

# L'édition en Argentine



Etude réalisée par Karen Politis  
Département Etudes du BIEF  
Octobre 2009



Marité Miccio, Chargée du livre à l'Ambassade de France en Argentine et Heber Ostroviesky, mon ancien collègue du Bief, m'ont apporté une aide précieuse pour la réalisation de cette étude. Qu'ils en soient ici sincèrement remerciés.

Je tiens également à remercier tous les professionnels du livre rencontrés à Buenos Aires 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

|  |           |
|--|-----------|
| <b>INTRODUCTION.....</b>   | <b>7</b>  |
| <b>PRESENTATION DU CONTEXTE SOCIO-ECONOMIQUE ET POLITIQUE .....</b>                  | <b>9</b>  |
| 1. <i>Données démographiques .....</i>   | <i>9</i>  |
| 2. <i>Politique intérieure .....</i>   | <i>9</i>  |
| 3. <i>Situation économique.....</i>  | <i>10</i> |
| <b>PAYSAGE EDITORIAL ARGENTIN ET DONNEES CHIFFREES DU SECTEUR.....</b>               | <b>11</b> |
| A – UN PAYSAGE EDITORIAL SCINDE EN DEUX .....  | 11        |
| 1. <i>Le nombre de maisons d'édition.....</i>  | <i>11</i> |
| 2. <i>Des entreprises leaders transnationales .....</i>                              | <i>12</i> |
| 3. <i>Les éditeurs argentins indépendants.....</i>                                   | <i>12</i> |
| 4. <i>Les organisations professionnelles .....</i>                                   | <i>13</i> |
| 5. <i>L'implication de l'Etat.....</i>   | <i>13</i> |
| B – LES CHIFFRES-CLE DU SECTEUR .....  | 15        |
| 1. <i>Les évolutions de la production.....</i>                                       | <i>15</i> |
| 2. <i>Tirages, papier, coûts .....</i>   | <i>16</i> |
| 3. <i>Le prix du livre .....</i>   | <i>16</i> |
| 4. <i>La lutte contre le piratage.....</i>   | <i>17</i> |
| <b>LES AUTRES CARACTERISTIQUES DE L'EDITION ARGENTINE.....</b>                       | <b>18</b> |
| A - IMPORT, EXPORT ET DELOCALISATIONS .....  | 18        |
| 1. <i>Les travaux d'impression .....</i>   | <i>18</i> |
| 2. <i>Le boom des exportations après la fin de la période de convertibilité.....</i> | <i>18</i> |
| 3. <i>Les importations .....</i>   | <i>19</i> |
| B - LES HABITUDES DE LECTURE .....   | 20        |
| C - LES GRANDES TENDANCES ET MEILLEURES VENTES .....                                 | 21        |
| <b>LA PRODUCTION EDITORIALE ARGENTINE.....</b>                                       | <b>23</b> |
| A - FICTION .....  | 23        |
| B – NON-FICTION ET LIVRES PRATIQUES .....  | 24        |
| 1. <i>Les documents d'histoire et d'actualité.....</i>                               | <i>25</i> |
| 2. <i>Le self-help.....</i>  | <i>25</i> |
| 3. <i>Les livres pratiques et illustrés.....</i>                                     | <i>25</i> |
| C – SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES .....  | 26        |
| D – JEUNESSE ET BANDE DESSINEE.....  | 27        |
| 1. <i>La jeunesse.....</i>   | <i>27</i> |
| 2. <i>La bande dessinée.....</i>   | <i>28</i> |
| F – L'EDITION SCOLAIRE ET PARASCOLAIRE .....   | 28        |
| G – L'EDITION UNIVERSITAIRE ET PROFESSIONNELLE.....                                  | 31        |
| <b>LA DISTRIBUTION.....</b>  | <b>33</b> |
| A – LA PROMOTION .....   | 33        |
| B – LA DISTRIBUTION .....  | 34        |
| 1. <i>Diffuseurs et distributeurs.....</i>   | <i>34</i> |
| 2. <i>La vente en consignation.....</i>  | <i>34</i> |
| C – LES VENTES PAR CANAL DE DISTRIBUTION.....  | 35        |
| 1. <i>Les librairies .....</i>   | <i>35</i> |
| 2. <i>Les autres canaux de vente et de diffusion du livre.....</i>                   | <i>38</i> |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>FRANCE – ARGENTINE : PARTENARIATS, ECHANGES ET COOPERATIONS.....</b>          | <b>41</b> |
| A – PRESENCE DU FRANÇAIS, FRANCOPHONIE ET EXPORTATIONS.....                      | 41        |
| 1. <i>La situation du français en Argentine.....</i>                             | 41        |
| 2. <i>Exportations et librairies françaises en Argentine.....</i>                | 42        |
| B – QUELLES PERSPECTIVES POUR LES ECHANGES DE DROITS ? .....                     | 44        |
| 1. <i>Les traductions dans la production argentine .....</i>                     | 44        |
| 2. <i>Le rôle du service culturel de l’Ambassade de France en Argentine.....</i> | 46        |
| 3. <i>La traduction d’ouvrages argentins en français.....</i>                    | 46        |
| <b>CONCLUSION .....</b>  | <b>48</b> |
| <b>ANNUAIRE .....</b>  | <b>50</b> |
| 1. <i>Maisons d’édition .....</i>  | 50        |
| 2. <i>Librairies.....</i>  | 55        |
| 3. <i>Organismes liés au secteur du livre.....</i>                               | 56        |
| 4. <i>Présence française.....</i>  | 56        |



## Introduction

L'édition argentine a été l'une des premières à se développer en Amérique latine. Sa croissance lui a rapidement permis d'être leader, des années 1940 au début de la décennie 70, dans les exportations de livres vers les pays hispanophones. Malgré le déclin subi par le secteur au cours des trente dernières années, du fait des crises économiques et politiques qui se sont succédées dans le pays, l'expérience accumulée au fil des décennies, lui a permis de conserver sa place sur le marché hispanophone.

Le niveau élevé d'éducation de la population par rapport à la plupart des pays de la région et le faible taux d'analphabétisme ont été des atouts majeurs pour le développement du secteur. De même, l'achat de droits de traduction de titres d'auteurs étrangers a été un élément clé du développement de l'édition argentine et de sa notoriété sur le marché international.

Un lectorat cultivé, des auteurs prestigieux (Borges, Cortazar) qui ont permis à la littérature argentine d'acquérir ses lettres de noblesse, une longue tradition d'éditeurs de qualité, un réseau performant de librairies dans la capitale (nombre d'entre elles sont des librairies de premier niveau dédiant un espace important aux titres du fonds), sont autant d'atouts qui ont permis à l'édition argentine de ne pas être emportée par la crise économique de 2001-2002.

Avec un chiffre d'affaires d'environ 230 millions d'euros en 2007 et une augmentation constante de sa production (de 33 à 90 millions d'exemplaires entre 2003 et 2007), l'édition en Argentine est aujourd'hui l'une des plus dynamique et performante de toute l'Amérique latine.

Bien que le secteur se caractérise par son fort niveau de concentration – une vingtaine de maisons d'édition, pour la plupart multinationales, accaparent 75% de parts de marché –, l'édition indépendante y est très active et s'est d'ailleurs considérablement développée au cours de ces trois dernières années. Face à la politique de forte rotation des nouveautés menées par les grands éditeurs, les maisons de petite taille ont trouvé un espace où déployer leur créativité et assument totalement leur rôle de pépinière d'auteurs.

Cette étude a pour objectif de dresser un tableau des principales forces et faiblesses d'une édition argentine qui doit, aujourd'hui, à nouveau, démontrer sa capacité à faire face aux effets de la crise économique mondiale.



## Présentation du contexte socio-économique et politique

### 1. Données démographiques

En 2008, la population argentine était estimée à 40 677 348 habitants, soit une densité de population d'environ 15 habitants au km<sup>2</sup>, l'une des plus faibles au monde. Certaines zones du pays sont, cependant, très peuplées : ainsi, un Argentin sur trois habite Buenos Aires ou sa périphérie et 90% de la population est urbaine. Environ 85 % de la population est d'origine européenne. L'Argentine se distingue en effet des autres pays d'Amérique latine par la faible proportion de métis (issus du croisement d'Européens et d'Amérindiens) au sein de sa population. L'immigration européenne (Espagnols et Italiens, surtout), qui date, pour les premières vagues d'arrivants, du milieu du XIX<sup>e</sup> siècle, continue d'être encouragée par le gouvernement.

Le pourcentage des enfants de moins de 14 ans est de 28% et celui des adultes de plus de 65 ans de 10%. L'Argentine reste un pays jeune, l'âge moyen des habitants étant de 28 ans en 2001.

### 2. Politique intérieure

L'Argentine est une République fédérale constituée de 23 provinces et de la Ville de Buenos Aires. Chaque province édicte sa propre constitution, dans laquelle elle doit assurer son administration de la justice et son autonomie municipale, et définir le champ et les modalités de son organisation institutionnelle, politique, administrative, économique et financière.

Le régime politique argentin est un régime de type présidentiel.

« L'Argentine reste marquée par la profonde crise économique, sociale et politique de 2001-2002. Après des protestations populaires historiques qui conduisirent à la démission du président Fernando de la Rúa, la succession de trois présidents en quelques semaines, c'est finalement Nestor Kirchner, à la tête du mouvement péroniste du *Front pour la Victoire*, qui s'imposa aux élections présidentielles d'avril 2003, après l'abandon de l'ex-président péroniste Carlos Menem.

Malgré plusieurs réformes contestées, car conférant un pouvoir accru au Chef de l'État, les Argentins savent gré à Nestor Kirchner d'avoir remis le pays sur pied, à la faveur d'une croissance économique rapide et stable. En dépit de sa popularité très élevée en fin de mandat et de la possibilité constitutionnelle de se présenter à un second mandat, Nestor Kirchner a préféré favoriser la candidature de son épouse, ancienne sénatrice et personnage politique à part entière, avec qui il forme depuis toujours un véritable couple politique.

Cristina Fernandez de Kirchner a remporté l'élection présidentielle du 28 octobre 2007 dès le premier tour, avec 45% des voix, et les élections législatives et provinciales organisées le même jour ont été largement favorables à son mouvement.

Démarrée sous des auspices relativement favorables, la présidence de Cristina Fernandez s'est cependant rapidement heurtée à la crise dite du « campo » qui a, d'emblée, considérablement affaibli son autorité et atteint sa popularité. En effet, l'annonce, en mars 2008, de la volonté du Gouvernement d'augmenter les taxes

sur les exportations de grains, en particulier du soja a provoqué immédiatement une importante fronde du monde agricole, soutenu par l'opposition et les mécontents du kirchnérisme. Après plus de trois mois d'affrontements, le projet de loi relatif à cette mesure fiscale, a été spectaculairement rejeté au Sénat, en juillet 2008, grâce à la voix du vice-président de la Nation argentine et président du Sénat, Julio Cobos (issu du parti de l'Union civique radicale mais rallié aux Kirchner). À l'issue de cette passe d'armes inédite, le Gouvernement a renoncé à son projet et le couple Kirchner a dû prendre acte de la remise en cause de ses alliances politiques.

Dès mars 2009, afin d'anticiper l'impact de la crise économique mondiale et prenant de court une opposition divisée, la présidente a décidé d'avancer au 28 juin les élections législatives de mi-mandat, normalement prévues en octobre. Après ce scrutin, si le péronisme est toujours la principale force politique, à l'échelle du pays, et si le mouvement du couple Kirchner demeure le premier groupe au Parlement, son recul dans les régions les plus peuplées et riches du pays dénote une usure certaine du pouvoir. En outre, l'élection la plus attendue, celle de la province de Buenos Aires, dans laquelle se présentait Nestor Kirchner comme tête de liste s'est soldée par une défaite de l'ex-président. Au final, peu de changements devraient intervenir à l'issue des élections législatives dans la conduite de la politique économique et sociale de Cristina Fernandez, qui a minimisé la portée de son échec électoral »<sup>1</sup>.

