

ENTRETIEN

Alain Kouck

Amputé d'une partie de ses filiales passées chez son premier concurrent, l'ancien leader de l'édition française est reparti sur le chemin de la croissance. Après avoir racheté First et Le Cherche Midi, Editis commence l'année 2006 avec la reprise de XO. Son président Alain Kouck confirme ses intentions d'acquérir encore d'autres maisons.

« Editis, ce n'est pas uniquement de la logistique ! »

Editis vient d'annoncer le rachat de XO, déjà diffusé et distribué par le groupe, qui était aussi un de ses actionnaires. Quel est le sens de cette opération ?

Dès la création des éditions XO par Bernard Fixot en 1999, Editis avait souhaité s'associer capitalistiquement à leur développement en prenant une participation de 25 % dans la société et en assurant par ailleurs la diffusion et la distribution de sa production. Notre montée à 100 % dans le capital du groupe XO, qui comprend aujourd'hui, outre les éditions XO, Oh! éditions, traduit la reconnaissance que nous avons du travail et du succès de Bernard Fixot. Il restera à la tête de cet ensemble dont le chiffre d'affaires, estimé pour 2005, est de 17 millions d'euros.

Bernard Fixot a toujours montré sa capacité à anticiper les tendances du marché et les goûts du public, avec des auteurs qu'il a su porter vers de grands succès. C'est un atout important pour nous, dans le cadre du plan de développement d'Editis, que les éditeurs à la tête de maisons que nous reprenons soient aussi des entrepreneurs. Au cours des derniers mois, Editis a annoncé plusieurs contrats de diffusion-distribution, la reprise de Lonely Planet en licence, le rachat du Cherche Midi et de First. Est-ce suffisant pour compenser la distribution de Larousse, qui a quitté Interforum depuis le 1^{er} janvier, et celle du pôle universitaire (Dalloz-Dunod) qui sera effective en janvier 2007 ?

En terme de chiffre d'affaires, non, mais en rentabilité,

oui. Ces nouveaux accords comprennent de la diffusion et sont donc plus rentables que le contrat de Larousse, qui ne concernait que la distribution. La compensation de ce départ est maintenant derrière nous, d'autant plus qu'elle se fait pour beaucoup par la progression de l'activité d'Editis. Sur ce plan, Editis a aujourd'hui un an d'avance sur son objectif.

Vos concurrents vous reprochent vivement de faire du dumping sur les prix. La diffusion-distribution est-elle toujours aussi rentable, dans le contexte concurrentiel actuel ?

Personne ne travaille à perte, et nous veillons à la bonne gestion d'Interforum. Si nous avions désorganisé le marché, cela se saurait. Editis n'était pas concerné par les transferts dont on a beaucoup parlé l'an dernier : les plus importants ne sont pas venus chez nous, nos concurrents ont aussi su tirer leur épingle du jeu. On oublie qu'au début des années 2000, nous avons connu des changements de contrats autrement plus importants, comme le passage d'Albin Michel d'Inter-Forum à Hachette...

Quel bilan tirez-vous de la première année de fonctionnement d'Editis sous sa nouvelle configuration ?

Sur un marché du livre plutôt atone et, en tout cas, en dessous de ce qu'on attendait, nous avons dépassé nos objectifs, grâce à notre croissance interne, qui reste notre priorité. En tant que président, c'est ma plus grande fierté : le groupe ne s'est jamais arrêté, en dépit de tout ce que

« C'est un atout important pour nous, dans le cadre du plan de développement d'Editis, que les éditeurs à la tête de maisons que nous reprenons soient aussi des entrepreneurs. »

nous avons traversé. En littérature, Robert Laffont, Plon et Belfond ont atteint de beaux scores, avec des auteurs de premier plan, comme Marc Levy, Patrick de Carolis, Douglas Kennedy, de même qu'Univers Poche en particulier avec *Da Vinci Code*. En éducation, Nathan a pris de solides positions à la faveur des nouveaux programmes au collège et dans les lycées techniques, Bordas a lancé avec succès le SVT 6^e. Nous réimprimons déjà le *Dictionnaire culturel*, couronnement de dix années de travail d'Alain Rey. Nos éditeurs tiers, dont on parle moins, ont aussi contribué à notre croissance globale, tels Michel Lafon, ou encore Pannini. S'il est encore trop tôt pour publier les résultats 2005, il est cependant clair qu'Editis annoncera une performance commerciale très supérieure à l'évolution du marché et une augmentation à deux chiffres de son résultat opérationnel.

Dans le pratique, Fitway et Solar semblent en revanche avoir connu plus de difficultés...

