n'a pas eu l'heur de plaire aux éditeurs privés, harassés eux-aussi par des problèmes économiques et commerciaux insurmontables.



"Le marché français ou francophone, des livres scientifiques est si étroit et si sensible que tout bouleversement, même mineur, y est perçu comme une menace ou une agression". On le sait : l'édition est en crise, et surtout l'édition scientifique de langue française. Dans ce contexte difficile, les éditeurs scientifiques privés crient à la concurrence. Dans leur étude sur l'édition scientifique et technique, le Groupe des éditeurs scientifiques et techniques expose son attitude face aux éditions des administrations et des organismes publics :

"En l'absence d'une doctrine claire des pouvoirs publics, on a donc vu se multiplier les éditions d'organismes publics.

Sans contestation possible, celles-ci ont souvent permis la publication de travaux que l'édition privée ne pouvait envisager d'assurer. Une certaine cohabitation de facto s'est instaurée entre éditeurs privés et éditeurs d'organismes publics. Il n'en demeure pas moins que les conditions de fonctionnement de ces presses sont en général très différentes de celles des sociétés de droit privé. Ainsi, elles peuvent souvent comptabiliser, dans les frais généraux des organismes auxquels elles appartiennent, leurs frais généraux propres ou/et leurs dépenses salariales, voire une partie des coûts de production et de promotion. Ainsi peuvent-elles proposer des ouvrages d'érudition à des prix raisonnables" (25).

A cette accusation de concurrence déloyale, les presses universitaires répondent d'une seule et même voix. Aux Publications de la Sorbonne, Jacques PORTES, secrétaire général, déclare : "Nous publions une partie des travaux de recherche qui, dans bien des cas, seraient ignorés si nous n'étions pas là". Le directeur des Presses Universitaires de Lille insiste sur le désengagement des éditeurs parisiens au moment où on constatait un reflux des sciences sociales : "J'ai hérité de ce que publiait Christian BOURGOIS. Il sortait des ouvrages de sciences humaines directement en poche. Quand il a cessé, parce que cela ne lui était plus possible, les gens qu'il éditait sont venus vers nous". Maurice GARDEN, à Lyon, s'indigne d'une injuste répartition des subventions ou des prêts : "je suis estomaqué quand je vois FAYARD, FLAMMARION ou LAROUSSE qui ressortent du livre universitaire comme on n'en faisait plus en France. On peut prendre comme exemple FAYARD avec ses biographies historiques faites par des universitaires. Ces maisons-là achètent les universitaires. C'est énorme que ce soit elles qui reçoivent un financement du Centre National des lettres. J'aimerais publier ce genre d'ouvrages" (26). Dans ce débat autour de la concurrence que les uns feraient aux autres, les ministères ont évidemment leur mot à dire puisqu'ils accordent des subventions. Il faut bien qu'ils sachent où va leur argent et à quelles fins il est utilisé.



La DBMIST a lancé un certain nombre d'actions en faveur de l'édition universitaire. Elle soutient l'activité des presses universitaires. Il est donc intéressant de connaître les positions de son ancien directeur, Denis VARLOOT :

" Les produits édités par les presses d'université ne visent en principe qu'un public très ciblé et les tirages sont très faibles (500 à 3000 exemplaires). Par ailleurs, les presses d'université ne peuvent être rentables au sens commercial du terme si elles comptabilisent toutes leurs dépenses, y compris les frais de personnel et d'amortissement du matériel. Mais c'est vrai qu'un certain nombre de ces maisons ne tiennent pas compte de ces différents coûts et, vendant à perte, paraissent faire une concurrence déloyale aux éditeurs du secteur privé.

" Le ministère de l'Éducation Nationale n'a pas imposé de règles sur ce point précis. La réflexion conduite à l'heure actuelle consiste à examiner comment évolueront les relations entre l'État et les presses de façon à inciter celles-ci à avoir une gestion prévisionnelle efficace. L'idée d'une rentabilité "partielle" pourrait être retenue, au-delà d'une certaine aide de l'État, convenue à l'avance, par exemple en personnel.

"Ce qui signifie pas que les presses doivent financer leurs ouvrages "savants" par des titres d'une commercialisation plus facile. Ce n'est pas leur mission. Le ministre souhaite que les presses d'université ne se détournent pas de leur objectif qui est de faire connaître l'édition de recherche. Tout cela ne peut pas évidemment se traduire par des directives : on ne gouverne pas avec des décrets et ce serait la négation de l'autonomie des universités. Toutefois, l'évolution vers une contractualisation des relations entre les établissements et le ministère, concrétisée par une dotation globale de fonctionnement, permettra de favoriser ceux qui auront fait la preuve, par leur catalogue, d'un véritable apport à la valorisation de la recherche universitaire par la diffusion d'une information scientifique de qualité" (27).

Le ministère de l'éducation nationale, s'il refuse d'entrer dans la polémique, fait néanmoins preuve de fermeté : il n'est pas question, pour lui, de laisser les presses universitaires glisser de l'institutionnelle publication de travaux de recherche, éventuellement subventionnés par les instances de l'éducation nationale, vers une édition commerciale contraire au principe d'une aide publique. Les responsables des presses universitaires avancent sur un terrain pavé de leurs bonnes intentions mais miné de contraintes publiques et desideratas privés. Entre leur ministère de tutelle et les entreprises privées de l'édition, elles sont coincées. Alors, quelle solution ? Peut-être celle choisie par les Presses Universitaires de Grenoble, dont les rapports avec l'université sont de plus en plus lâches, dont la structure juridique est la même que celle des Presses Universitaires de France, maison d'édition privée, mais dont le catalogue repose toujours largement sur des travaux universitaires.

A notre avis, il y a une réelle complémentarité entre les presses d'université et les éditeurs commerciaux. Les presses demeurent des éditeurs irremplaçables qui sont les seuls à pouvoir bien publier des ouvrages qu'aucun "grand" de la profession n'oserait lancer, faute d'intérêt et de rentabilité. D'ailleurs, certains éditeurs privés, avec un réalisme louable, ont compris "que la communauté scientifique entière avait tout à gagner à une collaboration plutôt qu'à un affrontement fratricide. On a donc vu s'organiser empiriquement un marché de co-éditions entre presses universitaires, entre presses universitaires et organismes d'Etat comme le CNRS, et surtout entre presses universitaires et éditeurs privés" (28). Quelques exemples: aux P.U.G., l'Homme juridique (PRADELLE) en coédition avec François MASPERO. A Nancy, Découvrir et Inventer le latin (J. ROUSSELET) avec Delagrave. Au catalogue des Publications de la Sorbonne, les coéditions bénéficient d'une rubrique à part : coéditions avec Armand COLIN (par exemple, le Royaume Bamoun, de C. TARDITS), les Belles Lettres (Varron et la grammaire antique, de J. COLLARD), Klincksieck (Peinture et temps, de B. LAMBLIN), l'Harmattan (Guerres révolutionnaires - Histoire et Cinéma, de S. DALLET), les P.U.F. (l'un des derniers d'une longue série : Genèse de la Conscience Moderne, de Robert ELLRODT) et d'autres encore.

#### b) Des imprimeurs privés :

Eux-aussi expriment leur inquiétude devant le processus, entamé par les presses universitaires, d'acquisition de matériel d'imprimerie. Nous avons vu ci-dessus que, sur ce point, la situation variait d'une presse à l'autre. Certaines utilisent pour leur propre compte des équipements prévus pour la réalisation de "matériel" pédagogique destiné à la consommation interne. Les imprimeurs privés se sont plaints de ce qu'ils considèrent comme la concurrence déloyale : sauf dans le cas d'ouvrages très spécialisés. Ce problème de la fabrication constitue une pomme de discorde entre les presses universitaires et leur ministère de tutelle et a retardé la reconnaissance, par ce dernier, de l'édition universitaire.

Sous le septennat de Giscard d'Estaing, à la suite du rapport LECAS, une circulaire CHIRAC est parue qui réglementait de façon assez stricte l'acquisition du gros matériel d'impression pour les universités, cela afin de défendre les professionnels des industries graphiques. Le ministère montrait une ferme volonté de limiter l'activité de composition et d'impression des presses universitaires qui s'étaient suréquipées de manière irrationnelle.

Dans l'espoir, après mai 1981, d'améliorer les relations entre les presses et leur ministère, J. SAUGNIEUX appelle, dans le Monde, à "une politique des publications universitaires". Il reconnaît que "pour l'heure, la plus grande anarchie, c'est à dire le plus grand gaspillage, est souvent de règle. Certaines universités se sont dotées d'un matériel coûteux d'imprimerie, alors que cela ne répond pas nécessairement à la vocation de tels établissements.

D'autres ont acquis un matériel de composition (composphères, compocartes) dont elles se sont aperçues, après coup, qu'il leur posait d'insolubles problèmes de personnel". (29). Sans polémiquer, SAUGNIEUX reconnaît que des abus ou des incohérences ont été commis.

Plus récemment, un rapport de la Cour des Comptes a attiré l'attention sur le mauvais fonctionnement des imprimeries universitaires. L'achat de matériel lourd de composition et d'impression est justifié souvent par des arguments de gestion plus efficace à court terme (travail de meilleure qualité, meilleure productivité, etc...). La Cour des Comptes précise que c'est une "économie fictive". L'analyse du fonctionnement des ateliers de reproduction des thèses de Lille III et Grenoble II montre que :

- les délais séparant l'arrivée du manuscrit du tirage des livres restent excessifs: "ils atteignent trois ans à Grenoble. A Lille, au 30 avril 1982, il restait 448 manuscrits en instance (pour une production qui a varié entre 64 et 70 thèses par an de 1978 à 1980) : compte tenu des moyens dont disposait l'atelier, à cette date, les ouvrages déposés en janvier 1982 ne pourraient être traités qu'en janvier 1986, soit quatre ans plus tard". (30).

- le service rendu est de surcroît coûteux :

" Le coût moyen d'une thèse, compte tenu des seules dépenses de fonctionnement et de personnel, peut être évalué en 1981, à 43 000 Frs à Lille, 33 000 Frs à Grenoble, pour un nombre moyen de pages de 900 dans le premier cas et 550 dans le second. Or, en vue de résorber leur retard, les directeurs des deux ateliers ont envisagé, au début de 1982, de recourir provisoirement au secteur privé et ils ont évalué le coût de cette mesure : 28 000 Frs à Lille (à raison de 1000 pages par thèse) et 16 000 Frs à Grenoble (pour 600 pages), soit respectivement 65 % et 48 % du prix de revient moyen des thèses fabriquées dans les ateliers." (29). De ces diverses constatations, la Cour des Comptes conclut que les universités devraient " ne pas se doter de moyens lourds d'impression et recourir le plus souvent possible aux imprimeurs professionnels".

c) Les universitaires :

Il est paradoxal que les dirigeants des presses universitaires, universitaires eux-mêmes, trouvent, chez leurs propres collègues, incompréhension, voire hostilité. Pourtant, celles-ci existent bel et bien. A l'occasion du dixième anniversaire de sa maison d'édition, J. SAUGNIEUX écrivait amèrement : "Les PUL sont allées à contre-courant de bien des habitudes universitaires. Elles ont témoigné de la capacité d'ouverture de l'université sur le monde ; de la capacité des universitaires à gérer la recherche et ses prolongements éditoriaux. Nous avons donné une nouvelle image du livre universitaire et des universitaires.

Mais, ce faisant, nous avons dérangé, choqué parfois. Au service des universitaires, nous n'avons pas toujours reçu l'appui de l'institution universitaire". (31).

En effet, celle-ci se montre plus désireuse d'avoir des services de publication que de véritables éditeurs universitaires. Nombreux sont ceux qui souhaiteraient faire des PUL leur service personnel de publication ; l'essentiel demeure pour eux d'être publié afin de progresser dans leur carrière. Peu leur importe que le livre soit ou non vendu. Ils ont difficilement accepté l'idée que le livre devait répondre aux critères du Beau, à des normes commerciales, et subir, en conséquence, des transformations physiques qui nécessitent leur active collaboration. Michel SANOUILLET pense qu'il est urgent de s'interroger sur les mentalités qui, à l'université, pèsent sur ce domaine de l'édition :

"Il est évident que l'universitaire a toujours eu le sentiment qu'il travaillait exclusivement à destination de ses collègues et de ses pairs, ce qui constituait une tâche noble dont l'exécution ne pouvait être confiée qu'à une autre classe sociale, de rang subalterne et de nature technologique. C'est dans cette conception inavouée que réside la source d'un clivage remontant à des siècles, mais qui se révèle de plus en plus dangereux pour la diffusion de l'information scientifique. Cette opposition entre l'intellectuel concepteur et le technicien fabricant est en effet la cause de malentendus qui durent depuis longtemps et empêchent l'université de s'engager dans les voies de l'utilisation des technologies nouvelles susceptibles d'assurer la diffusion de ses travaux mais au prix du renoncement à cette séparation traditionnelle entre l'esprit et la main. Or l'université n'a créé aucune structure de réflexion sur ces problèmes de diffusion de la recherche alors qu'elle a pourtant vocation à cette tâche d'information et qu'aux Etats-Unis cette réflexion est déjà bien amorcée."

Certains universitaires ne comprennent pas qu'un service de presse soit envoyé dans l'espoir de recueillir un article dans une revue et non pour faire plaisir aux amis.

Tous les dirigeants des presses universitaires ont à lutter contre ces réflexes et mentalités sclérosées. Cette lutte est d'autant plus amère qu'il faut la mener contre ses pairs. PERRY écrit dans son rapport destiné à défendre les Presses d'Harvard : "comme n'importe quel groupe humain, elles ont besoin de croire en ce qu'elles font et elles ont besoin des encouragements des autres. Des presses d'université qui ont besoin de se défendre, qui sont regardées comme un substitut de quelque chose d'autre, dont on doute de la valeur, seront de mauvaises presses même si elles étaient nécessaires". (33).

#### IV - L'exemple américain :

Avant de donner les caractéristiques principales des politiques éditoriales des presses universitaires nord-américaines, afin de fournir un élément de comparaison, il faut préciser quelles institutions se cachent derrière l'expression "University Presses". On distingue généralement deux "races" d'éditeurs universitaires : les "maisons d'édition" à part entière et les "agences de services". Ces dernières ne nous intéressent pas : elles ne servent que d'imprimeur et de modeste diffuseur aux chercheurs et aux unités administratives de l'université-mère. Les grandes presses nord-américaines appartiennent à la première catégorie, celle des éditeurs d'excellence : ce sont donc elles que nous allons étudier.

##### 1°) La politique éditoriale :

###### a) Les différents intervenants dans le choix d'un manuscrit :

Les presses nord-américaines ont une pratique élaborée de choix des manuscrits. Anne SANOUILLET décrit les organismes mis en place dans les Presses Universitaires de Toronto, pour l'édition de la revue "Scholarly Publishing :

- une rédaction en chef : C'est le maître d'oeuvre, "l'Editor", qui est toujours désigné "pour une longue période" et qui est toujours choisi en fonction des expériences qu'il a acquises dans l'"Edition privée" et dans son passage aux Presses de Toronto. Il y a un "Esprit Maison" et un "esprit libéral". Actuellement, les fonctions que remplissait traditionnellement l'editor sont réparties entre plusieurs personnes dont l'acquisitions editor : comme l'indique son nom, il est chargé " d'acquérir les manuscrits qui, une fois publiés, constitueront le catalogue de la maison pour laquelle il travaille, de les lire et de faire des suggestions à l'auteur pour augmenter ses chances de voir accepter son manuscrit par le comité de lecture".

###### - Les organismes consultatifs :

"... Le Rédacteur en chef sollicite les avis de trois groupes de conseillers : le Comité de lecture (Editorial Advisory Board) dont les attributions débordent celles des organismes français homologues et lui confèrent à peu près un statut intermédiaire entre celui de Conseil d'Administration et celui de Comité de Patronage, est, nous l'avons vu, constitué presque exclusivement d'administrateurs de presses universitaires et d'"anciens" de Scholarly Publishing. Il comprend selon les époques, entre 12 et 18 membres.

Un réseau de correspondants (Correspondents), recrutés parmi de grandes institutions éditoriales étrangères, semble ne pas avoir d'influence véritable sur la détermination de la politique de la revue et servir plutôt de caution honorifique. Leur nombre oscille entre 5 et 8.

Avec le n° 41 (octobre 1979) qui voit l'arrivée à la Rédaction en chef d'Ian Montagnes, apparaît dans la revue une liste de : Rédacteurs-conseils (Consulting Editors). Au nombre d'une demi-douzaine, ces conseillers sont toujours choisis dans le giron de l'édition scientifique, mais on semble apercevoir une volonté d'ouverture sur le monde extérieur à l'université proprement dite. La plupart de ces conseillers ont publié au moins un article dans Scholarly Publishing". (34)

Entre toutes les personnes consultées, l'une d'elles tient une place prépondérante : le referee. Cet expert technique a pour mission "de confirmer ou d'infirmer, en s'appuyant sur des données précises et si possible quantifiables, l'opinion préjudicielle favorable que s'est formé l'acquisitions editor" (35).

b) Les critères du choix :

Editor et referee, chacun donne son avis en fonction de critères différents : "les questions que se pose l'editor portent sur l'ampleur du marché éventuel, le coût de la fabrication, les réactions prévisibles de la critique et l'aptitude de l'auteur aux relations publiques, les perspectives d'incidence scientifique sur le moyen et long terme, etc. Celles auxquelles est prié de répondre l'expert (confidentiellement) touchent l'exactitude des faits relatés, la sûreté de la méthode employée, la maîtrise de la dialectique et du raisonnement, la pertinence des conclusions, l'avis que portera sur le livre le corps universitaire directement impliqué, etc". En comité de lecture, la discussion du livre n'aborde jamais des conditions strictement économiques (prix, marché). PERRY avait écrit dans son rapport défendant les presses d'Harvard :

"Une presse d'université n'est pas une affaire commerciale. Elle ne publie pas pour le profit. Mais d'autre part, il n'y a pas de raisons pour que le public qu'elle sert ne paye pas pour le service rendu comme les étudiants payent des droits d'inscription ou de laboratoire. Les presses d'université ne sont pas en concurrence avec les éditeurs commerciaux. Il ne s'en suit pas qu'aucun livre publié par des presses d'université ne puisse être bénéficiaire. Au contraire, si un livre doit servir à l'information du public, il doit atteindre un nombre considérable de lecteurs; et si c'est le cas, il rapportera des bénéfices qui seront à la fois une récompense pour l'auteur et une contribution aux autres ouvrages publiés. Et si, à travers ses qualités ou une promotion adéquate, un tel livre se vend bien et rapporte un profit considérable, il n'y a pas de raison qui doive empêcher les presses d'utiliser un tel bénéfice pour élargir les services qu'elles rendent" (36).

André VACHON, directeur général des presses de l'Université Laval, ne pensait pas autrement : "à cause de la nature très spécialisée des travaux qu'elles publient, les presses d'université ne peuvent être rentables, à moins qu'elles ne s'écartent de leur rôle. Les presses, qui retiennent les manuscrits pour leur valeur scientifique et non pour leur attrait commercial, se définissent donc comme des entreprises sans but lucratif". (37)

Dans le catalogue 1987, le préambule atteste de la permanence des convictions de l'équipe dirigeante à Laval : "fondées en 1950, les Presses de l'Université Laval ont pour but de susciter des travaux de recherche scientifique, d'en assumer la publication et ainsi de faire progresser la connaissance, tout en assurant le rayonnement et le prestige de l'Université Laval. Elles se distinguent des entreprises commerciales en ce qu'elles ne recherchent que des ouvrages dont la publication constitue une contribution importante à l'avancement de la science."

c) La notion d'ouverture :

Les presses nord-américaines, dans leur production, ne restent pas prisonnières de leur établissement de rattachement. Pour le bien de celui-ci, elles vont chercher ailleurs des manuscrits.