### 3. Situation économique

« Après la crise dévastatrice de 2002 (chute du PIB de 11%, moratoire sur le paiement de la dette externe, dévaluation de la monnaie ), l'Argentine a connu une croissance rapide et stable (8,5% en moyenne de 2003 à 2008) grâce à l'augmentation considérable des prix des matières premières agricoles, qui représentent 55% des exportations argentines, et à une politique d'accroissement des dépenses publiques pour soutenir la demande interne.

La croissance s'est accompagnée, à partir de 2007, d'une forte poussée de l'inflation, du fait de la saturation des capacités de production, incapables de suivre la forte progression de la demande. Officiellement estimée à 7% en 2008, elle aurait en réalité atteint 20%, selon certains experts indépendants »<sup>2</sup>.

Sur le front social, la croissance vigoureuse de ces dernières années a permis de considérables améliorations. Le chômage n'affecterait plus que 7% de la population active fin 2007 (contre 22% au plus fort de la crise), même si le sous-emploi reste largement répandu (il concernerait 10% de la population active). Quant à la pauvreté, elle a radicalement baissé mais touche toujours 23% de la population totale

Dans le contexte de la crise actuelle, l'économie argentine devrait connaître un net ralentissement sur l'année 2009 sous le double effet d'une contraction importante de la demande interne et de la réduction sensible de la demande externe.

---

<sup>1</sup> D'après *Présentation de l'Argentine* sur [www.diplomatie.gouv.fr](http://www.diplomatie.gouv.fr)

<sup>2</sup> Idem

## Paysage éditorial argentin et données chiffrées du secteur

### A – Un paysage éditorial scindé en deux

#### 1. Le nombre de maisons d'édition

Selon le registre ISBN, on compte en Argentine, en 2006, 3169 entités éditoriales. Ce chiffre inclut les maisons d'édition à proprement parler, mais aussi un nombre important d'entreprises et d'institutions publiques ou privées qui n'ont pas forcément comme activité principale l'édition de livres, mais qui éditent des publications (souvent gratuites).

Cependant on estime entre 250 à 300 le nombre de maisons d'édition qui ont édité plus de dix titres durant l'année écoulée, à un tirage au moins égal à 1 000 exemplaires.

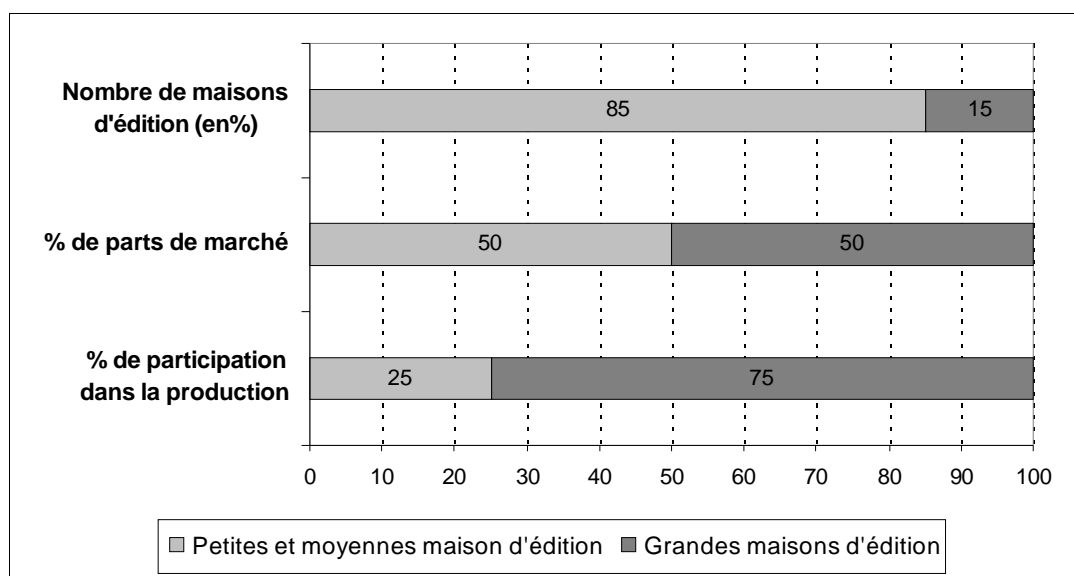
Le secteur est très concentré géographiquement. Selon les chiffres de la CAL, la Chambre argentine du livre (qui compte 492 adhérents), la grande majorité des maisons d'édition sont situées à Buenos Aires (62%) et le reste se répartit entre la province de Buenos Aires (17%) et le reste du pays (21%).

74% des titres sont édités à Buenos Aires, 10% dans la province de Buenos Aires, 5% à Córdoba, 4% à Santa Fé et le reste (7%) dans les autres provinces du pays.

Environ 85% des maisons d'édition argentines sont de taille petite à moyenne. Les autres sont des grandes entreprises ou des multinationales qui réalisent un chiffre d'affaires annuel supérieur à 10 millions de pesos (2,5 millions d'euros).

La concentration du secteur est très importante : 20 des plus grandes maisons d'édition du pays (presque toutes détenues par des capitaux étrangers) concentrent près de la moitié de la production éditoriale et accaparent 75% de parts de marché.

Les trois premiers groupes du pays sont Planeta, Sudamericana (groupe Random House Mondadori) et Santillana. A titre d'exemple, si l'on analyse la liste des 100 meilleures ventes de la grande chaîne de librairies Cuspide, la moitié des titres sont issus des catalogues de Sudamericana et de Planeta. Le groupe Santillana, quant à lui, est leader dans le scolaire et dans les méthodes de langue.



## **2. Des entreprises leaders transnationales**

Actuellement, les entreprises leaders du secteur en Argentine sont, dans leur grande majorité, des entreprises d'origine étrangère :

- espagnole : Planeta, Santillana, Grupo Zeta-Ediciones B, Ediciones SM, Oceano, Espasa Calpe, Everest, Urano, Edaf, Tusquet, Gedisa
- allemande : Random House et MacMillan (groupe Holtzbrinck)
- britannique : Pearson, Lexisnexis, Oxford University Press
- française : Anaya, Larousse, Aique
- américaine : Mc Graw-Hill et Scholastic
- mexicaine: Fondo de Cultura, Siglo XXI
- colombienne: Grupo Norma
- italienne : Paulinas et San Pablo (éditeurs religieux)

La politique de convertibilité (une peso = un dollar) de la décennie 90 a généré des conditions favorables à l'investissement de groupes étrangers. En quelques années, ceux-ci ont, par des achats successifs de maisons d'édition locales, provoqué un fort mouvement de dénationalisation des maisons d'édition moyennes qui composaient le paysage éditorial argentin.

Javier Vergara a été acheté en 1997 par Ediciones B (groupe espagnol Zeta). Le groupe allemand Bertelsmann a acquis en 2001, Sudamericana, un des fleurons de l'édition argentine des années 1980. La prestigieuse maison d'édition de littérature Emecé (qui publie notamment Borges) est entrée dans le giron du groupe Planeta en 2002. On peut mentionner également le groupe Hachette qui a racheté l'éditeur scolaire Aique en 2000 et le groupe colombien Norma qui a fait de même avec la maison Kapelusz. Récemment, la maison d'édition Estrada (scolaire), a été rachetée par MacMillan en 2007.

## **3. Les éditeurs argentins indépendants**

Malgré la concentration du secteur, l'édition indépendante, forte d'une longue tradition en Argentine, garde toute sa vitalité.

La politique de forte rotation des nouveautés menées par les grands éditeurs internationaux laisse aux mains des petits et moyens éditeurs indépendants le travail de recherche de nouveaux auteurs. Il y a encore quelques années, les grandes maisons d'édition argentines (détenues par des capitaux argentins) assumaient parfaitement ce rôle de pépinière. Cet espace est aujourd'hui dévolu à des maisons de petite taille : ce sont elles qui misent sur de nouveaux auteurs, prennent des risques et assument leur place de découvreurs de nouveaux talents.

Ce sont également elles qui redécouvrent des textes « perdus » ou pas encore publiés en espagnol d'auteurs fondamentaux et qui publient les premières éditions en espagnol d'auteurs ou de penseurs que les grandes marques ignorent.

Cette tendance s'est renforcée après la crise de 2001 et reprend une ancienne tradition de l'industrie éditoriale locale où durant les années 1960-1970, l'Argentine approvisionnait l'Espagne franquiste en traductions.

#### 4. Les organisations professionnelles

La profession est organisée mais pas forcément soudée.

En effet, la Chambre argentine du livre (la CAL) forte de ses 492 membres, regroupe la majorité des éditeurs argentins ainsi que des distributeurs, des importateurs et des libraires. Mais dans les années 1970, suite à un conflit, une partie de ses adhérents a préféré rejoindre la Chambre argentine des publications (la CAP). Celle-ci compte 65 membres, éditeurs, distributeurs et importateurs (sans libraires).

D'une certaine manière, on peut considérer que ces deux chambres sont l'exact reflet du secteur éditorial argentin : la CAP réunit tous les grands éditeurs d'origine étrangère (Random House, Santillana, etc.), tandis que la CAL est le porte-voix des éditeurs argentins indépendants.

Cette division affaiblit le pouvoir de négociation de la profession face à l'Etat et limite les actions conjointes de lutte contre le piratage ou de développement à l'international par exemple.

#### 5. L'implication de l'Etat

Les campagnes de promotion de la lecture et du livre sont rares, isolées et discontinues. Sur ces sujets, il manque une articulation entre secteur privé et public et entre organismes compétents dans ces domaines.

L'Argentine étant un pays fédéral, les aides publiques à l'édition sont octroyées à deux niveaux :

- Au niveau national, par le Secrétariat de la nation à la culture.
- Au niveau urbain, par le ministère de la Culture et par le ministère du Développement économique de la Ville de Buenos Aires.

Les principaux volets de l'aide aux éditeurs du gouvernement de la Ville de Buenos Aires concernent la production éditoriale, la participation aux foires du livre internationales, l'aide à l'acquisition de droits ou à la traduction, ainsi qu'une aide aux projets associatifs.

Le programme *Opción Libros* a pour fonction spécifique de soutenir l'édition et la librairie indépendantes à Buenos Aires. Cela passe par la publication d'annuaires d'éditeurs, de catalogues d'ouvrages publiés à l'occasion de la Foire de Francfort, ainsi que des opérations spécifiques comme la Nuit des Libraires par exemple. Durant cette « nuit », un tronçon de l'avenue Corrientes (l'une des avenues les plus importantes et les plus passantes de la ville) devient piéton et les nombreuses librairies – souvent emblématiques – qui émaillent ce tronçon d'avenue ouvrent leurs portes de 20h30 à 1h du matin.

Comme dans de nombreux pays du continent latino-américain, en dehors des achats publics de livres scolaires ou de jeunesse, l'Etat argentin se caractérise par son absence de politique du livre.

On peut signaler cependant, le projet de création, d'ici la fin de l'année ou en 2010, d'un Institut national du livre argentin (INLA) subventionné au niveau fédéral par le Secrétariat de la nation à la culture. Ce projet est actuellement en cours d'étude au Congrès argentin. L'INLA aurait pour fonction d'assurer la

promotion de l'édition argentine au niveau national et international. Cet organisme disposerait de fonds publics pour aider financièrement les éditeurs dans leurs investissements et pour distribuer des subventions aux librairies (notamment aux librairies indépendantes situées dans les zones intérieures du pays et géographiquement difficiles d'accès). L'INLA aurait aussi pour mission d'appuyer les éditeurs dans leurs activités à l'international (export et cessions de droit), en les aidant à participer aux foires internationales. Il est vrai qu'aujourd'hui, pour un très grand nombre d'éditeurs, il est inenvisageable de participer aux grandes foires internationales du livre, tant les distances, les coûts de transport des livres et les coûts de location de stands représentent une barrière financière insurmontable.

