

L'édition au Mexique



Etude réalisée par Karen Politis
Département Etudes du BIEF
Juin 2006

Christian Moire, Attaché culturel chargé du livre à l'Ambassade de France au Mexique et sa collaboratrice Sophie Chaussard m'ont apporté une aide précieuse pour la réalisation de cette étude. Qu'ils en soient ici remerciés.

Je tiens également à remercier tous les éditeurs, libraires, et professionnels du livre mexicains rencontrés à Mexico qui ont eu l'amabilité de me consacrer un peu de leur temps pour partager leur savoir et leur expérience au profit de cette étude.

Table des matières

INTRODUCTION	7
PRESENTATION DU CONTEXTE SOCIO-ECONOMIQUE	9
1) Une population jeune et urbaine	9
2) Une économie forte et vulnérable à la fois	9
3) Espoirs et incertitudes suscités par les prochaines élections présidentielles	10
PAYSAGE EDITORIAL MEXICAIN ET DONNEES CHIFFREES DU SECTEUR	11
A – Trois types d’éditeurs structurent le paysage éditorial mexicain	11
1) L’Etat	11
2) Les filiales de groupes internationaux et espagnols : Santillana, Planeta, Random House, Larousse (Hachette Livre), Salvat, Herder, Tusquet, etc.	13
3) Les éditeurs mexicains indépendants	13
B – Les données chiffrées du secteur	15
1) Les différents acteurs de l’édition mexicaine et leur production éditoriale	15
2) Les chiffres-clés du secteur	17
LES GRANDS ENJEUX DE L’EDITION MEXICAINE	21
1) L’édition mexicaine face au marché global : l’Espagne, les importations et la faiblesse des exportations	21
2) Le piratage et la photocopie illégale : des maux typiquement mexicains	23
3) Les habitudes de lecture	24
4) Prix unique du livre, combat pour la bibliodiversité et défense de l’édition indépendante	28
LA PRODUCTION EDITORIALE	29
A – L’édition scolaire	29
B – La situation du livre universitaire et de STM	30
C – Les livres d’intérêt général	32
D – L’essor particulier du livre de jeunesse	34
LA DISTRIBUTION	37
A – Promotion, distribution et canaux de vente	37
1) Des actions de promotion trop rares	37
2) La prépondérance des ventes directes sur les ventes au détail	38
B – La librairie : un nombre d’acteurs restreint	40
1) La situation de la librairie au Mexique	40
2) L’importance croissante des chaînes de librairies	41
3) Le réseau d’Etat Educal	42
C – D’autres points de vente de livres qui se multiplient	43
1) L’essor des grandes surfaces non spécialisées dans le livre	43
2) Autres canaux de ventes	44

D – Bibliothèques, salles de lecture et autres initiatives gouvernementales	45
1) La nécessaire rénovation du réseau de bibliothèques mexicaines	45
2) La création d'un programme national de salles de lecture	47
3) Transformer le métro en bibliothèque	48
E – La foire internationale du livre de Guadalajara et les autres foires du livre	48
FRANCE - MEXIQUE: PARTENARIATS, ECHANGES ET COOPERATIONS	51
A – Présence du français, francophonie et exportations	51
1) La situation du français au Mexique	51
2) Des perspectives d'avenir optimistes pour la francophonie au Mexique	51
3) Exportations et librairies françaises au Mexique	52
B – Quelles perspectives pour les échanges de droits ?	54
1) Deux facteurs freinent l'acquisition de droits de traduction au Mexique	54
2) Les échanges avec la France et le rôle du Bureau du livre de l'Ambassade	55
CONCLUSION	59
BIBLIOGRAPHIE	60
ANNUAIRE	61
1) Groupes et maisons d'édition	61
2) Librairies et autres points de vente	65
3) Organismes liés au livre	67
4) Présence française	69
TABLE DES SCHEMAS	70

Introduction

L'industrie du livre au Mexique – dont le chiffre d'affaires annuel est d'environ 800 millions d'euros en 2005 – bénéficie de plusieurs atouts, à la fois d'ordre interne et d'autres qui lui sont extérieurs, lui permettant d'envisager son avenir avec optimisme.

A la différence de ses voisins latino-américains qui souffrent de crises économiques cycliques et d'instabilité politique, le Mexique fait figure de bon élève et jouit d'une situation politique et économique stable. C'est également un pays jeune – plus de 65% de la population a moins de trente ans – et son importante population (106 millions d'habitants) est massivement alphabétisée.

D'autre part, l'absence de censure et de dictature au Mexique a profité au secteur éditorial et lui a permis de prendre son essor, d'autant que l'Etat a toujours aidé la création. Ce soutien s'est d'ailleurs majoritairement reporté sur les auteurs, véritables enfants chéris du système pour lesquels de nombreuses bourses sont distribuées chaque année.

Pourtant, la situation de l'édition mexicaine est plus complexe qu'il n'y paraît. C'est, tout d'abord, une édition qui peine à trouver ses lecteurs. Sans doute est-ce dû, pour partie, à la faiblesse du revenu disponible, dans un Etat où la moitié de la population vit en dessous du seuil de pauvreté. Mais il n'en demeure pas moins paradoxal que, dans un pays qui compte une telle profusion de richesses culturelles et patrimoniales, il y ait moins d'un livre acheté par an et par personne. C'est aussi un marché où l'Etat publie et offre la moitié de la production éditoriale du pays : environ 200 millions de manuels scolaires sont distribués gratuitement chaque année, dont 150 sont publiés exclusivement par l'institution publique.

L'industrie éditoriale privée, quant à elle, souffre de la faiblesse de son réseau de distribution (à peine 400 librairies dans tout le pays) et de ses travers : forts taux de remise accordés aux clients par les grandes chaînes¹, taux de retours dépassant les 40%, essor du marché du livre soldé.

A cela, il faut ajouter les chiffres du piratage et de la reprographie illégale qui ne font qu'assombrir un peu plus le tableau : pour un livre vendu par les circuits traditionnels, un autre, piraté, serait vendu à moitié prix dans la rue ; et ce sont près de 20 à 28 millions de livres qui seraient photocopiés chaque année.

Nécessaires investissements dans la distribution de livres, mise en application de la loi sur le prix unique, lutte contre le piratage, promotion de l'édition indépendante et de la « bibliodiversité »², tels sont les grands défis que l'industrie éditoriale mexicaine doit relever afin de prendre son véritable essor et ne pas subir de plein fouet la concurrence des filiales des grands groupes internationaux installés au Mexique, celle des importations venues d'Espagne, ainsi que celle de l'Etat.

¹ Le prix unique du livre, après des années de débats entre professionnels du livre et parlementaires, a finalement été adopté en mai 2006 par le Parlement mexicain. On attend maintenant son décret d'application.

² Cf. infra

Présentation du contexte socio-économique

1) Une population jeune et urbaine

D'une superficie de quatre fois celle de la France, le Mexique est le troisième plus grand pays d'Amérique Latine, après le Brésil et l'Argentine.

En 2006, le Mexique compte environ 106 millions d'habitants, avec un taux de croissance de l'ordre de 1,17% par an (il était encore de l'ordre de 4% par an dans les années 1980). La population du Mexique est jeune : 45% des habitants ont moins de 20 ans et 63% ont moins de 30 ans.

C'est une population de plus en plus en plus urbaine : les 123 plus grandes villes du pays (plus de 50 000 habitants) regroupent 68% de la population totale. Le *Distrito Federal* (l'entité administrative correspondant à la ville de Mexico) compte à lui seul 8,8 millions d'habitants. Mexico et les banlieues qui lui sont rattachées regroupent près de 22 millions d'habitants, ce qui fait de Mexico la deuxième plus grande conurbation mondiale, derrière Tokyo-Okohama.

92,2% de la population âgée de 15 ans et plus sait lire et écrire. Ce taux d'alphabétisation relativement élevé doit être tempéré : il est nettement moins bon dans certaines régions rurales du pays et notamment au sein des communautés indigènes.

L'espagnol est la langue majoritaire parlée par plus de 90% de la population, mais il existe également quelque 280 langues et dialectes autochtones (maya, langues aztèques, etc.)

2) Une économie forte et vulnérable à la fois ³

Si le Mexique présente des caractéristiques d'un pays en développement (pauvreté, inégalités sociales et régionales, importance de l'économie informelle, insuffisances dans les domaines de l'éducation ou de la santé...), il dispose aussi d'un socle industriel et commercial comparable à celui des grands pays industrialisés.

En 2005 le PIB est supérieur à 530 milliards d'euros, le revenu par tête supérieur à 5 250 euros (plus de 8 200 euros en parité de pouvoir d'achat) et le Mexique est membre de l'OCDE. Son économie est la première d'Amérique latine. Douzième puissance commerciale dans le monde, ses échanges sont supérieurs à ceux de la totalité des autres pays de la région. L'année 2005, malgré un tassement de la croissance, a été globalement positive : 3,2 % de croissance et un taux d'inflation ramené à 3,3 %. La confiance des marchés envers le Mexique – depuis son intégration avec les Etats-Unis dans le cadre de l'ALENA – s'est maintenue. La Bourse a progressé de 23 % en 2005.

La communauté mexicaine aux Etats-Unis (y compris les résidents sans papiers) est estimée à 20 millions d'habitants. Plus de 420 000 Mexicains émigraient clandestinement aux Etats-Unis chaque année. Les *remesas*, transferts de devises en provenance des immigrés mexicains aux Etats-Unis, ont atteint 16,5 milliards d'euros en 2005 : elles sont devenues la première source de revenus de l'économie mexicaine (devant les exportations de pétrole).

³ Source : Ambassade de France au Mexique

Des facteurs de vulnérabilité subsistent, tels des tensions inflationnistes, une dépendance à l'égard des recettes pétrolières (38 % des recettes totales en 2004), des rentrées fiscales très faibles (entre 10 et 12 % du PIB) eu égard aux besoins d'investissement dans l'économie, une dette publique assez élevée et très sensible aux évolutions des taux d'intérêt, et de très grandes inégalités sociales.

La situation de l'emploi reste préoccupante (malgré un chiffre officiel de 4 % de chômage, le sous-emploi atteindrait 20 % de la population), avec une croissance insuffisante pour créer les emplois nécessaires pour un marché du travail où entrent chaque année un million de jeunes. L'économie informelle (estimée entre 25 et 40% de l'activité) compense les difficultés de l'emploi dans le secteur formel.

La capitale, Mexico souffre des pires maux : criminalité galopante et kidnappings (dont les premières victimes sont les couches les plus modestes de la population), corruption de la police, pollution, embouteillages.

Le Mexique est également touché de plus en plus régulièrement, comme nombre de ses voisins, par des ouragans aux effets dévastateurs : Stan, début octobre 2005, et Wilma, fin octobre 2005.

Comme le résume le sociologue américain John Cross⁴, le Mexique est « un pays capitaliste sans capitaux, un pays de travailleurs mais sans salariés, un pays de consommateurs mais sans pouvoir d'achat, où le secteur formel ne fournit pas de ressources suffisantes à la majorité de la population ».

3) Espoirs et incertitudes suscités par les prochaines élections présidentielles

Pour la première fois, un candidat de gauche est en tête des sondages pour les prochaines élections présidentielles prévues le 2 juillet 2006. La popularité du Parti de la révolution démocratique (centre gauche) conduit par Andrés Manuel López Obrador exprime le mécontentement et la désaffection des Mexicains envers le Parti révolutionnaire institutionnel (droite conservatrice, au pouvoir pendant 70 ans) et le Parti d'action nationale (droite, au pouvoir actuellement).

Andrés Manuel López Obrador, actuel maire de Mexico, incarne le changement face au discrédit qui entoure la vie politique depuis plusieurs décennies au Mexique. Il jouit d'une immense popularité auprès des classes les plus pauvres qui pourraient lui faire gagner l'élection.

Alors que le pays est entré en campagne électorale, le scénario d'immobilisme – au moins jusqu'à la fin de l'année 2006 – où la prochaine administration prendra ses fonctions, est aujourd'hui admis. Ce scénario ne permet pas d'envisager une accélération de la croissance, qui, faute de réformes, ne peut que se maintenir aux alentours de 3-4% par an. Or ce niveau est insuffisant pour avoir des effets significatifs sur la situation sociale, alors que, selon un récent rapport de la Banque Mondiale, près de 48% de la population vit toujours au-dessous du seuil de pauvreté et près de 18% au-dessous du seuil d'extrême pauvreté (ce chiffre atteignant 28 % dans les zones rurales).

⁴ Cité par Philippe Boulet-Gercourt, « Mexico ou le chaos organisé », in *Le Nouvel Observateur*, 11-17 août 2005, page 34.

Paysage éditorial mexicain et données chiffrées du secteur

A – Trois types d'éditeurs structurent le paysage éditorial mexicain

1) L'Etat

Le **Fondo de Cultura Economica** (FCE) et les **presses universitaires** sont des acteurs importants – financés par des fonds publics – du monde éditorial mexicain. Dans les années 1960, ces éditeurs ont stimulé la création littéraire latino-américaine. En effet, durant les quarante ans de régime franquiste en Espagne, le FCE, comme les presses des grandes universités mexicaines, ont publié tous les grands noms de la littérature, des sciences sociales et de la philosophie contemporaines. Ces titres, qui ont donné à ces éditeurs une force de frappe culturelle importante, sont toujours « vivants » dans leur catalogue et continuent de le nourrir.

La vocation première du FCE était, comme son nom l'indique, de publier les grands textes fondamentaux de l'économie. Le FCE, créé en 1931, a ensuite ouvert son catalogue aux sciences humaines et sociales (afin de publier les textes au programme dans les bibliographies universitaires) puis à la littérature pour créer un fonds réunissant les grands canons de la littérature. Ce fonds d'œuvres littéraires s'est enrichi d'une collection de livres de poche et d'une collection de type « Que sais-je ? », les *Brevarios*.

A partir des années 1990, le FCE a créé deux nouvelles collections : une de vulgarisation en sciences (qui compte aujourd'hui 200 titres) et une de livres pour enfants (*A la orilla del viento*), aujourd'hui renommée et qui a donné l'impulsion au secteur du livre de jeunesse au Mexique. 50% de ce catalogue de livres pour enfants est constitué de titres achetés à des éditeurs étrangers.

Le FCE a 4 000 titres « vivants » sur un catalogue de 8 800. Il publie en moyenne 800 titres par an dont environ 200 nouveautés pour 600 réimpressions.

Parmi les grands noms de l'édition universitaire, on trouve les presses de l'UNAM (l'Université Nationale Autonome du Mexique) : c'est le principal éditeur de revues du pays (près de 200 titres) et un groupe éditorial de poids qui publie près de 1 200 titres par an (dont la moitié de nouveautés) ; mais on peut également citer le Colegio de México et l'Université autonome métropolitaine (UAM) ainsi que de nombreuses petites maisons issues d'universités privées ou d'instituts universitaires.

Au total, on estime dans la profession, que 3 nouveaux livres sont publiés chaque jour par les universités, ce qui représente une concurrence de taille pour les éditeurs privés.

Les éditeurs universitaires donnent le sentiment d'avoir un catalogue immense qui attend son heure. En effet, malgré la richesse et l'abondance de leur production (ils peuvent notamment se permettre de publier des travaux sur des sujets pointus et risqués commercialement pour un éditeur privé), ils sont très mal distribués.

D'autre part, ces éditeurs connaissent de plus en plus un conflit d'intérêt entre leur devoir de publier les travaux de leurs chercheurs et les contraintes de rentabilité économique et les réductions de budgets publics qui affectent les universités. Plusieurs voies s'offrent à ces éditeurs universitaires : la coédition avec un éditeur privé (mais ce dernier n'est pas vraiment gagnant car la diffusion reste déficiente),

l'édition numérique ou le *print-on-demand*, la collaboration avec les universités de province ou les universités privées qui souhaitent étoffer leur catalogue.

Le **Conaculta** (Conseil national pour les arts et la culture) est l'équivalent de notre ministère de la Culture. Il édite des livres par le biais de sa Direction générale des Publications (DGP). Son action vise à encourager la lecture. Il a également pour mission culturelle d'aider à la création littéraire et à la promotion de jeunes auteurs.

Le catalogue de la DGP (environ 1 800 titres) est dédié à la culture mexicaine. On y trouve les œuvres complètes d'auteurs mexicains, de la poésie et des romans mexicains, des ouvrages sur l'histoire du Mexique. La DGP publie également des livres d'art en coédition avec des éditeurs privés ou étrangers sur des thèmes mexicains, ainsi que des livres grand public d'introduction à l'art du Mexique et des livres sur les arts populaires (artisanat, cuisine mexicaine).

La DGP publie en moyenne 200 titres par an (environ 1 million d'exemplaires produits annuellement) dont 80% sont coédités avec des éditeurs privés.

Le Conaculta a aussi inclus dans son catalogue quatre collections de livres à bas prix et à diffusion massive. Ces ouvrages sont tous coédités avec de petits, moyens et grands éditeurs du secteur privé.

Titre de la collection	Coéditeurs	Tirage	Prix	Nombre de titres prévus
La ronde des classiques mexicains	Planeta Joaquin Mortiz	30 000	30 pesos ⁵	100
Ecrivains mexicains contemporains	Verdehalago Ediciones sin Nombre El Milagro Aldus	10 000	< 30 pesos	20
Passages de l'Histoire	México-Desconocido	60 000	35 pesos	6
Anthologie ibéro-américaine de contes pour enfants	Alfaguara Santillana	18 000	< 30 pesos	

Dans ce système de coédition, l'éditeur privé assume la réalisation du projet éditorial tandis que l'Etat le finance. La DGP s'assure de resserrer les coûts en lançant un appel d'offres auprès des imprimeries. Les exemplaires produits sont partagés entre les deux parties et chacun s'occupe séparément de leur diffusion. Le Conaculta diffuse ses livres par la chaîne de librairies Educal et par le réseau des salles de lecture (cf. infra chapitre V).

⁵ Le cours du peso mexicain est très fluctuant. Pour la cohérence de l'exposé, c'est le cours annuel moyen du peso en 2005 qui a été retenu : 1 euro = 13,48 pesos. Dans ce cas précis, 30 pesos = 2,2 euros

Le **Conaliteg** est une commission pour la gratuité des manuels scolaires qui publie à elle seule 150 millions d'ouvrages par an. En effet, depuis 1959, l'élaboration des contenus des manuels du primaire est entre les mains de l'Etat. Le Conaliteg est l'organisme chargé de la création et de la publication des ouvrages. D'autre part, les manuels scolaires étant gratuits dans le primaire et dans le secondaire, c'est également le Conaliteg qui assure leur distribution aux élèves (environ 203 millions d'ouvrages distribués gratuitement chaque année).

2) Les filiales de groupes internationaux et espagnols : Santillana, Planeta, Random House, Larousse (Hachette Livre), Salvat, Herder, Tusquet, etc.

Dans les années 1970, les branches mexicaines d'éditeurs espagnols ou internationaux avaient pour activité exclusive l'importation. C'est à partir des années 1980 qu'elles ont commencé à produire leur propre catalogue. C'est à ce même moment que le secteur de l'édition a entamé son processus de concentration et de consolidation. Ces maisons sont aujourd'hui très puissantes. Elles se sont intégrées verticalement, recherchent activement de nouveaux auteurs et se livrent une concurrence sévère pour publier des best-sellers. Ce sont elles que l'on voit majoritairement en librairie et qui ont les plus gros moyens marketing.