"Celui-ci (le P.D.G.) devra en effet définir et conduire une politique d'édition qui n'emportera pas nécessairement l'adhésion de l'université-mère : sous la pression des enseignants locaux, cette dernière aura en effet, tendance à demander sinon à imposer la publication de "produits-maison". Or si les presses d'université vivent de et sur le bouillon de culture intellectuel que constituent l'institution-mère et ses meilleurs chercheurs, elles ne peuvent ni être absolument tributaires, ni en être totalement indépendantes. Elles ont des obligations vis-à-vis de la communauté scientifique locale et ne peuvent s'y soustraire sans risquer d'être rejetées. Elles doivent donc publier autant que faire se peut les chercheurs du cru, mais pas au point de compromettre leur image de marque.

Le meilleur service qu'elles puissent en effet rendre à leur université c'est, non pas de faciliter systématiquement la publication de produits-maison, mais d'acquiescer une notoriété telle que l'université d'une part en tant qu'entité, et les auteurs d'autre part, puissent en tirer bénéfice. Ce distinguo n'est certes pas facile à faire comprendre, encore moins à faire admettre, aux autorités universitaires : c'est pourtant cette politique qui a porté la renommée des grandes presses universitaires anglo-saxonnes au niveau de celle des éditeurs commerciaux les plus connus". (38).

c) La production :

Contrairement à leurs soeurs de France, les presses nord-américaines présentent un catalogue homogène : elles "acquièrent leur identité et leur notoriété par la spécialisation de leur catalogue, non par sa dispersion sur l'ensemble des savoirs". (39).

Les catalogues reflètent deux tendances, qui se complètent pour les uns, qui s'excluent pour les autres. A côté des ouvrages retenus sur leur seule valeur scientifique, sans aucun espoir de profit, on trouve des titres plus commerciaux : "sans chercher systématiquement le best-seller problématique dans les domaines érudits,

elles s'emploient à publier chaque année cinq ou six titres que ne dédaignerait pas un éditeur commercial. Attention éditoriale accrue, promotion développée, publicité, énergie multipliée, sont le prix obligé de cette partie visible de l'iceberg complet. Car ces livres-là seront distribués dans les grandes librairies, attireront l'attention des éditeurs étrangers, augmenteront le prestige de la maison, seul moyen de gagner au catalogue les meilleurs auteurs". (40).

Les presses universitaires font preuve de dynamisme et de courage. Il suffit de lire les catalogues et d'apprendre les projets de traduction : Chicago a publié Lévi-Strauss, Lacan, Derrida et annonce l'Idiot de la famille, de Jean Paul SARTRE, et François FURET. Harvard publie le Miasme et la Jonquille, d'Alain CORBIN. Columbia édite des conférences inédites de Paul RICOEUR et sera le premier éditeur américain à traduire Julien GRACQ (Le Rivage des Syrtes).

#### e) La fabrication :

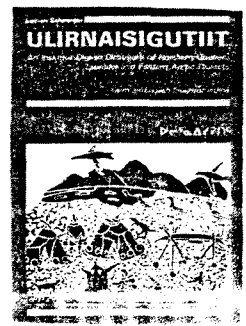
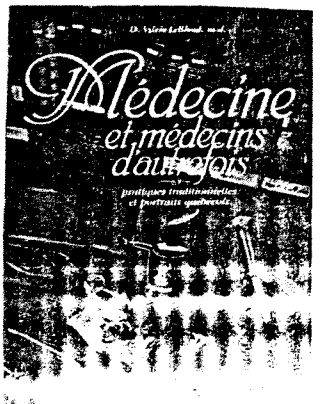
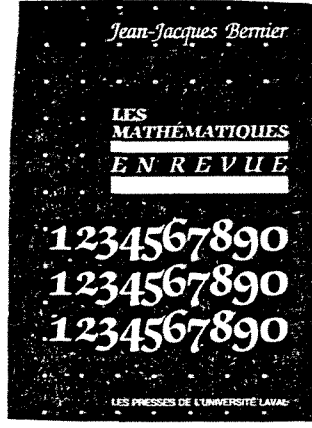
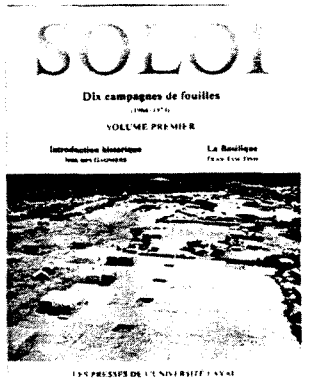
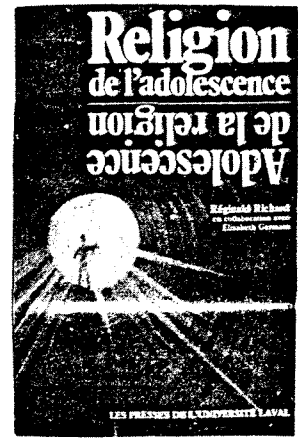
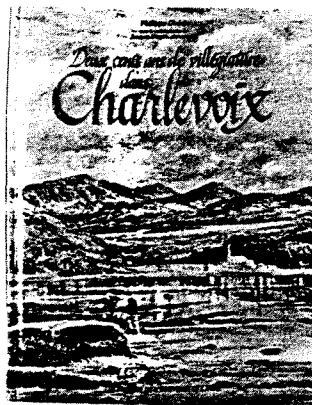
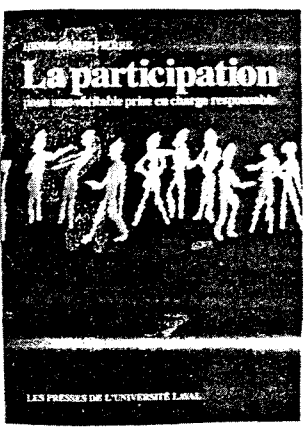
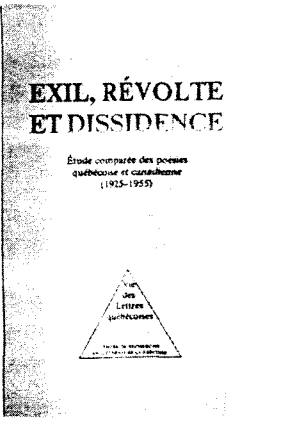
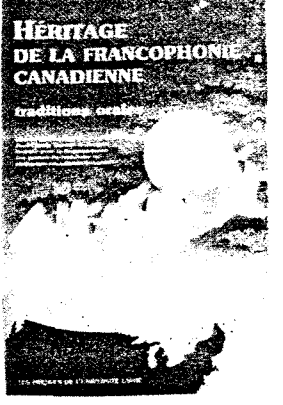
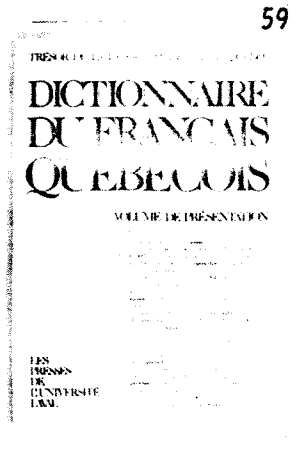
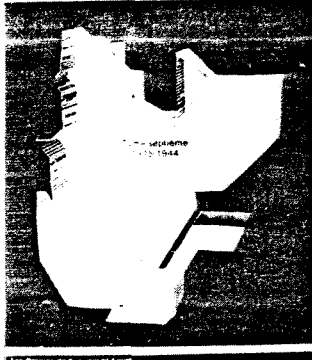
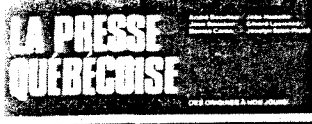
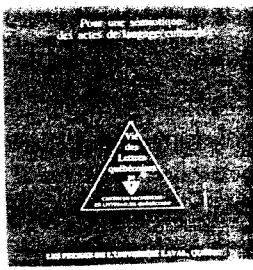
Depuis l'introduction des nouvelles technologies, ce secteur est en situation de "redéfinition" constante. On s'est acheminé vers une nouvelle distribution des tâches depuis le début des années soixante-dix.

"La préparation de la copie incombera donc en amont à l'auteur, dont le rôle sera de faire concorder le manuscrit avec les normes en vigueur dans la collection ou dans la série. Les corrections d'épreuves (après composition) se feront hors de leur territoire et se bornent à des modifications typographiques, la règle d'or étant : plutôt le "stet" (statut quo) que le changement. De même, la maquette sera exécutée par les techniciens du "bas" sur la pré-maquette définitivement établie par les "concepteurs" du haut, sans que ceux-ci puissent intervenir dans la réalisation et sans que ceux-là puissent prendre des libertés avec le modèle choisi.

Chacun des nouveaux secteurs ainsi créés (éditorial et production) sera placé sous la responsabilité d'une seule personne, qui sera chargée d'assurer le glissement du produit du début à la fin de son cycle propre". (41).

Ce système a été expérimenté avec un certain succès dans plusieurs grandes presses universitaires. Cependant, il semble actuellement remis en cause. Ce qui caractérise, à ce stade de la fabrication, les presses nord-américaines, c'est leur professionnalisme. Un seul exemple mais significatif : le concepteur maquettiste joue un rôle fondamental dans l'édition nord-américaine. Celle-ci n'hésite pas à s'acheter les services d'un maquettiste de renom. Ainsi, les presses de l'Université de Toronto se sont assurées, durant des années, la collaboration d'un des meilleurs dessinateurs-maquettistes du continent, Allan FLEMING, qui a marqué de sa griffe des centaines d'ouvrages.





- (1) SAUGNIEUX, Joël - Rapport moral - 1977.
- (2) SAUGNIEUX, Joël - Rapport moral - 1983.
- (3) SAUGNIEUX, Joël - Livres - Hebdo - Mars 1986.
- (4) BEAUVOIS, Daniel.
- (5) SAUGNIEUX, Joël - Lyon-Poche - 3-9 février 1982.
- (6) SAUGNIEUX, Joël - Loire-Matin - 9.01.1982.
- (7) SAUGNIEUX, Joël - Rapport moral - 1981.
- (8) SAUGNIEUX, Joël - Rapport moral - 1979.
- (9) DUCHET, Claude.
- (10) Catalogue PUG.
- (11) SAUGNIEUX, Joël - Le Monde - Mai 1987.
- (12) SAUGNIEUX, Joël - Le Progrès - 2.04.1980.
- (13) Catalogue PUG.
- (14) BONNET, Jean-Marie - Rapport moral - octobre 1981.
- (15) SAUGNIEUX, Joël - Magazine Littéraire - septembre 1981.
- (16) SAUGNIEUX, Joël - Rapport Moral - 1979.
- (17) SAUGNIEUX, Joël - Rapport moral - 1982.
- (18) Libération - 31.03.1982.
- (19) Rapport BOURSIN.
- (20) SAUGNIEUX, Joël - Quotidien Rhône-Alpes - 19.11.1983.
- (21) SAUGNIEUX, Joël - Magazine Littéraire - Septembre 1981.
- (22) SAUGNIEUX, Joël - Rapport Moral - 1981.
- (23) B.B.F. - N° 2 - 1983.
- (24) SAUGNIEUX, Joël.
- (25) FERRAND, Christine, Livres-Hebdo - 11.01.1982.
- (26) GARDEN, Maurice - Lyon-Figaro - 5.02.1988.
- (27) VARLOOT, Denis - Livres-Hebdo - 14.05.1984.
- (28) SANOUILLET, Anne - L'édition de recherche en Amérique du Nord - 1985.
- (29) SAUGNIEUX, Joël - Le Monde - 11.11.1981.
- (30) Cour des Comptes - Rapport - 6.07.1983.
- (31) SAUGNIEUX, Joël - Rapport Moral - 1986.
- (32) SANOUILLET, Michel - Médianalyses.
- (33) Rapport BOURSIN - Annexes.
- (34) SANOUILLET, Anne - L'édition de recherche en Amérique du Nord - 1985.
- (35) SANOUILLET, Anne - L'édition de recherche en Amérique du Nord - 1985.
- (36) Rapport PERRY in Rapport BOURSIN - Annexes.
- (37) VACHON, André - Revue de l'AUPELF - 1968.
- (38) SANOUILLET, Anne - L'édition de recherche en Amérique du Nord - 1985.
- (39) SANOUILLET, Anne - L'édition de recherche en Amérique du Nord - 1985.

(40) AUDIBERT, Louis - Le Monde Campus - 12.02.1987.

(41) SANOUILLET, Anne - L'édition de recherche en Amérique du Nord - 1985.

## C/ LE MARKETING DU LIVRE UNIVERSITAIRE :

Il ne suffit pas de fabriquer un livre : il faut aussi le vendre. Entre le moment où un ouvrage sort de l'atelier et celui où l'acheteur l'emporte sous son bras, se succèdent un certain nombre d'opérations de nature commerciale, difficiles à mener. De leur bonne ou mauvaise exécution dépend le succès ou l'échec du livre édité, et tous les efforts précédents s'en trouvent récompensés ou annulés. Les directeurs commerciaux ont la responsabilité de veiller au bon déroulement de ces opérations. Ils doivent assurer eux-mêmes ou sous-traiter la diffusion et la distribution de leur production ; ils ont aussi un rôle de relations publiques avec les médias indispensables à l'information des acheteurs potentiels ; enfin, pour diriger de la meilleure manière possible leur action afin qu'elle ne contrarie pas les habitudes de leurs publics, il leur faut cibler ceux-ci précisément. Dans ces tâches délicates, ils sont aidés par les instances politiques nationales et régionales.

### I - Les marchés et leurs enjeux :

Comme l'enseigne le marketing, philosophie de gestion qui place le client au centre de ses préoccupations, le premier travail d'un éditeur universitaire consiste à délimiter avec précision les marchés susceptibles d'absorber sa production. Les éditeurs universitaires en France disposent de trois marchés d'inégale importance : les marchés français, francophone et non-francophone auxquels correspondent des enjeux qui dépassent largement les intérêts particuliers de telle ou telle presse universitaire.

#### 1°) Le marché français :

Les éditeurs universitaires peuvent espérer distribuer leurs livres auprès des universitaires (chercheurs, enseignants et étudiants), des bibliothèques et des gens cultivés. Malheureusement, force est de constater que ces marchés, déjà étroits, se ferment chaque année davantage, chacun pour des raisons différentes.

##### a) Les universitaires :

La tradition d'achat individuel de livres se perd chez les étudiants : au cours de la première année à l'université, un étudiant en sciences achète actuellement moins d'un livre en moyenne. Le public qui, dans le domaine des sciences humaines, lit encore, compte environ 1500 personnes.

Cela pose des problèmes surtout lorsqu'on sait qu'à Lyon II, 500 enseignants et près de 15 000 étudiants se côtoient chaque jour. Ce chiffre est l'indice très net d'un fléchissement du nombre des lecteurs. A ce phénomène, plusieurs explications : d'une part, l'emploi croissant de la photocopie qui correspond au coût élevé du livre. Alors, le livre scientifique est-il si cher que son prix — comme un obstacle à une plus large diffusion ? Aux Presses Universitaires de Lyon, le prix de vente moyen est de 120 Frs ; le prix le bas de 68 Frs ; le plus élevé de 195 F. Le but poursuivi aux PUL est de pouvoir abaisser au maximum le prix de vente des ouvrages afin de ne pas se couper du public des étudiants et des enseignants les moins bien rémunérés. Dans le prix du livre, interviennent quatre éléments principaux :

1) Les coûts de distribution et de promotion d'abord. Ce poste budgétaire est l'un des plus lourds et varie d'un éditeur à l'autre. Aux PUL, la part du diffuseur est de l'ordre de 10 %, comme celle du distributeur ; la remise au libraire est de l'ordre de 33 %. A Lille, le pourcentage du prix du livre qui va à la diffusion-distribution varie entre 43 et 55 %. A Grenoble, 12 % pour la diffusion, 10 % pour la distribution et 38 % en moyenne pour la remise au libraire ; A Bordeaux, on a une moyenne de 35 %.

2) Les coûts de création : ils comprennent les droits d'auteur, les coûts de fabrication, les coûts d'édition, les frais financiers de création et de maintien du fonds. Les coûts de fabrication (environ 40 % aux PUL) sont un poste déterminant puisque le prix de vente est fixé en fonction d'eux — dans une fourchette voisine de 3 à 4 fois le prix net de fabrication. Chez les grands éditeurs, les coefficients appliqués sont de l'ordre de 6 ou 7. Donc, si les livres universitaires sont chers, il faut bien savoir qu'ils devraient l'être davantage.

3) Troisième élément dans le prix du livre : la T.V.A. : de l'ordre de 7 %. On peut se demander s'il est naturel que le même taux s'applique aux romans policiers et aux livres universitaires ou s'étonner des disparités entre le livre et la presse qui, en général, bénéficie d'un taux de 4%, la presse politique ayant un taux encore plus bas.

4) Enfin, le tirage est un élément déterminant du prix de vente d'un ouvrage. A tirage élevé, prix bas. A tirage limité, prix important puisque les frais fixes de composition et de fabrication sont les mêmes quel que soit le tirage. Or, les presses universitaires tirent à peu d'exemplaires.

Tirage	P.U.	LYON	BORDEAUX	GRENOBLE	LILLE	LA SORBONNE	TOULOUSE
Moyen		1200 à 1500	500	2000	1100	1000	500
Minimum		1000	300	1000	400	400	250
Maximum		2000	1500	5000	5500	3000	2000

(1<sup>e</sup> édition)

Pour Jean LISSARRAGUE (Dunod Gauthiers - Villars), "si l'on veut abaisser significativement le prix des livres, le moyen le plus efficace consiste à augmenter leur diffusion dans des proportions importantes." (1). L'utilisation des nouvelles technologies contribue à diminuer les prix de revient. La seconde explication à ce rétrécissement du marché du livre d'enseignement supérieur réside dans l'usage généralisé des photocopiés. Les enseignants, prescripteurs par excellence, portent ici une responsabilité dont ils ne semblent pas mesurer l'importance. "Le rôle du livre dans la documentation personnelle et dans l'enseignement reste peu défendu, peut-on lire encore dans le rapport des éditeurs. Les banques de données et les moyens télématiques bénéficient d'une véritable promotion générale, alors que le coût du service ne se compare pas avec celui du livre. Non qu'il faille regretter l'impulsion donnée à ces moyens modernes d'information. Notons simplement que le livre en tant que tel se trouve peu représenté et peu défendu dans les milieux universitaires et techniques. Ainsi, les professeurs encouragent rarement les étudiants à acheter ou à travailler avec les livres. Certains se contentent de photocopiés. D'autres enfin, sans mesurer la portée de leurs attitudes, encouragent même la photocopie. De toute évidence, une action énergique est nécessaire à ce niveau-là." (2). Il est évident que le rôle du livre dans l'enseignement supérieur devrait être valorisé. Mais cette action de valorisation serait sans effort si le fonctionnement des bibliothèques universitaires devait rester déficient.

#### b) Les bibliothèques :

Les bibliothèques universitaires surtout, les autres dans une moindre mesure, sont les premiers pourvoyeurs de livres universitaires. Etudiants et enseignants recourent de plus en plus à leurs services puisqu'ils achètent de moins en moins pour leur compte personnel. Mais les B.U. ne disposent pas de moyens financiers suffisants pour assumer dans de bonnes conditions leur rôle de promotion du livre scientifique.

Leur situation "a désormais dépassé les limites de l'absurde. Nombre de bibliothèques universitaires n'achètent plus que quelques dizaines d'exemplaires par an, et ne le font que grâce aux crédits de la taxe sur la reprographie. Toute action de redressement en faveur des livres scientifiques et techniques doit commencer par des dispositions en faveur des bibliothèques universitaires" (3). Parmi les quatorze propositions pour un renouveau du livre scientifique proposées dans leur rapport par le Syndicat de la presse périodique, culturelle et scientifique et le Groupe des éditeurs scientifiques et techniques du SNE, deux concernent les B.U. La mesure n°6 : "Les bibliothèques universitaires recevraient des budgets décents. Elles devraient en dépenser une large part dans les librairies de leur ville. Elles soutiendraient par leurs achats les publications, livres et périodiques, d'origine française". La mesure n°7 aussi : "La répartition de la taxe sur la reprographie serait révisée en faveur des ouvrages scientifiques et techniques de niveau universitaire et au delà.