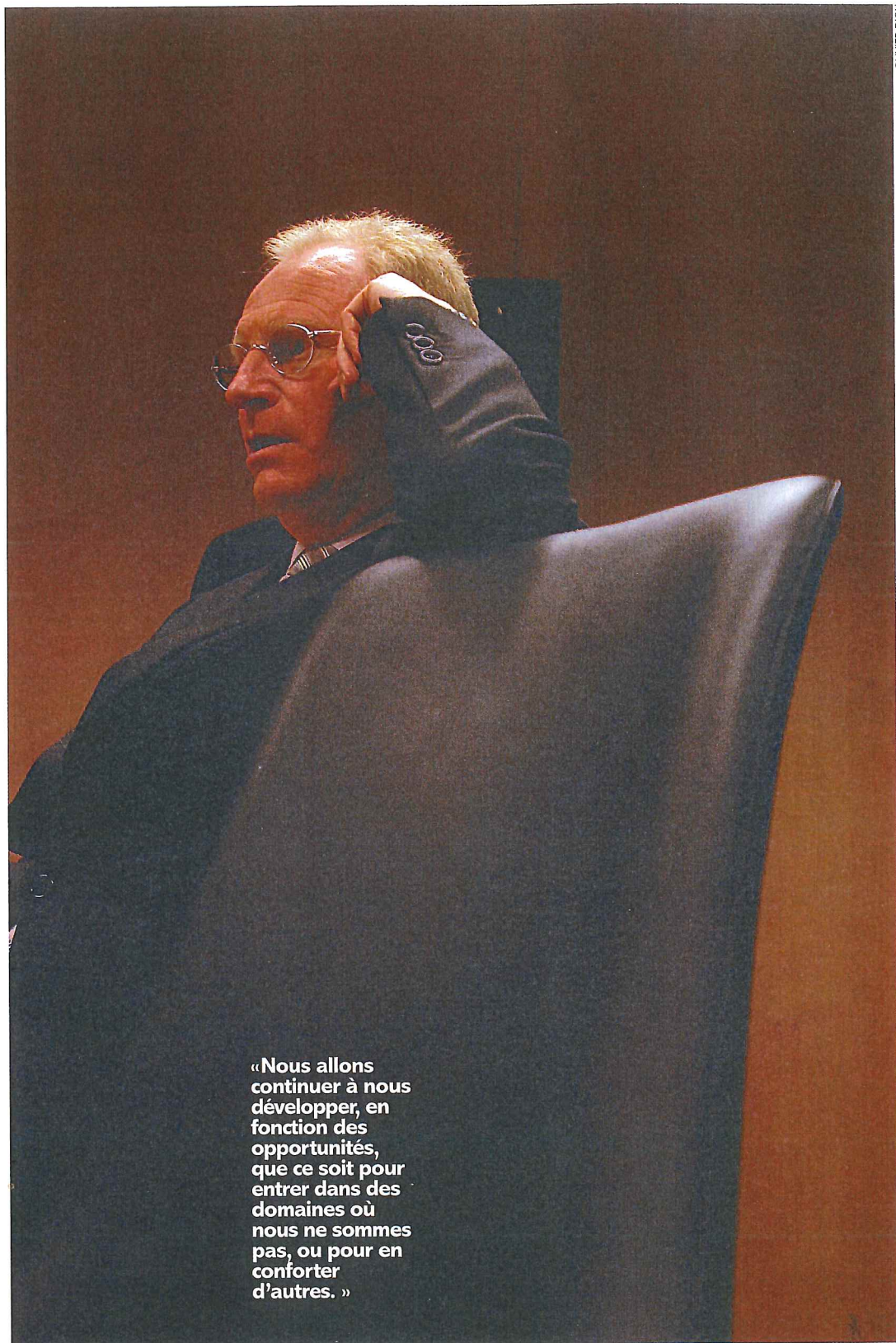
Le lancement de Fitway a été effectivement plus difficile que prévu, mais la marque est aujourd'hui créée, notamment à l'international. Chez Solar, la direction de la maison s'organise pour répondre à la guerre des prix du secteur pratique, où First n'est pas le moins actif...

Alors que cet éditeur arrivait précisément chez Editis, une polémique a éclaté à propos d'une biographie de Cécilia Sarkozy, finalement pilonnée. Avez-vous dû intervenir à ce propos ?

Nous n'avons pas à le faire, car le rachat n'était pas bouclé. Mais si cet éditeur avait fait partie du groupe, nous aurions respecté la règle appliquée en d'autres circonstances : chaque maison assume son indépendance éditoriale, et nous soutenons les décisions prises.

Préparez-vous d'autres acquisitions ?

Oui. Nous allons continuer à nous développer, en fonction des opportunités, que ce soit pour entrer dans des domaines où nous ne sommes pas, ou pour en conforter d'autres.



« Nous allons continuer à nous développer, en fonction des opportunités, que ce soit pour entrer dans des domaines où nous ne sommes pas, ou pour en conforter d'autres. »

ter d'autres. Dans ces négociations, nous sommes très attentifs au profil des dirigeants, à leur capacité de création et à leur qualité entrepreneuriale, car nous sommes dans un métier d'offres. Editis, ce n'est pas uniquement de la logistique ! Cet objectif de croissance est facilité et am- >>>

ENTRETIEN Alain Kouck

OLIVIER DION



plifié par les moyens stratégiques et financiers que le groupe Wendel met à notre disposition.