Les maisons espagnoles implantées au Mexique ont trois types d'activité :

- Constitution d'un catalogue propre soit par la recherche d'auteurs, soit par le rachat de petites maisons mexicaines indépendantes.
- Importation de titres venus d'Espagne.
- Impression sur place de titres du catalogue espagnol.

En ce qui concerne l'impression locale de titres espagnols, les stratégies diffèrent selon les groupes. Par exemple, Planeta importe tous ses titres et ne les imprime localement que s'ils ont connu un premier succès en librairie. A l'inverse, Santillana n'importe plus aucun livre d'intérêt général depuis l'Espagne et imprime directement au Mexique pour coller au plus près à la demande (pas de délai de commande imposé à ses lecteurs). L'euro fort ayant augmenté la cherté des importations, de plus en plus de groupes font appel à la technologie du *print-on-demand*. En revanche, l'impression locale n'a pas de valeur ajoutée pour les livres de poche par exemple, car les coûts de manufacture varient assez peu d'un pays à l'autre.

3) Les éditeurs mexicains indépendants

Bien que ne contribuant que dans une moindre proportion au chiffre d'affaires global de l'édition, les maisons d'édition indépendantes n'en sont pas moins majoritaires dans le paysage éditorial mexicain.

La maison indépendante mexicaine la plus importante est Siglo XXI. Spécialisée en sciences humaines, on pourrait la considérer comme le pendant privé du FCE, avec une orientation politique, au départ, plus ancrée à gauche et proche des mouvements de libération latino-américains du début des années 1970.

Les autres maisons d'édition indépendantes mexicaines sont de taille plus moyenne. On peut citer parmi elles, ERA qui est une association de quatre éditeurs latino-américains indépendants de littérature générale qui travaillent en coopération (échanges de droits, impressions en commun, etc.).

Ou encore Sexto Piso, une maison d'édition de littérature créée en 2002 et dont la créativité et le talent sont reconnus par tous les professionnels du secteur. C'est « la » maison en littérature qui monte aujourd'hui au Mexique.

Il existe bien d'autres maisons d'édition indépendantes qui sont en général de taille plus modeste. Parmi elles, 14 maisons d'édition de littérature, de théâtre et de poésie se sont réunies en association. Au sein de l'AEMI – *Alianza des Editoriales Mexicanas Independientes* (l'alliance des éditeurs mexicains indépendants) – des maisons comme El Milagro, Colibri, Trilce Ediciones, cherchent à promouvoir de manière collective leur catalogue dans les librairies et les foires du livre.

B – Les données chiffrées du secteur

1) Les différents acteurs de l'édition mexicaine et leur production éditoriale

Selon les chiffres avancés par la **Caniem** (Chambre nationale de l'industrie éditoriale mexicaine) l'édition publique publie environ 160 millions d'ouvrages par an dont :

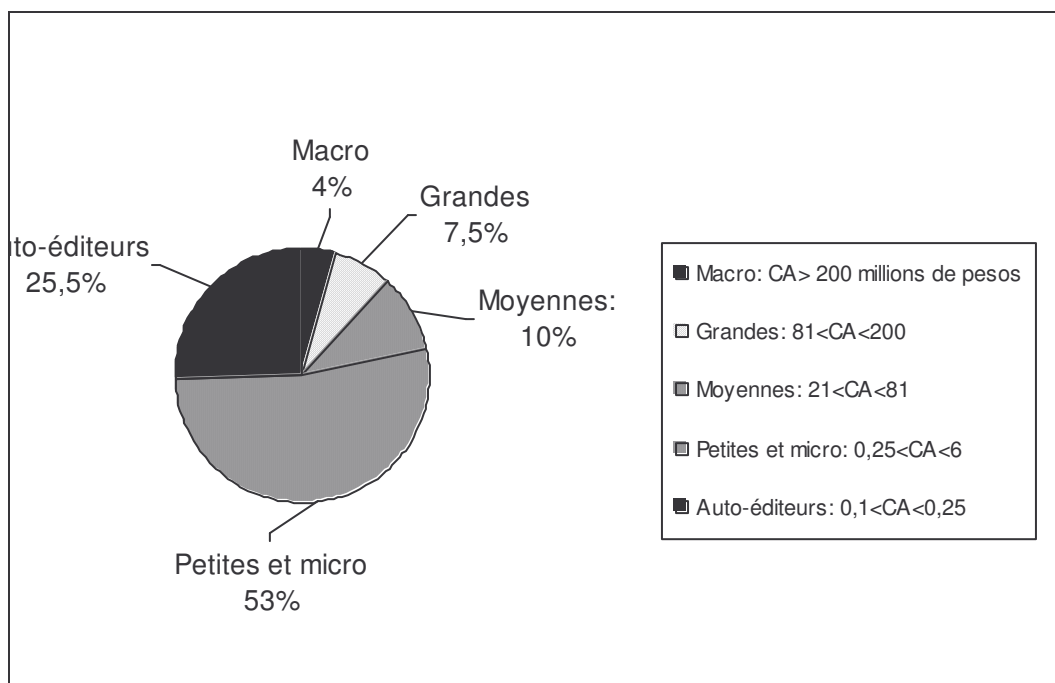
- 150 millions de manuels scolaires du primaire ;
- environ 10 millions de livres d'intérêt général et de livres scientifiques et techniques (publiés respectivement par le Conaculta et par le FCE, l'Unam, et les universités des gouvernements fédérés).

Quant au secteur privé, les statistiques de la Caniem indiquent qu'en 2004, les éditeurs privés ont publié 14 726 titres pour un total de 132,3 millions d'exemplaires.

De manière schématique, chaque année, plus de 55% des ouvrages publiés au Mexique sont produits par des institutions publiques.

Le secteur de l'édition privée a connu une forte concentration ces dernières années au Mexique. Les 216 éditeurs privés recensés en 2004 se répartissent de la manière suivante : 9 « macro » entreprises, 16 grandes entreprises, 22 entreprises moyennes, 114 petites et micro entreprises, et 55 auto-éditeurs.

Figure 1 : Répartition des maisons d'édition du secteur privé par chiffres d'affaires (2004)



En 2004, un titre sur deux au Mexique a été publié par l'une des 25 plus grandes maisons d'édition du secteur privé. Ces « macro » et grandes entreprises ont aussi publié les trois quarts des exemplaires.

Tableau 1 : Part de chaque catégorie d'éditeurs dans la production totale (2004)

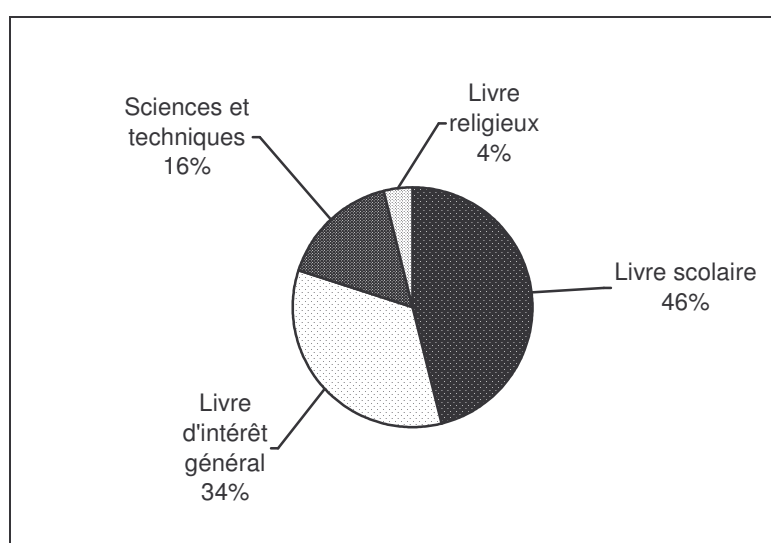
	en % de titres publiés	en % d'exemplaires produits
Macro	29	48,7
Grandes	24	25
Moyennes	21,1	14,8
Petites	13,6	8
Micro et auto-éditeurs	12,3	3,5
Total	100	100

En 2004, les manuels scolaires ont représenté près de la moitié de la production éditoriale mexicaine privée.

Tableau 2 : Production par secteur en millions d'exemplaires (2004)

Livre scolaire	61
Livre d'intérêt général	44,6
Sciences et techniques	21,4
Livre religieux	5,3
Total	132,3

Figure 2 : Poids de chaque domaine en nombre d'exemplaires produits (2004)



2) Les chiffres-clés du secteur

En 2004, le chiffre d'affaires de l'édition privée était de 6,89 milliards de pesos soit environ 511 millions d'euros. Le chiffre d'affaires de l'édition publique n'est pas disponible, néanmoins, la *Publishers' Association* britannique avance un chiffre d'affaires total de l'édition mexicaine d'environ 800 millions d'euros.

152 millions d'exemplaires ont été vendus en 2004 par l'industrie éditoriale privée dont la moitié sont des manuels scolaires. En revanche, ce sont les livres d'intérêt général et de sciences et techniques – plus que les manuels scolaires – qui ont représenté la majeure partie du chiffre d'affaires.

Tableau 3 : Les ventes par secteurs (2004)

	Exemplaires vendus (en millions)	Facturation (en milliards de pesos)
Livre scolaire	75	2,6
Livre d'intérêt général	48	2,1
Sciences et techniques	25	2
Livre religieux	4	0,1
Total	152	6,8

Figure 3 : Poids de chaque domaine en nombre d'exemplaires vendus (2004)

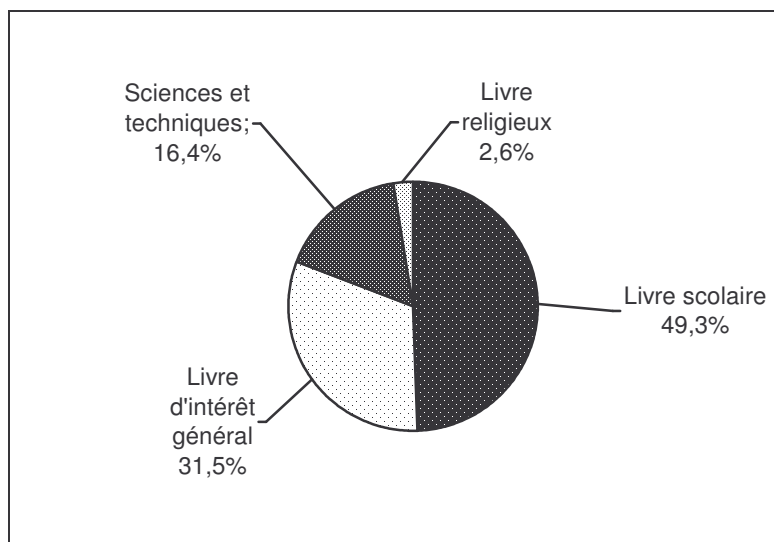
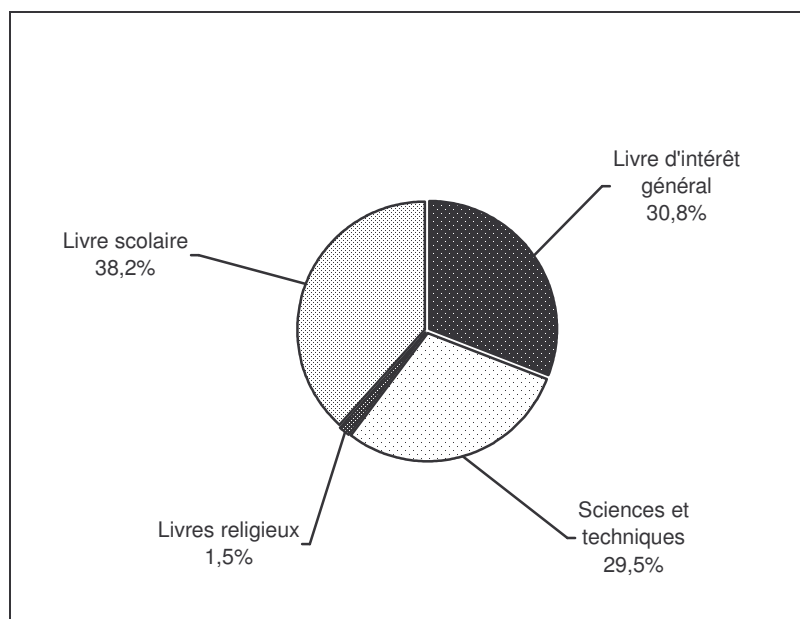


Figure 4 : Poids de chaque domaine en chiffre d'affaires (2004)



En 2004, les 25 plus grandes entreprises du pays ont réalisé 75,4% des ventes (en nombre d'exemplaires vendus) et accaparé 75,7% de la facturation totale.

Tableau 4 : Poids de chaque catégorie d'éditeurs dans les ventes totales (2004)

	en % d'exemplaires vendus	en % de la facturation
Macro	43,6	43
Grandes	31,8	32,7
Moyennes	12,1	14,2
Petites	9,3	7
Micro et auto-éditeurs	3	2,9
Total	100	100

En général, le prix du livre au Mexique se décompose de la manière suivante :

- remise libraire : 45%
- fabrication : 30%
- droits d'auteur : 10%
- marketing : 5%
- marge de l'entreprise : 10%

Il n'y a pas de TVA sur le livre.

La profession différencie généralement les livres selon trois gammes de prix :

- les livres publiés par des éditeurs mexicains ont les prix les plus bas
- les livres espagnols imprimés au Mexique ont des prix moyens
- les livres importés sont les plus chers

On peut estimer que les livres importés sont environ 40% plus cher que les livres de la même maison imprimés sur place.

A titre indicatif, on peut se procurer au Mexique un roman pour 199 pesos (14,7 euros), une nouveauté en *hardcover* pour 280 pesos (20,7 euros), un livre de jeunesse pour 150 pesos (11,1 euros), un livre importé pour 300 pesos (22,2 euros) et des livres soldés venant d'Espagne pour 30 à 60 pesos (2,2 à 4,4 euros).

Les tirages moyens sont peu élevés au Mexique. Sauf cas particulier et best-sellers internationaux qui atteignent parfois des tirages de 100 000 exemplaires, ils excèdent rarement 2 000 à 3 000 exemplaires.

De manière générale, la profession estime que lorsqu'un livre se vend à 20 000 exemplaires, c'est déjà une très belle vente pour le marché local.

Les grands enjeux de l'édition mexicaine

1) L'édition mexicaine face au marché global : l'Espagne, les importations et la faiblesse des exportations

L'Espagne est, par bien des aspects, un concurrent de taille pour l'édition mexicaine. En effet, L'Espagne se positionne aujourd'hui comme la capitale de l'édition en langue espagnole. Une certaine déférence envers l'Espagne, héritée du passé colonial, fait qu'encore maintenant, de nombreux auteurs mexicains (tout comme les auteurs d'Amérique latine en général) ont l'impression de n'accéder à la notoriété que s'ils sont publiés par un éditeur espagnol. Nombre d'éditeurs mexicains de littérature déplorent la « fuite » des auteurs mexicains qui cherchent à se faire publier par les filiales des maisons espagnoles au Mexique (concurrence sévère pour les éditeurs indépendants) ou directement par de prestigieuses maisons espagnoles comme Anagrama (concurrence sévère pour tous les éditeurs mexicains).

La concurrence de l'Espagne se fait également sentir de manière très vive par la présence en nombre de livres importés sur le marché local et la balance commerciale entre les deux pays est nettement déficitaire pour le Mexique.

Durant les années 1980 en Espagne, les aides à l'exportation distribuées par l'Etat ont permis aux imprimeurs et aux entreprises éditoriales de rénover leurs équipements. De ce fait, aujourd'hui, l'impression est plus compétitive en Espagne qu'au Mexique. Sans compter qu'au Mexique, la quasi-totalité du papier destiné à l'édition de livres est importée. Au bout du compte, il revient de 25 à 40% moins cher de produire en Espagne plutôt qu'au Mexique. A noter également que le livre est un produit exempté de droits de douane à l'importation.

Depuis quelques années, il est courant d'entendre dire que l'Amérique latine, et en particulier le Mexique, sont des marchés où sont vendus à prix soldés des livres venus d'Espagne destinés au pilon. Ces *oportunidades* d'Espagne, qui occupent parfois des tables entières dans les librairies sont catastrophiques pour l'édition locale. Elles suscitent le mécontentement des professionnels du livre qui se demandent pour quelle raison des livres qui ne se vendent pas en Espagne trouveraient un public au Mexique. Cette forte présence des livres soldés donne également l'impression que le Mexique permettrait d'écouler toute la surproduction de nouveautés espagnoles.

En 2004, sur 152 millions de livres vendus, 22 millions d'exemplaires étaient importés, ce qui représente 14,5% des ventes.

En revanche la part des livres importés est proportionnellement plus importante dans le chiffre d'affaires total. Les ventes de livres importés représentent 1,6 milliard de pesos (118 millions d'euros) pour un chiffre d'affaires total de 6,89 milliards de pesos (511 millions d'euros), soit 23,5% du chiffre d'affaires global de l'édition privée.

Tableau 5 : Part des livres importés dans les ventes totales (2004)

	Exemplaires vendus		Valeur des ventes	
	Millions	%	Milliards de pesos	%
Local	128	84,2	5,2	76,4
Import	22,7	14,5	1,6	23,5
Soldes	1,3	0,8	0,015	0,02
Total	152	100	6,8	100

Le principal pays d'origine des importations est l'Espagne. Avec la Colombie, le Royaume-Uni et les Etats-Unis, ces quatre pays fournissent 72% des livres importés au Mexique.

Le Mexique a une position géographique stratégique lui permettant d'atteindre un marché potentiel de plusieurs millions d'hispanophones (aux Etats-Unis et dans le cône sud). Pourtant, la valeur des exportations n'est que de 62,3 millions d'euros pour l'année 2004, soit 12% du chiffre d'affaires total de l'édition.

Les principaux pays où s'exporte la production mexicaine sont les Etats-Unis, (en nombre d'exemplaires), Puerto Rico (facturation la plus élevée), la Colombie (en nombre de titres) et le Venezuela.

En volume et en facturation, 75% des exportations mexicaines de livres se font vers l'Amérique centrale et l'Amérique du Sud. Les échanges entre pays du continent sont nombreux. Ces dernières années, les petits pays de la zone s'approvisionnent de moins en moins en Espagne et privilégient l'importation de livres de pays limitrophes. Pourtant, le Mexique ne semble pas réussir à tirer avantage de cette situation. Sur le continent, c'est l'Argentine qui est devenue leader dans l'exportation de livres en espagnol. La Colombie, avec un secteur de l'imprimerie très compétitif est également un très important fournisseur de livres. L'un des problèmes du Mexique vient d'une surévaluation de sa monnaie, ainsi que d'une imprimerie assez peu compétitive qui rendent ses livres chers pour les pays voisins. A titre d'exemple, entre 2001 et 2004, les exportations de Santillana Mexico vers le continent sud-américain ont augmenté de 32%, tandis que celles de Santillana Argentina vers la même zone ont augmenté de 248% durant la même période.