Qu'il s'agisse des initiatives gouvernementales ou des éditeurs eux-mêmes, on note également en Argentine, une absence de politique concernant le numérique. Hormis pour quelques éditeurs scientifiques ou de référence, les contenus numériques ne tiennent qu'une place minime dans les stratégies de développement des maisons d'édition. La plupart des éditeurs se disent d'ailleurs peu concernés pour le moment, ou pas encore prêts à affronter les problématiques (encore très mouvantes) liées aux nouvelles technologies.

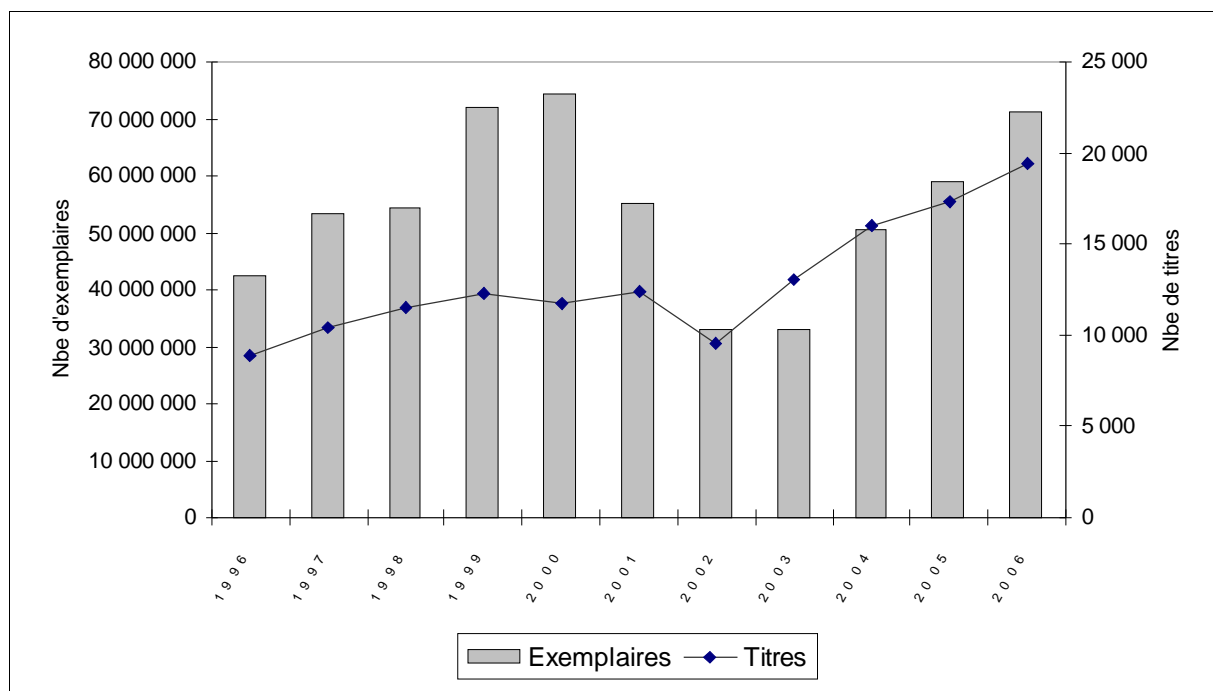
## B – Les chiffres-clé du secteur

### 1. Les évolutions de la production

Durant les années 1950, l'Argentine produisait environ 30 millions d'exemplaires par an. Au milieu des années 1970, le nombre d'exemplaires produits atteint les 50 millions : cette augmentation est autant le fait de l'accroissement du pouvoir d'achat du public que du climat d'agitation culturelle, politique et sociale que vit la société à cette époque-là. Après le coup d'Etat de 1976, le pouvoir d'achat des Argentins baisse de manière significative. Cette tendance, combinée à la répression et à l'exil de nombreux citoyens, initie une baisse de la production. Au moment de la récession économique des années 1980, la production éditoriale tombe finalement à un niveau de 17 millions d'exemplaires.

Toutefois, le secteur rebondit dans les années 1990 pour atteindre des niveaux de production record de 55 millions d'exemplaires en moyenne. Au début des années 2000, ce chiffre atteint même 74 millions. La crise économique de 2001-2002 et la dévaluation du peso portent un coup d'arrêt à cette croissance et la production chute à 33 millions d'exemplaires.

Evolution de la production éditoriale argentine (1996-2006)



Avec la crise économique de 2001, l'industrie éditoriale et l'imprimerie ont perdu plus de 40 000 emplois (ce qui est dû aussi, en partie, aux fusions et acquisitions qui ont restructuré le marché) ; plus de 500 librairies ont fermé entre 1998 et 2002 et le volume des ventes a baissé de près de 30% entre 2001 et 2002.

Il y a eu, cependant, un aspect positif à la crise économique. Le secteur est devenu plus compétitif notamment à l'export grâce au nouveau taux de change peso / dollar. Cela a permis également de baisser le niveau des importations (les livres

importés étant désormais beaucoup plus onéreux que durant la période précédente) et de protéger les imprimeurs locaux.

Cette nouvelle compétitivité s'est rapidement traduite dans les chiffres avec une reprise graduelle et continue de la production de 33 à 90 millions d'exemplaires entre 2003 et 2007 et de 13 000 à 26 000 titres sur cette même période.

#### Production éditoriale (2007)<sup>3</sup>

|               | Titres        | Exemplaires       |
|---------------|---------------|-------------------|
| Nouveautés    | 22 245        | 70 942 370        |
| Réimpressions | 4 075         | 21 826 626        |
| <b>Total</b>  | <b>26 320</b> | <b>92 768 996</b> |

## 2. Tirages, papier, coûts

De manière générale, les professionnels estiment que la qualité du prépresse et de l'impression reste insuffisante en Argentine.

Le tirage moyen est de 1 000 exemplaires et seuls 10% des titres publiés atteignent des tirages de 5 000 exemplaires ou plus.

En raison de l'inflation, il est difficile d'établir un prix moyen. Néanmoins, une nouveauté en fiction est vendue à un prix d'environ 40 pesos (environ 9 euros), tandis qu'une édition au format poche est disponible pour 20-25 pesos.

L'augmentation constante du prix du papier est un problème de taille pour la profession. Celle-ci bataille depuis plusieurs années contre un oligopole de quatre entreprises qui dominent le secteur de l'offre de papier et s'accordent sur le prix de vente. Il est vrai qu'entre 2006 et 2008, selon la CAL, le prix du papier a augmenté de 59%. Certains éditeurs estiment même qu'il leur revient moins cher d'acheter leur papier en Espagne ou en Suède et de payer les frais de transport plutôt que d'acheter leur papier en Argentine.

Même avec un taux de TVA à 0%, le livre reste un produit cher en Argentine. Malgré une bonne reprise du pouvoir d'achat de la population depuis la crise de 2001, un immense segment de la population n'a toujours purement et simplement pas accès au livre (un quart de la population vit dans la pauvreté).

## 3. Le prix du livre

Depuis la loi de défense de l'activité du libraire de janvier 2002, c'est l'éditeur ou l'importateur qui fixe le prix des ouvrages qu'il édite ou qu'il importe. Le prix du livre est donc fixe, à deux exceptions près :

- Des remises jusqu'à 10% sur le prix de vente public peuvent être accordées lors des ventes réalisées durant les foires du livre et les journées ou semaines consacrées au livre.

---

<sup>3</sup> Cámara Argentina del Libro - Agencia Argentina de ISBN

- Des remises sur le prix de vente public peuvent atteindre 50% dans le cas particulier des ventes au ministère de l'Éducation, à la Commission nationale des bibliothèques publiques (Conabip) et aux autres organismes publics qui distribuent les ouvrages gratuitement à des institutions éducatives, culturelles ou de recherche.

Sont exclus de ce système de prix fixe : les livres de collection, les livres fabriqués selon des méthodes artisanales, les livres d'occasion, les livres sortis du catalogue sur décision de l'éditeur, les livres importés soldés (à la condition qu'ils soient soldés dans leur pays d'origine), les exemplaires préachetés.

Pour pouvoir solder un livre, un éditeur doit retirer le titre de son catalogue puis attendre 6 mois après ce retrait pour solder le livre. Quand aux importateurs, ils doivent attendre 18 mois après la première mise sur le marché pour pouvoir solder un livre importé.

#### **4. La lutte contre le piratage**

La contrefaçon touche de manière relative le marché argentin et dans des proportions bien moindres qu'au Mexique par exemple. Il est vrai que la demande étant particulièrement diversifiée en Argentine (à peine une vingtaine de titres dépassent les 50 000 exemplaires vendus), ne favorise pas la prolifération des copies pirates

En 2005, la CAP a estimé à 1,2 millions le nombre d'exemplaires piratés circulant dans le pays, soit une perte évaluée à environ 10 millions de dollars.

En littérature générale, ce sont surtout les best-sellers (*Harry Potter*, *Da Vinci Code*) qui sont piratés ainsi que les grands auteurs sud-américains (Quino, Gabriel Garcia Marquez, Jorge Bucay, etc.). Dans ces cas-là, la profession estime que le nombre de copies pirates peut atteindre de 10 à 20% du total des exemplaires en circulation. Les exemplaires falsifiés circulent plus facilement dans l'intérieur du pays (où le réseau de librairies est très peu dense), qu'à Buenos Aires.

Le problème majeur en Argentine est celui de la reprographie illégale qui touche les secteurs du livre scolaire et universitaire ainsi que les livres de littérature qui font partie des listes de lectures « obligatoires » dans les écoles.

Un centre d'administration des droits de reprographie (le CADRA) a été créé pour récupérer les sommes dues au titre de la photocopie puis les reverser aux auteurs et à leurs éditeurs. Cependant, on remarque que peu d'éditeurs sont adhérents du CADRA et qu'il est encore très difficile de conclure des accords avec les boutiques de photocopies et les centres universitaires.

## Les autres caractéristiques de l'édition argentine

### A - Import, export et délocalisations

#### 1. Les travaux d'impression

Durant la période du change bloqué « un peso = un dollar » (de 1991 à 2001), un grand nombre de travaux d'impression étaient délocalisés dans des pays ayant un faible coût de main d'œuvre ou voisins (Espagne, Colombie, Chili et sud-est asiatique). La dévaluation du peso argentin en janvier 2002, a changé la donne de manière significative car les coûts d'impression ont chuté. A tel point que l'impression à l'étranger – qui représentait près de 20% du total de la production en 2001 – ne dépasse guère, aujourd'hui, les 3-5%.

Nombre de titres imprimés par pays (2007)<sup>4</sup>

|             |        |
|-------------|--------|
| Argentine   | 25 357 |
| Chine       | 414    |
| Colombie    | 124    |
| Uruguay     | 96     |
| Espagne     | 77     |
| Brésil      | 45     |
| Mexique     | 25     |
| Autres pays | 186    |
| Total       | 26 320 |

En 2009, une quantité croissante de livres d'éditeurs étrangers (espagnols ou mexicains par exemple) sont désormais imprimés en Argentine pour être commercialisés en Argentine ou être réexportés.

De même comme la majorité des éditeurs importants du pays sont des multinationales, il est fréquent qu'un titre soit imprimé en Argentine et que les filiales installées dans les pays voisins soient liées par accord et s'engagent à se procurer les livres imprimés en Argentine. Le fait d'appartenir à un même groupe permet de conclure des accords commerciaux qui couvrent les frais de transport.

#### 2. Le boom des exportations après la fin de la période de convertibilité

Avec la fin de la parité peso/dollar, l'édition argentine est également devenue un exportateur de taille. La dévaluation a amélioré la compétitivité des maisons d'édition sur le plan international et a permis une importante croissance des exportations. Certains éditeurs ont d'ailleurs formé des coopératives destinées à leur faciliter l'export et la distribution à l'étranger.

---

<sup>4</sup> Source: Cámara Argentina del Libro - Agencia Argentina de ISBN

Comme on l'a vu, les grands intervenants du marché éditent localement pour les marchés étrangers. Norma, par exemple, publie en Argentine des titres qu'elle publiait auparavant en Colombie, et les exporte dans le vaste marché latino-américain. Planeta a publié 300 000 copies du *Seigneur des anneaux*, en format livre de poche, pour les exporter vers les pays d'Amérique latine. De même, des auteurs célèbres comme Gabriel García Márquez et Isabel Allende sont aussi publiés par des maisons d'édition argentines puis exportés.