Mais sans la dette générée par le montage financier de la reprise par Wendel, Editis disposerait d'encore plus de moyens de croissance...

Non, car ce qui importe n'est pas tant la localisation de la dette que la capacité du groupe Wendel à financer de nouveaux projets tant internes qu'externes. Et c'est là clairement un des atouts que Wendel Investissement apporte à Editis. Nous maintenons notre budget d'investissement interne, nous disposons des ressources nécessaires pour nous développer en croissance externe dans l'espace francophone et, à partir de là, nous ne nous interdisons pas de regarder d'autres marchés en Europe – mais nous n'avons aucun projet dans ce sens à court terme.

Au cours des derniers mois, les libraires se sont inquiétés du développement de la vente de livres avec la presse, dont ils sont exclus. Quelle est la position du groupe à ce sujet ?

S'il y a une position commune, elle part plus d'une discussion collective que d'un ordre imposé. Il s'agit de l'émergence d'un nouveau canal de vente qui continuera à se développer, car la presse en a besoin. En fiction et en poche, nous sommes très réservés. En revanche, il peut y avoir une réflexion dans le domaine de l'encyclopédie et de la référence. Mais il faut que les libraires puissent avoir accès à ces livres de la même façon que le réseau de vente de presse.

Récemment, Solar a pourtant été pris à partie par les libraires pour des ventes exclusives à la grande distribution. Les éditeurs peuvent-ils se priver de contrats qui leur assurent des volumes importants ?

Nous ferons en sorte que les libraires ne soient pas désavantagés par rapport aux autres circuits de vente. C'est un réseau que nous devons privilégier. Mais nous ne pouvons pas être absents des évolutions du marché que nous constatons depuis plusieurs années : créations de nouvelles enseignes (Cultura, Bertelsmann avec Place Média), ou plus récemment encore l'intérêt d'autres acteurs (Jardiland, Truffaut, Darty, Leroy-Merlin, etc.) pour la

« Nous ferons en sorte que les libraires ne soient pas désavantagés par rapport aux autres circuits de vente. C'est un réseau que nous devons privilégier. Mais nous ne pouvons pas être absents des évolutions du marché ».

C'est d'ailleurs pourquoi nous soutenons la position du ministre de la Culture dans la discussion récente sur l'harmonisation du droit d'auteur à l'Assemblée nationale. Mais Google s'est donné les moyens de numériser tous les livres qu'il souhaite, au moins aux États-Unis. Avez-vous expressément indiqué votre opposition, en ce qui concerne les titres du groupe ?

Nous avons rencontré les dirigeants du groupe en France, et nous avons exprimé notre position. Nous sommes très attentifs à ces évolutions, c'est d'ailleurs pourquoi je fais partie de la commission de réflexion sur le projet de bibliothèque numérique européenne, à la fois pour apporter notre avis, et pour être au cœur des réflexions.

Vous faites partie du Pôle de compétitivité mis en place par le gouvernement pour stimuler l'innovation. Qu'est-ce que cela représente pour Editis ?

S'investir dans ce genre de projet est aussi pour nous une façon de faire évoluer la réflexion sur nos métiers. Nous intervenons au sein du pôle Image, Multimédia, Vie numérique (IMVN), piloté par la région Ile-de-France. Catherine Lucet, P-DG de Nathan, et Bertrand Cousin en font partie. Notre réflexion porte surtout sur le projet « éducation » et son concept de « classe numérique étendue » qui est bien de notre ressort, puisque nous avons déjà travaillé sur le cartable électronique.

Le Salon du livre qui doit ouvrir ses portes dans deux mois suscite pas mal d'interrogations chez les éditeurs. Quel est votre point de vue ?

Ceux qui n'en sont pas satisfaits ne sont pas obligés d'y aller. Si le groupe y est, c'est qu'il y trouve son intérêt. Mais la même formule est reprise maintenant depuis trop d'années, il serait peut-être nécessaire de la rénover, de l'adapter, trouver d'autres voies pour séduire le public. Là aussi, le monde évolue et nous réfléchissons avec les autres éditeurs, au sein du SNE, à une solution.

vente de livres, sans oublier Internet, maintenant admis, alors qu'Amazon effrayait tout le monde il y a cinq ou six ans. Le hard discount finira aussi par s'intéresser au livre et il faudra là aussi trouver de bonnes réponses.

Ces discussions collectives au sein du groupe concernent-elles aussi le marquage des prix ?

Dans la réalité, nous marquons de plus en plus les prix, mais il est délicat d'afficher une position unique au sein d'un groupe pluridisciplinaire.

Vous faites partie du comité de pilotage de la Bibliothèque numérique européenne mise en place par le ministère de la Culture. Quelle est la position d'Editis face à l'offensive de Google sur la numérisation des livres ?

Nous ne confierons aucun livre à numériser à qui que ce soit, tant que nous n'aurons pas d'assurance quant au respect des droits d'auteur. Un groupe d'édition est un créateur et un gestionnaire de droits, et nous avons une responsabilité à l'égard de nos auteurs.