L'état semble avoir pris conscience de la gravité de la situation. Les bibliothèques universitaires n'ont pas été oubliées dans le budget supplémentaire de 1,2 milliard de francs alloués à l'Education Nationale sur le budget 1988. Pour financer les mesures prises au conseil des ministres du 1er juin et qui touchent "l'amélioration du cadre de vie" dans les établissements, on trouve 50 millions de francs supplémentaires dont les B.U. vont d'ores et déjà disposer sur le budget 1988, et qui seront répartis en 40 MF pour les achats documentaires et 10 MF pour le développement du libre accès. Les 50 MF sont définitivement inscrits au budget de fonctionnement annuel des B.U., jusqu'alors de 100 MF, Les mesures nouvelles s'appliquant désormais sur la base 150."(4).

Au delà des bibliothèques universitaires, il faut constater que les achats d'ouvrages scientifiques et techniques dans les bibliothèques en général restent très limités. Ne serait-ce pas pourtant leur vocation, puisque le grand public n'achète pas ce genre d'ouvrages, plutôt que d'acquérir ce que n'importe qui achète justement déjà en kiosque?

La France n'a pas de véritable marché des bibliothèques pour les éditeurs scientifiques. Cela constitue un handicap certain pour les éditeurs français par rapport à leurs confrères anglo-saxons ou allemands, qui peuvent compter sur les achats minimums des bibliothèques à chaque parution. En Allemagne ou en Grande-Bretagne, il y a 600 ou 800 bibliothèques qui achètent des livres scientifiques, mais en France, elles ne sont que 50 ou 60.

#### c) Le public cultivé:

Comme pour les étudiants, le prix du livre scientifique reste dissuasif pour ce micro-marché vers lequel les éditeurs universitaires se tournent chaque année un peu plus.

## d) Les enjeux :

Le premier enjeu pour la France lié à l'existence d'un marché national aussi important et sûr que possible est celui du développement de son édition scientifique et technique. Celle-ci est un indicateur sensible du degré de développement d'un pays. Pour la France de la fin du XX<sup>ème</sup> siècle, c'est un véritable pari. En effet, sa position dans ce domaine reste très fragile, comme le prouvent les chiffres qui suivent.

\* La part de la France dans la répartition des revues par pays ne représente que 3 % (Science Citation Index 1983).

\* 2,7 % du chiffre d'affaires total de l'édition française, en 1984 telle est la place de l'édition scientifique et technique, soit 5 % des titres et 1,4 % des exemplaires édités.

\* Les quatre maisons, de faible importance, qui contrôlent ce domaine de l'édition, la considèrent comme un appoint.

\* Les éditeurs non professionnels ont une part très réduite dans le secteur : 5 % du chiffre d'affaires de l'édition scientifique et technique. Dans ces 5 %, les presses universitaires ont une petite part, ce qui ne les empêche pas d'apporter leur pierre au défi mentionné plus haut.

## 2) Le marché francophone :

## a) Les enjeux de la francophonie :

L'utilisation d'une langue dans la diffusion de la culture scientifique revêt une importance culturelle, économique et politique. Il est nécessaire de forger une langue scientifique française, pour que l'on puisse continuer à "penser la science" en français, à l'enseigner, pour que la France conserve son rang de grande puissance. Dans ce domaine de défense de la francophonie, les presses universitaires, notamment par les relations privilégiées qu'elles peuvent établir avec les universités de ces pays francophones, ont un rôle important à jouer.

## b) Les caractéristiques de ce marché.

Comme le marché français, il est limité par de multiples facteurs : la faiblesse relative du nombre d'étudiants, chercheurs et ingénieurs francophones, le faible niveau de développement économique et scientifique de la grande majorité des pays francophones. On peut ainsi considérer que le marché intérieur français représente 80 % de la demande mondiale de produits de communication scientifique et technique émanant de pays totalement ou partiellement francophones.



On ne doit pas pour autant dresser un bilan négatif ; l'essor sans cesse croissant des besoins de formation initiale et continue des pays développés, l'émergence des pays du tiers-monde, permettent d'anticiper des marchés croissants sur le long terme. Reste à l'édition scientifique française à maintenir et développer ses parts de marché, c'est-à-dire à répondre à la demande des pays francophones, laquelle est bien particulière. Cette demande émane de la Francophonie développée (1%) ou en voie de développement (3%). Sur le total des exportations de livres scientifiques et techniques, la Belgique et le Luxembourg représentent 9,58 % ; le Canada : 7,58 % ; la Suisse : 5,39 %. L'Algérie, elle, représente 35,43 % ; le Maroc : 5,82 % ; la Côte d'Ivoire : 2,35 % ; le Liban : 1,36 %. (1983). Dans les pays du Maghreb ou d'Afrique Noire, où la pratique de l'anglais demeure peu répandue, la production française ne se trouve pas directement concurrencée. La demande émanant de ces zones concerne surtout des manuels. Les presses universitaires exportent vers ces pays leurs produits. Mais elles ont compris que pour que ces marchés ne cherchent pas ailleurs la satisfaction de leurs besoins, un réel échange devait se développer entre eux. Il se manifeste par l'édition d'auteurs de langue française et des coéditions. Les presses universitaires de Lyon ont publié L. Abdelmalki (Le Logement au Maroc), S. Boubekeur (l'Habitat en Algérie), A. Begag (L'Immigré et sa ville), O. Boukhegar (Equilibre financier des entreprises), etc.. Les presses Universitaires de Grenoble ont coédité deux ouvrages avec l'office des publications universitaires d'Alger : l'Eau en Algérie (R. Arrus) et Indépendance politique et libération économique de l'Algérie (M. Ecrement).

Enfin, il ne faudrait pas oublier le marché des allophones (24,5%), notamment des pays latins et latino-américains, qui ont des chercheurs qui connaissent le français.

- c) L'Association des Universités partiellement ou entièrement de langue française (AUPELF).

Cette association, à laquelle appartiennent un certain nombre de presses universitaires, (par exemple Lille, Grenoble, Lyon), a été lancée en 1962, à Montréal et à l'initiative du Canada. L'AUPELF n'a pas la vocation d'une agence d'intervention dans le domaine du livre universitaire. En revanche, elle peut apporter une contribution appréciable au développement des publications scientifiques de langue française. La caisse du livre, qu'elle gère, aura permis, de 1974 à 1980, de concourir à la réalisation d'une soixantaine d'ouvrages en coédition, notamment au profit des jeunes universités, en même temps qu'une aide était apportée à la diffusion de certains de ces volumes. D'une façon générale, l'AUPELF a pour mission de rapprocher les aires de la francophonie et de réfléchir sur les problèmes qui s'y posent en matière d'édition scientifique.

## 3°) Les marchés non-francophones :

Ici se pose d'une manière cruciale le problème de la langue française. Dans la demande mondiale de produits de consommation scientifique et technique, la part des pays anglophones (Europe du Nord et U.S.A.) est de 66,5 %. Les autres pays (Francophones exclus) représentent 24,5 %. Sur tous ces marchés, la langue anglaise s'impose au détriment de la langue française. Prenons l'exemple de l'Allemagne de l'Ouest. Dans un article consacré au français Outre-Rhin (5), Walter Engel, professeur à l'université de Heidelberg expose la situation du livre et des périodiques de langue française dans les bibliothèques Allemandes scientifiques. Partout, on constate une baisse des acquisitions au profit des livres anglais. Sur les 210 millions de DM que les 56 bibliothèques universitaires dépensent pour l'acquisition d'ouvrages, 4 % seulement sont consacrés aux ouvrages français. A cela, plusieurs raisons : la mentalité et la façon de travailler des éditeurs français, différentes de celles des éditeurs allemands ("Il est nécessaire de faire personnellement connaissance avec le partenaire français, pour se procurer avec succès, c'est-à-dire avec précision, rapidité, et à bon marché, les ouvrages de langue française". "On est aussi, bien souvent, obligé d'écrire pour passer commande aux petites maisons d'édition, et l'on obtient rarement de réponse si l'on n'utilise pas le français") ; autre explication : l'insuffisance des connaissances en français chez l'étudiant allemand (90 % des manuels utilisés sont écrits en anglais) ; par ailleurs, le français perd du terrain en tant que langue scientifique. L'anglais est devenu la langue principale de la communication mondiale entre scientifiques. Pour que les auteurs français soient diffusés internationalement doivent-ils écrire et se faire publier directement en anglais ? Est-ce le prix à payer pour reconquérir ces marchés étrangers ? La politique linguistique officielle de la France, contestée aussi bien à l'intérieur des frontières qu'à l'extérieur (en Allemagne en particulier) reste cependant ferme : le français doit être systématiquement employé dans les congrès organisés en pays francophones et les chercheurs sont invités à publier leurs travaux en français" ou à tout le moins sous forme bilingue. "Ici aussi, les presses universitaires recherchent l'ouverture. Lyon a récemment édité en français un ouvrage d'un américain, Stivale, sur l'oeuvre de Jules Vallès. Au catalogue des Editions de la Maison des Sciences de l'Homme, on trouve des collections, nombreuses, publiées en coédition avec Cambridge University Press et Oxford University Press qui groupent à la fois des auteurs français traduits en anglais et des auteurs anglais dans leur langue maternelle.

## II La diffusion du livre universitaire :

La commercialisation du livre comprend trois phases principales : la diffusion, la distribution et la promotion. La confusion entre les deux premières opérations citées est largement répandue. Aussi est-il nécessaire de préciser les termes. Diffuser consiste à recueillir les commandes des détaillants par des moyens tels que l'envoi de catalogues ou la visite de représentants. La distribution, c'est l'expédition des livres au détaillant, la facturation, le recouvrement et la gestion des retours. Ces précisions terminologiques apportées, nous pouvons étudier la diffusion du livre universitaire (ou scientifique) : les réseaux, les problèmes et les solutions adoptées.

### 1°) Les diffuseurs professionnels :

Les presses universitaires se consacrent à l'édition d'ouvrages scientifiques de haut niveau, donc réservés à un public très étroit. Elles ont donc les mêmes problèmes de diffusion que n'impose quel petit éditeur, plus quelques autres. Pour accéder à un réseau, un petit éditeur doit justifier d'un certain potentiel de vente. Le diffuseur ne consent pas nécessairement aux entreprises tierces des conditions aussi favorables qu'à celles de son groupe. Les petits éditeurs peuvent craindre que ses VRP ne négligent leurs produits au profit d'autres livres.

Patrick FOURNIER, avant de participer à la création d'une maison de diffusion Lyonnaise, avait fait le constat suivant : "les cinq distributeurs-diffuseurs jusqu'alors installés à Lyon ne sont que les filiales locales des groupes éditoriaux dont elles dépendent, et manifestent un désintérêt évident pour les éditeurs externes à ces groupes... Apporter des solutions aux besoins des petits éditeurs et ce dans le cadre d'une société autonome et indépendante, telles étaient les données du problème à résoudre pour mener à bien notre initiative". (6). Preuve du besoin ressenti par les éditeurs de second rang de la nécessité de structures adaptées à leur fonctionnement : après huit mois d'activité, " nous pouvons déjà tirer les premières conclusions de notre initiative. La première et la plus réconfortante pour nous est l'accueil dans l'ensemble très favorable que nous avons reçu du milieu professionnel aussi bien libraire qu'éditeur". (7).

Autre exemple d'une entreprise créée à l'intention des petits éditeurs et avec des moyens modestes : Ulysse - Diffusion - Cette structure a été lancée avec un tout petit capital, réduit à son minimum légal, plus quelques aides accordées par la Direction du livre, et par la Direction du travail et de l'emploi au titre des créations d'entreprise. Aujourd'hui encore, Bernard FRANCES, son directeur, ne s'en cache pas, Ulysse - Diffusion reste confronté à de tenaces problèmes de trésorerie, bien que son activité ait désormais atteint un rythme tout-à-fait acceptable.

L'explication réside dans la nature même de l'entreprise, vulnérable parce que liée à un marché lui-même fragile. En face d'activités qu'elles considèrent, d'un point de vue financier, comme "sujets à risques", les banques et les partenaires privés se montrent prudents. Par conséquent, la solution ne peut venir<sup>qu'</sup>de l'intérieur. Priorité numéro un : Elargir le champ d'action auprès des libraires : ainsi, le nombre des représentants est passé de 3 à 4. Quatre zones sont actuellement prospectées : Paris rive gauche ; Paris rive droite, banlieue et périphérie, Suisse ; France moitié nord et Belgique ; France moitié sud. Ce renforcement commercial a pour but de promouvoir davantage d'ouvrages, tout en activant les réassortiments par des visites plus fréquentes. Actuellement, Ulysse-Diffusion gère un portefeuille d'une soixantaine d'éditeurs et demeure très attentif à ne pas négliger les plus petits au profit des plus notables. Dans la catégorie des plus actifs, on trouve les Presses Universitaires de Lyon.

Les PUL ont passé contrat avec Ulysse dans l'espoir d'augmenter leur chiffre de ventes. Aujourd'hui, elles lui adressent un reproche principal : ne pas s'occuper du fonds alors que leurs livres sont justement des livres de fonds. On ne peut pas traiter des ouvrages de fonds comme des nouveautés éphémères. D'autre part, la déception des P.U.L. semble bien montrer qu'une structure de diffusion unique de petits tirages n'est pas viable (contrairement à une structure unique de distribution). Ulysse diffuse des maisons aussi variées qu'Ancane 17, le Centre National de la Photographie, l'Institut d'Etudes Palestiniennes, Nadeau, La Pensée sauvage. Les représentants ont donc la difficile tâche de promouvoir des produits extrêmement hétérogènes. Peut-on diffuser à la fois des ouvrages de vie pratique, de cuisine, de poésie, de théâtre, de jeunesse et des livres de sciences sociales et humaines avec lesquels il est rare d'entretenir des rapports affectifs ? L'expérience des P.U.L. chez Ulysse n'incite pas au regroupement, sous une même bannière, d'éditeurs dont les produits sont très éloignés les uns des autres et qui exigent donc des techniques de diffusion appropriées. Même le rassemblement des presses universitaires dans une structure unique de diffusion reste à réaliser et ne fait pas l'unanimité des directeurs. Les Presses Universitaires de Grenoble y sont opposées : selon elles, les éditeurs universitaires offrent des produits trop différents les uns des autres pour qu'une politique commune de commercialisation soit efficace. Une première étape dans la collaboration a cependant été franchie en Juin 1980 à l'initiative de la Fondation de la Maison des Sciences de l'Homme : le centre interinstitutionnel pour la diffusion de publications en sciences humaines (CID) qui agit plus particulièrement dans les domaines de l'information, de la promotion et de la distribution. La collaboration, en matière de diffusion, au lieu de s'effectuer à l'échelle nationale, pourrait peut-être se réaliser au niveau des régions.

Maurice GARDEN, directeur des P.U.L., en écarte l'éventualité : "chacun a sa spécificité et demande un système d'approche différent".

## 2°) L'auto-diffusion :

Les presses universitaires assurent une partie de leur diffusion elles-mêmes. Ainsi, à Lyon, la Directrice commerciale Sylvette SALVIT visite régulièrement les libraires de la région sud-est. Les résultats semblent être meilleurs que ceux du diffuseur privé : Me SALVIT place vingt fois plus de livres chez les libraires quand elle fait elle-même un tour de France. Ce système d'auto-diffusion présente des inconvénients et des avantages. D'une part, il entraîne des dépenses d'énergie et d'argent qui ne sont pas négligeables. D'autre part, les libraires sont sensibles aux rapports personnels et réguliers avec les éditeurs. Mis en confiance par le visage bien connu du représentant, leurs craintes à l'égard du livre universitaire s'en trouvent diminuées. Pour mieux percevoir celles-ci, nous allons étudier les expériences de quelques libraires universitaires tous installés à Paris ou dans les grandes capitales régionales : ils restent les collaborateurs privilégiés de l'éditeur scientifique. "Compte tenu du coût des mailings aujourd'hui et leur faible rentabilité, nous sommes plus que jamais obligés de passer par les libraires."

La vente des ouvrages de recherche pose, comme leur édition, des problèmes spécifiques : "un rayon de recherche se travaille très différemment des autres moyens, remarque M. GUILLAUME, à la librairie générale du Calvados, à Caen. Ainsi, les livres nous sont souvent confiés en dépôt et bénéficient d'importantes facilités de retour. Il s'agit en effet d'ouvrages de fonds qui ne "démarrrent souvent qu'au bout de cinq ou six mois, rien à voir avec la littérature générale (8). Responsable de la librairie du Muséum à Paris, sans doute l'une des plus spécialisées de France avec 70 % de son stock composé d'ouvrages de recherche, René THOMAS répond nettement : "Retours ? Offices ? Je ne connais pas ces problèmes-là. Mon pourcentage d'offices est très faible et je n'ai pratiquement pas de retours. Quant aux dépôts, ils sont faits à la carte et correspondent très précisément à mon créneau" (9). Les libraires ont parfois des difficultés à ranger un livre universitaire; où classer, par exemple, ces deux livres édités par les Presses Universitaires de Lyon : Lire la bande dessinée (P. MASSON) et l'Oeil-caméra (Jost) ? Sur le rayon bande dessinée ou en linguistique pour le premier ? Sur le rayon cinéma ou en linguistique aussi pour le second ? D'autre part, les libraires méconnaissent le fonctionnement des éditeurs universitaires. Ils ne savent pas toujours très bien quant et à qui s'adresser pour leur commandes. "On en arrive à des aberrations comme le fait<sup>que</sup> les libraires lyonnais commandent nos livres chez Distique à Paris, alors que nous sommes sur place. Cela nous coûte très cher", constate amèrement Maurice GARDEN (10). Cette pratique de l'autodiffusion est assez répandue : les Presses Universitaires de Bordeaux visitent très régulièrement 25 librairies

situées majoritairement à Paris et dans le Sud-Ouest. Les presses grenobloises prospectent environ 300 libraires (elles-mêmes ou avec la collaboration de représentants multi-cartes) en France et dans les pays francophones. Les Presses Universitaires de Lille, ne s'autodiffusent absolument pas. Pour certains d'ailleurs les presses universitaires n'ont pas à se substituer aux professionnels de l'édition.

3°) La vente par correspondance ( par mailing ou sur fichier) :

Toutes les presses universitaires disposent de fichiers d'adresses, d'inégale importance. En voici quelques exemples.

P.U.	LILLE	GRENOBLE	SORBONNE	BORDEAUX
Nb noms dans le fichier	25000	10000	2800	300

4°) La vente en magasin :

Les presses universitaires proposent la vente de leurs livres dans leurs locaux. Ce système de vente est le plus avantageux mais aussi le moins développé. A Lyon par exemple, peu d'étudiants savent que les ouvrages des P.U.L. sont en vente au deuxième étage de l'université.

5°) L'efficacité comparée des différents canaux de diffusion :

- \* Lyon - Ventes au diffuseur : 29 %, ventes aux libraires : 35 % ; ventes par correspondance : 22,5 % ; ventes en magasin : 13,5 %.
- \* Sorbonne - Ventes au diffuseur : 48 % ; ventes aux libraires : 51,5 % ; ventes directes et en magasin : 0,5 %.
- \* Lille - diffusion : 65 % ; ventes directes : 35 %.

6°) Le système de diffusion des presses universitaires au Québec :

Comme en France, la diffusion du livre scientifique au Québec est un problème difficile, délicat et souvent rempli d'imprévus. Les presses universitaires francophones canadiennes (Presses de l'Université Laval, Presses de l'Université d'Ottawa, Presses de l'Université de Québec) veulent relever le défi. Voici, exposées sommairement par le Directeur général des Presses de l'Université Laval, Claude FREMONT, les grandes lignes de leur action, selon qu'elles s'adressent au marché québécois ou aux marchés étrangers ; selon qu'elles agissent seules ou en collaboration les unes avec les autres (11).