Avec 41,5 millions d'hispanophones (originaires du Mexique, de Puerto Rico, des Caraïbes et de tous les autres pays du continent sud-américain), les Etats-Unis paraissent être une zone de chalandise potentielle importante pour le Mexique. En réalité, les chiffres sont trompeurs : les immigrants viennent, en majorité, des couches sociales défavorisées et leur niveau de vie est relativement bas. D'autre part, une fois sur place, leurs enfants reçoivent une éducation en anglais. Aujourd'hui, la grande partie des hispanophones de la classe moyenne est instruite en anglais.

Finalement, parmi le public hispanophone des Etats-Unis, on ne compte que 300 000 lecteurs et acheteurs réguliers de livres. Pour le moment, ce sont surtout les bibliothèques universitaires américaines qui achètent le plus gros volume de livres mexicains.

Des coûts de transports élevés et des remises très faibles accordées par les éditeurs mexicains rendent les livres mexicains exportés encore chers. Ils bénéficient cependant d'un avantage comparatif concernant le prix public par rapport aux livres venus d'Espagne et qui souffrent d'un euro fort.

A moyen terme, les Etats-Unis peuvent donc représenter un marché à fort potentiel pour le Mexique. Les éditeurs américains ne s'y sont pas trompés : ils refusent de plus en plus souvent de vendre les droits mondiaux en langue espagnole afin de se réserver ce lectorat. La revue professionnelle américaine *Publishers Weekly* a d'ailleurs lancé en 2001 *Críticas*, un bulletin qui recense la production en langue espagnole dans le pays.

2) Le piratage et la photocopie illégale : des maux typiquement mexicains

Selon l'*International Intellectual Property Alliance*, le Mexique – signataire de la Convention de Berne en 1967 – occupe la troisième place mondiale en termes de produits (CD, DVD, livres) copiés illégalement. Il faut cependant distinguer le piratage industriel de la photocopie illégale.

Le piratage consiste en la reproduction quasi à l'identique de livres. Ce type d'action est considéré comme un délit par l'article 424 bis du Code pénal fédéral. Selon les chiffres avancés par le CEMPRO (Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor), qui est le centre mexicain de protection et de promotion du droit d'auteur, environ 10 millions de copies pirates circuleraient chaque année sur le marché mexicain, soit environ 10% de la production éditoriale privée mexicaine.

Les livres piratés sont distribués à tous les coins de rue : dans les kiosques, les *puestos* (des kiosques ambulants), sur les marchés et même dans des librairies bien établies. Les auteurs les plus piratés actuellement sont Dan Brown, Gabriel Garcia Marquez et J.K. Rowling. La profession estime que pour un livre « officiel » vendu, un autre est vendu à -50% dans la rue.

Les autorités de la ville de Mexico sont de plus en plus actives dans le démantèlement des réseaux de contrefaçon et dans la saisie de copies pirates. Malheureusement, leurs efforts sont dérisoires face à l'ampleur du phénomène. En effet, le piratage serait organisé, selon certains professionnels du livre, par une véritable « mafia ». Certains n'hésitent pas à avancer la thèse selon laquelle des éditeurs seraient eux-mêmes les organisateurs de la contrefaçon tellement les livres piratés ressemblent aux originaux. Ils soulignent alors la difficulté de lutter contre le piratage quand des grands éditeurs qui participent aux comités de lutte contre le piratage sont eux-mêmes compromis. Ils insistent sur la nécessité d'améliorer la qualité du service en librairie pour que le lecteur achète le livre en librairie plutôt que l'édition pirate dans la rue.

La photocopie illégale, quant à elle, consiste en la reproduction partielle ou totale d'œuvres protégées par la Loi fédérale sur le droit d'auteur. Le CEMPRO estime qu'il y a environ entre 20 et 28 millions de livres – de 250 pages en moyenne – photocopiés chaque année. Ce type de contrefaçon concerne majoritairement le livre universitaire. Les pertes estimées en 2005 sont de l'ordre de 35 millions d'euros selon l'*International Intellectual Property Alliance*.

Il est vrai que les étudiants sont plusieurs millions au Mexique et que les boutiques de photocopies aux alentours des universités comme l'Unam par exemple abondent, proposant des photocopies à un centime d'euro la page. Ce sont donc des manuels universitaires entiers qui sont reproduits ou encore des anthologies de textes, préparées par les professeurs eux-mêmes, qui sont distribués aux étudiants.

Il ressort d'une enquête réalisée en 2000 sur un échantillon de 10 000 étudiants des huit plus grandes villes du pays, que plus de la moitié d'entre eux (58,8%) n'achète pratiquement jamais de livres.

Tableau 6 : Moyens utilisés par les étudiants pour acquérir de l'information⁶

	Achats de livres	Photocopies	Internet
Fréquemment	11%	32,2%	13,3%
Parfois	30,2%	54,1%	27,4%
Rarement	46,4%	12%	34,4%
Jamais	12,4%	1,7%	24,9%
Total	100	100	100

D'où vient le problème ? Des étudiants qui ne lisent que ce qui est nécessaire pour leur cursus ? Des enseignants qui n'éveillent pas la curiosité de leurs élèves ? Du prix des livres, trop onéreux pour les étudiants ? Les torts sont sans doute partagés. Il n'en demeure pas moins que, copier un chapitre d'un manuel universitaire est devenu une routine, quand celui-ci n'est pas tout simplement mis à la disposition des élèves sur l'intranet de l'établissement.

3) Les habitudes de lecture

On peut diviser la société mexicaine en plusieurs strates, chacune ayant des caractéristiques particulières en termes d'habitudes de lecture :

- une élite culturelle et sociale ancienne. C'est l'aristocratie mexicaine, très cultivée, qui a l'habitude de voyager. Il s'agit d'une centaine de familles qui avaient autrefois le pouvoir politique et une activité de mécénat dans le domaine des arts. Cette élite achète régulièrement des produits culturels et des livres.
- une nouvelle élite économique de « nouveaux riches » dont est issu l'actuel président Vicente Fox. Ces personnes dirigent aujourd'hui les milieux politiques et financiers. Cette haute bourgeoisie, qui envoie ses enfants dans des universités privées, se caractérise notamment par son faible intérêt pour la lecture.

⁶ Adrián de Garay, *Los actores desconocidos. Una aproximación al conocimiento de los estudiantes*, ANUIES, 2001.

- un milieu universitaire important. Etudiants, universitaires, chercheurs et professeurs forment les plus gros contingents de lecteurs. A Mexico, ce milieu intellectuel et artistique vit majoritairement au sud de la ville. Cette classe moyenne cultivée est celle qui, proportionnellement à son revenu, achète le plus de livres.
- une classe moyenne qui lit peu.
- les classes sociales les plus défavorisées n'ont pas ou peu accès au livre : 48% de la population, on l'a vu, vit dans la pauvreté.

Il n'existe pas de données officielles, mais la profession cite souvent le chiffre d'un livre lu par an et par habitant (manuels scolaires exclus) ce qui place le Mexique à un niveau comparable à Haïti et à la Bolivie en termes d'habitude de lecture. Quant aux éditeurs, ils ont l'habitude de dire qu'ils travaillent pour un lectorat d'environ un million de personnes (soit 1% de la population).

Les Mexicains ne sont pas non plus très amateurs de journaux. A titre d'exemple, le plus grand quotidien du pays *El Universal* tire à 100 000 exemplaires.

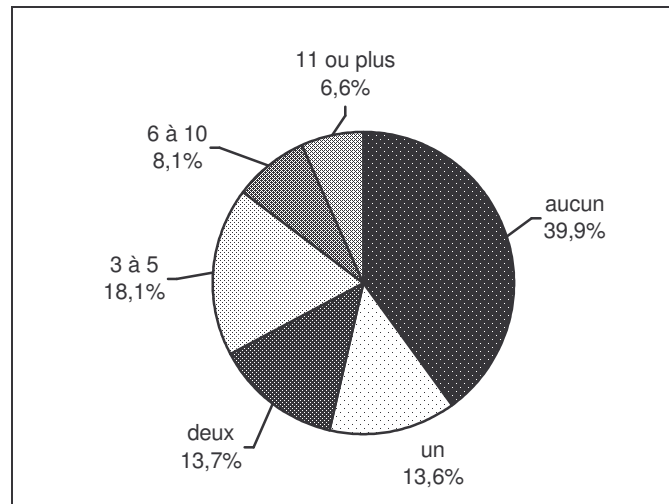
Editeurs comme libraires s'expliquent mal ce manque d'intérêt pour la lecture.

Plusieurs hypothèses sont avancées, comme par exemple le fait que la société mexicaine serait très introvertie. A la différence de sa voisine argentine qui a une profonde et ancienne culture de l'ouverture à l'Autre, la société mexicaine reste clanique, le premier cercle d'allégeance étant celui de la famille. Cette introversion se refléterait dans la consommation de livres : on ne cherche pas à s'ouvrir au monde par le livre.

Cependant, ce mode de vie et de consommation commence à changer. La société s'ouvre de plus en plus et l'état familial se desserre un peu. Ainsi, par exemple, on voit apparaître de plus en plus de livres de thérapie familiale au Mexique, secteur totalement inconnu il y a encore cinq ans de cela.

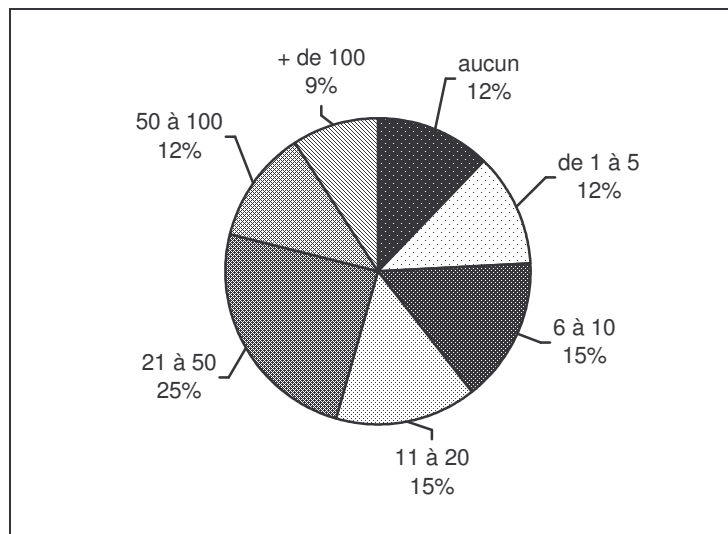
Une enquête sur les pratiques culturelles de la population mexicaine menée par le Conaculta montre que 4 personnes interrogées sur 10 n'ont pas lu de livres durant l'année 2004. En revanche, le nombre de livres lus par les 60% restants est variable.

Figure 5 : Nombre de livres lus (2004)⁷



Quant au nombre de livres détenus à la maison, il ressort de l'enquête que 12% des Mexicains interrogés n'ont pas de livres chez eux.

Figure 6 : Nombres de livres détenus à la maison (2004)⁸

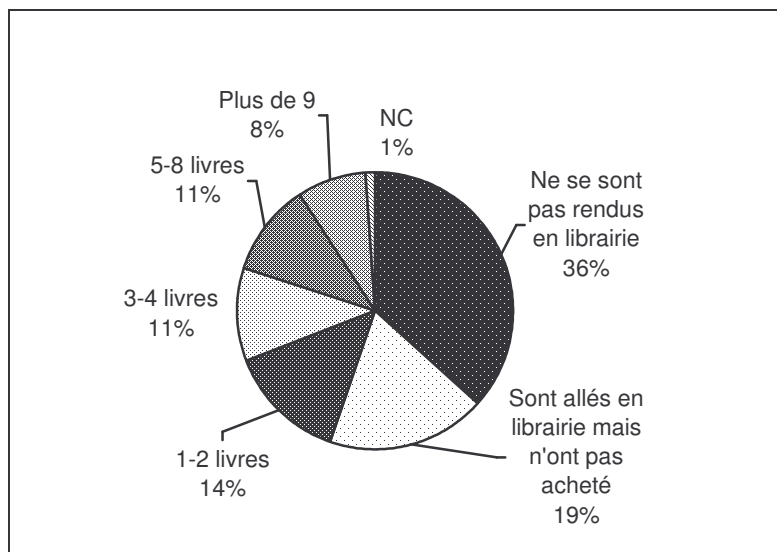


Le peu d'appétence pour la lecture de la population mexicaine se retrouve également dans le nombre de livres achetés en 2004. D'après l'enquête, plus de la moitié des personnes interrogées (55,4%) n'ont pas acheté de livres durant l'année écoulée.

⁷ Encuesta nacional de prácticas y consumo culturales, CONACULTA, 2004 (enquête nationale sur les pratiques culturelles au Mexique).

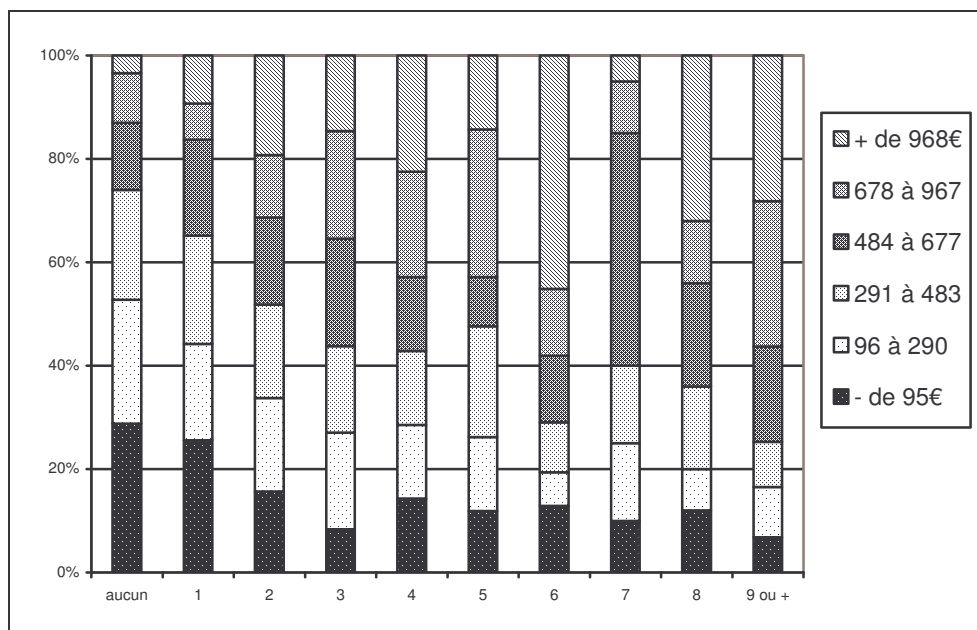
⁸ *Idem*

Figure 7 : Nombres de livres achetés (2004)⁹



Enfin, parmi les acheteurs de livres, sans doute faut-il prendre en compte le niveau de revenus comme facteur déterminant de l'acte d'achat.

Figure 8 : Nombre de livres achetés (de 0 à 9 ou plus) en fonction du revenu mensuel moyen du foyer (équivalent en euros)¹⁰



⁹ Idem

¹⁰ Idem

4) Prix unique du livre, combat pour la bibliodiversité et défense de l'édition indépendante

Le 16 mars 2006, le Sénat mexicain a adopté à l'unanimité la loi sur le soutien à la lecture et au livre (Ley de Fomento para la Lectura y el Libro), qui établit le prix unique du livre et crée un Conseil national pour le soutien à la lecture. Cette loi, dont l'élaboration a été longue, a mobilisé pendant plusieurs mois les énergies des éditeurs, des libraires indépendants et de la Caniem. Elle a ensuite été adoptée par la Chambre des députés. Les professionnels du livre attendent maintenant que son décret d'application soit signé afin qu'elle entre en vigueur.

S'inspirant de la France, de l'Allemagne et de l'Espagne où le prix unique s'applique depuis plusieurs années, les concepteurs de la loi en attendent beaucoup et notamment qu'elle donne une nouvelle impulsion au secteur de la librairie mexicaine en permettant :

- de rendre des ouvrages disponibles au même prix quel que soit le lieu de vente (dans la capitale ou des zones plus rurales ou reculées).
- aux librairies d'être compétitives non plus par le prix mais par la qualité du service rendu au lecteur.
- aux librairies indépendantes de coexister à côté des grandes chaînes qui pratiquent à l'heure actuelle des remises clients allant jusqu'à 30%.

Cette loi ne se limite pas au prix fixe. Elle prévoit également le soutien à la création de bibliothèques et de centres de lecture et instaure un plan d'action visant à développer le goût de la lecture auprès du public et notamment auprès des populations jeunes. D'aucuns lui reprochent pourtant de ne pas être assez complète : ils souhaiteraient y voir figurer des règles permettant aux petits éditeurs indépendants de coexister à côté des grands.

C'est par exemple l'un des objectifs de l'AEMI (Alliance des éditeurs mexicains indépendants) qui cherche à promouvoir la présence collective de ses fonds dans les rayons des librairies, durant les foires du livre nationales et internationales. S'il n'est pas encore question d'établir des pratiques commerciales conjointes (politique de remise commune ou campagne de promotion partagée), ces éditeurs essaient, en revanche, d'acheter ensemble leurs matières premières et de négocier les tarifs avec les imprimeurs. Leur première action commune a été la mise en place d'un stand collectif à la foire de Guadalajara ainsi qu'à la foire du livre del Palacio de Minería.

L'association compte 14 membres et l'un des critères d'adhésion est l'absence de capitaux étrangers dans le financement de la maison d'édition.

Le principal cheval de bataille de l'AEMI est la lutte pour la bibliodiversité qui a d'ailleurs été l'un des thèmes majeurs de la foire de Guadalajara 2005. Une rencontre internationale a eu lieu sur le sujet. Intitulée « Les éditeurs indépendants du monde latin et la bibliodiversité », elle s'est clôturée par une déclaration solennelle signée par 70 éditeurs indépendants de 23 pays différents¹¹.

¹¹ Cf. le site de l'Alliance des éditeurs indépendants : http://www.alliance-editeurs.org/fr/declaration_fre.rtf

La production éditoriale

A – L'édition scolaire

Depuis 46 ans, l'Etat publie, par l'intermédiaire du Conaliteg tous les manuels de primaire des écoles publiques (et les distribue gratuitement). Cette décision avait porté, à l'époque, un coup fatal à l'édition mexicaine et un grand nombre d'éditeurs avaient dû fermer leurs portes. En 1998, l'Etat a également décidé d'offrir gratuitement les manuels aux élèves du secondaire, tout en laissant à l'industrie privée le soin de les éditer.

L'éducation est gratuite et obligatoire pour tous les enfants mexicains âgés de 6 à 15 ans. Une réforme sera mise en place à partir de 2007 qui fait passer la durée obligatoire de la scolarisation de 10 à 12 ans (les deux années d'école maternelle deviennent obligatoires).

Education préscolaire : 4-6 ans

La scolarité en maternelle n'étant pas encore obligatoire, les parents qui le souhaitent ne peuvent scolariser leurs enfants que dans des structures privées. L'Etat ne produit pas de livres, il ne les achète pas non plus pour les distribuer gratuitement dans ces écoles. Pour le moment, les éditeurs privés ont investi ce marché « ouvert » de 3,5 millions d'élèves.