Les nouvelles maisons d'édition indépendantes qui ont vu le jour ces cinq dernières années en Argentine, sont, quant à elles, nombreuses à affirmer la nécessité d'envisager l'export dès le démarrage de leur activité. Cela implique, par exemple, de repenser le graphisme et la maquette pour s'adapter aux standards du public espagnol (et notamment prévoir une couverture cartonnée alors que les livres pour l'Argentine sont publiés en couverture souple), d'harmoniser le niveau de langue pour tous les lecteurs (argentins, espagnols, sud-américains), de prévoir en amont les questions logistiques de transport des livres et le démarchage des distributeurs locaux.

Pour certains de ces éditeurs, les exportations représentent entre 35% et 50% de leur chiffre d'affaires.

Les exportations se sont élevées à 55 millions de dollars en 2007. Les principales destinations des exportations en 2007 ont été les pays latino-américains, menés par le Mexique (17%), le Chili (14%), le Pérou (9%), le Brésil (8%) et le Venezuela (6%). Viennent ensuite l'Espagne (6%) et les États-Unis (5%).

Les exportations de livres sont de plus en plus dispersées géographiquement. En effet, la catégorie « autres pays » représente 35% de la valeur des exportations en 2007, alors que la moyenne était de 9% dans les années 1990.

### 3. Les importations

La balance commerciale dans le secteur du livre est déficitaire. Les importations de livres se sont élevées à 116 millions de dollars en 2007 contre 55 millions pour les exportations.

Le principal pays d'origine des importations est l'Espagne avec 43% du total. Viennent ensuite les États-Unis (8%) et un nouvel entrant, la Chine (7% du total), notamment présente dans le secteur de la jeunesse.

Pour l'Argentine, il devient cependant de moins en moins intéressant d'importer des livres d'Espagne. A titre d'exemple, et de manière empirique, on peut établir un comparatif de prix entre l'édition espagnole importée et l'équivalent en euros du même livre imprimé sur place.

|                   | Espagne | Argentine |
|-------------------|---------|-----------|
| Nouveauté fiction | 22€     | 9€        |
| Poche             | 8€      | 5€        |

En revanche, les professionnels argentins notent que les importations provenant d'Espagne continuent à être importantes dans le secteur du livre illustré.

## B - Les habitudes de lecture

Il existe peu d'études sur les pratiques de lecture en Argentine. L'une d'elles date de 2004 et a été réalisée par le secrétariat à la culture de la Ville de Buenos Aires à partir d'entretiens menés avec un groupe représentatif de 600 personnes tous citoyens de la Ville de Buenos Aires.

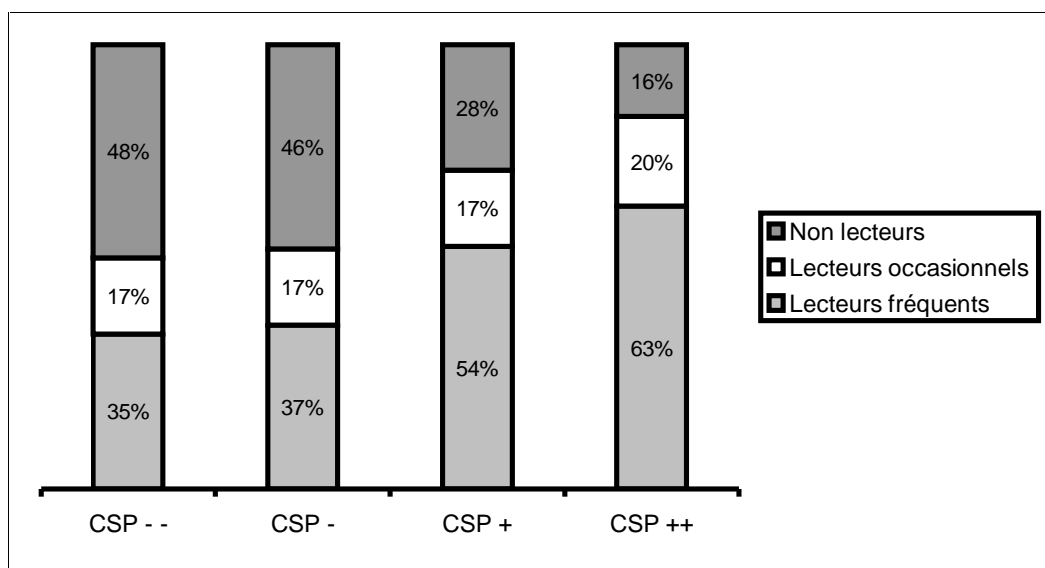
En première réponse spontanée, la lecture semble liée uniquement à des aspects positifs. Avec des expressions métaphoriques associées à la nutrition, à la vitalité ou au développement personnel, les lecteurs décrivent leur goût pour la lecture qui est une activité pour « grandir », une « nourriture », une « compagne ». La lecture apprend à penser, ouvre l'esprit, laisse s'exprimer l'imagination et permet de se déconnecter des problèmes quotidiens.

Les lecteurs fréquents – qui ont lu cinq livres ou plus durant la dernière année – représentent 20% des personnes interrogées. Environ 29% des personnes interrogées disent lire des livres de façon occasionnelle (de un à quatre durant l'année). En revanche, plus de la moitié d'entre elles (52%) déclarent n'avoir lu aucun livre durant l'année écoulée.

Les données disponibles permettent de reconstruire le profil démographique de ces populations. Les lecteurs fréquents sont majoritairement les habitants de la capitale, les femmes et les moins de 40 ans. A l'autre extrême, parmi les non-lecteurs, 8 sur 10 sont des habitants de la banlieue ; y prédominent également les hommes et les personnes de plus de 40 ans

Les taux de lecture sont aussi fonction du niveau socioéconomique, comme le montre le tableau ci-après.

Taux de lecture et niveau socioéconomique<sup>5</sup>

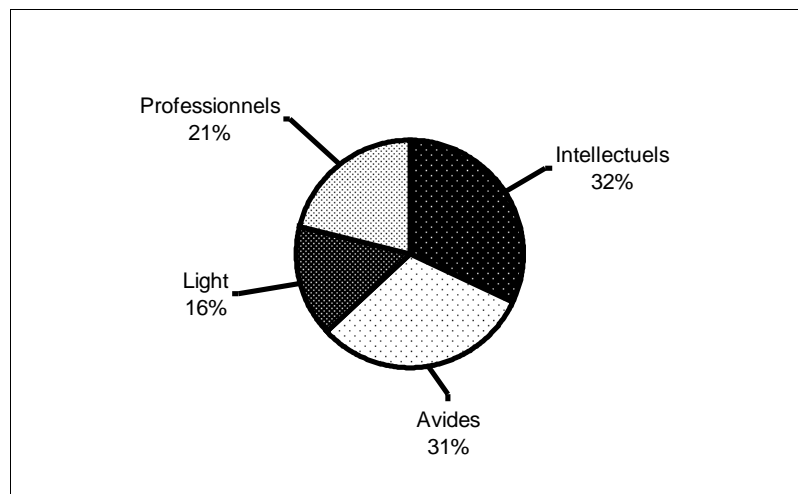


<sup>5</sup> *Consumo cultural de la ciudad de Buenos Aires*, Secretaria de Cultura, novembre 2004.

Une typologie des lecteurs peut-être établie en fonction des habitudes de lecture. On distingue quatre catégories différentes :

- Les lecteurs qui se décrivent comme « intellectuels » : leurs préférences vont vers les lectures au contenu dense et qui requièrent un haut niveau de concentration.
- Les lecteurs « avides » dont l'intérêt pour la lecture se résume à la phrase « je lis tout ce qui me tombe entre les mains ».
- Les lecteurs *light* : sont ceux qui décrivent leur inclination pour les lectures « faciles » ou « légères ».
- Les lecteurs qui lisent par nécessité (professionnelle ou pour les études), baptisés lecteurs « professionnels »

**Typologie des lecteurs**



### **C - Les grandes tendances et meilleures ventes**

De manière générale, la demande est particulièrement diversifiée en Argentine. Hormis *Le Petit Prince*, aucun livre n'a atteint le million d'exemplaires vendus. *Le Da Vinci Code* a été vendu à 350 000 exemplaires depuis sa parution en 2003 et les ventes des différents tomes d'*Harry Potter* ont été en moyenne de 160 000 exemplaires. Il est rare, d'ailleurs, qu'un titre dépasse les 100 000 exemplaires vendus.

Le déclencheur de ventes importantes pour un livre est son lien avec la télévision et les médias : qu'il s'agisse du dernier documentaire d'actualité écrit par un historien ancien journaliste de la télévision, d'un livre de recettes de cuisine tiré d'une émission télévisée animée par une bonne sœur, d'un livre de mathématiques rédigé par un ex-journaliste de sport ou d'un best-seller écrit par un participant à une émission de radio ; tous ces succès de librairie de ces dernières années en Argentine ont un lien avec le monde des medias.

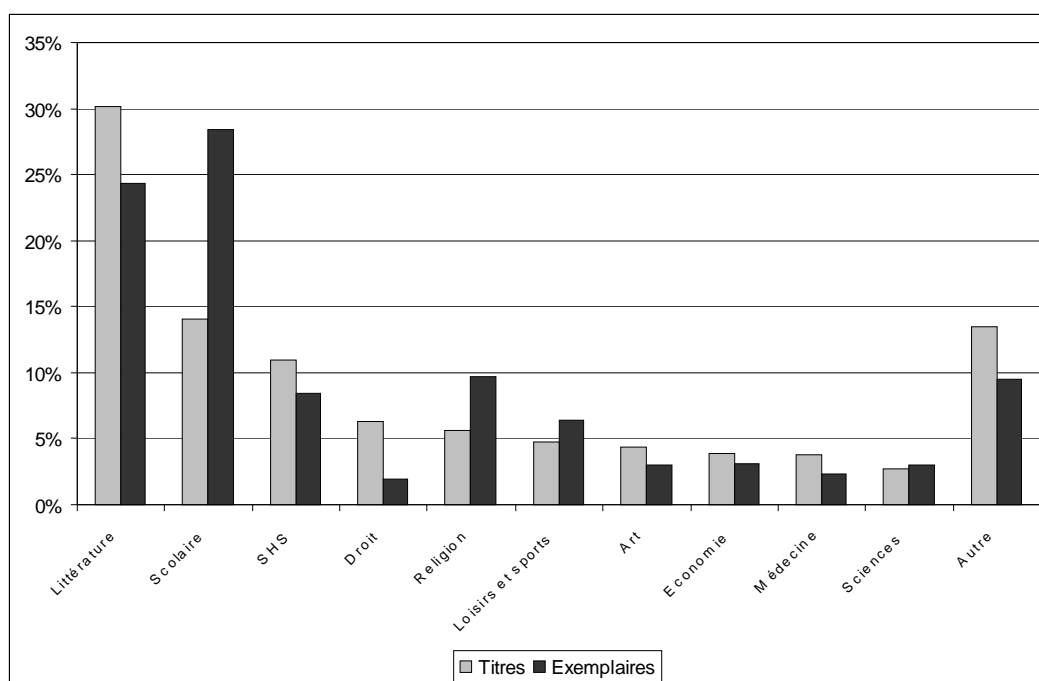
Les plus belles ventes en Argentine, se réalisent en non-fiction. Qu'il s'agisse de livres de divulgation historique, de livres pratiques grand public, de livres de psychanalyse ou de spiritualité, ces ouvrages peuvent atteindre des ventes de 70 000 exemplaires, tandis que les livres de fiction ne dépassent que rarement les 50 000 exemplaires vendus.

## La production éditoriale argentine

En 2007, les principaux domaines éditoriaux (en nombre de titres publiés) sont les suivants : la littérature (30% de la production), le scolaire (14%), les sciences humaines et sociales (11%), le droit (6%) et la religion (5,5%).