"Une des principales méthodes publicitaires est sans doute l'envoi de dépliants par courrier personnel adressés aux spécialistes des sujets traités. Ces envois, à plusieurs milliers et même parfois dizaines de milliers d'exemplaires, se font à partir de listes conservées en fichier ou achetées d'agences spécialisées. Un coupon de retour est habituellement inclus et le paiement peut se faire par chèque bancaire ou en inscrivant le numéro de sa carte de crédit. Le rendement de ces publicités se situe habituellement entre 3 et 5 %". Plusieurs presses ont aussi leur propre représentant. Pour elles, il n'est plus nécessaire d'avoir une représentation conjointe. Mais cette dernière méthode les a beaucoup aidées. "Les membres de l'association québécoise des presses universitaires ont eu jusqu'à récemment un représentant conjoint. Sa première responsabilité était de faire connaître les plus récentes publications aux bibliothécaires, libraires, professeurs, etc.. L'établissement d'un réseau de libraires dépositaires officiels des ouvrages des divers presses a aussi été une de ses réalisations importantes". Pour l'étranger, de nombreuses ventes se font par la poste. "Plusieurs tentatives ont été faites avec l'aide des gouvernements provincial et fédéral en vue d'établir des centres de diffusion et de distribution du livre québécois à Paris. Malgré ces efforts, aucune solution parfaitement satisfaisante n'a encore été réalisée".

### III - La distribution du livre universitaire :

Contrairement à la diffusion, la distribution du livre de recherche est en partie résolue, même si elle présente encore quelques inconvénients. Distribuer, c'est enregistrer, facturer, mettre à part et acheminer la commande du libraire, du prescripteur universitaire ou des bibliothécaires.

#### 1°) Les handicaps :

Les presses universitaires cumulent deux handicaps : l'un lié à leur situation géographique : la grande majorité d'entre elles sont installées en province ; l'autre lié à leur taille : de petites maisons d'édition. Les presses universitaires installées en province sont pénalisées par la centralisation du réseau de distribution à Paris. On en arrive à des aberrations de ce type : un éditeur marseillais passe par Paris pour que ses livres parviennent dans les librairies d'Aix-en-Provence. Cette situation est rendue d'autant plus caricaturale que dans les pays voisins, Allemagne ou Italie, Angleterre ou Belgique, l'édition s'est dispersée dans toutes les grandes villes. Le transport pose alors un problème crucial : il est anormal que le livre ne soit pas, dans un pays de la taille de la France, acheminé jusqu'aux villes les plus éloignées en moins de 48 heures. Cela ne sera pas réglé tant que le transport restera à la charge des libraires de province. Pour faciliter les choses, Bernard PINGAUD propose, dans

son fameux rapport, de faire bénéficier le livre des tarifs-presse aussi bien par la route que par la S.N.C.F. Autre proposition : celle d'appliquer aux livres un tarif réduit sur les P et T car les centres distributeurs ne sont pas équipés pour répondre dans un délai et à un prix convenables aux commandes à l'unité (pour eux, une commande est rentable à partir de 500 francs). La mesure proposée permettrait à l'éditeur ou au distributeur de poster directement le livre qui parviendrait dans les deux jours à son détaillant-destinataire. Bernard PINGAUD conclut sur ce problème : "avec ces deux mesures, il serait possible d'abaisser le coût du transport à 1 % du prix du livre. Il atteint actuellement entre 1,43 et 2,13 selon les destinations pour les commandes groupées jusqu'à 7 et 8% ou même plus pour les commandes à l'unité." (12)

Autre handicap : la petite taille des presses universitaires. Les réseaux de distribution, que monopolisent à 90 % les grandes sociétés éditoriales comme Hachette Gallimard ou les Bresses de la Cité, en leur conviennent pas. Dans son rapport B. PINGAUD note "qu'aucun centre distributeur n'est adapté, de leur aveu même, à la distribution des petits éditeurs ou éditeurs spécialisés. Presque tous les distributeurs des petits éditeurs ont disparu. Il faudrait songer ici à une distribution de type coopératif mais comme nous l'avons déjà dit à propos de la diffusion, ce genre d'organisme forcément déficitaire pourrait difficilement fonctionner sans subventions. Ce problème reste à étudier". (13).

2°) Les solutions adoptées :

a) Distique :

Ce distributeur indépendant, installé lui-aussi dans la région parisienne, s'est constitué en 1979 afin d'écouler des productions de faible ampleur.

Distique distribue les éditeurs diffusés par Ulysse. Il est au service de près de 300 petits éditeurs indépendants pour tenir leurs stocks, répondre aux commandes des libraires, facturer, et expédier les ouvrages, centraliser les règlements. Cela représente un catalogue d'environ neuf mille titres, et plus de cinq cent mille ouvrages en entrepôt. Distique s'adresse à tous ceux qui n'appartiennent à aucun des empires éditoriaux, qui ne peuvent pas être pris chez un grand diffuseur, quelle que soit leur taille (les catalogues actuellement distribués vont de 1 à 1200 titres), quels que soient le rythme de publication et le chiffre d'affaires. Le service rendu est le même pour tous. Distique s'est aussi donné une mission d'information : celle des libraires d'abord par un "bulletin de mise en vente" mensuel, où paraissent des notices bibliographiques sur tous les champs pris en distribution. Celle, enfin, des éditeurs par le courrier et les rencontres. Distique a également ouvert un nombre croissant de comptes à l'étranger (Autriche, Espagne, Grèce, Italie, Japon, etc.). On







# CALENDRIER DE MISE EN VENTE 1988

distribution du livre et du périodique

17, rue Hoche - 92240 MALAKOFF

(1) 46.55.42.14

	JANVIER	FÉVRIER	MARS	AVRIL 2 mises en vente	MAI	JUIN	JUILLET	SEPT.	OCTOBRE 2 mises en vente	NOVEMBRE 2 mises en vente	DÉC.
<b>DATE LIMITE DE DÉPÔT DES ORDRES DE MISE EN VENTE (17, rue Hoche) jeudi, 18 heures)</b>	7	4	3	31 mars 14 avr.	5	2	30 juin	8	29 sept. 13 oct.	27 oct. 10 nov.	1
<b>DATE LIMITE D'ENTRÉE AU STOCK l'entrepôt (20, rue Avaulée) vendredi, 16 heures)</b>	8	5	4	1 avr. 15 avr.	6	3	1 juil.	9	30 sept. 14 oct.	28 oct. 10 nov. (jeudi)	2
<b>DATE DE MISE EN VENTE EN LIBRAIRIE</b>	14	11	10	7 avr. 21 avr.	(vend.) 13	9	7 juil.	15	6 oct. 20 oct.	(vend.) 4 nov. 17 nov.	8

## ATTENTION :

- Toutes les livraisons doivent être faites par l'entrée de l'entrepôt, 20, rue Avaulée - 92240 MALAKOFF, aux heures d'ouverture précisées ci-dessous.

Heures d'ouverture : du lundi au vendredi de 9 H à 13 H et de 14 H à 16 H.

- Les feuilles descriptives des nouveautés doivent parvenir à Distique avant le 15 du mois précédant celui de la mise en vente. Lorsqu'il y a deux mises en vente le même mois, précisez la mise en vente concernée et envoyer nos feuilles dans les délais habituels.

trouve au catalogue de Distique les Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, les Presses Universitaires de Grenoble, les Presses Orientalistes de France et les Presses Universitaires de Lyon. Celles-ci ont adhéré à Distique en 1985 et s'estiment satisfaites du service rendu même si celui-ci leur coûte cher. Selon elles, ce passage témoigne d'une professionnalisation achevée et d'une reconnaissance de fait par la profession. Mais, il impose des contraintes: "nos réunions de travail avec les représentants ont lieu tous les deux mois. Début mars, nous présentons les dossiers des ouvrages mis en vente au 1er mai et au 1er juin. Il va de soi que nous ne pouvons faire de dossiers que lorsque le livre est déjà composé et imprimé. En clair, nos mises en fabrication doivent être planifiées six mois à l'avance" (14).

b-Le centre interinstitutionnel de diffusion des publications en sciences humaines (CID):

A l'origine de la création du CID, un constat: les réseaux de distribution actuels ne conviennent pas au fonctionnement très spécifique des presses universitaires. Les méthodes de distribution modernes de l'édition sont, d'une part sous tendues par la recherche quasi-systématique de marchés en expansion, et, de l'autre, gouvernées par des critères de rentabilité qui imposent des modalités de traitement dont la rigidité ne cesse de s'accroître. De ce fait:

- elles coûtent cher et entraînent des prix de vente élevés, en particulier parce qu'elles font porter sur un nombre d'exemplaires très limités des coûts techniques trop souvent calculés selon les mêmes principes que ceux qui affectent la commercialisation d'ouvrages à tirages bien plus importants.
- elles sont peu efficaces parce qu'elles visent une cible qui dépasse largement l'audience vraiment concernée, pour qu'elles procèdent en ordre dispersé, etc..
- elles vont même jusqu'à provoquer des effets contraires, conséquences de divers pratiques telles que le refus de traiter des commandes à l'unité, le paiement requis d'avance, les exclusivités de toute sorte, les livraisons groupées et les délais qu'elles engendrent, la diversité des adresses de commande, la complexité des modalités de règlement, le manque d'efforts pour acheminer les commandes mal adressées, etc....

L'emprise croissante de ces méthodes mettant en péril l'avenir des ouvrages de recherche, il était urgent de réagir en expérimentant des solutions plus souples qui intègrent les caractères spécifiques de l'édition à tirage limité. Cette réflexion menée dans le cadre de l'Association Française des Presses d'Université (AFPU) a abouti en Janvier 1981 à la création d'une unité de diffusion collective dont le cadre administratif est la Maison des Sciences de l'Homme à Paris. Ce dernier permettait une mise en route rapide sans créer préalablement de nouvelles structures et garantissait une base d'appui solide pour une première étape expérimentale.

Le C.I.D. se donne comme vocation prioritaire le service rendu à la clientèle et aux partenaires concernés. Il s'inscrit en complément des autres systèmes de vente qu'adoptent ses adhérents et ne vise en aucune façon à s'y substituer. La première étape dans laquelle s'est engagé le C.I.D. visait essentiellement à mettre en place un service de vente et de distribution. Dès 1981, il comptait six adhérents : les Editions de la Maison des Sciences de l'Homme (Janvier), les Editions de l'Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales (Janvier), le Collège de France (mars), les Presses Universitaires de Lyon (mai), les Presses Universitaires de Nancy (septembre) et l'Ecole Française de Rome (septembre). Puis sont venues s'y joindre les Publications de la Sorbonne, les Presses Universitaires de Lille et celles de Vincennes. Logé en rez de chaussée au 131 Boulevard Saint-Michel, le C.I.D. fait office de comptoir de vente sur Paris (particuliers, libraires, coursiers, etc..) ouvert sans interruption de 9 heures à 18 heures du lundi au vendredi, et achemine chaque jour les commandes vers la province et l'étranger par les services du Dépôt Central du Livre ou par colis postaux. Il dispose sur place des espaces de stockage permettant de faire place aux ventes courantes. Le dispositif actuellement mis en place (personnel : une comptable, une facturière, un manutentionnaire + accueil ; matériel : comptoir, rayonnages, machine à facturer, petite offset de bureau, etc..) permet d'effectuer les opérations suivantes :

- vis-à-vis de la clientèle : servir les commandes, les facturer et procéder aux encaissements ainsi que prendre soin des commandes ne concernant pas des titres des fonds ici réunis et les réorienter à qui de droit avoir après effectué les recherches bibliographiques voulues.
- vis à vis des adhérents : établir en fin de mois les relevés des ventes et des encaissements les concernant respectivement et leur régler les montants correspondants. Le CID ne retient aucune remise sur les opérations qu'il effectue. Il reçoit de ses adhérents communication des prix de vente à pratiquer en ses magasins et des prix de cession aux libraires, et il leur restitue à chacun l'intégralité des montants encaissés pour leur compte.

Ses services constituent donc en quelque sorte une subvention indirecte à l'avantage de ses adhérents : dès lors libérés d'un certain nombre de tâches matérielles, ceux-ci devraient pouvoir concentrer leurs efforts sur leurs activités éditoriales et la promotion des ouvrages qu'ils publient. Les presses universitaires sont satisfaites de ce service de distribution. La Direction des bibliothèques, des musées et de l'information scientifique et technique (DBMIST) elle-aussi : il est dans ses objectifs de conforter le CID dans cette mission et de lui donner les moyens d'élargir ses activités de distribution : subvention annuelle fixe (environ 300 000 Frs); automatisation de la gestion des stocks, de la facturation ainsi que de la comptabilité; aide au personnel.

c) Les autres solutions :

Pour leurs exportations, nombreuses sont les presses qui ont choisi un distributeur implanté dans le pays destinataire lui-même : Nord -Sud, installé à Bruxelles, pour le Bénélux (les Presses Universitaires de Lyon, de Lille, de Grenoble et les Publications de la Sorbonne); la S.N.L. pour la Suisse installé à Lausanne (Presses Universitaires de Lille et de Grenoble) ; pour le Canada : G.VERMETTE (Presses Universitaires de Lyon, Maison des sciences de l'Homme et Publications de la Sorbonne) ou la S.O.M.A.B.E.C. (Presses Universitaires de Grenoble). Des structures purement françaises s'occupent aussi des exportations, comme COMUDEF ou SODEXPORT.

IV - La diffusion de l'information et la promotion :

Les éditeurs universitaires, pour que leurs publications se vendent, mènent une double action : l'une en faveur de leurs nouveautés dont les acheteurs potentiels doivent être informés au moment de leur sortie en librairie ; l'autre en direction de leurs livres de fonds, qui, pour ne pas dépérir, demandent qu'on les exhume régulièrement des caves où ils sont entreposés. Dans cette tâche difficile, les presses universitaires reçoivent l'aide des médias et des pouvoirs publics.

1°) L'action des presses universitaires :

a) L'action collective :

Elle se développe principalement dans le cadre de l'Association française des presses universitaires (AFPU) et du centre interinstitutionnel de diffusion des publications en sciences humaines (CID) qui, outre son activité de distribution, a aussi pour objectif de renforcer la promotion de ses ouvrages. Une note rédigée par l'AFPU quelques mois après la création du CID en précise les objectifs dans les secteurs de l'information et de la promotion:

"S'il demeure indispensable d'accélérer le signalement des livres publiés en France et de faciliter leur acquisition, il devient vital de rechercher des méthodes de diffusion qui réduisent les dépenses exorbitantes accompagnant trop systématiquement et chez trop d'éditeurs, la sortie de presses d'un nouvel ouvrage et se répercutant inévitablement sur les prix de vente. Une part non négligeable de ces dépenses nous paraît résulter de la mise en place d'offices en librairies et, pour ce qui nous intéresse plus particulièrement ici, de la création, puis de la maintenance de fichiers d'adresses souvent très lourds et peu affinés en regard de domaines scientifiques devenus extrêmement pointus, et dont l'emploi pour l'envoi de messages promotionnels engendre des frais croissants (l'augmentation des tarifs postaux y comptant pour beaucoup) et ne supporte plus la comparaison qualité/prix si souvent invoquée de nos jours.

Le CID s'attachera donc à expérimenter des méthodes d'information et de diffusion de l'information moins systématiques et traditionnelles, conçues plus spécifiquement en fonction des destinataires et utilisateurs de cette information, d'une part, et de l'autre, en fonction des fichiers d'adresses et autres réseaux disponibles en France et à l'étranger, et de valeur reconnue.

a) Information destinée aux organes des professions du livre (librairies, maisons de distribution internationales, etc...) et bibliothèques générales.

### Catalogue collectif général

#### Edition :

L'AFPU étudie depuis peu la possibilité de publier un catalogue collectif qui regrouperait 1) tous les ouvrages publiés par ses membres, 2) les ouvrages publiés par quelques éditeurs non-membres de l'Association, ayant des activités dans des secteurs analogues, et 3) les ouvrages diffusés par le CID et ne relevant pas des deux catégories précédentes.

Ce catalogue serait établi en faisant appel aux services de la banque de données du Cercle de la Librairie et conçu comme un instrument de travail destiné avant tout aux professionnels des circuits de distribution et d'achat du livre, au sens assez étroit du terme : ni présentation ni résumé du contenu de l'ouvrage, mais priorité aux éléments concernant son acquisition une fois celle-ci décidée (notice bibliographique signalétique, index divers, prix de vente, adresses de commande). Nous étudions actuellement la possibilité que le CID centralise toutes les commandes et en assure le service ou la répartition.

Diffusion :

L'envoi de ce catalogue collectif serait effectué en s'appuyant sur les annuaires et fichiers disponibles dans et pour les professions du livre, et couvrirait essentiellement les dites professions et les bibliothèques générales.

Nous étudierons en temps voulu la possibilité de diffuser ce catalogue par Livrinfor en même temps qu'un lot de catalogues d'autres éditeurs, par exemple, ou par le Centre d'exportation du livre français ou toute opération susceptible de réduire nos frais d'expédition.

b) Information destinée aux lecteurs (spécialités, chercheurs, etc.), aux responsables des décisions d'achat, aux bibliothécaires spécialisés.

Catalogues et prospectus thématiques.Edition :

L'AFPU publiera des prospectus et catalogues thématiques regroupant, pour les domaines retenus, 1) les ouvrages publiés par ses membres, 2) les ouvrages publiés par des éditeurs non-membres de l'association dans les secteurs concernés, et 3) les ouvrages diffusés par le CID et ne relevant pas des deux catégories précédentes.

Les thèmes seront retenus après consultation des différents partenaires et en fonction des besoins exprimés par la majorité. Ils seront définis de façon très précise pour que les destinataires puissent ensuite être choisis rigoureusement (économie d'argent au niveau des frais du tirage et d'expédition, économie de temps pour les destinataires).

Ces catalogues s'attacheront à présenter l'ouvrage et son auteur, à le replacer éventuellement dans sa perspective scientifique et à en évoquer le caractère novateur, etc... et donneront toute autre information susceptible de créer une motivation d'acquisition.

Diffusion :

L'envoi de ces matériaux sera effectué en s'appuyant sur les fichiers et structures documentaires mises en place au sein de la communauté scientifique pour ses propres besoins : adresses (informatisées ou non) réunies à l'occasion de colloques, congrès, tables rondes... ou dans le cadre de programmes d'échanges internationaux, listes d'abonnés à des bulletins de liaison ou à des revues scientifiques obtenues pas échange ou achat, voire gratuitement, listings exploitables dans les centres de documentation et bibliothèques spécialisées, listes de membres d'associations scientifiques, échanges de (bons) services avec des collègues de presses universitaires ou scientifiques d'autres pays, etc...

### Accélération du signalement des ouvrages nouveaux :

Dès l'hiver 1980-1981, les membres de l'AFPU publieront, au verso de la page de titre des ouvrages qu'ils éditent, les données de catalogage avant publication établies avec la collaboration du Service des bibliothèques universitaires (Ministère des Universités). Ce système, largement utilisé dans les pays anglo-saxons, abrège de façon non négligeable (parfois plusieurs mois) les délais qui s'écoulent entre la date d'acquisition d'un livre et celle où les fiches correspondantes apparaissent en bonne et due place dans les fichiers de consultation à l'usage des lecteurs.