Education primaire : 6-12 ans

95% des enfants de cette classe d'âge sont scolarisés dans des écoles publiques. L'Etat est le seul fournisseur de manuels scolaires pour le primaire. Il produit les livres et les distribue gratuitement dans les écoles. Tous les élèves d'un même niveau scolaire ont des manuels identiques dans toutes les écoles du pays. Selon la Caniem, en 2005, 120 millions d'exemplaires ont été produits par l'Etat pour 9 millions d'élèves. Les maisons éditoriales privées n'ont de marché que pour les 5% d'élèves inscrits dans des écoles privées.

Education secondaire : 12-15 ans

Comme pour le primaire, les manuels sont distribués gratuitement aux élèves par le gouvernement mais ils sont produits par l'industrie privée.

Le gouvernement fixe les programmes et les éditeurs proposent leurs ouvrages. La SEP (Secretaría de Educación Pública) choisit les ouvrages conformes au programme et les met sur une « liste ». Chaque école fait ensuite son choix de manuels parmi cette liste puis passe commande au Conaliteg qui se charge de leur distribution. L'Etat est l'unique acheteur de ces ouvrages. Si les ventes en volume sont importantes (tirage moyen : 65 000 exemplaires), en revanche, la marge nette des éditeurs est peu élevée. Environ 25 éditeurs se partagent le marché. En 2005 ils ont publié 36 millions d'exemplaires achetés par l'Etat pour 4 millions d'élèves.

Cycle préparatoire d'entrée à l'université : 15-18 ans

Les 32 Etats du Mexique ont chacun leur propre université autonome avec un programme d'entrée spécifique qui se prépare en trois ans. Des manuels sont édités par l'industrie privée pour ces lycéens (près de 300 programmes différents dans tout le pays et autant de manuels potentiels).

B – La situation du livre universitaire et de STM

Bref aperçu du système d'enseignement supérieur mexicain

« En 2002, 1 300 établissements d'enseignement supérieur délivraient un diplôme reconnu par la SEP (Secretaria de Educación Pública), mais, à l'heure actuelle, seulement environ 10 % correspondent à des universités selon nos critères. Sur ce total, 55 sont publiques et 82 privées.

L'enseignement supérieur comptait, en 2002, 2,1 millions d'élèves. Le système public d'enseignement supérieur regroupait en 2003, environ 65% des étudiants.

Créée en 1910, l'UNAM (Université Nationale Autonome de Mexico) comptait en 2003, 149 944 étudiants. L'Université Autonome Métropolitaine (UAM), fondée en 1973, et qui compte trois sites, vient ensuite avec 42 803 étudiants. En province, les universités les plus importantes sont celles de Nuevo Leon (60 351 étudiants), Guadalajara (68 126 étudiants), la Veracruzana (39 720 étudiants) et Sinaloa (41 266). Le reste des universités publiques oscille entre les 2 000 et les 25 000 étudiants.

L'Etat dispose aussi de 84 Instituts Technologiques de la SEP : 308 803 étudiants. Le plus important d'entre eux, l'IPN (Instituto Politecnico Nacional), 79 764 étudiants, se trouve à Mexico.

A partir de 1991, se fondant sur l'expérience étrangère, française notamment, s'est mis en place le système des Universités Technologiques (UT). Avec des formations de deux ans, il est destiné à former des techniciens supérieurs dont le manque se fait cruellement sentir. En 1998, on comptait 24 UT, en 2004, elles sont au nombre de 60, regroupant ainsi 55 836 étudiants.

La part des établissements privés d'enseignement supérieur est loin d'être négligeable surtout si l'on considère que ce secteur ne s'est développé qu'à partir des années cinquante. Il rassemblait, en 2003, 675 514 étudiants. Les universités privées en regroupent l'essentiel, le reste étant constitué d'une multitude d'instituts, centres, écoles et collèges variés. Les universités sont elles-mêmes très hétéroclites la plupart n'ayant que quelques centaines d'étudiants. »

Principaux atouts du système d'enseignement supérieur mexicain

« Le système d'enseignement supérieur mexicain comporte de nombreux atouts. L'UNAM a pu jusqu'à cette dernière décennie former l'essentiel des cadres du pays. Depuis 20 ans les universités de province sont venues la renforcer. Si les résultats sont encore inégaux, surtout au niveau du 3^e cycle, les progrès se manifestent dans certains secteurs.

A cela, il faut ajouter l'existence d'une forte demande solvable pour des formations d'excellence dans des secteurs "rentables" (économie, gestion, marketing, administration, médecine...). Le secteur privé est venu, dans une large mesure, occuper le créneau. La grève de l'UNAM en 2000 a joué dans le sens d'un renforcement de la position de ces universités car les étudiants, désireux de ne pas perdre une année et ayant les moyens, se sont tournés vers elles. »

Extraits du dossier *Mexique* publié par Edufrance, disponible sur www.edufrance.net

En 2004, le secteur Sciences Technique et Médecine (STM) au Mexique était représenté par 59 maisons d'édition qui ont publié 4 762 titres (32% de la production totale). 24,9 millions d'exemplaires ont été vendus dans cette catégorie (16,3% du total des ventes du pays) dont 19 millions étaient produits localement et 5,8 millions importés.

Le secteur est dominé par trois grandes multinationales (McGraw-Hill, Pearson, Elsevier) qui ont réalisé 68% des ventes en 2004. 10 maisons d'édition de taille moyenne ont réalisé 23% des ventes et 46 petites maisons d'édition se partagent les 9% de parts de marché restant.

Le secteur STM a, par nature, un lectorat moins large que celui des livres d'intérêt général. Cependant, il peut compenser cette relative faiblesse par les exportations vers les autres pays d'Amérique latine et il est courant que des livres publiés au Mexique soient utilisés dans les universités du continent. La part des exportations de livres de STM sur le total des exemplaires exportés représente 38,1% contre 33,1 % pour les livres d'intérêt général.

La grande partie des livres universitaires et de STM est issue de traductions de titres anglais. Le flux se fait d'ailleurs presque exclusivement de l'anglais vers l'espagnol.

C – Les livres d'intérêt général

La production de livres d'intérêt général constitue l'activité de la majorité des éditeurs privés. Tous les acteurs sont présents sur ce secteur, qu'il s'agisse des leaders du marché comme *Random House*, *Planeta* ou *Santillana*, des filiales espagnoles (*Tusquet*, *Herder*), des éditeurs mexicains indépendants de grande taille ou de taille plus modeste.

Les statistiques disponibles de la Caniem sur les livres d'intérêt général donnent un aperçu quantitatif (nombre de titres et d'exemplaires produits) de chaque catégorie éditoriale.

Tableau 7 : Production par catégorie éditoriale (2004)

	Titres	Exemplaires (en millions)
Littérature générale	1 693	6,3
Philosophie et psychologie	1 533	4,7
Sciences sociales	841	1,9
Religion ¹²	526	6,6
Histoire et géographie	190	0,66
Art, culture,sport	140	0,41
Référence	34	1,2

Elles permettent également d'établir un classement des thématiques les plus vendues au sein de chaque catégorie.

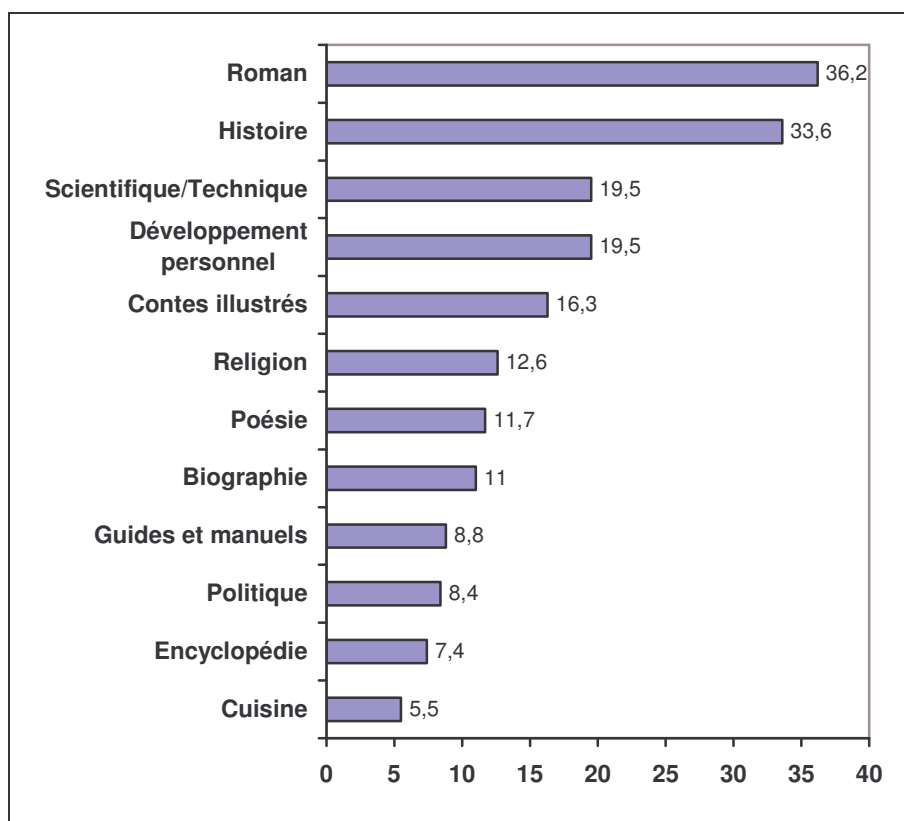
Tableau 8 : Thématiques les plus vendues (2004)

	Top 3 des thématiques les plus vendues
Littérature générale	Fiction narrative, non-fiction, histoire de la littérature
Philosophie et psychologie	Self-help, ésotérisme, psychologie,
Sciences sociales	Ethnographie, sociologie, droit
Religion	Spiritualité, livres de morale chrétienne, livres évangéliques
Histoire et géographie	Histoire du Mexique, histoire de l'Antiquité, biographies
Art, culture,sport	Loisirs, jeux et sports, théâtre
Référence	

¹² N'apparaissent dans ce classement que les livres produits dans le pays à des fins commerciales. Les livres distribués gratuitement par des organisations religieuses ou caritatives ne sont pas pris en compte. Les chiffres présentés sont donc en dessous de la quantité de livres religieux réellement en circulation sur le marché mexicain.

L'enquête sur les pratiques culturelles de la population mexicaine menée par le Conaculta donne une indication sur les préférences des lecteurs. Le public concerné est celui des 60% de personnes interrogées ayant lu un livre en 2004.

Figure 9 : Catégories d'ouvrages préférées¹³
(réponses multiples possibles, le total dépasse 100%)



Les professionnels du secteur notent l'intérêt croissant du public pour les thrillers historiques, les histoires de templiers et les romans dans la mouvance du *Da Vinci Code*. Ils soulignent également le goût prononcé des Mexicains pour les intrigues à caractère fantastique ou surnaturel.

Les livres de développement personnel connaissent beaucoup de succès et des ventes en constante augmentation. Toutes les branches du paramédical et des médecines alternatives font recette, de même que les guides pour mieux gérer son stress, sa vie, son sommeil etc.

Les livres d'ésotérisme et de spiritualité ont également de nombreux lecteurs et grignotent des parts de marché au secteur du livre religieux très présent au Mexique.

A l'approche d'élections présidentielles décisives pour les orientations politiques à venir du pays, les essais politiques sur le Mexique et ses dirigeants intéressent de plus en plus de lecteurs.

¹³ Encuesta nacional de prácticas y consumo culturales, CONACULTA, 2004 (enquête nationale sur les pratiques culturelles au Mexique).

D – L’essor particulier du livre de jeunesse

Le Fondo de Cultura Economica a été précurseur en matière de livre de jeunesse au Mexique. En lançant sa collection-phare *A la Orilla del Viento* – collection qui reprend de nombreuses traductions de l’anglais, du français, de l’allemand, de l’italien, de l’hébreu, etc. – il a donné son premier élan au secteur de l’édition de jeunesse mexicain. A ses côtés gravitent de grandes maisons d’édition de jeunesse comme CIDCLI ou Cinco Punto Press, ainsi que les départements jeunesse des groupes multinationaux et des éditeurs scolaires.

C’est à partir de 2002 qu’une véritable évolution s’est produite dans le secteur du livre de jeunesse. En effet, en l’espace de cinq ans, le secteur a connu un essor sans précédent au Mexique. Il le doit en partie au programme impulsé par le Président Vincente Fox en 2002 qui s’intitule « Hacia un país de lectores » (vers un pays de lecteurs).

Ce vaste plan de soutien à la lecture comporte un volet important dans le domaine du livre de jeunesse : il s’agit du programme « Biblioteca Escolar y de Aula » (bibliothèque scolaire et bibliothèque de salle de classe).

Ce programme, organisé par la SEP (Secrétariat à l’éducation publique), prévoit de doter, chaque année, les 800 000 salles de classes du Mexique, d’une vingtaine de livres de jeunesse différents. Le but est d’arriver à ce que chaque salle de classe en maternelle, primaire et secondaire puisse se constituer sa propre petite bibliothèque. Le programme vise également à renforcer les fonds des bibliothèques scolaires.

Pour approvisionner ces bibliothèques et ces salles de classe en livres, la SEP lance chaque année un appel d’offres auprès des éditeurs. Ceux-ci présentent des maquettes de livres répondant au cahier des charges élaboré par la SEP. L’enjeu est de taille pour l’éditeur : si son livre est sélectionné, il est assuré d’avoir une commande minimale de 15 000 exemplaires (et jusqu’à 100 000 exemplaires).

Le processus de sélection des ouvrages se fait de manière très indépendante. Ce sont des groupes multidisciplinaires de 50 personnes (professeurs, spécialistes, membres d’IBBY Mexico) qui, pour chaque niveau scolaire et dans chacun des 31 Etats fédérés donnent leur avis (soit plus de 16 500 personnes impliquées dans le processus de décision).

En règle générale, les ouvrages publiés grâce à ce programme sont de moindre qualité par rapport aux standards occidentaux de l’édition de jeunesse. En effet, la SEP impose, dans le cahier des charges, un prix d’achat maximum par ouvrage. Ces prix sont très bas, ce qui oblige les éditeurs à produire des livres au meilleur coût. Cette contrainte de coût se traduit par des choix de papier de moins bonne qualité, peu d’originalité dans les maquettes, une limitation des « plus » comme les pages dépliantes ou des matières à toucher par exemple.

Ce programme de la SEP a permis un réel essor de la littérature de jeunesse. En 2005, 20,2 millions d’ouvrages ont été publiés grâce à lui. Pour l’année scolaire 2005-2006, 114 nouveaux titres ont été sélectionnés dont 36 pour la maternelle, 72 pour le primaire et 36 pour le secondaire.

Ce programme a fait évoluer de manière sensible le paysage éditorial mexicain. En effet, tous les éditeurs ont souhaité profiter de cette opportunité. Cela a été le cas des éditeurs spécialisés en jeunesse, mais aussi d'éditeurs qui n'avaient jamais fait de livres de jeunesse auparavant, ou encore de maisons d'édition qui ont été créées pour l'occasion.

Il est probable que cet engouement soudain pour la jeunesse fragilise quelque peu le secteur. En effet, plusieurs éditeurs de petite taille restent très dépendants de ce programme de la SEP. Ils courent le risque, si aucun de leurs ouvrages n'est sélectionné, de ne pas avoir une structure suffisamment solide et un catalogue suffisamment étoffé pour se maintenir à flot. Leur pérennité dépend, en outre, des résultats des élections présidentielles. Si un nouveau parti est au pouvoir et que le programme est abandonné, comment survivront-ils ?

Quant au secteur de la bande dessinée, il est peu développé au Mexique. Dans les rayons jeunesse des grandes librairies, on trouve en bonne place les aventures de Tintin, d'Astérix, de Mafalda et des Simpson. Mais hormis ces quelques classiques, il est rare de trouver en rayon des bandes dessinées contemporaines. En fait, au Mexique, les bandes dessinées sont très populaires mais elles s'achètent en kiosque, dans les *puestos* que l'on trouve au coin de la rue. Il s'agit de planches courtes, des *historietas*, calquées le plus souvent sur les aventures des super-héros américains et vendues à bas prix.

La distribution

A – Promotion, distribution et canaux de vente

1) Des actions de promotion trop rares

Les outils de promotion éditoriale sont assez limités au Mexique. Avec des tirages moyens dépassant rarement les 3 000 exemplaires, peu d'éditeurs se permettent de consacrer un budget important à la promotion de leurs ouvrages. Celle-ci se fait principalement à partir d'articles dans les journaux et de signatures.

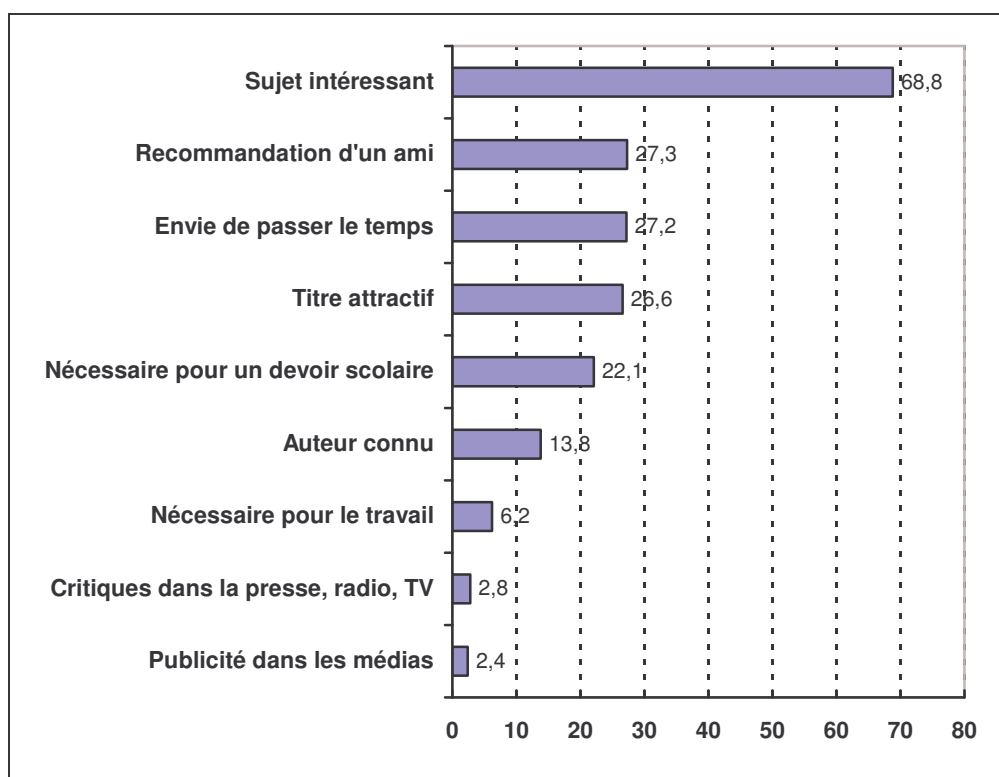
Aux dires des professionnels du secteur, dans les années 1970 et 1980, les quotidiens mexicains proposaient des suppléments littéraires de très haut niveau.