La répartition de la production (en nombre d'exemplaires imprimés) est un peu différente avec en tête le scolaire (28%), puis la littérature (24%), la religion (9,5%), et les SHS (8%).

Répartition de la production (titres et exemplaires) par domaine en 2007<sup>6</sup>



### A - Fiction

La production éditoriale en fiction est concentrée au sein des trois grands groupes du pays et par les best-sellers venus de l'étranger.

Principales maisons d'édition de fiction<sup>7</sup>

| Maisons d'édition                                 | Origine du capital |
|---|--------------------|
| Grupo Planeta                                     | Espagne            |
| Sudamericana (Random House Mondadori)             | Allemagne          |
| Aguilar-Altea-Taurus-Alfaguara (Grupo Santillana) | Espagne            |
| Vergara (Grupo Zeta)                              | Espagne            |

<sup>6</sup> SinCA, Secretaria de la Nacion, à partir des chiffres fournis par la CAL.

<sup>7</sup> Source : *La industria del libro en Argentina*, Centro de Estudios para la Producción, Ministerio de Economía y Producción, juin 2008.

|                       |           |
|-----------------------|-----------|
| Editorial Atlántida   | Argentine |
| Corregidor            | Argentine |
| Losada                | Argentine |
| Ediciones B           | Espagne   |
| Grupo Editorial Norma | Colombie  |

Dans le domaine de la fiction, on constate un essor de livres publiés en partenariat avec un titre de presse et vendus en kiosque.

Il s'agit, en général de collections autour d'un auteur ou de rééditions de classiques. Ces couplages presse-livre permettent d'avoir un plan marketing et publicitaire de très grande envergure ainsi qu'un prix d'appel attractif.

Pour les éditeurs – et ils le reconnaissent volontiers – ce genre d'opération est très rentable.

Hormis la rentabilité, ils arguent du fait que les budgets publicitaires alloués à ces collections ne peuvent que renforcer l'édition classique de l'auteur mis en avant. Ils estiment également que ce type de collaboration ne cannibalise en rien le marché car ces collections s'adressent à un public différent de celui qui achète habituellement en librairie.

## B – Non-fiction et livres pratiques

Le leader en la matière est Planeta, suivi par Sudamericana et Aguilar (groupe Santillana). A la différence de la fiction, on retrouve dans ce domaine une majorité d'auteurs locaux.

Dans le secteur de la non-fiction, l'espagnol castillan doit être réadapté au « parler » argentin et la plupart des titres publiés par l'éditeur espagnol (notamment pour les marques des groupes Planeta ou Santillana) sont automatiquement « retraduits » en espagnol argentin.

### Production 2007<sup>8</sup>

|                                 | Titres | Exemplaires |
|---------------------------------|--------|-------------|
| Non fiction (essais, documents) | 1.110  | 2.584.810   |
| Self Help                       | 375    | 1.143.710   |
| Cuisine                         | 302    | 1.900.410   |
| Tourisme                        | 153    | 497.180     |
| Humour                          | 140    | 528.130     |
| Sport                           | 121    | 661.860     |
| Mode                            | 118    | 1.571.200   |
| Jeux                            | 112    | 453.545     |
| Astrologie                      | 103    | 347.797     |
| Travaux manuels                 | 80     | 434.600     |
| Esotérisme                      | 53     | 56.820      |
| Famille, éducation              | 32     | 91.200      |
| Hobbies                         | 22     | 70.199      |

<sup>8</sup> Source: Cámara Argentina del Libro - Agencia Argentina de ISBN

|                     |    |         |
|---------------------|----|---------|
| Jardinage           | 17 | 110.430 |
| Santé et beauté     | 16 | 74.800  |
| Animaux domestiques | 3  | 11.500  |

### 1. Les documents d'histoire et d'actualité

Les livres d'investigation sur l'histoire récente (et agitée) du pays intéressent un très grand nombre de lecteurs. Les Argentins sont avides d'ouvrages faisant la lumière sur certaines zones obscures du passé de leur pays et sur des événements historiques parfois tragiques.

Par exemple, l'ouvrage du journaliste Marcelo Larraquy, *Marcados a fuego* (marqués au feu), paru en avril 2009 chez Aguilar a bénéficié d'une mise en place en librairie de 10 000 exemplaires. Ce documentaire historique est le premier tome (d'une série de trois) qui retrace l'évolution politique du pays. En plus de publicités dans les journaux, un site compagnon a été mis en place avec possibilité de télécharger un chapitre du livre<sup>9</sup>.

### 2. Le self-help

Les livres dédiés au développement personnel représentent un marché en croissance constante qui laisse des opportunités à de nouveaux entrants : cela a été le cas, par exemple, avec le lancement d'une nouvelle collection dédiée exclusivement au développement personnel sous la marque Aguilar-Fontanar

### 3. Les livres pratiques et illustrés

« A l'heure actuelle, la plus grande partie de la production de livres d'art de vivre repose sur la promotion du folklore et des coutumes argentines. Cette production éditoriale qui compte pléthore de titres sur l'*asado* (barbecue argentin), l'art de préparer le *maté* (infusion typique consommée en Amérique du Sud), le tango, ou de grands formats illustrés et photographiques (type *l'Argentine vue du ciel*) connaissent un véritable succès auprès d'une clientèle de touristes.

Parmi les principales maisons qui publient de l'art de vivre, on peut citer les éditions Maizal, Albatros, Javier Vergara, ainsi que les éditions de la chaîne de librairies El Ateneo. Tout comme au Mexique, les éditions Taschen, Planeta et Blume sont très présentes sur ce marché et distribuées essentiellement en grandes surfaces. Le potentiel touristique (gastronomique et viticole) est de plus en plus exploité et les bodegas et autres centres spécialisés en vin ont d'ailleurs développé une multitude de services allant de l'édition d'ouvrages à la création de formations spécifiques »<sup>10</sup>.

<sup>9</sup> [www.marcadosafuego.com.ar](http://www.marcadosafuego.com.ar)

<sup>10</sup> D'après *La diffusion du livre français d'Art de vivre en Espagne, Aperçu Argentine et Mexique*, enquête réalisée par Ludovic Assémat, Département Études du BIEF, Mai 2007.

## C – Sciences humaines et sociales

Avec 11% de la totalité des titres publiés en 2007, les sciences sociales et humaines tiennent une place importante dans la production éditoriale argentine. L'édition argentine a une longue tradition d'avant-garde en Amérique latine dans le domaine des sciences humaines et sociales comme le démontre la richesse et la qualité des catalogues des éditeurs argentins.

L'ampleur du travail de traduction est, dans le secteur des SHS, tout à fait impressionnante, notamment en ce qui concerne les auteurs français pour les domaines de l'histoire, de la philosophie ou de la psychanalyse.

### Production 2007<sup>11</sup>

|                                 | Titres | Exemplaires |
|---------------------------------|--------|-------------|
| Histoire                        | 1.031  | 5.558.926   |
| Sciences sociales et sociologie | 723    | 828.924     |
| Philosophie                     | 648    | 805.980     |
| Psychologie                     | 460    | 566.481     |
| Journalisme                     | 183    | 473.572     |
| Folklore et ethnologie          | 142    | 240.871     |
| Géographie                      | 88     | 143.695     |

Parmi les principaux éditeurs de sciences humaines et sociales, on peut citer les éditions Siglo XXI, le Fondo de Cultura Económica, les éditions Eudeba, Paidós, Biblos, Homo Sapiens.

Le Fondo de Cultura Económica est une filiale de la gigantesque maison institutionnelle mexicaine. Récemment, sa nouvelle direction a décidé que l'antenne argentine du Fondo n'aurait pratiquement plus de ligne éditoriale propre et ferait office de distributeur ou « d'Ambassade culturelle du Mexique en Argentine ».

Les éditions Paidós sont entrées dans le giron de Planeta en 2003, tout comme les éditions Critica et les éditions Ariel.

Les presses de l'université de Buenos Aires (Eudeba), après avoir connu des années glorieuses, sont en perte de vitesse.

Toutes ces récentes restructurations ont laissé une porte ouverte à l'éditeur Siglo XXI (filiale indépendante de la maison mexicaine) pour développer de manière très active son catalogue durant ces six dernières années et devenir la maison leader sur le secteur des SHS en Argentine. Tout en conservant une ligne universitaire et académique très classique, la maison a désormais une forte volonté d'ouvrir son catalogue, notamment en publiant de nouvelles collections de divulgation scientifique (cf. leur récent best-seller sur les mathématiques vendu à 50 000 exemplaires).

---

<sup>11</sup> Source: Cámara Argentina del Libro - Agencia Argentina de ISBN

## D – Jeunesse et bande dessinée

### 1. La jeunesse

La jeunesse est depuis 2002 un secteur éditorial en fort développement dont la demande – loin de se limiter au segment des lectures obligatoires pour l'école – progresse de manière constante.

Selon les chiffres de la CAL, en 2002, la production éditoriale en littérature de jeunesse était de 242 titres. Les années suivantes, ce domaine a connu un véritable essor avec 1 048 titres publiés en 2006 et 1 721 en 2007 (pour une production de 7,3 millions d'exemplaires).

Les grands acteurs du marché sont Alfaguara Infantil & Juvenil (groupe Santillana) ainsi que les éditeurs argentins spécialisés en jeunesse comme Sigmar et Colihue.

La bonne santé du secteur – qui bénéficie en outre de l'appui des achats de l'Etat (pour les écoles et *via* le réseau des bibliothèques publiques) – a également attiré de nombreux nouveaux entrants : il s'agit, soit de petites maisons nouvellement créées, soit de moyennes maisons généralistes qui ouvrent leur catalogue à la jeunesse.

Depuis 2007, le ministère de l'Education a également lancé un programme de distribution de livres de littérature pour les écoles (1,7 millions d'exemplaires distribués en 2007). C'est une collection de 100 titres qui vont des grands classiques de la littérature universelle (*Don Quijote*) jusqu'aux bandes dessinées *Mafalda* de Quino en passant par les livres d'auteurs argentins consacrés (Borges, Osvaldo Soriano, etc.). Ce programme a pour but d'éveiller le plaisir de la lecture chez les élèves, au-delà de l'utilisation des simples manuels scolaires.

Les professionnels estiment qu'à partir de 3 000 exemplaires vendus, il s'agit d'une bonne vente pour un livre de jeunesse. Certains best-sellers cependant peuvent atteindre des ventes de plus de 100 000 exemplaires.

Les filiales des deux grandes chaînes de librairies (Yenni et Cuspide) installées dans les centres commerciaux, de par leur fréquentation familiale, restent les meilleurs points de vente de livres de jeunesse. Les magasins de jouets proposent également des rayons livres intéressants. Quant aux supermarchés, leur offre se limite à la production de Disney et aux grands best-sellers. La Foire du livre de jeunesse, qui se tient habituellement au mois de juillet à Buenos Aires, est un moment-clé pour la promotion de la production éditoriale de jeunesse. Quant à la Foire internationale du livre (FIL) de Buenos Aires, elle représente un temps fort pour les ventes des éditeurs.

Des changements importants sont à noter dans le contenu des livres de jeunesse argentins où l'on voit de plus en plus apparaître des thèmes comme la marginalité, la violence, ou les abus que peuvent vivre les enfants dans le monde. D'autres tendances émergent (autrefois impensables), comme les livres abordant l'homosexualité, la drogue ainsi que la dictature militaire. Un des grands succès de la maison d'édition Norma, par exemple, a été le titre *Los ojos del perro siberiano* qui raconte l'histoire d'un jeune homme atteint du sida.

L'Argentine dispose de nombreux illustrateurs dont le talent a été reconnu lors de l'Invitation d'honneur du pays à la Foire du livre de jeunesse de Bologne en 2008.

## 2. La bande dessinée

En 2007, 330 titres de bandes dessinées ont été publiés avec un tirage de 1,4 million d'exemplaires.