D'une façon plus générale, pour tout ce qui concerne l'information et la promotion des livres édités par ses membres, l'A.F.P.U. essaiera de renforcer ses démarches en s'appuyant davantage sur les entreprises menées par les organismes professionnels et les possibilités offertes par la vie scientifique :

#### Dans le cadre des professions du livre :

L'AFPU suivra de près toutes les actions entreprises par le GERS et y participera dans la mesure où les dites opérations correspondent à ses entreprises, ou intérêts, du moment. Elle souhaiterait également pouvoir annoncer les ouvrages édités par ses membres dans les listes et expositions préparées par SODEXPORT-GREM si celles-ci s'ouvraient aux sciences humaines et si cette association pouvait élargir ses services à des éditeurs non-membres : le principe des catalogues et listes thématiques dressées par SODEXPORT paraît en effet bien adapté aux circonstances. Elle poursuivra sa participation à quelques-unes des expositions organisées par l'OPEF.

#### Dans le cadre de la communauté scientifique :

L'AFPU cherchera à mieux s'insérer dans les activités de la communauté scientifique et, en particulier, à multiplier sa présence en exposant ses publications lors de réunions de travail, rencontres internationales, etc... de moindre envergure quant au nombre des participants que les manifestations et congrès scientifiques auxquels participent l'Office de promotion de l'édition française et d'autres organismes analogues".

#### b) L'action individuelle :

Afin de signaler aux libraires et aux particuliers la sortie prochaine d'un de leurs livres, les responsables commerciaux des presses universitaires envoient aux intéressés des publicités qui présentent ou bien un résumé de l'ouvrage illustré de la couverture, ou bien l'ensemble des nouveautés avec, dans les deux cas un bon de commande.

Tous ces envois postaux coûtent chers aux presses universitaires. Les frais de publicité des Presses Lyonnaises se sont élevés en 1987 à 100 000 Frs environ : somme identique pour les coûts P.T.T. et Téléphone.

b-L'action individuelle:

Afin de signaler aux libraires la sortie prochaine d'un de leurs livres, les responsables commerciaux des presses universitaires envoient aux intéressés des publicités qui présentent ou bien un résumé de l'ouvrage, illustré de la couverture, ou bien l'ensemble des nouveautés avec, dans les deux cas, un bon de commande.



STIVALE Charles J.

**ŒUVRE DE SENTIMENT, ŒUVRE DE COMBAT : LA TRILOGIE DE JULES VALLES**, 273 p.

ISBN 2-7297-0328-4 (Code cde 328) ..... 110 F  
(Collection «Littérature et idéologies»)

*Jacques Vingtras* a été conçu comme une «œuvre de sentiment et de combat» où se lie l'engagement social acharné de l'insurgé à la conscience artistique croissante du romancier. On dégage ici les traits essentiels de cette rencontre heureuse en traçant le déploiement des oppositions thématiques vis-à-vis de l'agencement des figures principales, tant narratives que tropologiques, par lesquelles s'exprime ce cri de sentiment et de combat.

CLERC Annie et LE BAS Christian

**LA P.M.E. FACE AU DÉFI PRODUCTIQUE : POUR UNE AUTRE RATIONALITÉ DE LA DÉCISION D'AUTOMATISER**, 200 p. env.

ISBN 2-7297-0329-2 (Code cde 329) ..... 110 F  
(Collection «Économie des changements technologiques»)

Les P.M.E. sont moins bien placées que les grandes firmes pour décider une automatisation. L'analyse menée avec l'aide du CETIM sur plusieurs dizaines d'entreprises du secteur de la mécanique, montre quelques insuffisances du processus de décision. Elle propose un autre parcours, combinant formation du personnel et intégration du projet dans une stratégie produit-procédé, et supposant de nouveaux critères d'investissement.

BON DE COMMANDE

A RETOURNER AUX

PRESSES UNIVERSITAIRES DE LYON

86, rue Pasteur - 69007 LYON

Tél. 78-69-20-48

Veillez m'envoyer ..... exemplaires des ouvrages suivants :

Je vous adresse la somme de ..... (ajouter 15 F de port)

NOM et Prénom .....

Adresse .....

CODE POSTAL et VILLE .....

DIFFUSION :

EN FRANCE : DISTIQUE, 17, rue Hoche 92240 MALAKOFF - Tél. (1) 46-55-42-14

AU BENELUX : NORD-SUD, 74, rue Lesbroussart 1050 BRUXELLES - Tél. (02) 647-76-67

AU CANADA : G. Vermette, 1501 B rue Ampère C.P. 85 BOUCHERVILLE, P.Q. J4B 5E6

Tél. (514) 641-1334

AUTRES PAYS : CID, 131, bld. St-Michel 75005 PARIS - Tél. (1) 43-54-47-15

# Nouveautés

# pul

DEUXIEME TRIMESTRE 1988

presses universitaires de lyon

Presses Universitaires de Lyon, 86, rue Pasteur 69007 LYON - Tél. 78-69-20-48

AVRIL 1988

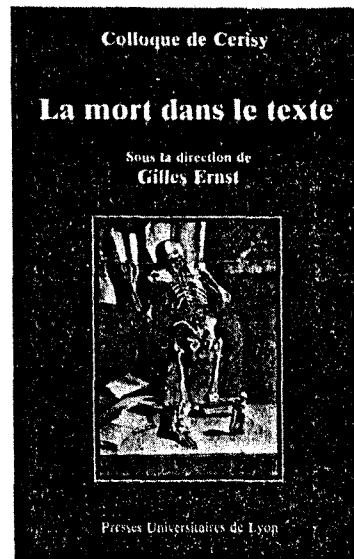
ERNST Gilles

(sous la direction de)

**LA MORT DANS LE TEXTE** : Colloque de Cerisy, 270 p.

ISBN 2-7297-0325-X (Code cde 325) ..... 110 F

La Mort, toujours... Mais à Cerisy. Et surtout dans le *texte*. Donc comme travail et structure d'un discours. Par des mots (une langue, un «dire»), et par des genres différents : poèmes (MAROT, RONSARD); écriture testamentaire du XVIIIe siècle; épitaphes; journal intime (BARBEY, les autres); théâtre (KANTOR); et enfin le  *récit* , avec SADE, VERNE, BATAILLE, ou BALLARD, ou encore les auteurs de romans policiers.



CHEZ LE MEME ÉDITEUR :

- BOURGEOIS Louis, **POETES DE L'AU-DELA : D'ÉLUARD A RENÉCHAR**, 192 p., ill. ISBN 2-7297-0225-3 (Code cde 249) ..... 90 F

- FAVRE Robert, **LA MORT AU SIECLE DES LUMIERES**, 640 p. ISBN 2-7297-0009-9 (Code cde 064) ..... 164 F

178  
**PRESSES UNIVERSITAIRES  
DE GRENOBLE**  
B.P. 47 X - 38040 GRENOBLE CEDEX

Colloque organisé au CARGO, les 17 et 18 octobre 1986 par  
« Interpeller la Presse ».

Textes recueillis et publiés par S. COURCELLE LABROUSSE et  
Ph. ROBINET.

BULLETIN DE SOUSCRIPTION  
(à renvoyer à « Interpeller la presse » 53 rue Thiers, 38000 Grenoble).

NOM \_\_\_\_\_ Prénom \_\_\_\_\_  
Adresse \_\_\_\_\_  
Ville \_\_\_\_\_ Code Postal \_\_\_\_\_  
Date, \_\_\_\_\_ Signature \_\_\_\_\_

J'ai l'honneur de commander \_\_\_\_\_ exemplaire(s) de l'ouvrage  
*Paris et enjeux de la presse de demain*, textes recueillis par  
S Courcelle Labrousse et Ph. Robinet .  
170 pages brochées, format 16 x 24, isbn 2. 7061.0298.5, au  
prix public de 90 F.  
Je vous prie de trouver ci-joint un chèque d'un montant de 90 F.  
(franco)\*.

Règlement : par chèque bancaire à l'ordre des  
Presses Universitaires de Grenoble ou par  
virement postal C.C.P. Compte n° 921 00 S Grenoble.

\* Les commandes non accompagnées du règlement ne bénéficieront pas de l'envoi franco  
(port en sus 15 F.).

**PARIS**  
ET  
**ENJEUX**  
de  
**LA PRESSE**  
DE  
**demain**

TEXTES RECUEILLIS PAR  
S. COURCELLE LABROUSSE ET PH. ROBINET  
PRESSES UNIVERSITAIRES DE GRENOBLE

QUEL AVENIR POUR LA PRESSE "ECRITE"

QUI POURRAIT LE PREDIRE, TANT IL EST VRAI QUE CELLE-CI A ETE MARQUEE DE LUTTES SOURNOISES  
ET INTESTINES, D'ANNEXIONS VIOLENTES, DE DISPARITIONS SOUDAINES, DE SINISTRES MARCHAN-  
DAGES ET DE TRISTES NAUFRAGES.

S'IL APPARAIT BIEN DIFFICILE DE SE FAIRE UNE IDEE SUR LA PRESSE ECRITE DE DEMAIN, LA QUESTION  
MERITE POURTANT D'ETRE POSEE.

AVEC DES UNIVERSITAIRES, DES HOMMES POLITIQUES, DES SYNDICALISTES, LES PROFESSIONNELS  
DE LA PRESSE "ECRITE" ONT REFLECHI A L'AVENIR DE LEUR PROFESSION, DANS LE CADRE DU  
PREMIER FORUM NATIONAL DE LA PRESSE, ORGANISE A GRENOBLE PAR L'ASSOCIATION "INTER-  
PELLER LA PRESSE"

AU TRAVERS DES INTERVENTIONS REUNIES DANS CET OUVRAGE, DES QUESTIONS ESSENTIELLES SONT  
POSEES, DES PISTES DE REFLEXION EBAUCHEES... QUELLES SONT LES CONDITIONS NECESSAIRES A  
L'EXISTENCE DU PLURALISME ? QUELLES SERONT LES CAPACITES FINANCIERES ET PUBLICITAIRES  
DE LA PRESSE "ECRITE" ? UNE ENTREPRISE DE PRESSE SERA-T-ELLE TOUJOURS UNE ENTREPRISE DE  
PRESSE "ECRITE" ? QUEL SERA L'IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES ?

Une autre action est menée en direction des directeurs de revues spécialisées ou générales (des revues professionnelles comme livres-hebdo, le Bulletin critique du livre français, etc...) et des journalistes de la presse nationale ou régionale. A chacun d'eux, on envoie un exemplaire gratuit du nouveau livre dans l'espoir d'obtenir des comptes-rendus. La collaboration des auteurs est souhaitée. Aux PUG par exemple "nous leur demandons de nous aider pour la diffusion de leurs livres, explique M. AUGUSTE, en nous apportant des fichiers de lecteurs potentiels dans des domaines très pointus".

Les problèmes qui interviennent à ce stade tiennent à la mentalité des auteurs, universitaires pour la plupart. Beaucoup n'acceptent pas de ne pouvoir puiser à leur gré dans les exemplaires gratuits destinés au service de presse afin de les distribuer à leurs collègues ou amis. Pourtant, le contrat d'auteur stipule le nombre d'exemplaires réservés à l'auteur pour son usage personnel : 20 aux presses universitaires de Lyon (voir annexes).

Les difficultés qui apparaissent par la suite tiennent aux réactions de la presse générale ou spécialisée. Il faut distinguer ici les presses installées à Paris de celles établies en province : "il reste à surmonter un handicap majeur. La seule caisse de résonance nationale reste toujours à Paris. C'est à Paris que se trouvent les grands médias, les critiques, la diffusion des informations. Comment faire pour franchir les barrages et bénéficier des réseaux de complicités qui font aujourd'hui l'essentiel de la vie littéraire parisienne ?" (15).

Bernard LESFARGUES, fondateur des Editions Fédérop, déclare amèrement à son départ de Lyon : "Pas une revue de première grandeur, pas un journal modérément littéraire (même pas l'équivalent de ce que nous offre le journal de Genève), donc pas de critique, les émissions culturelles n'en parlons pas, on les sabre. Quant aux prix littéraires, ils n'ont aucune aura et, de surcroît, ils échappent presque à la région (...) Après tout, "il n'est bon bec que de Paris" Et un livre ne peut trouver son public que s'il est porté par les médias parisiens. Si le Monde consacre 10 ou 20 lignes à un livre de Fédérop, on achètera ce livre à Lyon ; si c'est dans le Progrès, ça n'est pas vrai" (16).

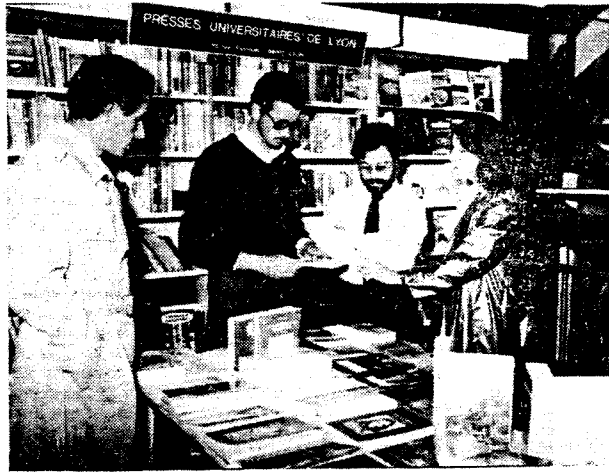
Même son de cloche du côté des libraires. Comme le démontre l'enquête effectuée en 1983 par l'Association des attachés de presse de l'édition auprès de trois cents libraires de province, ceux-ci, dans leur grande majorité, sont attentifs à la presse, qu'elle soit parisienne ou régionale. "Certains titres de la presse d'information générale comme de la presse littéraire jouent incontestablement un rôle de pilote en ce qui concerne l'information des libraires et du public sur les livres. De même, la motivation à la lecture et/ou l'achat de livres est-elle principalement due aux médias (écrit, radiophonique, télévisuel) soit qu'elle détermine directement le public, soit qu'elle encourage le libraire à favoriser tel ou tel titre".

Or, la presse régionale accorde au livre une place nettement insuffisante pour 77 % des libraires de province (tandis que 62 % considèrent que la presse nationale lui donne une place importante). Autre aspect de la différence de traitement de l'information sur le livre entre la presse nationale et régionale, relevé par M. BRUEL, libraire à Lavelanet : "Je regrette la mauvaise synchronisation entre la parution des articles dans la presse nationale et la presse locale - quelque-fois trop tard, souvent trop tôt, par rapport à la mise en place". A l'acquis de la presse régionale, il faut mettre le rôle décisif qu'elle joue pour le livre régional. En conséquence, une première constatation : la disparité, la disproportion, entre l'influence de la presse parisienne (et nationale) et celle de la presse régionale.

Seconde observation, non moins importante : d'une manière générale, dans les grands médias nationaux, la critique et la publicité faites aux livres de vulgarisation sont aussi très insuffisantes : "les journaux et les revues sont les seuls à publier des critiques rapidement, mais leur qualité est très variable. On y trouve avant tout le point de vue des journalistes, qui a le grand mérite de refléter celui du public. Toutefois il risque de manquer de rigueur ou d'être influencé par la nécessité de suivre de près l'actualité. L'opinion des spécialistes devrait aussi pouvoir se faire entendre. C'est pourquoi il nous semblerait utile que les scientifiques (chercheurs, enseignants) entretiennent des rapports suivis avec l'Association des journalistes scientifiques de la presse d'information (constitution de petits groupes de travail réguliers par exemple). Il faut noter que la science, sa vulgarisation et même la réflexion à son sujet sont absentes des grandes revues littéraires. Un journal comme le Monde relègue la critique des livres de sciences et sur la science dans le ghetto du "Monde des Sciences". Il n'y a pas non plus de chronique suivie des sciences humaines". (17).

Outre leurs envois de livres ou prospectus publicitaires, les presses universitaires organisent diverses formes d'animations. En novembre 1979, place Bellecour, une exposition avec comme thème "Lyon et les Lyonnais" était l'occasion de promouvoir les nombreux ouvrages traitant de sujets régionaux, dont ceux des P.U.L. En mai 1981, les PUL proposaient, pendant 15 jours, un tour d'horizon de leurs publications à la librairie Gibert de LYON.

**Presses universitaires de Lyon  
Tour d'horizon 1981**



A l'occasion de la sortie d'un livre nouveau, elles organisent parfois des séances de signatures. Les P.U.L. décident aussi de leur participation individuelle à de grandes foires du livre. A Bruxelles, Francfort ou Alger. "Un éditeur qui n'est pas présent à ces manifestations est un éditeur qui ne joue pas pleinement son rôle. Le fait que nous ayons été depuis cinq ans l'un des rares éditeurs scientifiques présents à Francfort n'a pas peu contribué au renom des P.U.L. et, par voie de conséquence, à celui de notre université. C'est à l'occasion de ces foires internationales que les contacts sont établis pour la vente de droits de traduction" (18).

2°) L'action des pouvoirs publics :

a) Au niveau national :

La Direction des bibliothèques, des musées et de l'information scientifique et technique est à l'origine d'un certain nombre d'initiatives en faveur de la promotion et de la diffusion du livre scientifique. Deux axes orientent son action : d'une part développer la communication dans l'université, d'autre part favoriser la diffusion de publications universitaires.

L'information dans l'université est diffusée par différents canaux. L'un des plus importants n'a aucun caractère institutionnel puisqu'il s'agit de ce que l'on appelle le "collège invisible", c'est-à-dire les rencontres entre chercheurs hors de réunions de travail ou de congrès, colloques, séminaires et qui ne font pas l'objet de comptes-rendus écrits. La DAMIST souhaite accompagner sinon compléter ce mode de communication par la mise à la disposition des établissements de studios audio-conférences, qui permettront l'organisation de réunions de travail à distance.

La DBMIST a aussi lancé l'opération Unitel, c'est-à-dire la mise à la disposition des utilisateurs d'un système d'informations locales, organisées en banque de données et accessibles en Vidéotex. Deux expériences sont conduites, l'une utilisant les possibilités d'un mini-ordinateur serveur de "pages" sous format Vidéotex, regroupant les établissements d'enseignement supérieur de la région Lorraine; l'autre ne concerne qu'une université, celle des sciences et techniques du Languedoc (Montpellier II) et utilise un micro-ordinateur.

Enfin, troisième possibilité proposée par la DBMIST en matière d'aide à la communication : l'observatoire des recherches qui, sous format Vidéotex là encore, rend accessible en ligne un annuaire des laboratoires et des secteurs de recherche dans les différentes universités permettant d'obtenir des informations tant régionales que thématiques.

Pour aider à une meilleure diffusion des publications universitaires, la DBMIST a mis en place le catalogue automatisé des publications d'origine universitaire : CAPOU. Il est interrogeable sur Minitel à Paris à la librairie Autrement dit, à la FNAC Montparnasse et dans quatre bibliothèques universitaires : Nanterre, Tolbiac, Censier et Ste-Geneviève. En 1984, il rassemblait 2500 descriptifs d'ouvrages en sciences humaines et sociales édités par différentes presses d'université. Son but est tout à la fois de permettre la recherche documentaire et la promotion de ces ouvrages. Mais cette opération s'est soldée par un échec : d'une part des renseignements indispensables manquaient au niveau <sup>les</sup> plus élémentaires de distribution ; d'autre part, le catalogue n'était pas régulièrement alimenté. La DBMIST a aussi <sup>apportée</sup> son aide dans la constitution et l'échange de fichiers entre éditeurs. A l'échelle nationale, un certain nombre d'organismes assurent la promotion de l'édition française. Par exemple l'Office de Promotion de l'édition Française (OPEF); il a pour mission d'organiser, dans le monde entier, des présentations nationales d'ouvrages français pour mieux faire connaître et promouvoir la production récente de tous les éditeurs et provoquer des ventes chez les libraires locaux. Son action passe par des manifestations et expositions. Autre illustration : Sciences sociales Export qui a pour mission de promouvoir la pensée française dans les pays francophones, en informant et offrant ses services aux prescripteurs étrangers, ceci par rapport à la production des éditeurs en sciences humaines. Elle organise congrès et expositions.

b) Au niveau local :

Depuis la loi de décentralisation (1982), les collectivités territoriales et particulièrement la commune et la région, ont un rôle important à jouer dans l'organisation des politiques culturelles. Nous allons prendre l'exemple de la région Rhône-Alpes qui est l'une des plus dynamiques dans sa politique du livre et où sont installées les Presses Universitaires de Lyon et celles de Grenoble.