Aujourd'hui, leur qualité a un peu baissé. Celui du quotidien l'*Universal* est considéré comme le meilleur. Viennent ensuite celui de *La Jornada* et celui de *La Reforma* – qui a également lancé un supplément littérature de jeunesse – tandis que celui de *Milenio* est moins bon (bien que le quotidien soit très apprécié).

Pour de nombreux éditeurs, le meilleur outil de promotion reste *radio-rumor* ou le bouche-à-oreille... Certains éditeurs de sciences humaines ou de littérature, qui connaissent leur public-clé, préfèrent parfois promouvoir l'image de marque de la maison d'édition (et la qualité des ouvrages qu'elle édite) plutôt qu'un titre en particulier.

L'enquête sur les habitudes culturelles des Mexicains, permet d'identifier parmi les 60% de personnes ayant lu au moins un livre en 2004, ce qui avait motivé leur choix de livre.

Figure 10 : Principales motivations dans le choix d'un livre¹⁴



¹⁴ Encuesta nacional de prácticas y consumo culturales, CONACULTA, 2004 (enquête nationale sur les pratiques culturelles des Mexicains).

2) La prépondérance des ventes directes sur les ventes au détail

En 2004, près de 60% du total des livres vendus a été écoulé à Mexico et dans sa zone métropolitaine. Les ventes dans les autres Etats fédérés du pays représentent 33% du total et les exportations 7%.

Seuls 20% des livres vendus passent par l'intermédiaire d'un distributeur. Les distributeurs n'ont jamais pris de véritable essor au Mexique sans doute à cause de la taille du marché et de la faiblesse du réseau des librairies. Ce sont souvent des éditeurs-distributeurs-importateurs (comme Porrúa ou Océano) qui, en plus de leur propre catalogue, représentent ceux d'éditeurs étrangers. Certains distributeurs ont une fonction plus classique : ils distribuent les ouvrages des éditeurs mexicains sur certaines zones géographiques – généralement éloignées de la capitale.

Les statistiques de la Caniem permettent d'identifier les différents canaux de ventes de livres de l'industrie éditoriale privée au Mexique et leur part respective (en fonction du nombre d'exemplaires vendus).

Tableau 9 : Part de chaque canal de vente en % du total d'exemplaires vendus (2004)

Canal de vente	% des ventes
Librairies	24,95
Grands magasins, hypermarchés et supérettes	8,02
Kiosques	0,05
Internet	0,01
Ventes au détail	33,03
Ventes au gouvernement	37,22
Exportations	7,18
Ventes aux écoles	6,61
Ventes à des entreprises privées	3,89
Autres canaux	3,40
Ventes directes à crédit	3,35
Librairies de l'éditeur	1,80
Autres événements	1,61
Foires du livre	1,28
Ventes par correspondance	0,60
Ventes aux bibliothèques	0,02
Ventes aux associations	0,01
Ventes directes	66,97
Total des ventes	100

Seul un tiers des ventes de livres se fait par l'intermédiaire d'un détaillant. Les ventes directes sont donc majoritaires au Mexique.

Parmi elles, les ventes à l'Etat constituent le principal canal (avec 37% du total), suivies par les exportations (7%), puis les ventes aux écoles (6%). Dans ce dernier cas, il s'agit notamment des ventes aux écoles privées qui ne bénéficient pas du système des manuels scolaires gratuits ou distribués gratuitement par le Conaliteg.

La vente au détail se caractérise, au Mexique, par l'effritement des parts de marché de la librairie. Cette tendance à la baisse s'inscrit dans la durée. En 1996, les librairies totalisaient 45% des ventes totales de livres dans le pays. En 1998, leur participation n'était plus que de 37% puis de 30% en 2000. En 2004, les librairies n'assurent plus que 25% du total des ventes.

Les grands magasins, hypermarchés et supérettes, quant à eux, ont 8% de parts de marché. Leur présence comme acteur de poids dans la chaîne du livre ne cesse de s'affirmer depuis quelques années.

Même si les librairies ne sont plus le canal majoritaire de vente de livres au Mexique, elles restent néanmoins le lieu d'achat privilégié des lecteurs, comme le montre l'enquête sur les pratiques de consommation de biens culturels des Mexicains.

Tableau 10 : Lieu habituel d'achat de livres (2004) ¹⁵

Lieu d'achat	%
Librairies	72,5
Vendeurs ambulants	6,8
Foires du livre	6,1
Kiosques à journaux	4,3
Grands magasins, hyper ou supérettes	4,1
Ecoles	3
Librairies de livres d'occasion	1,5
Autres	1,3

¹⁵ *Encuesta nacional de prácticas y consumo culturales*, CONACULTA, 2004 (enquête nationale sur les pratiques culturelles des Mexicains).

B – La librairie : un nombre d’acteurs restreint

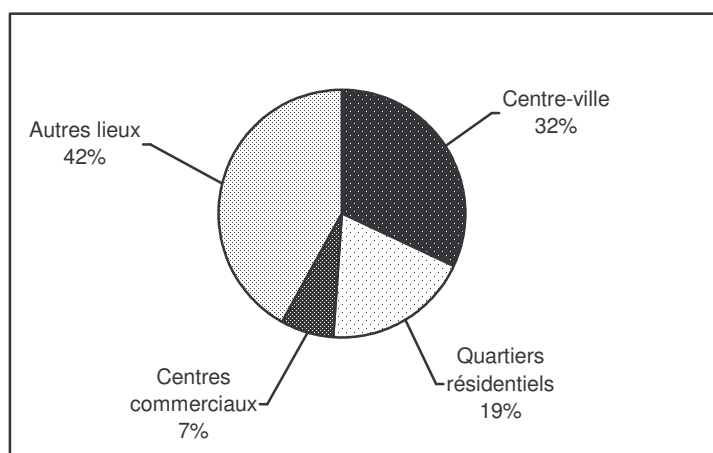
1) La situation de la librairie au Mexique

Beaucoup de librairies ont disparu après le tremblement de terre de 1985 puis après la crise économique de 1995. Aujourd’hui, le Mexique manque cruellement de librairies. Il n’y aurait, selon les professionnels du livre, que quelque 350 à 400 librairies dans le pays et parmi elles, seules 160 environ peuvent être considérées comme des librairies ayant un réel assortiment de livres.

Il y a en moyenne une librairie pour 235 000 habitants au Mexique. Sans surprise, la capitale, Mexico, – avec une librairie pour 17 400 habitants – a la plus forte concentration en librairies du pays. Mais certains Etats comme ceux du Tlaxcala ou de l’Hidalgo connaissent des densités beaucoup plus faibles (de l’ordre d’une librairie pour un demi-million d’habitants).

Les librairies en zone rurale sont pratiquement inexistantes. Celles situées en ville sont réparties, selon une étude publiée par l’UNESCO et le CERLALC¹⁶, de la manière suivante : priorité aux centres-villes, puis aux quartiers résidentiels puis aux emplacements où se trouve une clientèle potentielle (à proximité des universités, des écoles, des centres culturels, etc.).

Figure 11 : Localisation des librairies¹⁷



A Mexico, les plus grandes librairies sont situées dans les quartiers sud de la ville qui constituent le cœur culturel et universitaire de la capitale. La seule rue Miguel Angel de Quevedo compte trois immenses librairies : celle du Fondo de Cultura Economica, les librairies Gandhi et Sotano. A quelques centaines de mètres plus loin, à l’entrée du campus de l’Unam, se trouve la librairie des Editions Siglo XXI qui vend à la fois son fonds et celui de quelques éditeurs renommés de sciences humaines.

¹⁶ Centre régional pour la promotion du livre en Amérique Latine et dans les Caraïbes.

¹⁷ UNESCO-CERLALC, *Estudio de canales de comercialización del libro en México*, 2003.

Certains éditeurs de sciences humaines et de littérature notamment, n'hésitent pas à affirmer qu'ils réalisent 70% de leur chiffre d'affaires dans ces librairies du sud de la ville.

Au niveau national, ce sont les petites librairies qui dominent, celles qui s'appuient sur la vente de livres d'intérêt général, de scolaire et de parascolaire, de papeterie et de cadeaux. Elles sont installées principalement en centre-ville et dans les zones résidentielles urbaines. Depuis peu, on en trouve de plus en plus fréquemment dans les centres commerciaux de la périphérie des villes (« malls » à l'américaine).

Les librairies spécialisées sont assez rares au Mexique. On en trouve quelques-unes dans les domaines de la religion, de l'ésotérisme, du droit et de la médecine. Il existe de trop rares librairies dédiées à la jeunesse comme par exemple les trois librairies Colorines (qui appartiennent à la chaîne Gandhi) et les librairies Sotano Juvenil (dont l'offre est majoritairement composée de produits Disney).

La remise accordée par l'éditeur au libraire est d'environ 30% pour les petites librairies et s'élève à 45% pour les grandes chaînes de librairies. Les libraires utilisent souvent les deux systèmes : celui de la consignation et celui des retours, en fonction des éditeurs. Les taux de retour sont très importants au Mexique, ils sont en moyenne de 45% et dépassent souvent les 50%.

2) L'importance croissante des chaînes de librairies

Les chaînes de librairies prennent de plus en plus d'ampleur au Mexique. La première d'entre elle est la chaîne de librairies Gandhi. Elle a été créée il y a 35 ans à partir d'un modèle économique simple mais efficace : vendre moins cher que les concurrents. En récupérant notamment tous les surplus de la production espagnole ainsi que les livres destinés au pilon dans la péninsule ibérique, Gandhi a pu pratiquer des prix très avantageux pour ses lecteurs. A titre d'exemple, deux immenses librairies Gandhi (des hangars de marchandises à l'origine) se font face dans la rue Miguel Angel de Quevedo : l'une offre un assortiment classique tandis que l'autre ne vend que des livres soldés (livres d'art, livres pratiques et fiction principalement).

Précurseur dans la guerre des prix, jouant sur les volumes pour pouvoir offrir aux lecteurs des remises de 30%, la chaîne Gandhi a certainement joué un rôle dans le déclin des petites librairies de quartier. Bien entendu, ses dirigeants accueillent fraîchement la mise en place du prix unique même s'ils affirment que depuis plusieurs années leur priorité n'est plus de vendre en soldes mais de proposer une offre de qualité à leurs lecteurs.

Aujourd'hui, Gandhi est la chaîne qui, comparativement aux autres, a le moins de succursales (10 à Mexico, une à Guadalajara et une à Monterrey), mais qui génère le plus gros volume de ventes du pays. Parmi les autres chaînes de librairies, on peut citer : la chaîne Cristal (42 succursales), la chaîne Porrua (plus de 30 succursales), ou encore les librairies Sotano ou du Fondo de Cultura Economica.

Toutes ces librairies de grande taille – plusieurs centaines de mètres carrés et plusieurs étages – se développent de manière similaire : on y trouve des livres (le plus souvent classés par éditeurs sauf dans les librairies du Fondo et chez Gandhi où ils sont classés par thématiques), des tables entières de livres à prix soldés, des rayons de CD, de DVD et de la papeterie (carterie, etc.).

Les vendeurs sont nombreux et quadrillent tout l'espace de sorte qu'il y a toujours une personne à qui demander conseil. Malheureusement, ces vendeurs sont généralement assez peu formés et assez peu au fait des livres qu'ils sont censés promouvoir. Ils donnent l'impression d'être là pour surveiller qu'il n'y ait pas de vols plutôt que pour apporter de véritables conseils aux lecteurs.

La plupart de ces grandes librairies ont également mis en place un espace où se restaurer ou prendre un café en écoutant une musique d'ambiance. Certaines d'entre elles ont également un rayon jeunesse avec le plus souvent une petite aire de jeux réservée aux enfants (tapis coloré, coussins, petites tables et chaises).

3) Le réseau d'Etat Educal

Le réseau de librairies Educal est un réseau d'Etat qui compte plus d'une centaine de librairies et de points de vente disséminés dans tout le pays. C'est le plus fort maillage de librairies du pays.

Les librairies Educal distribuent les livres de la SEP et du Conaculta aux bibliothèques et commercialisent également les livres de l'industrie privée (sous forme de dépôt).

Souvent, les gouvernements locaux souhaitent l'ouverture d'une librairie Educal dans leur région : dans certaines communes rurales, c'est parfois l'unique point de vente de livres à plusieurs dizaines de kilomètres à la ronde.

Même si les librairies Educal répondent aux commandes particulières de leurs clients, la majorité de leurs fonds est acheté de manière centralisée par le siège, qui se charge de la comptabilité et du règlement des fournisseurs. Etant une entité dépendante du gouvernement, le réseau Educal ne peut développer sa propre politique de ventes.

Malgré leur potentiel – et notamment le fait qu'elles soient réparties sur tout le territoire – ces librairies ne répondent pas aux attentes de l'industrie éditoriale privée et ne sont pas suffisamment réactives à la demande.

C – D'autres points de vente de livres qui se multiplient

1) L'essor des grandes surfaces non spécialisées dans le livre

Il y a au Mexique environ 1 600 à 1 800 points de vente de livres (autre que des librairies) de nature aussi différente que des pharmacies, des stations service, des hypermarchés, des supermarchés, des supérettes, des cafétérias, des restaurants et des boutiques d'ésotérisme.

Ces lieux de vente non spécialisés dans le livre totalisent 8% du total des ventes de livres du pays.

Le phénomène Sanborns

La chaîne Sanborns compte aujourd'hui près de 200 magasins répartis dans tout le Mexique. Il s'agit de supérettes qui font également épicerie, vente de petit électroménager, pharmacie, point presse et chaîne de restauration.

Après avoir vendu des revues, la chaîne s'est lancée dans la vente de livres, avec succès. D'une part, parce que comme le constatent les professionnels du livre, la chaîne est très bien implantée dans le pays, ce qui leur fait dire que : «même là où il n'y a pas de librairie, il y a forcément un Sanborns ». Et d'autre part, parce que les conditions préférentielles que la chaîne exige auprès des éditeurs lui permet de consentir des rabais de 20% à ses lecteurs.

Les grands supermarchés et hypermarchés

Les grandes surfaces comme Carrefour (17 établissements), Casa Ley (80), Soriana (123), Gigante (182), Wal-Mart, Comercial Mexicana, ont une offre limitée de titres (généralement des best-sellers) à rotation rapide. Les achats sont effectués par une centrale d'achat et les chefs de rayon n'ont pas la possibilité de choisir leur assortiment. En revanche, les volumes d'achat très importants permettent à ces centrales de négocier des remises et de répercuter cette baisse sur le prix de vente final au lecteur.

Les clubs de prix

Ce sont des grossistes qui vendent à prix cassés tous types de consommables (alimentation, bazar, informatique, etc.). Ces clubs de prix comme Costso ou Sam's font des promotions défiant toute concurrence sur certains livres. Ils dégagent des bénéfices proportionnels à la quantité d'ouvrages qu'ils réussissent à écouler en un court laps de temps. Leur tactique est de négocier avec l'éditeur la vente en exclusivité d'un titre pendant un ou deux mois. Passé ce délai, le titre est ensuite diffusé via les canaux habituels de vente.

Les grands magasins

Les grands magasins comme Palacio de Hierro (7 à Mexico et un à Puebla) et Liverpool ont des rayons livres fournis et obtiennent de bons résultats en termes de ventes. C'est la librairie Porrúa qui tient le département livres des magasins Palacio de Hierro, ainsi que ceux des magasins de matériel pour bureau Office Max.

2) Autres canaux de ventes

Il n'y a pas de clubs de livres comme on peut en connaître en France avec France Loisirs.

Le groupe Planeta de Agostini, présent au Mexique, est actif dans la vente en kiosque de ses gammes de produits à collectionner.

Les ventes par Internet sont encore assez peu développées même si un éditeur comme Herder, par exemple, est décidé à développer ses ventes directement par son site Internet. Des librairies comme Gandhi proposent également un service de librairie en ligne. Cependant, pour le moment, l'accès à Internet est encore réservé aux seules classes moyennes et élevées.

Les ventes de porte-à-porte restent fortes au Mexique. En effet, les librairies ont toutes de nombreuses succursales qui n'ont pas pignon sur rue. Il s'agit en fait de bureaux de ventes pour lesquels des commerciaux sont engagés : ceux-ci démarchent directement les lecteurs à leur domicile.

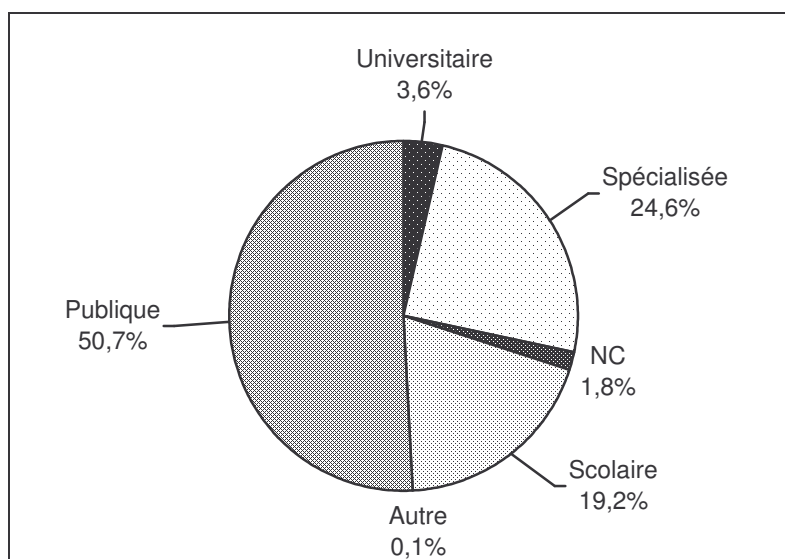
On peut également citer l'opération « Un paseo por los libros ». C'est une initiative née de la volonté conjointe de la Caniem et de la Fundacion Cultural Metro (Fondation culturelle du métro mexicain) de faire entrer le livre dans le métro. En février 1997, dans la station de métro du centre historique de Mexico *Zocalo-Pino Suarez*, un espace d'exposition permanente et de vente de livres a été inauguré. Depuis, plus de 21 millions de passagers ont pu flâner et découvrir les nouveautés des éditeurs dans les 42 mini-librairies les représentant. « Un paseo por los libros », c'est également un site Internet recensant une base de données des fonds présentés dans le métro, deux lignes téléphoniques dédiées aux lecteurs qui souhaitent des renseignements ainsi qu'un auditorium de 100 places où ont lieu des lectures à voix haute, des présentations de livres, des récitals de poésie, des conférences, etc.

D – Bibliothèques, salles de lecture et autres initiatives gouvernementales

1) La nécessaire rénovation du réseau de bibliothèques mexicaines

Le Mexique compte en 2005 quelque 7 000 bibliothèques publiques, 224 bibliothèques spécialisées (entreprises, associations professionnelles, etc.) et 5 118 bibliothèques scolaires et universitaires.

Figure 12 : Pourcentage de fréquentation par type de bibliothèque ¹⁸



Dans le domaine des bibliothèques, l'Etat joue, encore une fois, un rôle important. Le développement des bibliothèques publiques fait partie intégrante du plan de promotion de la lecture impulsé par le Président Fox, «Hacia un país de lectores».