Sortie des classiques comme les long-sellers *Mafalda* de Quino (publiés aux éditions De La Flor) ou des planches publiées en coédition avec le quotidien *La Nacion* (les « historietas » du chat *Gaturro* par le dessinateur et humoriste portègne Nik), la BD est un genre qui semble attirer de plus en plus le public argentin. Un salon sur ce thème a d'ailleurs été créé, *Viñetas sueltas*, dont la deuxième édition a eu lieu en mai 2009 à Buenos Aires.

## F – L'édition scolaire et parascolaire

### Le système scolaire argentin

Le système argentin distingue différents niveaux d'enseignement :

- le niveau initial (Educación Inicial) : c'est l'équivalent de la maternelle dans laquelle les enfants de trois à cinq ans peuvent débiter leur scolarité pré-primaire. Seule la dernière année est obligatoire.

- le niveau d'enseignement général de base (Educación General Básica) ou EGB : ce niveau, pour les cinq à seize ans, est divisé en trois cycles de trois ans (neuf ans au total) et porte sur l'acquisition des compétences de base. Il y a donc en tout dix ans d'école obligatoire (treize avec la nouvelle loi de 2006).

- le niveau polymodal (Educación Polimodal) : ce niveau apparenté au secondaire, non obligatoire, est offert aux jeunes de 15 à 18 ans. Il correspond à un enseignement destiné à préparer les jeunes au monde du travail : sciences sociales, économie de l'entreprise, sciences naturelles, production des produits et services, communication, art, etc.

D'après : Jacques Leclerc, «Argentine» in *L'aménagement linguistique dans le monde*, Université Laval, Canada, 6 juin 2009 ; [www.tlfq.ulaval.ca/axl/amsudant/Argentine.htm](http://www.tlfq.ulaval.ca/axl/amsudant/Argentine.htm)

Quatre acteurs principaux se partagent le marché du livre scolaire : Kapelusz-Norma, les éditions Santillana, Estrada-Macmillan, et Aique-Larousse. En 2005, le groupe Clarín est entré dans ce secteur *via* sa nouvelle maison d'édition, Tinta Fresca.

L'Etat joue un rôle important dans le secteur de l'édition scolaire.

En effet, au niveau de l'école primaire, 30% des élèves n'ont pas de manuels scolaires propres. L'Etat approvisionne donc les écoles publiques les plus pauvres en livres scolaires afin d'essayer de rétablir une équité entre élèves.

A la différence du Mexique par exemple, où il n'existe qu'un seul manuel scolaire par niveau, en Argentine, les professeurs des écoles ont le choix du manuel scolaire qu'ils souhaitent utiliser. Les critères sont alors de plusieurs ordres :

- le maître fait son choix parmi les manuels scolaires disponibles sur le marché ;
- il utilise les manuels achetés par l'Etat et envoyés à son école ;
- il utilise ces derniers et ajoute des photocopies de certains chapitres d'un (ou de plusieurs) manuel(s) disponible(s) sur le marché.

En raison des achats par le gouvernement, le prix des manuels scolaires en Argentine est fixé en concertation avec les instances publiques et n'est donc pas un prix de marché. Les manuels scolaires sont de très bonne qualité en Argentine et leur prix ne reflète pas le coût du travail éditorial dont ils ont bénéficié : qualité du papier, impression en quadri, illustrations, nécessité d'innover chaque année pour plaire aux parents et aux professeurs. La marge des éditeurs se fait donc essentiellement sur les volumes de ventes.

Chaque année, une négociation sur le prix des manuels est entamée entre l'Etat fédéral et les éditeurs scolaires réunis en lobby. Le ministère de l'Education fixe un prix maximum pour les ouvrages qui seront achetés par l'Etat. De leur côté, les éditeurs fixent un prix minimum acceptable pour la vente de leurs manuels.

De l'avis des professionnels du secteur, le processus de sélection des manuels achetés par l'Etat est « assez neutre » pour un pays « corrompu comme l'Argentine ». Chaque année apporte son lot de rumeurs mais celles-ci retombent finalement assez vite.

L'arrivée de Tinta Fresca a semé le trouble dans cette organisation bien rodée. Cet outsider a d'emblée proposé des manuels scolaires à un prix 20% moins cher que ses concurrents. Il est vrai que, fort du support du plus grand groupe de presse du pays, l'éditeur a eu la possibilité de ne pas générer de bénéfices pendant ses trois premières années d'existence.

En dehors de ces pratiques considérées comme du *dumping* économique par les concurrents, l'arrivée de Tinta Fresca pose d'autres problèmes plus politiques.

Tout d'abord, le fait que l'éditeur scolaire soit adossé au groupe Clarin lui permet de bénéficier d'une force promotionnelle indéniable en termes de publicité dans les journaux du groupe.

Mais surtout, la frontière entre presse et pouvoir politique risque d'être très rapidement biaisée : en effet, quel ministre de l'éducation supporterait d'avoir une pleine page de critiques dans le premier quotidien du pays ? Et à quelles concessions serait-il prêt pour avoir une « paix » relative ? Favoriser un manuel de Tinta Fresca plutôt qu'un manuel d'un autre éditeur pour une commande publique ? Augmenter les volumes commandés à Tinta Fresca ?

Dans une problématique plus générale, les professionnels du livre regardent avec attention, l'évolution de Tinta Fresca qui pourrait se muer en maison d'édition généraliste. En effet, le directeur de Tinta Fresca a été pendant cinq ans le directeur du Fondo de Cultura et il ne cache pas ses ambitions. C'est l'une des figures emblématiques du monde éditorial argentin et il se doute bien que le groupe Clarin n'est pas allé le chercher simplement pour diriger une maison d'édition de scolaire. D'autre part, le groupe Clarin est un immense producteur de contenus ce qui lui donne la possibilité de créer aisément des collections de non-fiction sur support papier et numérique.

Le canal de vente « normal » pour les manuels scolaires est celui de la librairie avec une remise du distributeur d'environ 25%. Dans la réalité, les éditeurs scolaires disposent d'équipes de commerciaux qui vont démarcher les librairies mais aussi directement les écoles. Quand les commandes sont passées par les écoles, il s'agit alors de ventes directes très profitables pour l'éditeur, au grand dam des libraires qui se retrouvent, de fait, court-circuités.

Le secteur étant extrêmement concurrentiel, les maisons d'édition communiquent peu sur leurs résultats. Il n'existe donc pas de statistiques fiables sur le nombre total de manuels scolaires vendus chaque année mais celui-ci est estimé entre 9 et 13 millions. Selon la CAP<sup>12</sup>, les achats de l'Etat représenteraient 30% de ce total tandis que pour d'autres acteurs du marché, ces achats publics représenteraient 45% du total. Quoiqu'il en soit, il est probable qu'avec la crise économique actuelle le nombre d'écoles pauvres va augmenter, ce qui accroîtra d'autant les achats publics.

#### Principales maisons d'édition de livres scolaires<sup>13</sup>

| Maisons d'édition           | Origine du capital |
|-----------------------------|--------------------|
| Ediciones Santillana        | Espagne            |
| Estrada (Macmillan)         | Allemagne          |
| Puerto de Palos (Macmillan) | Allemagne          |
| Ediciones SM                | Espagne            |
| Norma-Kapelusz              | Colombie           |
| Aique-Larousse              | France             |

#### Principales maisons d'édition de méthodes de langue<sup>14</sup>

| Maisons d'édition                | Origine du capital |
|----------------------------------|--------------------|
| Macmillan                        | Allemagne          |
| Oxford University Press          | Royaume-Uni        |
| Richmond Publishing (Santillana) | Espagne            |
| Scholastic                       | Etats-Unis         |

<sup>12</sup> Ces chiffres datent de 2005. Source : *Política de dotación de libros de textos en Argentina*, Paola Linás, CIPPEC, 2005.

<sup>13</sup> Source : *La industria del libro en Argentina*, Centro de Estudios para la Producción, Ministerio de Economía y Producción, juin 2008.

<sup>14</sup> Idem

## G – L'édition universitaire et professionnelle

### Bref aperçu de l'organisation du système universitaire en Argentine

Le système d'enseignement supérieur argentin est composé de deux catégories d'établissements : environ une centaine d'universités et plusieurs milliers d'instituts tertiaires (qui offrent des formations techniques courtes). Etant donné la nature fédérale de la République argentine et l'autonomie très forte des établissements, le système universitaire n'est unifié, ni au plan académique, ni au plan territorial.

En 2007, les effectifs étaient de 1,5 millions d'étudiants dans les universités (dont 84% pour le public) et de 485 000 étudiants dans les instituts tertiaires.

Les disciplines les plus prisées par les étudiants de l'université publique sont les sciences sociales (39% des nouveaux inscrits en 2007), les sciences appliquées (25%), les sciences humaines (19%) et les sciences de la santé (13%).

La distinction fondamentale entre les cycles se fait entre les études de *grado* (du bac à l'obtention de la licence, 5 ans) et de *posgrado* (maîtrise en 2 ans puis doctorat en 3 ans). Le nombre d'années d'études (7 en moyenne) est cependant une notion très théorique, dans la mesure où la pratique des études à temps partiel – généralement en cours du soir, en raison d'une activité professionnelle – est extrêmement répandue.

Le système d'enseignement supérieur argentin est l'héritier d'une tradition ancienne d'excellence qui l'a toujours situé dans les tous premiers rangs en Amérique latine. Le désinvestissement consécutif à la censure des intellectuels par le pouvoir militaire de 1976 à 1983, a cependant eu pour conséquence le départ vers l'étranger d'un nombre important de professeurs et d'étudiants. La crise économique de 2001 a été également lourde de conséquences pour l'enseignement supérieur, du fait de coupes budgétaires.

Les séquelles laissées par ce passé proche sont importantes et on compte, parmi les principaux problèmes de l'université publique aujourd'hui : la désertion étudiante (en particulier en première année), la faible quantité de diplômés, la concentration des inscriptions dans des disciplines traditionnelles, la superposition de l'offre académique, la multiplication des pôles universitaires et la faible quantité de professeurs à temps plein. Depuis 2007, le gouvernement a fixé plusieurs objectifs pour améliorer la situation des universités en prévoyant des fonds additionnels qui seront attribués au cours des prochaines années.

D'après le dossier *Argentine 2006* Edufrance et la fiche *Enseignement supérieur Argentine 2007* base Curie, disponible sur [www.diplomatie.gouv.fr](http://www.diplomatie.gouv.fr)

En 2007, 2 188 titres ont été publiés en droit et sciences politiques avec un total de 2,6 millions d'exemplaires.

Les principales maisons d'édition juridiques sont Lexis-Nexis, La Ley, Editorial Abaco, Rubinzal-Culzoni et Heliasta.

En médecine, les maisons leaders sur le marché: Médica Panamericana, Corpus Libros, Journal Ediciones, Inter-Médica.

En 2007, 990 titres dans le domaine de la médecine ont été publiés avec une production de 2,1 millions d'exemplaires.

En économie et marketing, les grandes maisons du secteur sont Mc Graw Hill, Pearson Education, Granica et Macchi Grupo Editor.

La production en économie, commerce et management s'est élevée à 1 146 titres en 2007 (1,5 million d'exemplaires).

En sciences, les chiffres de la production en 2007 sont les suivants :

**Production 2007<sup>15</sup>**

|                             | <b>Titres</b> | <b>Exemplaires</b> |
|-----------------------------|---------------|--------------------|
| Ingénierie                  | 274           | 346.405            |
| Informatique                | 247           | 1.302.718          |
| Agriculture. agronomie      | 224           | 173.466            |
| Industrialisation           | 168           | 474.539            |
| Mathématiques, statistiques | 150           | 149.130            |
| Biologie                    | 103           | 141.000            |
| Ecologie                    | 57            | 92.450             |
| Physique                    | 57            | 68.261             |
| Technologie                 | 51            |                    |
| Géologie                    | 50            | 63.580             |
| Sciences naturelles         | 47            | 86.250             |
| Chimie                      | 42            | 55.250             |
| Astronomie                  | 36            | 153.980            |
| Botanique                   | 35            | 89.140             |
| Science militaire           | 31            | 61.080             |

---

<sup>15</sup> Source: Cámara Argentina del Libro - Agencia Argentina de ISBN

## La distribution

### A – La promotion

Le meilleur moyen de promotion reste le bouche-à-oreille. L'enquête sur les habitudes de lecture<sup>16</sup> montre que pour 60% des lecteurs interrogés, le premier moyen de s'informer sur un livre est l'avis donné par les proches (famille et amis). La presse et les suppléments culturels des grands quotidiens du pays arrivent au second rang. Parmi eux, on peut citer les suppléments « livres » des quotidiens nationaux *Clarín*, *La Nación*, *Página12*, ceux des quotidiens de province *La voz del interior* (à Córdoba) ou *La capital* (à Rosario), ainsi que les hebdomadaires *Perfil* ou *Critica*. Viennent ensuite la publicité (9%), puis le conseil du libraire (1% seulement).