L'office Rhône-Alpes du livre (ORAL) et de nombreuses fêtes du livres favorisent la promotion des ouvrages édités dans la région.

Créé en juillet 1983 et organisé sous forme d'une structure associative (loi de 1901) l'ORAL s'est donné plusieurs missions : la coordination entre tous ceux qui, à un titre ou à un autre, consacrent leur vie aux livres (éditeurs, bibliothécaires, libraires, écrivains, etc...); l'information à travers ses publications périodiques (ORAL - Infos, Actualité Rhône-Alpes du livre) qui offrent des renseignements d'actualité, des dossiers, des bibliographies; la promotion du livre par l'organisation de colloques, d'expositions, la distribution de bourses, la participation à des prix (comme le prix Rhône-Alpes du livre) ou en étant présent à des salons (Paris, Genève, Francfort, Montréal) ; l'innovation avec la réalisation (en collaboration avec l'agence de Coopération régionale pour la documentation) d'une banque de données, CORRAL, qui rassemblement les livres et revues disponibles édités dans la Région Rhône-Alpes et est interrogeable par minitel. Pour réaliser sa politique, l'ORAL dispose d'une équipe légère (cinq personnes dont deux à mi-temps) et de 1 700 000 Francs de subventions par an accordées pour un tiers par l'Etat, pour deux tiers par la région Rhône - Alpes.

Celle-ci est aussi le siège de manifestations pour promouvoir le livre. A Saint-Etienne depuis Octobre 1986, la Fête du livre ouvre ses porte pour trois jours. La ville de Bron à la périphérie de Lyon a lancé elle aussi, en mai 1987, sa première "Fête du livre" deux jours rythmés par les lecture de textes et les colloques. Mais, les opérations spectaculaires ne connaissent pas toutes le même éclat. La foire de Lyon avait abrité en son temps un "salon du livre" L'expérience n'a pas été reconduite ; elle a été remplacée par une manifestation de moindre ampleur : un Salon des écrivains Lyonnais.

- (1) - Livres - Hebdo - 11.01.1982.
- (2) - Livres - Hebdo - 11.01.1982.
- (3) - Livres - Hebdo - 11.01.1982.
- (4) - BONY Françoise - Livres Hebdo - 20.06.1988.
- (5) - BULL - Bibl- France N° 2 - 1986.
- (6) - Résonance - N° 21 - Juin 1985.
- (7) - Résonance - N° 21 - Juin 1985.
- (8) - Livres-Hebdo - 11.01.1982.
- (9) - Livres-Hebdo - 11.01.1982.
- (10) - Lyon-Figaro - 05.02.1988.
- (11) - Universités - 1981-82.
- (12) - Rapport Pingaud - Barreau - 1982.
- (13) - Rapport Pingaud - Barreau - 1982.
- (14) - SAUGNIEUX, Joël - Rapport Moral - 1985.
- (15) - Résonance - N° 21 - Juin 1985.
- (16) - Résonance - N° 21 - Juin 1985.
- (17) - Livres- Hebdo 28.06.1982.
- (18) - SAUGNIEUX], Joël - Rapport Moral.



### CONCLUSION

On ne soulignera jamais assez la diversité des presses universitaires, diversité des orientations et des méthodes adoptées afin de résoudre des problèmes qui ne varient pas d'une maison d'édition à l'autre. Pour les résoudre, les presses françaises ont entrepris des actions individuelles ou collectives, dont certaines ont déjà porté leurs fruits. Pour l'avenir, trois évolutions sont susceptibles de jouer en leur faveur et de les aider à surmonter leurs difficultés.

D'une part, l'évolution des rapports entre les presses universitaires et l'Etat. En son temps, le Ministère des Universités a longuement hésité avant de les reconnaître, pour des motifs de concurrence avec le secteur privé de l'édition. Aujourd'hui, le ministère de l'Education Nationale (la Direction des Bibliothèques des Musées et de l'Information Scientifique et Technique, plus particulièrement) apporte aux presses son aide active. Mais il n'existe pas encore en France une vraie politique globale en matière d'édition scientifique. On reproche principalement à l'Etat un saupoudrage de crédits souvent minimes, notoirement insuffisants pour permettre à eux seuls la fabrication d'un livre ou d'une revue" (A. Sanouillet) En effet, une dizaine de ministères au moins interviennent chacun de leur côté et sans véritable concertation, dans la distribution des subventions (les ministères de l'Education Nationale, de la Culture, des Relations Extérieures, de l'Industrie, de la Recherche, etc...) Accordées de façon dispersée et souvent anarchique, à la suite de procédures lentes, elles n'ont pas toujours l'efficacité nécessaire sur l'édition scientifique. La politique de l'Etat devra être réfléchie à l'échelle nationale et programmée pour une présence réelle du livre scientifique français à l'échelle internationale. La proposition d'un organisme fonctionnant sur le système du Centre national des lettres mais orienté vers l'édition scientifique, fait son chemin. "Des subventions sur programme aux éditeurs scientifiques, des

aides aux auteurs pour des commandes précises, apparaissent comme des idées très intéressantes. Il faudrait mettre en place, au ministère de la Culture, des commissions pour élaborer les choix correspondants et, pour cela, puiser largement dans les ressources humaines des institutions de recherche et des sociétés savantes, quand elles existent" (1).

D'autre part, l'évolution des techniques de fabrication du livre, avec l'explosion des nouvelles technologies, vont permettre aux presses universitaires de résoudre leurs difficultés de fabrication et, parallèlement, de concentrer leurs forces sur la distribution et surtout la diffusion de leurs livres.

Enfin, l'évolution des besoins du public peut servir les desseins des éditeurs universitaires. Certains, comme Jean-Marie BONNET, le directeur des Presses Universitaires de Nancy, affirment : " La Fin de ce siècle verra la disparition de la production de masse dans l'édition. Le public aura de moins en moins le loisir de lire et il voudra, faute de temps, des ouvrages tout pointus, plus spécialisés " (2). Ce phénomène aurait déjà fait son apparition aux Etats-Unis.

On le voit donc : des possibilités de développement existent pour les presses universitaires. A elles de les exploiter au mieux de leurs capacités.

(1) Livres-Hebdo, N° 26-28, Juin 1982.

(2) Perrin, Jean. Le Monde Campus. 12 mars 1987.

## BIBLIOGRAPHIE

### I - Les mutations de l'université : 1968 - 1970

#### 1) Ouvrages :

- De CHALENDAR Jacques : Une loi pour l'université, avec le manuscrit inédit d'Edgar FAURE, Paris, Desché de Brouwer, 1970, 271 p.

- Guichard, Olivier. L'Education nouvelle, Paris, Plon, 1970, 125 p.

#### 2) Articles :

- "Face à l'évènement", supplément, Revue de l'A.U.P.E.L.F. N°2, 1968, p. 89 - 91.

- "Une loi d'orientation de l'enseignement supérieur", Revue de l'A.U.P.E.L.F. N°3, 1968, p.11 - 49.

- "La remise en question de l'Université, n° spécial, Les Sciences de l'Education, Juillet 1968.

- Journal officiel de la République Française. Lois et décrets - 13 Novembre 1968 - ( pour la loi elle même).

- Modile, Joël, "Les P.U.L. : un pool d'universitaires", Lyon, Résonance, 15.05.77

- "Les P.U.L. : 20 ouvrages publiés, plus de 50 diffusés..." Journal Rhône-Alpes 11.07.78.

- Descours, Françoise. "Les P.U.L.", Lyon-Poche, 11.17. Octobre 1978.

- "Lyon et les lyonnais aux P.U.L.", Journal Rhône-Alpes, 1.12.78.

- Tardy, Denis. "Editions pour curieux et lettrés : les P.U.L. refusent l'ouvrage scientifique comme la vulgarisation", Lyon, Le Progrès, 28.08.79.

- Quinot Odile, "Les P.U.L. : être éditeur à part entière", Lyon, Le Progrès 2802.04.80.

- "Les P.U.L. fêtent leur cinquième anniversaire", Journal Rhône-Alpes, 9.01.82.

- "Les P.U.L.: les produits de la recherche ", Le Magazine littéraire, N° 176 Septembre 1981.

- Bricet, G. " Les P.U.L. ont gagné leur pari..." , Loire-Matin, 9.01.82.
- SAUGNIEUX , Joël, "Les P.U.L." Universités, N° 3-4. 1981.
- "Les P.U.L." , Vivre à Lyon, N° 43, Février 1982.
- Quirot, Odile, "Les PUL cinq ans après : pari tenu", Lyon, Le Progrès, 13.09.82.
- Gravillon, Paul, " Des prix littéraires pour les P.U.L.", Lyon, Le Progrès le 6.03.83.
- Etévenaux, J. "Les PUL : une maison d'édition presque comme les autres", Journal Rhône-Alpes, 24.03.83.
- Ferrand, Christine, "Les PUL : 150 titres depuis 1976 et une politique éditoriale autonome", Livres Hebdo, N° 8, 1984.
- Gravillon, Paul. "Le 200ème titre des PUL", Lyon Le Progrès, 12.01.85.
- Chartie, Roger, "Les PUL : huit années, deux cent livres", Libération, 23.01.85
- "Les PUL : anniversaire", Livres Hebdo n°16. 15.4.85.
- Vernet, Joël, "Les dix ans des PUL : les livres savants ont pris de la bouteille", Paris Libération, 25.09.86.
- Giraud, Brigitte "Les PUL font la manche", Lyon Figaro, 5.02.88.
- Garden, Maurice. "Rapport sur les PUL : à l'intention du Comité National d'Évaluation", le 18 mars 1988.

### III - L'édition Universitaire, scientifique ou de recherche en France :

#### 1) Articles :

- Léger, Jean-Marc, "Les problèmes du livre : liaison avec l'université dans le domaine de l'édition scientifique et technique", Problèmes politiques et sociaux, N° 179-180, juin 1973, p. 40-41.
- Léger, Jean-Marc, "Regard sur l'édition universitaire", Bibliographie de la France - Biblio, n° 7, 1978, 250-258.
- Delangle, Cécile. " Les Presses d'université, pour quoi faire ?" A paraître, n° 3, 1978.
- Sang, Nicole. " Sept Presses d'université à la recherche d'un remède", Le Monde 17.02.78.
- "L'édition universitaire : entre la crainte et l'inquiétude", Livres - Hebdo N°7, 16.10.79. p 89- 92.
- Degenne , Jean-François. "Des P.M.E. dans le service public : les Presses d'université deviennent de plus en plus de véritables éditeurs: Le Monde de l'Education, Janvier 1980.

- Saugnieux, Joël. " Pour une politique des publications universitaires", Le Monde, 11.11.81.
- Bodin, Louis. " Les Presses universitaires en France" Universités, Septembre 81-Janvier 82, N° 3 -4 p. 46-47.
- Les Presses universitaires de langue français", Universités, Septembre 1981 Janvier 1982 N° 3-4 p.41.42.
- Boursin, Jean-Louis, "L'édition scientifique de langue française" - idem.
- Dufour, Marie-Louise, "L'Association Française des Presses d'Université" -idem.
- Ferrand, Christine, "La recherche et le livre " Livres-Hebdo, N° 2, 11.1.82.
- Eribon, Didier, "Des éditeurs à l'université", Libération, 31.03.82.
- L'édition scientifique en France, Livres-Hebdo, N° 26, 28.6.82.
- Vitouse, Marie-Claude. " Le bureau de l'édition scientifique et technique à la D.B.M.I.S.T.", Bull - Bill - France, t. 28, N°2, 1983.
- "L'Université et le devenir du livre : publier ou éditer", Lyon-Matin, 19.11.83.
- "Le devenir du livre : l'ancien-régime de la publication des thèses est révolu : l'université se veut editrice" : Journal Rhône-Alpes : 19.11.83.
- "Comment la D.B.M.I.S.T. aide l'université à publier, Livres Hebdo, N° 20, 14.5.84.
- Bony, Françoise, Varloot, Denis, "Priorité à ceux qui valorisent la recherche" Livres Hebdo, N°20, 14.5.84.
- Dossier rentrée universitaire, Livres-Hebdo, N° 42, 14.10.85.
- Taillandier, François. "Nancy : les presses d'université en Congrès" Livres Hebdo, N° 25, Juin 88.
- Engel, Walter. "Le Français Outre-Rhin : la production française dans les bibliothèques de recherche d'Allemagne Fédérale," Bull Bill France, +31, N°2, 1986.
- Perrin, Jean. "Universitaires Editeurs". Le Monde Campus, 12.03.87.
- Callon M. Leydesdorff. "La recherche française est elle en bonne santé?" La Recherche, N° 186, Mars 1987.
- Bony, Françoise, "Les Directeurs de B.U. préparent leur congrès", Livres Hebdo, N° 25, 20.6.88.

## 2) ouvrages.

- Truc, Sylvie. Les Presses Universitaires de Grenoble, Villeurbanne, ENSB, 1980  
39 p.

- Bouvaist, Jean-Marie; Boin, Guy : Les jeunes éditeurs : esquisse pour un portrait : essai de synthèse, Paris : La Documentation française, 1986, 183 p.
- Martin, Henri-Jean; Chartier Roger. Histoire de l'édition française, Paris, Promodis, 1982, 3vol.
- Le livre en France: la recherche et l'enseignement. actes du colloque sur la recherche des métiers du livre, Paris, Ed Rets, 1984, 224 p.
- Edition de recherche en France enquêt sur son état actuel, propositions de structures éditoriales adaptées aux exigences de la recherche, Paris, MIDIST, 1981, 130 p.
- Centre de recherche sur l'édition : L'édition scientifique universitaire, Grenoble, Université des langues et lettres, 1976, 65 p.
- Le livre scientifique et le livre de vulgarisation scientifique en France : Actes du colloque organisé par l'Association des bibliothécaires français dans le cadre du Festival International du livre à Nice le samedi 13 mai 1978, Paris, Munich, New York : K.G. Saur, 136 p.
- Sanouillet Anne; Prédal René, Livre, Science et Région, Nice, Centre du XXe siècle, 1985, 114 p.

### 3) Rapports;

- Boursin, Les presses d'université, rapport à Monsieur le Ministre de l'Education Nationale (D.B.M.I.S.T.).
- Cour des comptes, Rapport au Président de la République. Journal Officiel, édition des documents administratifs, N° 71, 6.7.83.
- Devisse, Jean ; Senghor Xavier : L'édition et la diffusion des travaux scientifiques en langue française sur l'Afrique : rapport, Paris, la Documentation Française, 1985, 103 p.

## IV - L'édition en Province.

### 1) Articles.

- Xavier, J.M. "Edition régionale : la voix au chapitre", Métropole, 11.78.
- L'édition régionale, Livres-Hebdo, 7.4.79.
- "Editeurs : pourquoi la province ?" Lyon-Magazine N°6, 02.81.
- Frangin, Bernard, "Quel avenir pour l'édition régionale ?" Lyon, Le Progrès, 6.10.83

- Savigneau, Josyane, "Les Rhônalpins au Salon du livre : éditer ... et le faire savoir", Le Monde, 26.3.86.

- "Les Presses Universitaires : une courageuse tentative d'ouverture sur le monde régional"; Lyon Matin. 8.10.82.

- "Livres : des ambitions pour la région," Le Monde Rhône-Alpes, mai 1987.

## 2) Mémoire, dossier et enquête :

- Rouault, M.F. Edition et diffusion en région Rhône-Alpes, Villeurbanne : Ecole Nationale Supérieure des Bibliothécaires, 1983, 85 p.

- Le livre et sa diffusion à Lyon : Lyon N° 21, juin 1983.

- Association des Attachés de Presse de l'édition : L'influence de la presse sur la lecture en province. enquête effectuée auprès de trois cents libraires de province, Janvier - Mars 1983.

## V - Ouvrages généraux sur l'édition :

### 1) Ouvrages :

- Bouvaist JM. Pratiques et métiers de l'édition, Paris, Promodis, 1986, 317 p.

- Breton, Jacques. Le livre français contemporain : manuel de bibliographie, Malakoff, Solin, 1988, 2 vol. 803 xp, graph, tabl, index, bibliographie p785-786.

### 2) Rapports :

- B. Pingaud, J.C. Barraud. Pour une politique nouvelle du livre et de la lecture: rapport de la commission du livre et de la lecture 1982, 297 p.

- Cahart, Patrice, Le livre français a-t-il un avenir ? Rapport au ministre de la culture et de la Communication, 1988.

## VI - Statistiques générales sur l'édition :

- Annuaire statistique de la culture, Livres-Hebdo, N° 46, 87;

- Direction de l'administration Générale et de l'environnement culturel, département des études et la prospective. Annuaire statistique de la Culture, Paris, la Documentation Française, 1987, IX, 139 p.

- La Communication scientifique et technique et ses médias, BIPE ( Bureau d'information et de prévision économique) sept 86, 283 p.

### VII Fabrication du livre :

- Dreyfus, John, Richaudeau François. La chose imprimée. histoire, techniques, esthétique et réalisation, Paris, Retz, 1985, 640 p.

### VIII L'exportation du livre universitaire.

- Dillenseger, M.F. La diffusion du livre français à l'étranger et l'intervention des pouvoirs publics, Villeurbanne, Ecole Nationale Supérieure des Bibliothécaires, N° 9, 1984, 98 p.

### IX Les presses universitaires nord-américaines

- Vachon, André : "La troisième force ou l'essor des Presses d'université": Revue de l'AUPELF, N°1, 1968.

- Audibert, Louis. "Etats Unis : prestige des presses Universitaires", Le Monde Campus, 12.2.87.

- Frément, Claude : "Diffusion et distribution du livre universitaire au Québec, Les presses de l'Université Laval" Universités, N° 3 -4, Septembre 1981, Janvier 1982, p 51. 52.56.

- Sanouillet Anne, Scholarly Publishing et l'édition de recherche en Amérique du Nord ; thèse pour le doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Nice, Université de Nice, U.E.R. Civilisation 1985, 427 p.



### ENTRETIENS

- Monsieur Alain GIFFARD ( Direction des Bibliothèques, des musées et de l'information Scientifique et Technique . Bureau de l'édition et des systèmes d'information). Jeudi 9 Juin 1988.
- Monsieur BARDET (Direction de la Recherche). Mardi 14 Juin 1988.
- Madame EPICOCO ( Centre National des lettres. Division Traduction et Littérature Scientifique). Mardi 14 Juin 1988.
- Madame Irène BESSIERE ( Editions de la Maison des Sciences de l'homme, Paris). Mercredi 15 JUIIN 1988.
- Monsieur Claude JEANNIN (Premier Directeur des Presses Universitaires de Grenoble). 28 JUIIN 1988. Cet entretien s'est accompagné de la visite des Presses Universitaires de Grenoble.

ANNEXES

- QUESTIONNAIRE A L'INTENSION DES PRESSES UNIVERSITAIRES -

1- LA MAISON D'EDITION :

- 0- NOM : PRESSES UNIVERSITAIRES DE BORDEAUX
- 1- SIEGE SOCIAL : Université de Bordeaux III - Domaine Universitaire  
33405 TALENCE CEDEX
- 2- DATE DE CREATION : 1983
- 3- REGIME JURIDIQUE :
- A.S.B.L. loi 1901
- Service Commun de l'Université
- S.A.R.L.

4- L'EQUIPE :

Salariés	Nombre : 5 (+ 9 aux services techniques)
<del>Bénévoles</del>	Origine de la rémunération : Etat et ressources propres
	<del>XXXXX :</del>
	<del>XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX</del>

Organigramme

Directeur → Chargé des relations extérieures → Comptabilité → Secrétariat → Expédition

5- FINANCEMENT :

Partenaires	% de chacun dans le financement total
Université. (Centres de recherches)	10 %
Etat.	
Collectivités locales.	
C.N.L.	
C.N.R.S.	
Autres.	
Produits divers	90 %

<i>Nature des fonds</i>	<i>% de chacun dans le total</i>
<i>Ressources propres :</i>	90 %
<i>Avances remboursables :</i>	0
<i>Subventions à fonds perdus :</i>	10 %

6- *CHIFFRE D'AFFAIRE :*

. *Montant Global pour :*

- 1986 : 400 000 F.