Le gouvernement souhaite en effet développer un réseau national de bibliothèques. Cette volonté va se traduire par la création de 1 100 bibliothèques publiques dans les années à venir et par la réhabilitation de 1 000 bibliothèques existantes. Ce développement se fera également sous la forme d'une dotation de 6,5 millions d'exemplaires à l'ensemble de ces bibliothèques, qui seront progressivement équipées en matériel informatique. La formation de 30 000 bibliothécaires et la création d'un système d'accréditation technique sont aussi prévues.

La nouvelle Bibliothèque de Mexico qui ouvrira ses portes en juillet 2006 sera à la tête de ce réseau. Sur le modèle de la BPI parisienne dont elle s'inspire, cet espace de 28 000 m² dédié au livre détiendra les exemplaires fournis par les éditeurs au titre du dépôt légal ainsi qu'un fonds de 2 millions d'exemplaires. De vastes salles de lecture accueilleront enfants, adolescents, adultes et handicapés. Chaque public trouvera des collections qui lui sont destinées et la bibliothèque aura également

¹⁸ *Encuesta nacional de prácticas y consumo culturales*, CONACULTA, 2004 (enquête nationale sur les pratiques culturelles au Mexique).

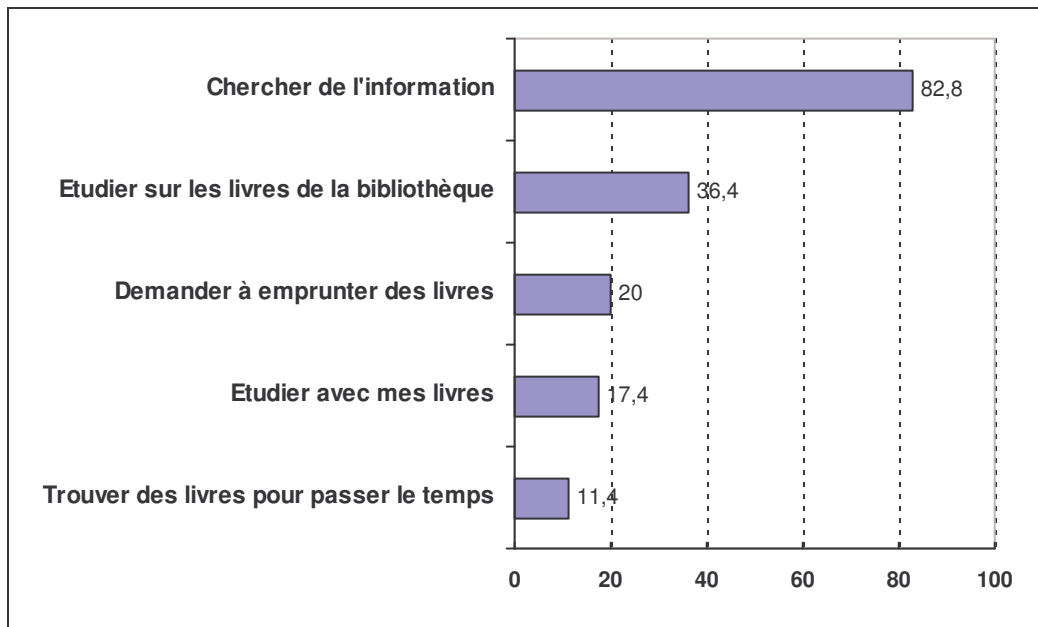
une section internationale d'envergure. Le rez-de-chaussée est conçu pour être un lieu de vie avec un amphithéâtre et des salles d'expositions où seront organisés événements culturels, séminaires, et signatures.

Les autorités officielles sont souvent promptes à se féliciter du succès des bibliothèques publiques : 80 millions d'ouvrages consultés chaque année ; 20 à 25% des habitants du pays seraient des utilisateurs réguliers ; place prépondérante de la bibliothèque dans un village quand c'est le seul lieu qui dispose d'un accès à Internet, etc.

En revanche, le point de vue des professionnels du livre est nettement moins optimiste. Ils estiment que la situation des bibliothèques est encore plus catastrophique que celle des librairies. Si le grand réseau de 7 000 bibliothèques publiques du pays existe bel et bien, pour eux, seules 300 d'entre elles fonctionnent réellement. D'autre part, ils déplorent que les achats de livres soient centralisés pour toutes les bibliothèques du pays et qu'elles n'aient aucune latitude pour définir leur propre politique d'acquisition. Les investissements nécessaires pour améliorer leur fonctionnement seraient donc gigantesques.

A l'heure actuelle, les bibliothèques sont avant tout un espace de travail pour les étudiants. Les élèves viennent y faire leurs devoirs. Selon l'enquête sur les pratiques culturelles au Mexique, 68,8% des personnes interrogées ont déclaré s'être rendus, au moins une fois dans leur vie, dans une bibliothèque. Voici, leurs principales motivations.

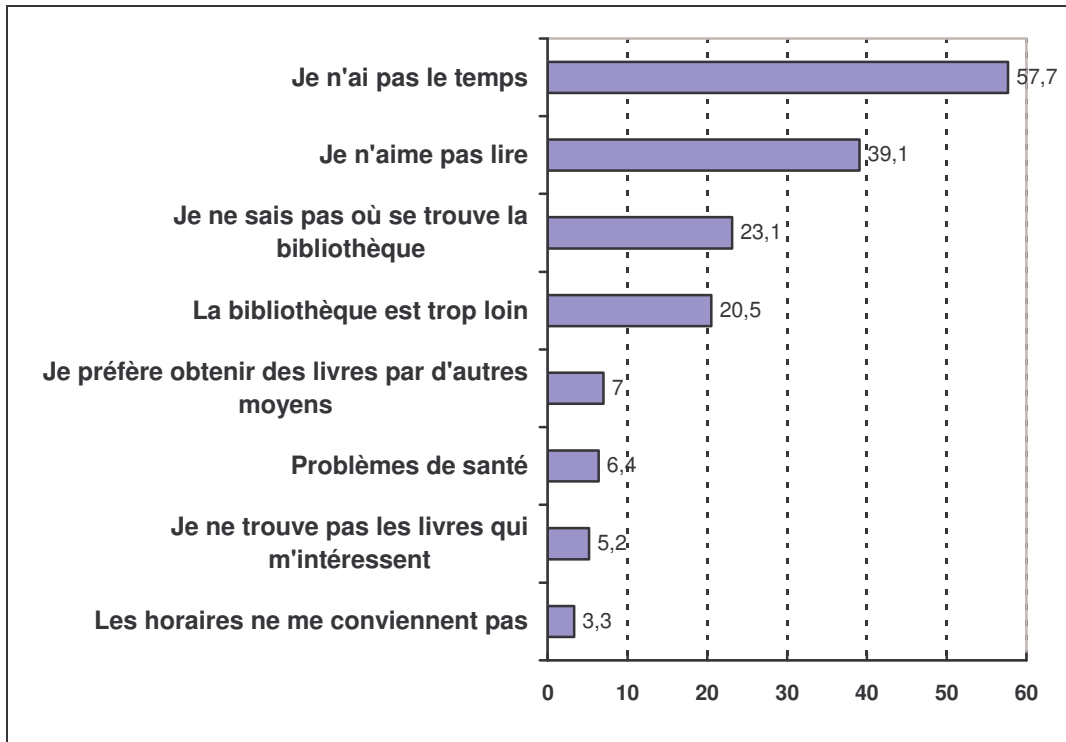
Figure 13 : Motivations pour se rendre en bibliothèque¹⁹.
Réponses multiples possibles, le total dépasse 100%.



¹⁹ *Idem*

Quant aux 31,4% de personnes interrogées qui ne sont jamais allées en bibliothèque, voici leurs principaux arguments :

Figure 14 : Motifs pour ne pas se rendre en bibliothèque²⁰.
Réponses multiples possibles, le total dépasse 100%.



2) La création d'un programme national de salles de lecture

Ce programme a été lancé en 1995 sur l'initiative du ministère de la Culture mexicain. Ces salles de lecture, qui ont pour but de former des lecteurs et de promouvoir la lecture dans le pays sont des espaces où ont lieu, toutes les semaines, des activités liées à la lecture ainsi que le prêt de livres à domicile.

Le système repose sur le volontariat : un professeur, un bibliothécaire, un étudiant, un éditeur, un artisan du livre se propose d'animer gratuitement une salle de lecture dans sa communauté ou son village. Au préalable, il doit être en mesure d'installer un espace de lecture accessible aux participants et suit une formation spécifique dispensée par le ministère. Il s'engage ensuite à animer toutes les semaines ce club de lecture et à faciliter le prêt des ouvrages à domicile. En échange, il reçoit gratuitement de la part des pouvoirs publics un stock d'ouvrages alimenté régulièrement en fonction des besoins de son groupe. Le nombre de titres qu'une salle de lecture peut recevoir est cependant plafonné afin d'encourager le public à se rendre dans les bibliothèques et les librairies. En 2005, ces salles de lecture étaient au nombre de 5 138.

²⁰ *Idem*

3) Transformer le métro en bibliothèque

« Para leer de boleto en el Metro » est une ambitieuse initiative lancée conjointement en 2003 par le Secrétariat à la Culture de l'Etat de Mexico et par la société de transport du métro mexicain afin de promouvoir la lecture.

L'idée est de transformer la ligne du 3 du métro (où transitent chaque jour deux millions de personnes) en une bibliothèque. L'utilisateur qui prend le métro peut ainsi emprunter gratuitement un livre, le lire durant son temps de trajet et le rendre à la fin de son voyage.

Au démarrage du projet, 250 000 ouvrages ont été distribués gratuitement de cette manière. Malheureusement, beaucoup d'utilisateurs n'ont pas joué le jeu et ont gardé les livres prêtés, de sorte qu'avec un taux de non-retour de 30 à 40%, l'opération a été stoppée. Elle a été remise en route en juin 2005, avec cette fois-ci, seulement 40 000 ouvrages en circulation.

E – La foire internationale du livre de Guadalajara et les autres foires du livre

La plus grande foire du livre du Mexique se tient chaque année à Guadalajara la dernière semaine de novembre. C'est également la foire la plus importante du monde pour le livre hispanophone. L'édition 2005 de la foire de Guadalajara a accueilli un demi-million de personnes qui ont pu parcourir les stands de 1 614 éditeurs de 39 pays différents exposant 280 000 titres.

Grâce au soutien financier de l'Union Européenne, l'Allemagne, la France, la Grande-Bretagne, la Grèce et la Pologne y partageaient un même espace de 200 m². Près de 1 900 titres dont 250 titres jeunesse étaient exposés sur l'espace alloué à la France, fréquenté par de nombreux éditeurs de toute l'Amérique Latine et des bibliothécaires spécialisés (notamment des Etats-Unis).

La foire de Guadalajara représente un moment fort pour les éditeurs mexicains qui y écoulent une bonne partie de leur stock. En 2005, les ventes professionnelles ont représenté une valeur 19,6 millions d'euros et les ventes directes au public, une valeur de 7,8 millions d'euros. La foire de Guadalajara fêtera ses 20 ans d'existence en 2006.

Si la foire du livre de Guadalajara est la première du pays, celle de Monterrey qui se tient la dernière semaine d'octobre est en plein essor. C'est une foire internationale qui se professionnalise et attire de plus en plus d'éditeurs étrangers et de bibliothécaires d'universités américaines qui viennent y passer commande.

D'autres foires ont également lieu dans le pays. Elles sont d'envergure plus nationale comme la foire métropolitaine du livre à Mexico organisée par la Caniem pour ses membres affiliés ou la foire du livre de Minería organisée par l'Unam.

Reste à citer une foire qui prend de plus en plus d'ampleur : la FILIJ, une foire dédiée au livre de jeunesse organisée par le Conaculta à Mexico. C'est la plus grande foire du livre de jeunesse d'Amérique centrale et du Sud. Elle a fêté sa 25^e

édition en novembre 2005 où elle a accueilli 380 exposants et 350 000 visiteurs qui ont pu découvrir (et acheter) 50 000 titres. C'est aussi un espace où les illustrateurs mexicains se rencontrent et se font connaître.

Cette foire reste chère pour les éditeurs, et la location du stand n'est pas toujours compensée par les ventes. Mais étant donné la quasi-absence de librairies de jeunesse dans le pays, cela reste le meilleur endroit pour se faire connaître des parents, des professeurs et des enfants.

France - Mexique: partenariats, échanges et coopérations

A – Présence du français, francophonie et exportations

1) La situation du français au Mexique²¹

L'enseignement du français

En 2005, il y aurait au Mexique environ 90 000 apprenants de français inscrits dans des établissements d'enseignement et 28 000 inscrits dans les Alliances françaises du pays.

Tableau 11 : Nombre d'apprenants de français (2005)

Apprenants de français dans le primaire	5 000
Apprenants de français dans le secondaire	45 000
Apprenants de français dans le supérieur	40 000
Apprenants de français dans les Alliances françaises	28 000

En 2005, on dénombre également :

- 60 assistants français au Mexique (et 150 assistants mexicains en France) ;
- Environ 680 professeurs de français ;
- 5 000 reçus aux examens du DELF/DALF.

Le nombre de locuteurs de français

Il y a 15 000 Français immatriculés au consulat. Le nombre de Français non immatriculés est estimé à 15 000, ce qui porte à environ 30 000 le nombre total de Français installés dans le pays.

Il y aurait également 150 000 Mexicains francophones (non inscrits dans des établissements d'enseignement du français).

2) Des perspectives d'avenir optimistes pour la francophonie au Mexique

La demande de français est en croissance au Mexique et les indicateurs de cette nouvelle croissance sont de plus en plus nombreux.

Le français est matière d'enseignement optionnelle dans les premier et second cycles et il se développe dans le supérieur (il est obligatoire dans les deux universités de Puebla et Villahermosa), où il tend à devenir peu à peu la langue qui fait la différence pour les étudiants qui parlent déjà l'anglais.

Le nombre des étudiants choisissant de poursuivre leurs études en France croît depuis plusieurs années : 1 369 étudiants en 2002/2003 – dont 56% en 3e cycle ; 2 100 étudiants mexicains inscrits dans les universités françaises en 2005. Pour répondre à cet intérêt, Edufrance a ouvert un bureau à Mexico, tandis qu'une Maison du Mexique s'installe à Toulouse.

²¹ Source : Ambassade de France au Mexique, Service de coopération linguistique et éducative.

Le nombre d'enseignements de français dans les universités technologiques va être étendu. D'ores et déjà, le nombre des étudiants recevant un enseignement de français a quadruplé dans les 5 dernières années: il est passé de 1 000 en 2001 à 4 000 aujourd'hui.

Plusieurs projets sont également en cours comme :

- L'ouverture d'enseignements de français dans la scolarité publique de Guadalajara pour les classes du secondaire ;
- Le projet d'ouverture de licences de français qui augmentera de 50% le nombre des licences actuellement existant dans les universités ;
- L'extension de l'obligation du français dans les filières tourisme des collèges techniques.

Les ventes d'ouvrages et de matériel didactique en FLE sont en nette progression : plus 10 à 12% d'augmentation sur les trois dernières années pour chaque maison d'édition concernée – Hachette, Cle, Didier/Hatier.

La coopération franco-mexicaine, quant à elle, existe de longue date. Elle s'appuie aujourd'hui sur un dispositif dense et diversifié : Centre culturel et de coopération (regroupant l'Institut Français d'Amérique Latine et une grande partie des activités du Service de coopération et d'action culturelle), lycées franco-mexicains, Centre d'études mexicaines et centraméricaines (CEMCA), Centre de ressources sur la France contemporaine *Casa de Francia*, Alliances françaises (près de 60) et organismes de recherche (IRD, CIRAD).

3) Exportations et librairies françaises au Mexique

En 2005, les exportations de livres français ont représenté 2 781 milliers d'euros²² (2 207 milliers d'euros en 2004). Les exportations vers le Mexique ont augmenté de 4,3% en moyenne sur les trois dernières années. Le Mexique est le premier marché pour l'exportation de livres français vers l'Amérique Latine.

La balance commerciale entre la France et le Mexique est nettement déficitaire pour le Mexique : en 2004, les importations de livres mexicains en France ont représenté 37 000 euros.

La présence de librairies françaises au Mexique est ancienne. Elle a connu des fortunes diverses au cours de ces dix dernières années.

Une librairie française, « Artespiral », a été ouverte en 1996 par Maria Teresa de La Rosa qui avait connu successivement la fermeture des librairies Hachette en 1982 et Gallimard en 1993. Mais avec 7 000 titres en stock, dont une partie à très faible rotation (et notamment toute la collection de *La Pléiade*), une structure lourde, les suites de la crise du peso de 1995, et des exemplaires vendus avec 20% de remise par rapport au prix français, Artespiral est devenue rapidement déficitaire et a fermé ses portes en 1998.

²² *Statistiques extérieures France 2005*, SNE / La Centrale de l'Édition, mars 2005

La même année, une autre librairie française, « La Bouquinerie » a ouvert ses portes. Cette grande librairie de 460 m² installée dans le sud de la ville – et son restaurant de spécialités françaises – a connu un franc succès à ses débuts. Une deuxième succursale, plus petite, a été ouverte dans la *Casa de Francia* ; puis une troisième de 70 m² installée dans les locaux de l'Alliance française, à Polanco, quartier du Nord de Mexico où se trouvent l'Ambassade de France et le lycée français.

La directrice générale de la Bouquinerie, Sophie Suberville, une descendante des Barcelonnettes²³, vit aujourd'hui à San Francisco et c'est Jean Bailly qui gère les trois succursales. Avec des prix de vente très supérieurs au prix public français, peu de publicité, peu d'événements promotionnels (signatures, rencontres avec l'auteur, etc.), la Bouquinerie peine aujourd'hui à trouver de nouveaux clients comme à fidéliser sa clientèle traditionnelle. L'activité du restaurant lui permet de dégager la majorité de son chiffre d'affaires.

La librairie Gandhi a un grand magasin au cœur de Guadalajara, à proximité de l'Alliance française et tient, depuis 2005, le stand du Bief à la foire de Guadalajara. Même avec une remise accordée au public de 15% par rapport au prix France au moment de la foire, les ouvrages français restent chers pour le lecteur mexicain. Malgré ce handicap, les ventes de Gandhi ont été bonnes durant les journées ouvertes au public. Elles ont représenté un montant de plus de 50 000 pesos soit environ 3 709 euros. Ce sont les ouvrages au format poche qui se sont les mieux vendus.

Actuellement, les dix librairies de la chaîne Gandhi ont un fonds de livres en français assez peu diversifié. Il est constitué majoritairement de livres de poche (les grands classiques de la littérature française) et des meilleures ventes de fiction française contemporaine. L'acheteur livre pour le français chez Gandhi ne parle pas le français et travaille sur les conseils exclusifs du représentant du Celf pour l'Amérique latine, Salvador Garzon. La direction des ventes de Gandhi ne souhaite pas, pour le moment, trop diversifier ses commandes. Elle cherche à stabiliser son niveau actuel de ventes de livres français (chiffre d'affaires annuel : 100 000 euros) avant de s'engager sur des commandes plus importantes.

Le Fondo de Cultura Economica prévoyait d'ouvrir une grande librairie au nord de la ville, dans le quartier huppé de la Condesa. Cette nouvelle librairie a ouvert ses portes le 24 avril 2006. Elle offre un assortiment de 3 000 livres en français, principalement des sciences humaines et quelques beaux-livres.