Parmi les personnes qui déclarent lire les suppléments culturels, on constate que cette lecture est assez assidue.

Fréquence de lecture des suppléments culturels (en %)

|                        | Página 12 | Clarín | La Nación |
|------------------------|-----------|--------|-----------|
| Toutes les semaines    | 58        | 51     | 42        |
| Quelques fois par mois | 35        | 35     | 48        |
| NSP                    | 7         | 14     | 10        |

Du côté des éditeurs, seules les maisons d'édition de taille moyenne et les marques s'appuyant sur des grands groupes internationaux (Santillana, Planeta) disposent des budgets suffisants pour investir dans le marketing et la publicité. Les petites maisons d'édition sont la plupart du temps hors circuit et ne peuvent compter que sur des articles ou critiques dans la presse.

Les investissements en publicité se déclinent sous plusieurs formats : PLV en librairie, affichages publicitaires dans le métro ou dans la rue, en passant par des encarts dans les grands quotidiens ou des spots à la radio. La publicité à la télévision reste le plus souvent hors de portée des éditeurs, sauf pour les chaînes du câble. Certains éditeurs, en revanche, misent énormément sur les nouvelles technologies : création de sites Web compagnons lors de la sortie d'un ouvrage, animation de forums de discussion, marketing des réseaux sociaux.

Les deux grandes périodes d'investissement dans la publicité sont les mois de novembre (pour préparer Noël) et avril (avant la Foire internationale du livre de Buenos Aires).

---

<sup>16</sup> *Consumo cultural de la ciudad de Buenos Aires*, Secretaria de Cultura, noviembre 2004.

## **B – La distribution**

### **1. Diffuseurs et distributeurs**

Il n'existe pas en Argentine de « diffuseur » tels que nous les connaissons en France. Il est vrai que leur valeur ajoutée serait moindre dans le contexte argentin où les livres sont en dépôt dans les librairies. Certaines grandes maisons d'édition ont une équipe en interne de « vendeurs ». Mais leur mission n'est pas de démarcher les librairies pour vendre le catalogue de la maison. Leur objectif est de récupérer les factures et les paiements des librairies, notamment celles des provinces les plus reculées du pays.

Les distributeurs sont, pour leur part, assez peu nombreux puisque le cas général en Argentine est que l'éditeur dispose d'un entrepôt et qu'il gère directement la distribution de ses ouvrages auprès des libraires.

La part de marché des distributeurs en Argentine est évaluée à environ 20%. Parmi les plus importants, on peut citer Galerna et Cuspide (qui sont aussi propriétaires de plusieurs librairies), Luongo et Grupal. En fait ces distributeurs ont pour principale vocation de fournir les librairies éloignées géographiquement de la capitale (celles de l'intérieur du pays).

### **2. La vente en consignation**

Le système le plus répandu en Argentine est celui de la vente en consignation : les éditeurs déposent leurs livres chez les libraires. Les libraires ne paient les livres à l'éditeur qu'une fois qu'ils ont été vendus.

Le problème de la consignation est qu'il oblige l'éditeur à déposer beaucoup d'exemplaires d'un livre ce qui complique la gestion des stocks et des retours. D'autre part, si les grands éditeurs peuvent se permettre d'envoyer 2 000 exemplaires à une chaîne de librairies pour n'en vendre que 300, les petits éditeurs pour leur part, peuvent difficilement assurer leur rentabilité financière sur ce modèle économique.

Le prix des livres est fixé par l'éditeur mais en raison de l'inflation (12 à 15% par an), il n'est pas imprimé sur la couverture. Il est changé une fois tous les deux mois ou une fois par trimestre en moyenne pour prendre en compte l'inflation.

Ce modèle se révèle assez intéressant pour le libraire. En effet, quand il vend un ouvrage au jour J, il le règle à l'éditeur un mois plus tard mais au prix du jour J sans prendre en compte les 1 ou 2% d'inflation qui ont renchéri le prix de l'ouvrage entre temps.

Certains petits éditeurs se plaignent parfois du manque de rigueur de certains libraires qui « oublie » de leur régler les ouvrages vendus. Ce genre d'incidents n'arrive jamais avec les grands éditeurs, qui sont des grands comptes pour les libraires.

## C – Les ventes par canal de distribution

### Principaux canaux de distribution (en nombre d'exemplaires) en 2004

|   |      |
|---|------|
| Librairies (hors librairies des éditeurs) | 64%  |
| Distributeurs                             | 17%  |
| Etat (hors CONABIP)                       | 6%   |
| Ventes directes (type porte-à-porte)      | 4%   |
| Librairies des éditeurs                   | 3%   |
| Kiosques                                  | 3%   |
| CONABIP                                   | 2%   |
| Autres                                    | 1%   |
| Internet                                  | 0,4% |

Les achats publics (de l'Etat fédéral) sont de deux types :

- Les achats de manuels scolaires qui sont ensuite distribués directement aux écoliers ou aux bibliothèques des écoles.
- Les subventions versées aux bibliothèques publiques par le biais de la Commission nationale aux bibliothèques publiques (CONABIP) pour les aider à enrichir leur fonds en livres de jeunesse.

Selon les professionnels du livre, Buenos Aires, la capitale absorbe près de 70% des ventes du pays.

#### 1. Les librairies

Selon le Secrétariat de la nation à la culture de la nation et les chiffres du CERLALC<sup>17</sup>, l'Argentine compte 2 400 librairies. Ce chiffre inclut tous les points de vente de livres, y compris par exemple en province, les petites papeteries qui vendent du livre.

La Chambre argentine des papeteries et librairies (CAPLA) avance, elle, un chiffre plus modeste de 660 librairies en activité en Argentine réparties de manière inéquitable sur l'ensemble du territoire avec une forte concentration à Buenos Aires (entre 200 et 250 librairies) et dans les grandes villes du pays. En revanche, les librairies se font beaucoup plus rares (ou alors quand elles existent, leur assortiment est limité) dans les petites villes ou dans les quartiers périphériques des grands centres urbains. Les disparités entre les librairies de Buenos Aires et celles de l'intérieur sont fortes, ces dernières souffrant des défaillances du système de distribution. Il n'existe pas de grande surface spécialisée type FNAC.

En librairie, en raison de l'inflation, la plupart du temps, le prix n'est pas étiqueté sur le livre. Pour connaître le prix d'un ouvrage, le lecteur doit se renseigner auprès du libraire : soit celui-ci connaît le prix par cœur, soit il le consulte dans sa base de données. Comme il n'existe pas de système de référencement

---

<sup>17</sup> Centre régional pour la promotion du livre en Amérique latine et aux Caraïbes, [www.cerlalc.org](http://www.cerlalc.org)

bibliographique de type Electre<sup>18</sup>, chaque librairie ou chaque chaîne de librairies dispose de sa propre base de données. A titre d'exemple, les librairies de la chaîne Cuspide mettent à la disposition des clients des ordinateurs avec des lecteurs de code-barres. Les acheteurs peuvent ainsi, en scannant le code barre du livre qui les intéresse en connaître le prix.

Dans de très nombreuses librairies, les livres sont emballés sous film plastique. Cette protection concerne les beaux-livres mais également des piles entières de best-sellers, les nouveautés mises en avant sur une table et les livres du fond rangés dans les étagères. Malgré le temps de manutention que cela nécessite et l'impossibilité par la suite de feuilleter le livre, libraires et lecteurs semblent très attachés à ce système.

Quelques opérations promotionnelles sont organisées comme « le mois d'un éditeur » dans une librairie. Lors de cet événement, le libraire met en avant tous les titres du catalogue de l'éditeur (en échange d'une remise-distributeur supplémentaire de 5%). Il lui consacre également une partie de sa vitrine et lui dédie quelques tables de présentation. Pour l'éditeur, c'est une belle occasion de redonner un coup de projecteur aux titres les moins visibles de son fonds et de redynamiser les ventes. L'éditeur prépare souvent, à cette occasion, des petits cadeaux promotionnels (carnets, marque-page) offerts pour tout achat d'un livre.

Le marché du livre soldé est important. Il existe des librairies qui ne vendent que des livres soldés. Très souvent aussi, de grandes librairies dédient un emplacement et même plusieurs grandes tables aux livres en soldes.

Les grands groupes internationaux comme Planeta sont parfois accusés d'importer un grand nombre titres de leur catalogue soldés en Espagne afin de les vendre soldés en Argentine. Ce marché des livres de *oferta* (en soldes) est critiqué par les éditeurs indépendants

### Les librairies indépendantes

Sur les 600 librairies que l'on compte en Argentine, la majorité sont des librairies de petite taille, des structures le plus souvent familiales qui partagent leur activité entre la vente de livres et la vente de papeterie et de fournitures scolaires.

Certaines de ces librairies se caractérisent par leur faible équipement informatique, ce qui rend parfois difficile la gestion des stocks.

Le boom de l'immobilier que connaît la capitale depuis 2007 a renchéri le coût des loyers ce qui affecte particulièrement les librairies indépendantes.

### L'essor des chaînes de librairies

Durant ces dix dernières années, on a vu émerger la création de chaînes de librairies. Ces librairies se caractérisent par leur surface importante, la possibilité de consulter les livres sur place (installation de fauteuils), et par la mise en place

---

<sup>18</sup> La CAL a lancé un site « Le portail du livre argentin » ([www.libro.ar](http://www.libro.ar)) qui a pour vocation de mettre en ligne toute l'offre de livres édités dans le pays, à partir de leur numéro d'ISBN. Cet outil est assez peu utilisé par les professionnels du livre car il est incomplet et ne permet pas, par exemple, de prendre en compte les livres espagnols importés ou édités sur place.

d'espaces dédiés exclusivement aux enfants. Le plus souvent, ces librairies complètent leur activité par une cafétéria où l'on peut se restaurer, et deviennent des lieux d'organisation d'événements culturels (rencontres avec les écrivains, signatures, lectures à voix haute, etc.)

La plus importante d'entre elles est la chaîne de librairies Yenny-El Ateneo (39 succursales) qui détient environ 20% des parts de marché de la librairie. Elle est suivie par la chaîne Cuspide (qui a racheté il y a quelques années les libraires Fausto) dont les parts de marché sont évaluées à 7-8%. Dans les provinces intérieures du pays, ces deux chaînes assurent, en revanche, près de 80% des ventes.

Parmi les autres chaînes de librairies, on peut citer la chaîne Santa Fe (5 succursales à Buenos Aires), la Boutique del Libro (12 points de vente), la Libreria Hernandez (2 points de vente), et la chaîne Galerna qui a racheté en 2003 la mythique librairie Gandhi (fondée sur le modèle culturel de la librairie Gandhi au Mexique).

### La chaîne Yenni-El Ateneo

La chaîne Yenni-El Ateneo dispose d'un centre de distribution et de 39 points de vente (dont la moitié dans les provinces intérieures du pays).

En 2008, elle a vendu 4,5 millions d'ouvrages et compté 13 millions de visites.

La chaîne a deux types de librairies : 32 librairies Yenni et 7 librairies El Ateneo. 80% des librairies Yenni sont implantées dans des centres commerciaux. Elles ont un design moderne et accueillent une clientèle familiale. Leur assortiment est principalement axé sur les best-sellers et les nouveautés en fiction, les livres de développement personnel ainsi qu'un grand rayon jeunesse.