- 1987 : 600 000 F.

7- *PRIX LITTERAIRES :*

8- *APPARTENANCE A UNE ASSOCIATION OU SYNDICAT :*

*A.F.P.U.*

*A.U.P.E.L.F.*

*S.N.E.*  En cours

*Autres :*

II LE CATALOGUE :

1- *POLITIQUE EDITORIALE :* Diffusion de publications de qualité auprès d'un public plus large que la seule communauté universitaire.

	<i>oeuvres spontanées</i>	<i>commandées</i>
2- <i>Nombre de manuscrits déposés par an : 60</i>	45	15

3- Nbre de livres | parus | depuis la création |   
 | | par an |   
 | | épuisés |

4- QUI DECIDE DU CHOIX DES OUVRAGES A PUBLIER ?

- . Conseil scientifique de l'université
- . Directeur des Presses Universitaires
- . ~~Collège~~ de lecteurs individuels   
 (avis autorisés)

5- CRITERES DE CHOIX DES MANUSCRITS :

- . Critère intellectuel ? OUI
- . Critère commercial ? OUI

6- GENRES DES PUBLICATIONS :

- Livres :
- . thèses spécialisées
  - . livres d'intérêt général
  - . actes de colloques
  - . manuels universitaires
- Publications périodiques

7- DOMAINES COUVERTS :

Histoire, géographie, sciences sociales, langues (Anglais, Espagnol),  
 Belles lettres, ouvrages régionaux (viticulture, viniculture...).

8- Collections | leur nombre   
 | leur titre  
 | date de création :

Pas véritablement de collections mais regroupements thématiques par disciplines, par aires culturelles et par institutions-partenaires.

9- AUTEURS :

Auteurs	% de chacun dans le total des autres
auteurs de l'université.	≈ 70 %
auteurs d'autres universités.	≈ 28 %
non - universitaires.	≈ 2 %

Contrat d'auteur : OUI

Editions à compte d'auteurs  NON

10- RAPPORTS AVEC PARTENAIRES EXTERIEURS :

Traductions : nombre

Coéditions : nombre

Noms des partenaires par ordre d'importance :

Ed. C.N.R.S., Presses de l'Université de Laval, S.E.L.A.F./Peeters.

11- L'OBJET - LIVRE :

Imprimeur intégré à l'université  80 %  
 extérieur  20 %

Présentation matérielle : - pelliculé en général  
 - broché, éventuellement cahiers cousus, 13 X 21 cm

Iconographie : En général non, mais quand il s'agit d'un atlas de cartes en quadrichromie ou en noir et blanc.

### III DIFFUSION - DISTRIBUTION

1- Tirage                      *moyen* : 500 )  
    *minimum* : 300 )                      (1ère édition)  
    *maximum* : 1 500 )

2- A PARTIR DE QUEL % DU TIRAGE EFFECTUE :

*Couvrez - vous vos frais ?* Cela dépend des livres

3- LONGEVITE DU LIVRE :

*minimum* :  
*moyenne* : 2 ans  
*maximum* :

4- CANAUX DE DISTRIBUTION :

*Diffusion par correspondance*  
*Services d'un organisme de diffusion*

Pays	<u>FRANCE</u>	ETRANGER			
		* BENELUX	* CANADA	* R.F.A. SUISSE	* ESPAGNE G.B. ITALIE
<i>Genres de Publication</i>					
<i>Livres</i>	X	X	X	X	X
<i>Périodiques</i>	X	X	X	X	X

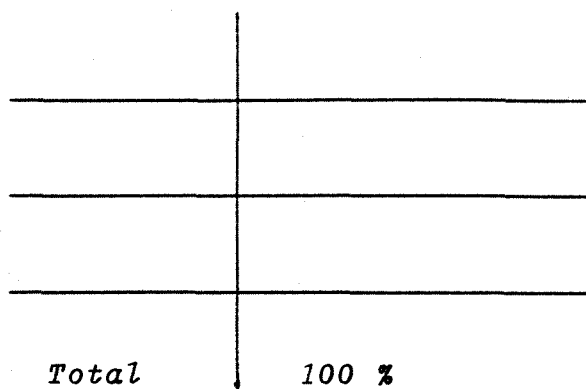
*Autodiffusion auprès des libraires*

*Nombre de libraires visités*   
très régulièrement

*Implantation géographique* : Bordeaux, Paris, Aix-en-Provence  
Toulouse, Montpellier.

\* noms des Pays

5- % DE VENTE PAR CANAUX DE DISTRIBUTION :



6- ETES-VOUS SATISFAIT DU SYSTEME DE :

diffusion en France ?

diffusion à l'étranger ? Peu, mais un éditeur sera-t-il jamais satisfait ?

7- Une politique commune de diffusion des Presses d'Université est-elle, selon vous, possible ?

Nous ne faisons pas encore partie du C.I.D. (en cours de discussion).

Serait-elle la bienvenue ? OUI

8- % du prix du livre qui va à la diffusion :

≈ 35 %

Variable selon les titres

9- RETOURS D'INVENDUS en 1987 : PEU

IV PROMOTION

1- Disposez-vous d'un fichier d'adresses ?

Combien comprend-il de noms ? ≈ 3 000

2- Service de Presse :  Nombre : 20 à 100 selon le livre

3- Envoi de prospectus :  Nombre par ouvrage : 200 à 1 000

4- Envoi de catalogue :

5- Manifestations, signatures, animations



6- Participation aux foires ou salons

En France, lesquelles ? Paris, Bordeaux, Pau  
A l'étranger, lesquelles ?

Stand	propre	<input checked="" type="checkbox"/>
	collectif	
	avec d'autres presses	<input type="checkbox"/>

V OBSERVATIONS ET SUGGESTIONS :

- QUESTIONNAIRE A L'INTENSION DES PRESSES UNIVERSITAIRES -

1- LA MAISON D'EDITION :

- 0- NOM : PRESSES UNIVERSITAIRES DE GRENOBLE  
 1- SIEGE SOCIAL : BP 47X - 38 040 GRENOBLE  
 2- DATE DE CREATION : 1972  
 3- REGIME JURIDIQUE :

- A.S.B.L. loi 1901   
 Service Commun de l'Université   
 S.A.R.L.   
 S.A. Coopérative.

4- L'EQUIPE :

Salariés | Nombre : 7,5

Bénévoles

Origine de la rémunération : 3 postes délégués par l'Université - 4,5 postes salariés par la S.A.  
 Nombre : 0

Profession annexe :

- Organigramme {  
 1 Directeur Général  
 1 Chef fabrication  
 1 Directrice Administrative  
 1 Responsable des stocks  
 1 Responsable de la Revue "Economies et Sociétés"  
 1 Secrétaire d'édition  
 1 Secrétaire  
 1/2 poste fabrication

5- FINANCEMENT :

Partenaires	% de chacun dans le financement total
Université.	1%
Etat.	0%
Collectivités locales.	2,5%
C.N.L.	4%
C.N.R.S.	3,25%
Autres.	

Nature des fonds	% de chacun dans le total
Ressources propres :	88%
Avances remboursables :	4%
Subventions à fonds perdus :	<del>8%</del> 8%

6- CHIFFRE D'AFFAIRE :

. Montant Global pour :

- 1986 : 1 800 000  
 - 1987 : 2 000 000

7- PRIX LITTERAIRES : Prix Heussmann de la Ville de Paris en 1985 pour "Paris, les héritiers d'Heussmann"

8- APPARTENANCE A UNE ASSOCIATION OU SYNDICAT :

A.F.P.U.

A.U.P.E.L.F.

S.N.E.

Autres : Indexport  
 Livrest  
 OPEF

II LE CATALOGUE :

1- POLITIQUE EDITORIALE :

Universitaire ouverte -

	oeuvres spontanées	commandées
2- Nombre de manuscrits déposés par an :		

100 manuscrits envoyés ou déposés par an environ -  
 publication: environ 8 commandés  
 24 spontanés choisis par le conseil éditorial  
 + 12 numéros de la revue "Economies et Sociétés"

3- Nbre de livres parus depuis la création 308  
 par an 30 environ  
 épuisés 100 environ

- 4- QUI DECIDE DU CHOIX DES OUVRAGES A PUBLIER ?
- . Conseil éditorial
  - . Conseil scientifique de l'université
  - . Directeur des Presses Universitaires
  - . Collège de lecteurs

5- CRITERES DE CHOIX DES MANUSCRITS :

- . Critère intellectuel ?  
70%
- . Critère commercial ?  
30%

6- GENRES DES PUBLICATIONS :

Livres :

- . thèses spécialisées  (récentes)
- . livres d'intérêt général
- . actes de colloques
- . manuels universitaires

Publications périodiques  → Revue "Economie et Sociétés"

7- DOMAINES COUVERTS :

écologie, économie, politique, histoire, philosophie, urbanisme, architecture, littérature, droit, médecine, physique, mathématique, linguistique, enseignement, français, géographie, communication, informatique, théâtre, cinéma, régionalisme, psychologie, technologie.

8- Collections leur nombre 12  
 leur titre

Économie et Sociétés 1984

date de création : Grenoble Sciences 1983  
 Sport en Question 1986  
 Bicentenaire de la Révolution 1987  
 Vies locales 1987  
 Sciences et Technologies de la connaissance 1987

Influences 1983

Libres courts 1986

Énergie et Sociétés 1982

L'Empreinte du Temps 1979

Débuts d'un siècle 1980

Français Langue étrangère et Naternelle (EFLN) 1985

9- AUTEURS :

Auteurs	% de chacun dans le total des autres
auteurs de l'université.	50%
auteurs d'autres universités.	30%
non - universitaires.	20%

Contrat d'auteur : oui

Editions à compte d'auteurs

Non !

10- RAPPORTS AVEC PARTENAIRES EXTERIEURS :

Traductions : nombre  2 par an environ

Coéditions : nombre  variable

Noms des partenaires par ordre d'importance :

Université Grenoble I  
 ENSBA - Editions St Markin (Canada) - Maripio  
 J.S. Pauvert - OPU (Alger) - - -

11- L'OBJET - LIVRE :

Imprimeur intégré à l'université   
 extérieur

Présentation matérielle : brochés pour les  
 me jointi + qqus un carbonnés

Iconographie : assez fréquente.

III DIFFUSION - DISTRIBUTION

1- Tirage

moyen : 2 000

minimum : 1 000

maximum : 5 000

} (129 tirages)

2- A PARTIR DE QUEL % DU TIRAGE EFFECTUE : 25%

Couvrez - vous vos frais ?

3- LONGEVITE DU LIVRE :

minimum : 3 mois

moyenne : 2 ans

maximum : illimitée

4- CANAUX DE DISTRIBUTION :

dition = distribution  
diffusion

Diffusion par correspondance

(mailings)

Services d'un organisme de diffusion/distribution

à l'étranger

Pays	FRANCE	ETRANGER			
		*Suisse SNL	*Belgique Nord/Sud	*Canada SOMABEL	*
Genres de Publication					
Livres					
Périodiques					

{ Distribution en France : DISTIQUE  
Autodiffusion auprès des libraires  (en France,

Nombre de libraires visités 300 env.  
(1600 clients en tout)

Implantation géographique : France  
Belgique;

(en France, per des représentants multi-carte ou nous-même)  
Suiss,  
Canada

\* noms des Pays

5- % DE VENTE PAR CANAUX DE DISTRIBUTION :

Distributeur	50%
étranger	12%
Direct	38%
Total	100%

6- ETES-VOUS SATISFAIT DU SYSTEME DE :

diffusion en France ? Non car insuffisant  
 diffusion à l'étranger ? Non car partenaires  
 peu fiables -

7- Une politique commune de diffusion des Presses  
 d'Université est-elle, selon vous, possible ? Non

Serait-elle la bienvenue ? Non

8- % du prix du livre qui va à la diffusion :

%  
 Diffusion 12%  
 Distribution 10%  
 Librairies 38% en moyen

9- RETOURS D'INVENDUS en 1987 : 7%

IV PROMOTION

1- Disposez-vous d'un fichier d'adresses ?  
 Combien comprend-il de noms ? 10 000

2- Service de Presse :  Nombre : 5% du tirage

3- Envoi de prospectus :  Nombre par ouvrage : 1000

4- Envoi de catalogue :  5 000 par an

5- Manifestations, signatures, animations

6- Participation aux foires ou salons

En France, lesquelles ?

A l'étranger, lesquelles ?

Salon du livre Paris  
+ autres salons littéraires  
Alger, Tunis, Belgique, Canada (cf OPEF)  
Stand   
collectif X  
avec d'autres presses

V OBSERVATIONS ET SUGGESTIONS :

Pourriez-vous nous faire parvenir  
un exemplaire de votre étude  
lorsqu'elle sera terminée ?

Avec nos remerciements,

Véronique BERNARD  
(Secrétaire d'édition)





- QUESTIONNAIRE A L'INTENSION DES PRESSES UNIVERSITAIRES -

1- LA MAISON D'EDITION :

0- NOM : PRESSES UNIVERSITAIRES DE LILLE

1- SIEGE SOCIAL : rue du Barreau - B.P.199 - 59654 VILLENEUVE  
D'ASCQ

2- DATE DE CREATION : 1971

3- REGIME JURIDIQUE :

A.S.B.L. loi 1901

depuis 1976

Service Commun de l'Université

de 1971 à 1976

S.A.R.L.

4- L'EQUIPE :

Salariés

Nombre : 13

Origine de la rémunération : Fonction Publique

Bénévoles

Nombre :

Profession annexe :

Organigramme

POUR 1987

5- FINANCEMENT :

Partenaires	% de chacun dans le financement total
Université.	4,30 %
Etat.	
Collectivités locales.	
C.N.L.	4 %
C.N.R.S.	
Autres.	3,20 %
Produit des ventes	75 %
Divers	13,5 %

<i>Nature des fonds</i>	<i>% de chacun dans le total</i>
<i>Ressources propres : vente</i> Produit de Divers	75 % - 13,5 % = 88,5 %
<i>Avances remboursables : CNL</i>	4 %
<i>Subventions à fonds perdus :</i>	3,20 % - 4,30 %

6- *CHIFFRE D'AFFAIRE :*

. *Montant Global pour :*

- 1986 : 1 229 337,00 F.F. H.T.

- 1987 : 1 373 181,00 F.F. H.T.

7- *PRIX LITTERAIRES :*

AUCUN

8- *APPARTENANCE A UNE ASSOCIATION OU SYNDICAT :*

A.F.P.U.

A.U.P.E.L.F.

S.N.E.

*Autres :* - OPEF  
- UDEF  
- SCIENCES SOCIALES EXPORT

II LE CATALOGUE :

1- *POLITIQUE EDITORIALE :* FIXEE PAR LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

	<i>oeuvres spontanées</i>	<i>commandées</i>
2- <i>Nombre de manuscrits déposés par an :</i>	≈ 60	0

3- Nbre de livres	parus	depuis la création	<input type="text"/>	305
		par an	<input type="text"/>	30
	épuisés		<input type="text"/>	90

4- QUI DECIDE DU CHOIX DES OUVRAGES A PUBLIER ?

- . Conseil scientifique de l'université
- . Directeur des Presses Universitaires
- . Collège de lecteurs
- . Conseil d'Administration en dernier ressort

5- CRITERES DE CHOIX DES MANUSCRITS :

- . Critère intellectuel ? 85 % mais chaque volume est un cas particulier
- . Critère commercial ? 15 %

6- GENRES DES PUBLICATIONS :

Livres :		. thèses spécialisées remaniées	<input checked="" type="checkbox"/>
		. livres d'intérêt général	<input type="checkbox"/>
		. actes de colloques	<input checked="" type="checkbox"/>
		. manuels universitaires	<input type="checkbox"/> 1 titre
		. livres à caractère universitaires	<input checked="" type="checkbox"/>
		Publications périodiques	<input type="checkbox"/>
		au nombre de 4	

7- DOMAINES COUVERTS :

SCIENCES HUMAINES

8- Collections		leur nombre	<input type="text"/>	9
		leur titre	Histoire-Linguistique-Littérature Philologie-Philosophie-Psychologie-Sociologie Manuels de l'Ens. Sup.-Droit	
		date de création :		

9- AUTEURS :

Auteurs	% de chacun dans le total des autres
auteurs de l'université.	50 %
auteurs d'autres universités.	50 %
non - universitaires.	0

Contrat d'auteur :

Editions à compte d'auteurs  NON

10- RAPPORTS AVEC PARTENAIRES EXTERIEURS :

JUR 1987

Traductions : nombre

Coéditions : nombre

Codiffusion

Noms des partenaires par ordre d'importance :

- Holland Université Press.

- Max Niemeyer Verlag

- Divers.

11- L'OBJET - LIVRE :

Imprimeur intégré à l'université

extérieur

Présentation matérielle :

Machine Heidelberg.

Iconographie :

Dans certains ouvrages. pas systématique

5- % DE VENTE PAR CANAUX DE DISTRIBUTION :

ventes directes	35 %
diffusion	65 %
<i>Total</i>	100 %

6- ETES-VOUS SATISFAIT DU SYSTEME DE :

| diffusion en France ?  
 | diffusion à l'étranger ? NON. SECTEUR A AMELIORER

7- Une politique commune de diffusion des Presses d'Université est-elle, selon vous, possible ?

OUI

Serait-elle la bienvenue ?

OUI (en Sciences Humaines, il existe le C.I.D. Centre Interinstitutionnel de Diffusion)

8- % du prix du livre qui va à la diffusion :

≈ 50 % de 43 % à 55 %

9- RETOURS D'INVENDUS en 1987 :  
concerne nos diffuseurs.

IV PROMOTION

1- Disposez-vous d'un fichier d'adresses ? OUI  
Combien comprend-il de noms ? 25 000 environ

2- Service de Presse :  Nombre : 85

3- Envoi de prospectus :  Nombre par ouvrage : 2

4- Envoi de catalogue :

5- Manifestations, signatures, animations

III DIFFUSION - DISTRIBUTION

1- Tirage                    *moyen*    : 1 100  
     *minimum* : 400  
     *maximum* : 5 500

2- A PARTIR DE QUEL % DU TIRAGE EFFECTUE :

Couvrez - vous vos frais ? 50 %

3- LONGEVITE DU LIVRE :

*minimum* :  
*moyenne* : OUVRAGES DE FONDS  
*maximum* :

4- CANAUX DE DISTRIBUTION :

*Diffusion par correspondance*              
*Services d'un organisme de*  
*diffusion*   

Pays	FRANCE	ETRANGER			
		*	*	*	*
Genres de Publication					
Livres	75 % C.A.	25 % C.A.			
Périodiques					

*Autodiffusion auprès des libraires*     NON

*Nombre de libraires visités*     concerne nos diffuseurs

*Implantation géographique* : INTERNATIONALE

\* noms des Pays

6- Participation aux foires ou salons

En France, lesquelles ? PARIS-SENLIS

A l'étranger, lesquelles ? BRUXELLES-GENEVE-  
FRANKFORT

Stand	propre	<input type="checkbox"/>
	collectif	
	avec d'autres presses	<input checked="" type="checkbox"/>

V OBSERVATIONS ET SUGGESTIONS :

Si vous souhaitez d'autres renseignements, n'hésitez pas à nous contacter (20.91.65.35).

Dans le questionnaire, il semble y avoir une confusion avec le terme diffusion. Il n'est pas toujours très approprié.

Pouvez-vous nous envoyer un exemplaire de votre précieux travail quand il sera terminé. Merci d'avance.