L'éditeur Sexto Piso a pour projet de se lancer dans l'activité de libraire. Il prévoit d'ouvrir en septembre, dans le quartier de Coyoacan (au sud de la ville), une librairie qui offrirait un assortiment choisi de livres en français dans le domaine de la littérature.

²³ L'épopée des Barcelonnettes commence au début du XIX^e siècle, où une poignée d'émigrants de la région de Barcelonnette réussit à faire fortune dans le commerce de tissus au Mexique. En quelques années, ces Français développent leur commerce et créent les grands magasins *Palacio de Hierro* qui existent encore aujourd'hui. Ils se diversifient peu à peu jusqu'à s'intégrer dans la banque, contrôlant ainsi l'émission des billets (leurs signatures figurent sur les billets mexicains).

Les librairies mexicaines sont éligibles au programme d'aide aux librairies à l'étranger. Ce dernier prévoit de financer la prise en charge jusqu'à 50 % du montant de la commande de livres français des libraires étrangers. Depuis la mise en place de ce dispositif en 1997 par le Centre national du livre, cinq librairies mexicaines ont bénéficié de ces subventions pour un montant total de 55 988 euros (la librairie La Bouquinerie, qui pose régulièrement sa candidature, a été aidée six fois pour un montant total de 22 680 euros).

B – Quelles perspectives pour les échanges de droits ?

1) Deux facteurs freinent l'acquisition de droits de traduction au Mexique

Deux facteurs limitent l'acquisition, par les éditeurs mexicains, de droits de traduction de titres étrangers. D'une part les grandes filiales des maisons espagnoles implantées au Mexique n'ont pas d'autonomie pour se constituer leur propre catalogue de titres étrangers. D'autre part, les éditeurs mexicains indépendants, susceptibles d'acheter des droits de traduction, se plaignent de la concurrence de leurs homologues ibériques qui acquièrent les droits mondiaux pour la langue espagnole.

Le cas particulier des filiales de maisons espagnoles

En termes d'achats de droits, les filiales des maisons d'édition espagnoles ont peu d'autonomie par rapport à leur maison-mère. Chez Random House Mexico, par exemple, il n'existe pas de département des droits étrangers. Les achats de droits ou les coéditions se limitent à deux-trois projets maximum par an (pour une production éditoriale de plusieurs centaines de titres par an).

Le fait que tout le catalogue de titres traduits de ces grandes filiales soit dirigé par la maison-mère espagnole pose le problème de la traduction. En effet, on peut se demander si les titres étrangers traduits en espagnol castillan sont linguistiquement adaptés au public mexicain. En règle générale, la réponse est positive. Bien sûr il existe quelques nuances entre espagnol castillan et espagnol mexicain. A titre d'exemple la *tortilla* est une galette de blé au Mexique tandis qu'il s'agit d'une omelette de pommes de terre en Espagne. Mais au-delà de ces petites différences en termes de vocabulaire, d'accents ou même de grammaire, ce type de décalage ou de « conflit » dans la traduction est rare. Il se présente parfois en littérature générale lorsqu'il s'agit de traduire des mots d'argot ou un parler populaire. Il est pratiquement inexistant en sciences humaines.

La concurrence de l'Espagne et le problème des droits mondiaux

Certains éditeurs mexicains indépendants estiment ne pas avoir le champ libre pour leurs achats de droits. Ils se plaignent de leurs confrères ibériques qui achètent les droits mondiaux pour la langue espagnole. Cela leur bloque l'accès à un titre qui, une fois traduit en espagnol, trouverait son public au Mexique. Les éditeurs mexicains estiment aussi que tous les éditeurs espagnols n'ont pas la capacité d'atteindre le marché mexicain ou sud-américain. Certains d'entre eux ne

consacrent qu'une petite part de leurs tirages à l'export et ne disposent pas d'antennes de diffusion suffisamment développées en Amérique latine.

De leur côté, les maisons d'édition espagnoles, quand elles achètent les droits d'un titre, ne renoncent pas facilement aux droits mondiaux. Elles préfèrent même perdre un contrat plutôt que de faire un compromis en acceptant des droits limités à leur territoire.

2) Les échanges avec la France et le rôle du Bureau du livre de l'Ambassade

Les statistiques de la Caniem indiquent qu'en 2004, les éditeurs privés mexicains ont acquis les droits de traduction de 1 131 titres. Parmi eux, 852 étaient publiés originellement en anglais et 75 seulement en français. Les échanges de droits sont fortement déséquilibrés entre éditeurs mexicains et leurs partenaires étrangers : en 2004, 27 titres mexicains ont été cédés pour être traduits en anglais, 7 l'ont été pour le portugais mais aucun pour le français.

Tableau 12 : Langue d'origine des titres traduits en espagnol (édition privée uniquement)

	2003		2004	
	Titres	Exemplaires produits	Titres	Exemplaires produits
Anglais	795	3 521 999	852	4 255 263
Français	98	1 044 964	75	361 281
Allemand	59	168 475	6	9 600
Portugais	46	116 117	186	715 624
Italien	22	54 254	2	2 786
Autres	7	13 800	10	15 429
Total	1 027	4 919 609	1 131	5 359 983

Les statistiques fournies par le Syndicat national de l'édition et la Centrale de l'édition donnent un chiffre inférieur à celui de la Caniem (63 titres cédés à des éditeurs mexicains au lieu de 75) mais plus précis dans le détail des disciplines traduites.

Tableau 13 : Nombre de titres acquis par discipline (2004)

Livres de jeunesse	30
Sciences humaines	16
Littérature	6
Actualités / Documents	4
Scolaire / Universitaire	3
Bandes dessinées	2
Art / Photo	1
Religion / Spiritualité	1
Total	63

Le livre de jeunesse arrive en tête des matières les plus traduites par les éditeurs mexicains. Force est de constater que le programme de la SEP a permis un formidable essor de l'édition de jeunesse et, en parallèle, un développement important des partenariats avec les éditeurs français.

Le vivier plus « traditionnel » des achats de droits de traduction par les éditeurs mexicains est celui des sciences humaines. La présence française est vivace dans les catalogues des éditeurs mexicains en ce qui concerne l'anthropologie, l'histoire, la sociologie, la philosophie et la linguistique. En revanche tout ce qui a trait à l'économie est nettement dominé par les auteurs et éditeurs anglo-saxons. Les éditeurs mexicains traduisant des titres français de sciences humaines sont nombreux. A l'image d'une pyramide, on trouve au sommet le FCE, puis l'éditeur Siglo XXI et les presses de l'Unam. Vient ensuite toute une nébuleuse de petites maisons d'édition issues d'universités ou d'instituts universitaires spécialisés. Beaucoup d'éditeurs de sciences humaines sont francophones et les liens ont été entretenus de longue date avec les différents responsables qui se sont succédés à la tête du Bureau du livre.

Il est vrai que le Bureau du livre de l'Ambassade de France au Mexique joue un rôle prépondérant dans le développement des échanges de droits grâce à son programme d'aide à la publication (PAP) « Alfonso Reyes ».

Ce programme, financé par le ministère des Affaires étrangères, a permis à de nombreux éditeurs mexicains d'intégrer des titres français à leur catalogue – le PAP finançant une partie des coûts de traduction ou de fabrication. Le PAP Alfonso Reyes a permis d'aider 12 titres en 2005, dont trois en jeunesse. Depuis sa création il a participé à la traduction et à la publication de 180 titres.

Le champ d'action du Bureau du livre ne se limite pas à soutenir financièrement des projets de traduction. Il est également actif dans la promotion du livre français par sa participation à la Foire du livre de Guadalajara, à celle de Monterrey, ainsi qu'à la FILIJ. Depuis 1999, il a mis en place le programme « les agitateurs d'idées » grâce auquel des intellectuels français sont invités à rencontrer leurs homologues mexicains et à donner des cycles de conférences devant des étudiants. Le programme de soutien aux actions en faveur de l'écriture, quant à lui, a pour but d'enrichir les relations intellectuelles et professionnelles entre la France et le Mexique en facilitant les rencontres entre auteurs et professionnels du livre des deux pays.

Indépendamment du Bureau du livre, on peut également signaler l'action du CEMCA qui organise des missions de conférenciers français au sein des établissements d'enseignement supérieur mexicains. Ces invitations permettent, au-delà des échanges et de la coopération universitaire, d'envisager des publications en coédition ou des cessions de droits de traduction. Le CEMCA travaille en étroite collaboration avec un certain nombre d'institutions parmi lesquelles le Centro de Estudios de Historia de Mexico, le Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS), etc. Son catalogue compte aujourd'hui près de 200 titres en sciences humaines et sociales sur le Mexique et l'Amérique Centrale.

Enfin, il est important de signaler la mise en place par le ministère des Affaires étrangères du Plan « traduire » qui vise à soutenir la traduction d'ouvrages français et la formation de traducteurs au sein de cinq aires linguistiques (anglais, arabe, chinois, espagnol, russe)

Ses quatre principaux objectifs sont :

- Constituer un ensemble de données fiables sur les livres français déjà traduits et publiés dans une des cinq langues cibles : titres, auteurs, éditeurs, traducteurs.
- Mettre à disposition des traducteurs du français dans ces cinq zones linguistiques des livres, revues ou sélections qui pourraient leur être utiles.
- Contribuer en France et à l'étranger à la formation de jeunes traducteurs du français, par l'organisation de sessions et l'attribution d'invitations.
- Tous les deux mois, traduction et mise en ligne dans chacune des cinq langues d'une sélection d'articles des grandes revues françaises généralistes ou spécialisées (la « revue des revues »).

Le pôle « langue espagnole » est situé à Mexico et assure le lien avec les ambassades de Madrid, Buenos-Aires, Santiago, Bogota, Quito, Lima, Montevideo et Caracas. Sur le plan de la formation, une rencontre de deux semaines d'une dizaine de traducteurs venant des différents pays du pôle hispanophone a été programmée à Mexico en octobre 2005, en coopération avec l'Unam et le Colegio de Mexico. L'Institut Français d'Amérique Latine a mis en place la base de données « Libros de Francia ».

Conclusion

L'édition mexicaine vue dans son ensemble ne manque pas de dynamisme : elle recèle de bons auteurs et de grands noms de la littérature, elle compte parmi les éditeurs les plus influents du continent sud-américain et elle accueille une foire du livre réputée être la plus importante du marché hispanophone.

Cependant, l'édition mexicaine reste encore très dépendante du secteur public : l'Etat est le principal producteur et vendeur de livres au Mexique ; il est également présent à tous les échelons de la chaîne du livre, qu'il s'agisse du soutien à la lecture, de la commercialisation des ouvrages ou de leur publication. Cette présence de l'Etat est historique et a sans doute joué un rôle vital pour l'édition mexicaine. Car, soumis aux seules lois du marché, le secteur de l'édition n'aurait peut-être pas connu la vitalité qui le caractérise aujourd'hui.

Bien que les détracteurs du lien trop fort entre pouvoir et livre soient nombreux et que les professionnels du livre se plaignent de la concurrence déloyale qu'ils subissent face à l'édition institutionnelle, le problème central de l'édition mexicaine aujourd'hui est celui du manque de lecteurs.

Comme dans d'autres pays, les phénomènes *Da Vinci Code* et *Harry Potter* ont créé un léger frémissement des ventes et ont fidélisé quelques milliers de nouveaux lecteurs. Mais le problème reste entier et la lente disparition du réseau des petites et moyennes librairies au Mexique en est la preuve la plus flagrante.

Il ne reste qu'à souhaiter que la mise en application de la loi sur le prix unique du livre donne un nouvel élan à la librairie au Mexique. L'arrêt de la concurrence par les prix devrait inciter les librairies mexicaines à effectuer un saut qualitatif et à miser désormais sur le service qu'elles offrent à leurs clients. La formation des libraires – aujourd'hui pratiquement inexistante – devrait devenir un élément central de la politique du livre.

Souhaitons, avec les professionnels mexicains, que le décret d'application sera rapidement mis en œuvre. Il permettra sans doute à toute la chaîne du livre au Mexique d'acquérir le degré de maturité qui lui fait aujourd'hui défaut : amélioration du conseil au lecteur, élargissement de l'offre disponible sur les rayonnages, meilleure mise en valeur des catalogues des éditeurs indépendants, etc.

Bibliographie

- Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, *Actividad editorial Libros 2004*, mars 2006.
- Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México, *El sector editorial en México*, août 2004.
- UNESCO-CERLALC, *Estudio de canales de comercialización del libro en México*, 2003
- Compte-rendu de la 19^e rencontre des responsables de droits à la foire de Francfort sur le thème, *One size doesn't fit all, Spanish Language Markets*, 18 octobre 2005
- Carmen María CARRIÓN, « La Edición en México », in *Delibros*, n°163, mars 2003, pp 18-26.
- Virginia CAREAGA COVARRUBIAS, *Producción editorial en las universidades mexicanas*, intervention dans le cadre d'un séminaire international UNESCO-IESALC, avril 2004
- Jane THYNNE, « Meet the Mexicans », in *The Bookseller*, supplément *LBF Preview*, 10 février 2006, page 7.

Annuaire

1) Groupes et maisons d'édition

<p>Artes de Mexico Série de revues monographiques (devenues des livres en 1988) sur l'art, l'architecture et l'archéologie mexicaine. Artes de Mexico existe depuis 35 ans et fonctionne par abonnements (3000) ou par ventes sur les lieux touristiques du pays. Les tirages moyens sont de 12 000 exemplaires. Prix 180 pesos (13,3 euros). L'activité de la maison s'est diversifiée depuis peu : édition de livres-cadeaux préachetés par des entreprises, livres de jeunesse grâce au programme de la SEP (coédition avec les éditions du Rouergue).</p>	<p>Contact : Margarita de Orellana Titre : Directrice générale Cordoba 69, Col. Roma 06700 Mexico DF Tél : +52 55 5208 3205 Fax : +52 55 5525 5925 mgorellana@yahoo.com.mx www.artesdemexico.com</p>
<p>Castillo Editeur scolaire, mexicain à l'origine (famille Castillo) et racheté au printemps 2004 par MacMillan. Castillo est aujourd'hui le deuxième éditeur scolaire après Santillana. En août 2005, il a ouvert un département de livres de jeunesse. Son catalogue est constitué à 30% de titres achetés à des éditeurs étrangers. En 2006, l'éditeur prévoit de publier 19 titres de non-fiction et 15 de fiction pour enfants. En 2005, 13 titres présentés au programme de la SEP ont été sélectionnés pour être distribués dans les bibliothèques des écoles.</p>	<p>Contact : Karen Coeman Titre : Coord. secteur jeunesse Av. Morelos 64, Col. Juarez 06600 Mexico DF Tél : +52 55 5535 0648 ext154 Fax : +52 55 5535 0656 karencoeman@ediconescastillo.com www.edicionescastillo.com</p>
<p>CIDCLI Maison d'édition de jeunesse très littéraire qui publie des auteurs comme Octavio Paz, Camilo José Cela et plusieurs collections consacrées au conte et à la poésie.</p>	<p>Contact : Patricia Van Rhijn Titre : Directrice générale Av. México 145 Col. del Carmen Coyoacán 04100 Mexico DF Tél : +52 55 5659 7524 Fax : +52 55 5659 3186 cid_gus@prodigy.net.mx www.cidcli.com.mx</p>
<p>Colibri Editeur indépendant créé en 1999 qui a 80 titres à son catalogue en littérature, poésie et livres de non-fiction (dont plusieurs en coédition avec des institutionnels ou des universités). Colibri fait partie de l'Alliance des éditeurs indépendants.</p>	<p>Contact : Sandro Cohen Titre : Directeur général Sabino 63-102 Col. Sta Maria la Ribera 06400 Mexico DF Tél : +52 55 5547 9215 sandrocohen@edicolobri.com www.edicolobri.com</p>

<p>Colegio de Mexico Les éditions du Colegio de Mexico sont réputées en sciences humaines notamment pour les travaux effectués par ses chercheurs en histoire.</p>	<p>Contact : Francisco Gómez Titre : Directeur des publications Camino al Ajusco 20 Col. Pedregal de Sta. Teresa 10740 Mexico DF Tél : +52 55 5449 3080 Fax : +52 55 5449 3083 fgomez@colmex.mx www.colmex.mx</p>
--	---

<p>Diana Grand éditeur de livres pratiques, spécialisé dans le domaine du bien-être, des manuels de self-help, des livres d'ésotérisme et de spiritualité.</p>	<p>Contact : José Ramírez Magnani Titre: Directeur général Arenal 24, Edificio Norte 01050 Mexico DF Tél : +52 55 5089 1220 Fax: +52 55 5089 1248 ventas@diana.com.mx www.diana.com.mx</p>
--	---

<p>ERA Era est une maison d'édition indépendante de littérature fondée en 1960. En 1998 elle s'est transformée en une association en réseau de quatre éditeurs: Txalaparta du pays basque espagnol, Lom Ediciones du Chili, Trilce de l'Uruguay et Era du Mexique qui échangent et diffusent les titres de leurs catalogues respectifs.</p>	<p>Contact : Marcelo Uribe Titre : Directeur général Calle del Trabajo 31 Colonia La Fama, Tlalpan 14269 Mexico DF. Tél : +52 55 5528 1221 Fax : +52 55 5606 2904 erapedidos@edicionesera.com.mx www.edicionesera.com.mx</p>
---	--

<p>Fondo de Cultura Economica Le FCE fonctionne avec une dotation de l'Etat de 127 millions de pesos et a dégagé en 2005, 200 millions de pesos de chiffre d'affaires. La tendance actuelle est à la baisse de la production (en nombre d'exemplaires) afin de mieux gérer les stocks. Depuis 2004, le FCE a vendu plus de livres qu'il n'en a produit. Les 18 librairies du FCE (une à Mexico, 11 points de vente dans le pays et 7 points de vente à l'étranger) et la maison d'édition ont pour objectif d'arriver à l'équilibre financier, sans nécessairement dégager de bénéfice. En avril 2006, une nouvelle librairie (littérature et enseignement des langues) a été ouverte avec une section de livres en français, en anglais, en italien. Cet espace dédié au livre de 2 800m² accueillera, à terme, un fonds de 20 000 à 30 000 titres.</p>	<p>Contact : Consuelo Sáizar Titre : Directrice générale Carr. Picacho-Ajusco 27 Col. Bosques del Pedregal 14200 Mexico DF Tél : +52 55 5227 4605 Fax : +52 55 5527 4694 consuelo.saizar@fondodeculturaeconomica.com www.fondodeculturaeconomica.com</p> <p>Contact : Ricardo Nudelman Titre : Gérant général Tél. : +52 55 5227 4609 ricardo.nudelman@fondodeculturaeconomica.com</p>
---	---

<p>Hachette Latinoamérica La présence d'Hachette est importante au Mexique, notamment au travers des marques Hachette Livre, Hachette FLE, Didier, Hatier, Editorial Bruño et Salvat. Mentionnons également Larousse (cf. infra) qui est désormais intégrée à Hachette Livre.</p>	<p>Contact : Alejandro González Peña Titre : Directeur général Presidente Mazaryk 101-402 Col. Chapultepec Morales 11570 Mexico DF Tél : +52 55 5203 4913 hachetemex@hachetemex.com.mx www.hachetemex.com.mx</p>
---	---