Nous vous prions d'agréer, Madame, l'expression de nos sentiments les meilleurs.

Pour le Directeur,



- QUESTIONNAIRE A L'INTENSION DES PRESSES UNIVERSITAIRES -

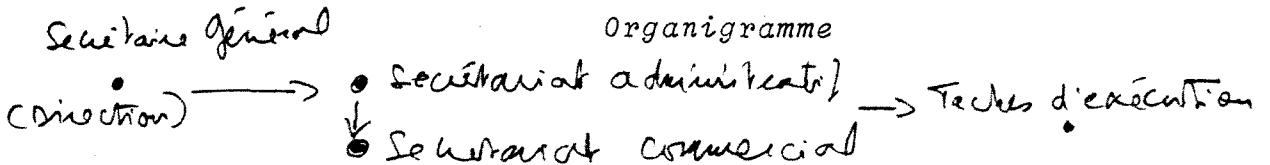
1- LA MAISON D'EDITION :

- 0- NOM : PUBLICATIONS de LA SORBONNE  
 1- SIEGE SOCIAL : 14, rue Cujas 75231 Paris Cedex 05  
 2- DATE DE CREATION : 1971  
 3- REGIME JURIDIQUE :

A.S.B.L. loi 1901  }  
 Service Commun de l'Université   
 S.A.R.L.

4- L'EQUIPE :

Salariés	Nombre : 3
1 Association	Origine de la rémunération : - 2 Universitaire
Bénévoles	Nombre : 1
	Profession annexe : Enseignant



5- FINANCEMENT :

Partenaires	% de chacun dans le financement total
Université.	50%
Etat.	
Collectivités locales.	
C.N.L. Annuaire universitaires	6,2%
C.N.R.S. subvention	) 43,8%
Autres. dons à fond perdu	



Nature des fonds	% de chacun dans le total
Ressources propres :	
Avances remboursables :	
Subventions à fonds perdus :	

6- CHIFFRE D'AFFAIRE :

. Montant Global pour :

- 1986 : 700 000
- 1987 : 900 000 F

7- PRIX LITTERAIRES :

- Prix Jodel (1987) de l'Académie de Manuscrits et Belle Lettres
- Prix Gustave Charix d'En Rouffé / 1986. Prix Lioumbou (1987)

8- APPARTENANCE A UNE ASSOCIATION OU SYNDICAT :

- A.F.P.U.
- A.U.P.E.L.F.
- S.N.E.
- Autres :

II LE CATALOGUE :

1- POLITIQUE EDITORIALE :

		oeuvres spontanées	commandées
2-	Nombre de manuscrits déposés par an : $\approx 40$	80 %	20 %

3- Nbre de livres | parus | depuis la création  55  
 | | | par an actuellement  20  
 | | | épuisés  20

4- QUI DECIDE DU CHOIX DES OUVRAGES A PUBLIER ?

- . Conseil scientifique de l'université
- . Directeur des Presses Universitaires
- . Collège de lecteurs

5- CRITERES DE CHOIX DES MANUSCRITS :

- . Critère intellectuel ? 50% }  
 . Critère commercial ? 50% }

6- GENRES DES PUBLICATIONS :

- Livres :
- . thèses spécialisées
  - . livres d'intérêt général
  - . actes de colloques
  - . manuels universitaires
- Publications périodiques

7- DOMAINES COUVERTS : Histoire  
 Science sociales

8- Collections | leur nombre  15  
 | leur titre cf Catalogue joint  
 | date de création :

9- AUTEURS :

Auteurs	% de chacun dans le total des autres
auteurs de l'université.	) 80%
auteurs d'autres universités.	
non - universitaires.	

Contrat d'auteur :

Editions à compte d'auteurs  NON

10- RAPPORTS AVEC PARTENAIRES EXTERIEURS :

Traductions : nombre

Coéditions : nombre

Noms des partenaires par ordre d'importance :

PUF - Pedone - Klincksieck. Didier Érudition.

11- L'OBJET - LIVRE :

Imprimeur intégré à l'université   
 extérieur

Présentation matérielle : La meilleure possible

Iconographie : au coup par coup.

III DIFFUSION - DISTRIBUTION

1- Tirage                      moyen : 1000 ex.  
    minimum : 400  
    maximum : 3000

2- A PARTIR DE QUEL % DU TIRAGE EFFECTUE :

Couvrez - vous vos frais ?      40%

3- LONGEVITE DU LIVRE :

   minimum : 2 ans.  
    moyenne : 10 ans  
    maximum : Eternel

4- CANAUX DE DISTRIBUTION :

Diffusion par correspondance        
 Services d'un organisme de  
 diffusion                                     

Pays	FRANCE	ETRANGER			
		* Belgique	*	*	*
Genres de Publication					
Livres	CID	Nord. Ind			
Périodiques					

Autodiffusion auprès des libraires     

Nombre de libraires visités     

Implantation géographique :

\* noms des Pays

5- % DE VENTE PAR CANAUX DE DISTRIBUTION :

Diffuseur	68%
Librairie	51,5%
Vente direct mégaspin	0,5%
Total	100 %

6- ETES-VOUS SATISFAIT DU SYSTEME DE :

diffusion en France ? oui  
diffusion à l'étranger ? modérément

7- Une politique commune de diffusion des Presses  
d'Université est-elle, selon vous, possible ? oui mais difficile  
Serait-elle la bienvenue ? oui

8- % du prix du livre qui va à la diffusion : ?

%

9- RETOURS D'INVENDUS en 1987 : une certaine

IV PROMOTION

- 1- Disposez-vous d'un fichier d'adresses ? oui  
Combien comprend-il de noms ? 2700
- 2- Service de Presse :  Nombre : une dizaine  
Systématique
- 3- Envoi de prospectus :  Nombre par ouvrage : 2000  
par nos diffuseurs : 200 minimum
- 4- Envoi de catalogue :  1000
- 5- Manifestations, signatures, animations   
Signatures en librairie  
Ventes lors de colloques

6- Participation aux foires ou salons

En France, lesquelles ? Salon du livre  
A l'étranger, lesquelles ? OPEF

avec note de//seu  
principal

Stand

propre

collectif

avec d'autres presses

V OBSERVATIONS ET SUGGESTIONS :

Ecole des hautes études en sciences sociales (Editions de l')

131, boulevard Saint-Michel, 75005 Paris

Tél. : (1) 46.33.21.34 et (1) 46.33.51.46

Fermeture annuelle : août

Directrice : Marie-Louise Dufour

Spécialités : histoire, philosophie, sciences sociales, sciences humaines

Titres au catalogue : 750

Titres par an : 20

N° ISBN : 2-7132

Fonds repris : Mouton et Sevpen (collections de l'Ecole pratique des hautes études, VI<sup>e</sup> section)

*Diffusion.* Tous pays : CID. Canada : Le Diffuseur, G. Vermette, 1501 B, rue Ampère, CP 85 Boucherville, P.Q. Canada J4B 5E6

Maison des sciences de l'homme

Créée en 1977

54, boulevard Raspail, 75270 Paris Cedex 06

Tél. : (1) 45.44.38.49

Télex : MSH 203 104 F

CCP 21658-67 J Paris

Responsable : Clemens Heller

Spécialités : sciences humaines, histoire économique

Titres au catalogue : 150

Titres par an : 25

N° ISBN : 2-7351

*Diffusion.* France : CID

Presses de la Fondation nationale des sciences politiques

Créée en 1975

27, rue Saint-Guillaume, 75341 Paris Cedex 07

Tél. : (1) 45.49.50.50 et (1) 45.49.50.21

Fermeture annuelle : août

*Comptoir de vente*

26, rue Saint-Guillaume, 75007 Paris

CCP 24-670-22 B

Directeur général et commercial : Louis Bodin

Directrice littéraire : Mireille Perche

Chargé des relations extérieures : Bernard Condominas

Directrice de la production : Josée Cabillon

Spécialités : histoire, linguistique, sciences économiques, sciences politiques, sciences sociales

Titres au catalogue : 400

Titres par an : 20

N° ISBN : 2-7246

*Distribution.* France : Distique. Canada : Vermette

Presses de l'université de Paris-Sorbonne

Créée en 1983

18, rue de la Sorbonne, 75230 Paris Cedex 05

Tél. : (1) 40.46.27.20

CCP 9-150-56 G Paris

Président de l'Université : Jacques Bompaire

Responsable administratif et fabrication : Philippe Bruneau

Gestion et finances : Brigitte Taillebois

Spécialités : documents, sciences humaines

Titres au catalogue : 59

Titres par an : 12

N° ISBN : 2-904315

Presses universitaires d'Aix-Marseille (Faculté de droit et de sciences politiques)

Créée en 1977

3, avenue Robert-Schuman, 13268 Aix-en Provence

Cedex 1

Tél. : 42.59.99.20 (poste 337)

CCP 9404-15 E Marseille

Directeur général : Fernand Boulan

Secrétaire général : Michel Garcin

Spécialités : droit, sciences politiques, sociologie, politique, histoire du droit, philosophie du droit

Titres au catalogue : 50

Titres par an : 4

N° ISBN : 2-7314

*Diffusion.* France : Economica (partielle) ; Dalloz (partielle)

Presses universitaires de Bordeaux (PUB)

Créée en 1983

Université de Bordeaux-III, Domaine universitaire, 33405

Talence Cedex

Tél. : 56.80.50.20 +

Adresse télégraphique : PUB Université de Bx III 33405

Talence Cedex

Fermeture annuelle : août

Directeur : Jean-Michel Lacroix

Chargé des relations extérieures : Antoine Poli

Secrétariat : Maryse Horrereau

Spécialités : sciences humaines, belles lettres, histoire, géographie, tourisme, philosophie, religion, droit, sciences économiques, érudition

Titres au catalogue : 225

Titres par an : 45

N° ISBN : 2-86781

**Presses universitaires de Grenoble (PUG)**

Créée en 1972

Domaine Universitaire, 38400 Saint-Martin-d'Hères  
BP 47 X, 38040 Grenoble Cedex  
Tél. : 76.44.43.78 et 76.82.56.51 +  
Télex : UNISOG 980 910 F  
CCP 921-00 S Grenoble

Directeur général : Christian Auguste  
Directeur de fabrication : Pierre Croce  
Direction administrative : Corinne Desbenoit  
Service de presse : Aurore Gauer

Spécialités : sciences humaines, enseignement, érudition,  
régionalisme, sports, médecine, beaux-arts, architecture,  
droit, histoire, littérature, sciences économiques, sciences  
politiques

Titres au catalogue : 320  
Titres par an : 35

N° ISBN : 2-7061

*Diffusion et distribution.* France : Distique. Belgique :  
Nord-Sud. Canada : Somabec. Suisse : SNL

**Presses universitaires de Lyon (PUL)**

Créée en 1976

86, rue Pasteur, 69007 Lyon  
Tél. : 78.69.20.48  
CCP 2589-85 D Lyon  
Fermeture annuelle : août

Directeur : Maurice Garden  
Directrice commerciale : Sylvette Salvit  
Presse, publicité : Sylvette Salvit

Spécialités : droit et science politique, économie et gestion,  
histoire, linguistique et langues vivantes, littérature,  
sciences humaines, collections pluridisciplinaires

Titres au catalogue : 250  
Titres par an : 22

N° ISBN : 2-7297

*Diffusion.* France : Ulysse Diffusion. Benelux : Nord-Sud.  
Canada : C. Vermette. Autres pays : CID

*Distribution.* Distique. Benelux : Nord-Sud. Canada : C. Vermette.  
Autres pays : CID

**Presses universitaires de Vincennes**

Créée en 1982

Université de Paris-VIII, 2, rue de la Liberté, 93526 Saint-Denis  
Cedex 02  
Tél. : (1) 48.21.95.11  
Fermeture annuelle : août

P-DG : Francine Demichel  
Directeur : Claude Duchet  
Directeur littéraire : Marie-Claire Ropars  
Secrétariat : Annie Sabatier

Spécialités : enseignement, linguistique, psychologie,  
sciences humaines, belles lettres, histoire, philosophie,  
géographie, beaux-arts

Titres au catalogue : 51  
Titres par an : 6

N° ISBN : 2-903981

*Diffusion.* France : CID

**Publications de la Sorbonne**

Créée en 1971

14, rue Cujas, 75231 Paris Cedex 05  
Tél. : (1) 43.29.12.13  
Fermeture annuelle : du 15 juillet au 1<sup>er</sup> septembre

Directeur général : Jean-Baptiste Duroselle  
Secrétaire général : Jacques Portes

Responsable administratif et de la publicité : Jacqueline  
Marboutin  
Responsable diffusion : Nicole Dard

Spécialités : histoire, sciences humaines, sciences sociales,  
littérature, géographie

Titres au catalogue : 450  
Titres par an : 20

N° ISBN : 2-85944

*Diffusion et distribution.* France : CID. Belgique : Nord-Sud.  
Canada : Le Diffuseur

**Presses universitaires de Lille (PUL)**

Créée en 1971

Rue du Barreau, BP 199, 59654 Villeneuve-d'Ascq Cedex  
Tél. : 20.91.68.24 et 20.91.65.35

Fermeture annuelle : du 25 juillet au 31 août

P-DG : Alain Lottin  
Directeur : Daniel Beauvois  
Commercial et export : Jean-Gabriel Caby

Spécialités : histoire, érudition, sciences humaines, théâtre,  
philosophie, droit, belles lettres, enseignement, religion,  
sociologie

Titres au catalogue : 310  
Titres par an : 25

N° ISBN : 2-85939

Fonds repris : Université de Lille-III

*Diffusion.* CID (France-étranger), Nordéal (France). SNL  
(Suisse), Nord-Sud (Belgique)

**Presses universitaires de Nancy (PUN)**

Créée en 1976

25, rue Baron-Louis, BP 454, 54001 Nancy Cedex  
Tél. : 83.37.37.65 et 83.37.12.97  
Télécopieur : 83.30.05.65 Université Nancy 2/PUN  
CCP 5402-19 X Nancy

P-DG : Jean-Marie Bonnet  
Directeur commercial : Roger Mossovic  
Droits étrangers, service de presse : Danièle Silvy-Leligois  
Directeur administratif et financier : Jeanne Weill  
Directeur littéraire : Danièle Silvy-Leligois  
Chef de fabrication : Thérèse Rambaut  
Directrice scientifique : Sylvette Gaillard  
Directeur artistique : Jean Thouvenin

Spécialités : bibliographie, bibliothéconomie, critique littéraire,  
enseignement, géographie, histoire, langues (enseignement),  
linguistique, littérature, philosophie, psychologie, régionalisme,  
religions, revues et périodiques, sciences économiques, sciences  
politiques, théâtre, beaux-arts, sciences sociales, sciences exactes

Titres au catalogue : 298  
Titres par an : 40

N° ISBN : 2-86480

Fonds repris : Editions Humblot

*Diffusion.* France et étranger : Centre interinstitutionnel  
de diffusion

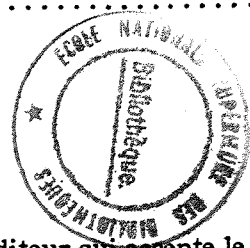


Lyon, le 1<sup>er</sup> juin 87

**CONTRAT D'ÉDITION**

Entre les soussignés Marie - Cluysse VINSON

appelé l'auteur d'une part,  
et les PRESSES UNIVERSITAIRES DE LYON  
appelées l'éditeur d'autre part,



il est convenu de publier un livre aux conditions suivantes :

- 1 - **CONCESSION DES DROITS D'ÉDITION** : l'auteur cède à l'éditeur qui accepte le droit exclusif d'imprimer, d'éditer et de vendre un livre, libre de tout engagement, dont le titre est spécifié ci-dessous (article 2). Il garantit à l'éditeur la jouissance de ce droit contre tous troubles, revendications et évictions quelconques.
- 2 - **PRÉSENTATION DE L'OUVRAGE** :  
Titre : Mesdemoiselles de Ségur ou l'éducation des petites filles  
Nombre de volumes : 1  
Nombre maximum de pages imprimées : ---  
Format : 14,5 x 22,5  
Tirage : ---  
Prix probable : ---
- 3 - **LIVRAISON DU MANUSCRIT** : l'auteur s'engage à remettre avant le 1<sup>er</sup> juin 1987 le manuscrit complet dactylographié de l'ouvrage, dans un état de lisibilité parfaite, écrit au recto des feuilles seulement. Il s'engage à ce que son ouvrage ne contienne rien qui puisse tomber sous le coup des lois relatives au plagiat et à la contre-façon.  
Dans le cas où le manuscrit ne serait pas remis à la date indiquée, l'éditeur se réserve de considérer le présent contrat comme nul.
- 4 - **ÉPREUVES** : l'auteur s'engage à lire et à corriger les épreuves dans un délai maximum de un mois pour ne pas retarder la sortie de l'ouvrage. L'éditeur fournira une épreuve en placards et une épreuve en pages.
- 5 - **CORRECTIONS** : les corrections d'auteurs qui entraîneraient une majoration du coût de fabrication par rapport au devis initial sont à la charge de l'auteur.

.../...

6 – DROITS D'AUTEUR : la concession des droits d'édition est faite moyennant un droit d'auteur proportionnel, calculé sur le prix net obtenu de chaque volume vendu. Les droits d'auteur ne sont calculés que sur les exemplaires vendus après que le seuil de rentabilité a été atteint.

Seront exempts de droits d'auteur les 20... exemplaires remis à l'auteur et les exemplaires du service de presse dont le nombre est fixé par l'éditeur. Les exemplaires fournis à l'auteur en plus de ses exemplaires personnels lui seront cédés avec une remise de 33,33 % sur le prix fort du catalogue.

Le règlement des droits sera effectué annuellement d'après le chiffre des ventes effectives de l'ouvrage arrêté au 31 décembre de chaque année.

Les relevés des ventes seront présentés à l'auteur et réglables entre le 31 mars et le 30 juin de l'année suivante.

Le pourcentage de ces droits d'auteur est fixé à : 10... %.

7 – DIFFUSION : l'auteur s'engage à participer activement à la diffusion de son ouvrage ou à l'organisation de la souscription. Le service de presse sera effectué par l'éditeur, en collaboration avec l'auteur.

8 – REPRODUCTION, TRADUCTION, ADAPTATION : tous droits de prépublication, de reproduction en recueils, en autres éditions, après publication de l'ouvrage, d'adaptation cinématographique ou de télévision, radiophonique, sur disques ou théâtrale par quelque procédé que ce soit, tous droits de traduction sont réservés par l'éditeur.

9 – EPUISEMENT : si, après l'épuisement de l'ouvrage, l'éditeur n'a pas dans les six mois qui suivront la demande de l'auteur faite par lettre recommandée, procédé à une réimpression, l'auteur reprendra la libre disposition de l'ouvrage.

10 – L'EDITEUR aura le droit de faire pilonner les volumes défraîchis et inutilisables pour la vente, provenant de retours de libraire, sur états justificatifs remis à l'auteur et sans droits pour lui. Il ne sera rien dû non plus sur les exemplaires détruits par incendie, inondation, etc...

Cas du «fait du prince» : au cas où des volumes viendraient à être détruits par un attentat ou par le «fait du prince», ou encore saisis administrativement ou judiciairement, il ne serait rien dû à l'auteur sur ces exemplaires.

11 – CLAUSE COMPROMISSOIRE : en cas de contestations, les deux parties s'engagent à recourir à l'arbitrage des tribunaux compétents de Lyon.

12 – L'AUTEUR s'engage à proposer par priorité aux PUL tout nouveau manuscrit dans un délai d'un an suivant la parution de son ouvrage aux PUL.

13 – CONDITIONS PARTICULIERES :

.....  
.....  
.....  
.....

Fait à Lyon, en 2 exemplaires, le 1<sup>er</sup> juin 1987.....


Faire précéder la signature de la mention «lu et approuvé».

L'éditeur

L'auteur



= lu et approuvé "





\* 9 5 4 0 8 3 9 \*