<p>Herder Herder est une filiale de la maison d'édition de sciences humaines installée à Barcelone. Son activité se scinde en deux : constitution d'un catalogue propre (14 titres à ce jour, d'auteurs mexicains et étrangers, dont un titre aidé par le Bureau du livre) et importation des titres de la maison-mère. Herder Mexico souhaite développer la vente de ses titres à partir de son site Internet.</p>	<p>Contact : Jan-Cornelius Schulz Titre : Directeur général Augusto Rodin 52, Col. Napoles 03810 Mexico DF Tél : +52 55 5523 0105 Fax : +52 55 5669 2387 herder@herder.com.mx www.herder.com.mx</p>
--	---

<p>Larousse Larousse joue un rôle important au Mexique dans les domaines de la référence et du scolaire.</p>	<p>Contact : Farid Aouragh Titre: Directeur général Dinamarca 81, Col. Juárez, 06600 Mexico DF Tél : +52 55 5208 2005 Fax : +52 55 5208 6225 larousse@larousse.com.mx www.larousse.com.mx</p>
---	---

<p>El Naranjo Maison d'édition créée il y a douze ans et spécialisée dans les beaux-livres et les livres de cuisine. La maison a créé une collection de livre de jeunesse il y a trois ans.</p>	<p>Contact : Ana Laura Delgado Titre: Directrice générale Av. México 570 San Jerónimo Aculco 10400 Mexico DF Tél : +52 55 5652 9112 Fax: +52 55 5652 6700 aldelgado@edicioneselnaranjo.com.mx www.edicioneselnaranjo.com.mx</p>
--	---

<p>Océano Groupe espagnol d'envergure mondiale spécialisé dans les encyclopédies, les ouvrages de référence (support papier et multimédia) et la vente par abonnement.</p>	<p>Contact : Aldo Falabella Tucci Titre : Directeur général Eugenio Sue 59 Col. Chapultepec Polanco 11560 Mexico DF Tél : +52 55 5279 9000 Fax : +52 55 5279 9006 info@oceano.com.mx www.oceano.com.mx</p>
---	--

<p>Planeta La moitié de la production (en titres) est importée d'Espagne (50%), d'Argentine et de Colombie. L'autre moitié est produite sur place et le catalogue se partage de la manière suivante : 1/3 de romans d'auteurs mexicains ; 1/3 de titres de non-fiction ; 1/3 de titres de jeunesse. L'impression des titres produits par la filiale mexicaine, est faite sur place ou délocalisée en Chine (notamment pour les titres de jeunesse). Planeta Mexico exporte en Colombie, aux Etats-Unis (via une filiale implantée à Miami), en Amérique centrale et en Amérique du Sud. 80% des ventes de Planeta se font dans les librairies de Mexico. 10% des ventes ont lieu en supermarchés et 10% sont des ventes à l'Etat.</p>	<p>Contact : Roberto Banchik Rothschild Titre : Directeur général Av. Insurgente Sur 1898 Torre Siglum Piso 11 Col. Florida, 01030 Mexico DF Tél : +52 55 5322 3643 Fax : +52 55 5322 3641 rbanchik@planeta.com.mx www.planeta.com.mx</p>
--	---

<p>Porrúa Porrúa est un éditeur généraliste de fiction, non-fictions, livres pratiques, petites livres de type <i>Que-sais-je ?</i> C'est également une chaîne de librairies importante au Mexique (qui détient les <i>corner</i> des grands magasins Palacio de Hierro)</p>	<p>Contact : José Antonio Pérez Porrúa Titre : Directeur général Republica de Argentina 15 Col. Centro, 06020 Mexico DF Tél : +52 55 5704 7500 Fax : +52 55 5704 7501 guadalajara@porrua.com www.porrua.com</p>
<p>Random House Mondadori C'est l'un des groupes internationaux de langue espagnole les plus importants du monde. La filiale mexicaine a peu d'autonomie éditoriale et importe en grande partie la production de la maison-mère espagnole.</p>	<p>Contact : Luis Guillermo Robles Titre : Editeur Homero 544, Col. Chapultepec Morales, 11570 Mexico DF Tél : +52 55 1101 0465 Fax : +52 55 5545 5524 lrobles@randomhousemondadori.com.mx www.randomhousemondadori.com.mx</p>
<p>Santillana Groupe espagnol spécialisé dans le livre scolaire et parascolaire qui détient également de nombreuses marques de littérature générale : Aguilar, Taurus, Alfaguara, Alamah (livres d'ésotérisme) etc. Le groupe Santillana importe peu d'ouvrages d'Espagne. Cette filiale garde son indépendance par rapport à sa maison-mère espagnole et le revenu qu'elle génère est conservé au Mexique.</p>	<p>Contact : Marisol Schulz Titre : Directrice éditoriale Av. Universidad 767 Col. Del Valle 03100 Mexico DF Tél : +52 55 5420 7530 Fax : +52 55 5601 1067 mschulz@santillana.com.mx www.santillana.com.mx</p>
<p>Sexto Piso Sexto Piso est une petite maison d'édition indépendante de littérature. Fondée il y a 3 ans, ses éditeurs travaillent encore aujourd'hui sans se verser de salaire. La production est de 15 à 18 titres par an, avec des tirages moyens de 1 500 à 2 000 exemplaires. La maison a 45 titres à son catalogue : romans, essais, classiques étrangers et mexicains. 30 d'entre eux ont été achetés à des éditeurs étrangers (France, Allemagne, Italie, Serbie, Israël, Inde).</p>	<p>Contact : Francisco de la Mora Titre : Directeur Av. Progreso 158 Col. Barrio de Santa Catarina Coyoacán 04810 Mexico DF Tél : +52 55 5659 4331 Fax : +52 55 5659 4932 sextopiso@sextopiso.com www.sextopiso.com</p>
<p>Siglo XXI Maison d'édition créée il y a 40 ans. De profil universitaire, son catalogue est composé à 70% de titres de sciences humaines et à 30% de sciences « dures » et de littérature. La maison a toujours été très liée à l'édition française et elle a publié tous les plus grands auteurs de la philosophie, de la sociologie et des sciences humaines françaises contemporaines (dont certains avec l'aide du Bureau du livre). La maison possède une succursale en Argentine (qui a son autonomie éditoriale) et une filiale à Madrid (principalement pour l'export). Production : 120 nouveautés par an pour les trois entités confondues. 2 700 titres vivants au catalogue. 80% des ventes se font à Mexico. Siglo XXI possède sa librairie située à l'entrée du plus grand campus universitaire du pays.</p>	<p>Contact : Jaime Labastida Titre : Directeur général Cerro del Agua 248 Romero de Terreros 04310 Mexico DF Tél : +52 55 5658 7999 Fax : +52 55 5658 7599 direcciongeneral@sigloxxieditores.com.mx www.sigloxxieditores.com.mx</p>

<p>UNAM (Direction des publications) C'est la plus grande maison d'édition universitaire du pays. Elle est spécialisée en sciences humaines, en littérature et en sciences appliquées.</p>	<p>Contact : Jaramillo Gerardo Titre : Directeur général Av. del Imán 5 Ciudad Universitaria 04510 Mexico DF Tél : +52 55 55622 6189 Fax : +52 55 5622 6573 / 82 corbolgg@libros.unam.mx www.publicaciones.unam.mx</p>
---	--

<p>Tecolote Petite maison d'édition spécialisée en livres de jeunesse qui a 50 titres à son catalogue dont plusieurs achetés à des éditeurs français. La maison a eu 14 livres sélectionnés dans le programme de la SEP en 2005.</p>	<p>Contact : Maria Cristina Urrutia Titre : Directrice générale Gob. Jose Ceballos 10 Col. San Miguel Chapultepec 11850 Mexico DF Tél : +52 55 5272 8139 Fax : +52 55 5272 8085 urrutia@edicionestecolote.com www.edicionestecolote.com</p>
---	---

<p>Tusquet Filiale de la maison d'édition espagnole, Tusquet Mexico a une complète indépendance éditoriale. En sept ans, la maison a constitué un catalogue d'auteurs mexicains de grande qualité tandis qu'elle importe, en parallèle, les titres publiés par la maison-mère espagnole. La majorité des ventes se fait en librairie. L'éditeur a une politique d'auteur forte : il prévoit pour chaque lancement (deux nouveautés par mois au maximum) une semaine de promotion dans les médias et l'envoi de 150 exemplaires de presse.</p>	<p>Contact : Verónica Flores Titre : Directrice littéraire Campeche 280, 301/302 Hipodromo Condesa 06100 Mexico DF Tél : +52 55 5574 8521 Fax : +52 55 5584 1335 veronica@tusquetsmexico.com www.tusquets-editores.es</p>
--	---

2) Librairies et autres points de vente

<p>La Bouquinerie Directeur : Jean Bailly, jean_bally@hotmail.com www.libreriafrancesa.com</p> <p><u>Librairie et Bistrot littéraire</u> Camino al Desierto de los Leones 40, Col. San Ángel, 01000 Mexico DF Tél : +52 55 56166066 ; Fax: +52 55 5550 2800 Ouverture : tous les jours de 10h à 20h.</p> <p><u>Casa de Francia</u> Havre 15, Col. Juárez, 06600 Mexico DF Tél : +52 55 5514 0838 ; Fax: +52 55 5514 0834 Ouverture : tous les jours de 10h à 20h.</p> <p><u>Alliance française</u> Sócrates 156, Col. Los Morales, 11510 Mexico DF Tél : +52 55 5395 2564 Ouverture : du lundi au samedi de 9h à 19h.</p>
--

Gandhi

Librairie générale implantée au Mexique depuis 35 ans qui compte maintenant 10 succursales (8 dans la capitale, une à Guadalajara, une à Monterrey). Deux ouvertures de magasins sont prévues en 2006 dans deux autres grandes villes du pays.

Gandhi a lancé la vente sur Internet depuis 10 ans et a également créé un centre de relation-client téléphonique. Une sélection de livres français est présentée sur le site Internet de la librairie en ligne.

Gandhi réalise la plus grosse partie de son chiffre d'affaires avec les sciences humaines. Viennent ensuite les livres de fiction puis le secteur jeunesse.

Le rayon de livres français – littérature et sciences humaines principalement – s'adresse au public français de Mexico et aux Mexicains francophones (étudiants, universitaires). La direction commerciale effectue 4 à 5 achats de livres français par an.

Contact : Leon Achar

Titre : Directeur commercial

Benjamin Franklin 98, Col. Escandon, 11800 Mexico DF

Tél : +52 55 5095 2400 ; Fax : +52 55 5095 2415

leon.achar@gandhi.com

www.gandhi.com.mx

Cristal

Chaîne de 42 librairies généralistes dont 5 localisées à Mexico.

www.libreriasdecristal.com.mx

El Sotano

Chaîne de librairies qui détient quatre succursales à Mexico ainsi qu'une librairie de livres de jeunesse.

www.elsotano.com

Un lugar de la mancha

Chaîne de trois librairies à Mexico : ce sont de très beaux lieux dédiés aux livres mais aussi à la musique, à la papeterie. Ces librairies ne font pas d'escomptes. Beaucoup de gens s'y rendent pour le plaisir de fureter parmi les rayons mais vont ensuite acheter chez Gandhi.

Sanborn's

www.sanborns.com.mx

Les grands magasins

Liverpool : www.liverpool.com.mx

Palacio de Hierro : www.elpalaciodehierro.com.mx

Les clubs de prix

Sam's : www.sams.com.mx

Costco : www.costco.com.mx

3) Organismes liés au livre

AEMI : Alianza de Editoriales Mexicanas Independientes

Alliance des éditeurs mexicains indépendants
14 éditeurs membres.
www.aemi.com.mx

ALMAC : Asociación de Libreros Mexicanos

Association des libraires mexicains
www.almac.org.mx

CANIEM : Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana

Chambre nationale de l'industrie éditoriale mexicaine
Contact : José Ángel Quintanilla D'Acosta
Titre : Président
Holanda 13, San Diego Churubusco, 04120 Mexico DF
Tél.: +52 55 5688 2011; Fax: +52 55 5604 4347
direccion@caniem.com
www.caniem.com

Casa de Refugios

Cette association qui a pour but de donner un lieu aux écrivains réfugiés a été créée en 1997. Son budget est constitué à 40% d'une subvention de la Ville de Mexico, à 40% d'une subvention de l'Etat fédéral et à 20% de ressources propres (publicités et bientôt ouverture d'un restaurant). La Casa de Refugios organise des séminaires et des conférences, des cours pour les écrivains et publie une revue de littérature internationale (17 numéros). Son directeur, Philippe Ollé-Laprune, est conseiller pour les acquisitions de titres français au Fondo de Cultura Economica.
Contact : Philippe Ollé-Laprune
Titre : Directeur général
Citlaltepel 25, Col. Hipodromo Condesa, 06170 Mexico DF
Tél.: +52 55 5211 4446; Fax: +52 55 5211 4639
apie@prodigy.net.mx

CEMPRO : Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor

Société de gestion collective ayant pour objectif la protection du droit d'auteur. Créée en 1998, elle a une action équivalente du Centre français d'exploitation du droit de copie et a commencé à collecter de petits montants à partir de 2001.
www.cempro.com.mx

CEPROMEX : Centro de Promocion del Libro Mexicano

Le centre de promotion du livre mexicain est installé dans les locaux de la Caniem. Il organise des stands collectifs dans les grandes foires du livre à l'étranger ainsi qu'à l'occasion de manifestations plus régionales.

CERLALC : Centro Regional para el fomento de la lectura en America Latina

Le CERLALC est un organisme international à caractère intergouvernemental, qui prête une assistance technique aux gouvernements latino-américains dans la définition et l'application de leurs programmes, projets et actions pour la promotion du livre, la lecture et le droit d'auteur. Il a été créé en 1971 sur l'initiative de l'UNESCO et réunit aujourd'hui 20 pays d'Amérique latine de langue hispano-portugaise.
www.cerlalc.org

CONACULTA : Consejo Nacional para la Cultura y las Artes

Conseil national pour la culture et les arts (équivalent de notre ministère de la Culture)
www.conaculta.gob.mx

CONALITEG : Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos

Institution publique chargée de l'édition et de la distribution de manuels scolaires gratuits.
www.conaliteg.gob.mx

Les foires du livre

Feria Internacional del Libro de Guadalajara : www.fil.com.mx

Feria Internacional del Libro Monterrey : <http://fil.mty.itesm.mx>

Feria Metropolitana del libro : www.caniem.com

Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería : <http://feria.mineria.unam.mx>

FILIJ Feria internacional del libro infantil y juvenil : www.conaculta.gob.mx/dgp/aniver

Portal del Libro Mexicano: www.librosmexicanos.com

Ce site est un portail du livre mexicain mis en place par la Caniem et lancé en novembre 2004 lors de la foire de Guadalajara. C'est un centre de ressources général sur l'édition mexicaine ainsi qu'une base de données bibliographiques sur la production éditoriale mexicaine.

www.unpaseoporloslibros.com

Site Internet recensant une base de données des livres présentés par les éditeurs dans le métro et présentant les activités culturelles de l'auditorium.

Union latine

Organisation intergouvernementale qui réunit 36 États membres, l'Union Latine s'attache à faire prendre conscience de l'importance des cultures et des langues latines en agissant dans trois domaines : la promotion des cultures latines – notamment dans les domaines des beaux-arts et de la littérature – la promotion de l'enseignement des langues latines dans les pays membres, et le développement de la terminologie scientifique et technique en langues latines.
www.unilat.org

4) Présence française

Réseau des Alliances françaises au Mexique

L'Alliance française dispose aujourd'hui au Mexique d'un réseau de 32 succursales et 12 centres associés qui comptabilisent quelque 28 000 étudiants par an.

Contact : Bernard Frontero

Titre: Directeur général

Sócrates 152, Colonia Los Morales, Polanco, 11510 Mexico DF

Tél : +52 55 1084 4200 ; Fax: +52 55 5395 5182

fafadm@alianzafrancesa.org.mx

www.alianzafrancesa.org.mx

Ambassade de France au Mexique

Service de coopération et d'action culturelle

Campos Elíseos 339, Col. Polanco, 11560 Mexico DF

www.ambafrance-mx.org

Contact : Christian Moire

Titre : Attaché culturel, chargé du livre

Tél : +52 55 9171 9796 ; Fax : + 52 55 9171 9769

christian.moire@diplomatie.gouv.fr

Conférences et aide à la publication

Marina Corral, mcorral@francia.org.mx

Plan « traduire »

Sophie Chaussard, sophie.chaussard@diplomatie.gouv.fr

La base de données « Libros de Francia » : www.librosdefrancia.org

Réalisé sous l'égide du ministère français des Affaires Etrangères, le site Librosdefrancia donne accès à une base de données bibliographiques recensant les livres traduits du français vers l'espagnol et publiés en Espagne ou en Amérique Latine depuis trente ans. Le site rassemble également des informations sur les éditeurs et les traducteurs ayant participé à ces publications

Cet outil d'information, régulièrement mis à jour, est réalisé à partir des données transmises par les éditeurs espagnols, latino-américains et français, par les Services de coopération et d'action culturelle des Ambassades de France dans les différents pays hispanophones.

Table des schémas

Figure 1 : Répartition des maisons d'édition du secteur privé par chiffres d'affaires (2004)	15
Figure 2 : Poids de chaque domaine en nombre d'exemplaires produits (2004)...	16
Figure 3 : Poids de chaque domaine en nombre d'exemplaires vendus (2004)	17
Figure 4 : Poids de chaque domaine en chiffre d'affaires (2004).....	18
Figure 5 : Nombre de livres lus (2004).....	26
Figure 6 : Nombres de livres détenus à la maison (2004)	26
Figure 7 : Nombres de livres achetés (2004)	27
Figure 8 : Nombre de livres achetés (de 0 à 9 ou plus)	27
Figure 9 : Catégories d'ouvrages préférées	33
Figure 10 : Principales motivations dans le choix d'un livre	37
Figure 11 : Localisation des librairies.....	40
Figure 12 : Pourcentage de fréquentation par type de bibliothèque	45
Figure 13 : Motivations pour se rendre en bibliothèque.....	46
Figure 14 : Motifs pour ne pas se rendre en bibliothèque.	47
Tableau 1 : Part de chaque catégorie d'éditeurs dans la production totale (2004)	16
Tableau 2 : Production par secteur en millions d'exemplaires (2004)	16
Tableau 3 : Les ventes par secteurs (2004).....	17
Tableau 4 : Poids de chaque catégorie d'éditeurs dans les ventes totales (2004)..	18
Tableau 5 : Part des livres importés dans les ventes totales (2004).....	22
Tableau 6 : Moyens utilisés par les étudiants pour acquérir de l'information.....	24
Tableau 7 : Production par catégorie éditoriale (2004)	32
Tableau 8 : Thématiques les plus vendues (2004).....	32
Tableau 9 : Part de chaque canal de vente en % du total d'exemplaires vendus (2004).....	38
Tableau 10 : Lieu habituel d'achat de livres (2004)	39
Tableau 11 : Nombre d'apprenants de français (2005).....	51
Tableau 12 : Langue d'origine des titres traduits	55
Tableau 13 : Nombre de titres acquis par discipline (2004).....	55