A la différence des librairies Yenni, les librairies El Ateneo ont pignon sur rue. Elles attirent une clientèle de professeurs, d'universitaires et d'intellectuels qui passent un temps assez long dans le point de vente. L'offre de ces librairies est beaucoup plus axée sur les sciences humaines. La librairie El Ateneo-Gran Splendid est un cas à part : cette splendide librairie est installée dans un ancien théâtre, ce qui en fait la deuxième librairie la plus belle du monde d'après le classement établi par *The Guardian*<sup>19</sup> en janvier 2008.

C'est le siège de la chaîne qui centralise les commandes pour les nouveautés et qui se charge de les répartir ensuite dans tous les points de vente. Les gérants de chacune des librairies de la chaîne n'ont d'autonomie dans leurs commandes que pour les réassorts. Beaucoup de petits éditeurs se plaignent des grandes quantités d'ouvrages demandées par la chaîne en estimant que ces commandes sont parfois disproportionnées par rapport aux capacités réelles d'écoulement de l'ouvrage en question.

En raison de sa place importante sur le marché, la chaîne impose aux éditeurs une remise de 50%, alors que la remise habituelle est plutôt de 40-45% pour les autres librairies, et de 35% pour les petites librairies.

---

<sup>19</sup> La première du classement est la librairie Selexyz, installée dans l'immense nef d'une église dominicaine à Maastricht.

## 2. Les autres canaux de vente et de diffusion du livre

### Les foires du livre

La foire internationale du livre de Buenos Aires, qui a fêté sa 35<sup>e</sup> édition en 2009, est un événement extrêmement populaire qui a attiré, en 2009, plus d'un million de visiteurs. La foire dure trois semaines – ce qui en fait l'une des foires du livre les plus longues du monde – et ses allées ne désemplissent pas, y compris la dernière heure du dernier jour où l'on voit encore des gens faire la queue aux guichets pour se procurer un billet d'entrée.

Les trois premiers jours de la foire sont réservés aux professionnels. La foire ouvre ensuite ses portes au grand public avec une série de rendez-vous culturels : conférences, signatures, tables rondes, etc. Le public se rend à la foire en famille, en promenade le week-end, et l'événement s'apparente à une grande kermesse populaire, bénéficiant d'une vaste visibilité dans la presse.

Malgré la crise, les éditeurs estiment avoir réalisé, pour cette édition 2009, des ventes tout à fait honorables.

C'est un aspect positif car pour beaucoup d'éditeurs, la participation à la foire est un investissement qui pèse lourd dans le budget annuel. D'une part parce que les tarifs de location d'un stand sont de plus en plus onéreux ; et d'autre part en raison des moyens logistiques et humains importants qu'ils doivent déployer durant trois semaines (transport des livres, embauche de personnel pour assurer les ventes).

Ceci dit, la foire reste un moment-clé pour les ventes notamment grâce à la possibilité d'accorder une remise de 10% au lecteur sur le prix de vente public et grâce aux gros volumes de ventes effectués auprès des bibliothèques de la Conabip (avec une remise de 50%).

La *Fundación El Libro*, qui organise la FIL de Buenos Aires, est également l'organisatrice de la Foire du livre de jeunesse (dont l'édition 2009 a été annulée en raison des risques d'épidémie de grippe) ainsi que d'autres foires du livre, plus modestes, qui se tiennent dans les autres grandes villes du pays.

### Les bibliothèques

Avec la Bibliothèque nationale, la bibliothèque du Congrès, la bibliothèque des Maîtres, les bibliothèques des universités et environ 2 000 bibliothèques publiques, l'Argentine dispose d'un réseau de bibliothèque assez important.

Les bibliothèques publiques dépendent de la Conabip (la Commission nationale des bibliothèques publiques) et sont, dans leur majorité, installée dans les petites villes et villages des provinces « intérieures » et reculées du pays.

La Conabip a créé en 2006 un programme de soutien aux bibliothèques publiques. Les bibliothécaires reçoivent chaque année une somme forfaitaire (2 000 pesos en 2009, soit environ 450 euros ; 1 200 pesos soit environ 280 euros en 2008) pour acheter des livres durant la Foire du livre de Buenos Aires afin d'étoffer et de consolider le fonds de leur bibliothèque.

Le bibliothécaire est entièrement libre de choisir les livres qu'il souhaite et qui lui semblent les mieux adaptés à son public. La Conabip lui paye en outre ses frais de voyage ainsi qu'un *per diem* pour son séjour à Buenos Aires.

Grâce à un accord entre la Conabip et les exposants de la foire, les trois premiers jours de la foire sont réservés aux bibliothécaires afin qu'ils puissent passer leurs commandes. Et grâce à la Loi sur le prix du livre, ils bénéficient d'une remise de 50% sur le prix de vente public. La Conabip a également négocié un accord avec la Poste argentine afin que les bibliothécaires puissent profiter d'une remise pour le transport de leurs livres.

Les achats de livres par ces bibliothèques représentent, pour certains éditeurs, une composante importante de leur chiffre d'affaires. Pour un éditeur comme Sudamericana par exemple, 30% des 35 000 exemplaires vendus durant la foire de 2009 ont été acquis par les bibliothèques publiques.

Seuls perdants de l'histoire, les libraires qui dénoncent ces ventes directes qu'ils assimilent à du *dumping*.

La mise en place de ce programme d'aide aux bibliothèques a également pour objectif d'améliorer leur image auprès du public. En effet, nombre d'entre elles souffrent d'un manque de fréquentation et véhiculent une image négative ou stéréotypée. On leur reproche de n'y trouver ni roman, ni ouvrages reflétant l'actualité littéraire du pays et d'être uniquement des annexes du lycée ou de l'université où l'on se rend pour préparer ses devoirs ou pour réviser ses examens.

Certains éditeurs regrettent que les achats soient orientés vers les lectures scolaires et que les bibliothèques publiques ou scolaires se transforment en réservoirs de connaissances au lieu d'être des lieux d'accès à la lecture-plaisir. A cela, les bibliothécaires répondent que dans certaines zones pauvres, la bibliothèque est le seul lieu où l'élève peut avoir accès à un manuel.

### Les supermarchés et hypermarchés

Il existe environ 450 hypermarchés en Argentine (Carrefour, Jumbo, Wal-Mart, Libertad). Leur offre est basée essentiellement sur les best-sellers, les livres pratiques, les livres de développement personnel et les grands succès commerciaux en jeunesse. Les éditeurs de BD ou de beaux-livres sont réticents à y vendre leurs livres du fait des retours qui reviennent en mauvais état.

### Les ventes par Internet

Peu de maisons proposent la vente en ligne sur leur site Internet.

Les librairies en ligne sont, elles aussi, peu nombreuses. Comme le signalent les éditeurs, il existe tellement de bonnes librairies à Buenos Aires, que le public n'a ni le réflexe, ni le besoin de commander un livre par Internet. Les ventes par Internet concernent finalement surtout les personnes vivant dans l'intérieur du pays et qui n'ont pas facilement accès à des librairies.

La principale librairie en ligne est celle qui appartient au groupe Ilhsa, également propriétaire de la chaîne de librairies Yenni-El Ateneo.

Tematika.com est donc le principal site de vente en ligne de livres du pays. C'est le 5<sup>e</sup> site le plus consulté en Argentine (après deux sites de ventes aux enchères, type *Ebay* et deux sites de marques automobiles), mais comme le remarquent ses dirigeants, cela reste un site de consultation et pas d'achat. Les internautes s'en servent surtout comme base de référencement bibliographique et effectuent peu d'achats en ligne. De l'avis du directeur des ventes, le chiffre d'affaires du site correspond à peu près à celui d'une librairie Yenni de taille moyenne.

#### Les autres canaux de vente

Les clubs de livre, les ventes en porte à porte ou sur catalogue sont assez faibles et n'ont de place que dans les régions les plus isolées du pays.

## France – Argentine : partenariats, échanges et coopérations

### A – Présence du français, francophonie et exportations

#### 1. La situation du français en Argentine

Il n'existe pas de chiffres officiels sur le nombre d'apprenants de français dans le système scolaire argentin.

Les seules données disponibles sont celles recensées par l'Organisation internationale de la francophonie (OIF)<sup>20</sup> qui font état de 36 163 apprenants de français pour l'année 2006-2007 (enseignement primaire, secondaire et supérieur confondus).

Le Service culturel de l'Ambassade de France en Argentine fournit également quelques données très partielles sur le nombre d'apprenants de français pour l'année scolaire 2008-2009 :

- Le lycée Jean Mermoz à Buenos Aires compte 248 élèves en maternelle, 473 en primaire et 667 dans le secondaire. Les effectifs du collège F.-A. Martinez ne sont pas connus.
- Dans l'enseignement supérieur, la filière francophone de l'Université La Condamine à Buenos Aires accueille 79 ans étudiants sur l'ensemble du cycle.
- Il existe 17 Instituts de formation de professeurs de français (dont 8 universitaires).
- 15 976 apprenants de français suivent des cours dans les 84 Alliances françaises et Instituts français du pays.

#### Francophonie et coopération franco-argentine

Selon l'OIF, il y aurait en Argentine, en 2006-2007, 18 850 francophones (16 000 en 1997-1998) et 48 650 francophones partiels.

Plusieurs systèmes de bourses – bourses *Saint-Exupéry*, bourses Master Ile-de-France, bourses *Eiffel*, bourses de cotutelle – permettent d'aider les étudiants argentins qui souhaitent poursuivre un cursus universitaire en France. Au total, en 2009, 87 d'entre eux ont bénéficié d'une bourse au niveau master-doctorat.

En 2008, une antenne de Campus France a ouvert à Buenos Aires dans les locaux du Service de coopération et d'action culturelles de l'Ambassade de France.

La coopération universitaire est également très importante dans le domaine des sciences humaines et sociales par le biais du Centre franco-argentin de l'université de Buenos Aires. En dix ans, ce centre est devenu un pôle régional de référence pour les SHS.

Véritable outil de coopération, codirigé par un directeur argentin et un directeur français, il remplit plusieurs fonctions : participer à la formation des étudiants en master et doctorat (organisation de séminaires, cotutelles) ; favoriser le débat

---

<sup>20</sup> *La Francophonie dans le monde 2006-2007*, OIF/Nathan, Paris, 2007.

d'idées entre la France et l'Argentine ; assurer la promotion de la recherche française en SHS ; devenir progressivement la tête d'un réseau franco-sud-américain en SHS.

## 2. Exportations et librairies françaises en Argentine

Si la crise de 2001-2002 avait marqué un sérieux coup d'arrêt aux exportations de livres français en Argentine, les relations commerciales se sont normalisées à partir de 2004.

Sur trois ans (2005-2008) les exportations de livres français ont augmenté de 5% en moyenne pour atteindre un total de 436 000 euros en 2008<sup>21</sup>.

La fin de l'année 2008 et le début de l'année 2009 sont marquées par un net resserrement des ventes, qui font craindre à certains professionnels du secteur, une perte de tous les acquis de ces dernières années.

Le premier marché pour l'exportation de livres français reste celui des livres d'enseignement de la langue française ainsi que des dictionnaires.

Vient ensuite le secteur de la littérature (en livres de poche uniquement) avec trois tendances : les textes d'auteurs classiques que les apprenants de français étudient dans les Alliances françaises, les auteurs contemporains pour un public déjà francophone et les traductions d'auteurs espagnols en français (Borges, Cortazar, etc.).

Le marché des sciences humaines, sans être inexistant, est assez réduit à l'export à l'exception des titres en psychanalyse.

Les livres illustrés, beaux-livres et livres d'art (peinture, photos) trouvent leur public en Argentine, durant la période de Noël et lorsqu'il s'agit de catalogues d'exposition ayant lieu en France.

Les ventes sont encore très faibles en livres pratiques (cuisine, documents) sauf pour les guides de tourisme sur l'Argentine et l'Amérique latine.

Les principaux lieux de vente de livres français en Argentine sont les librairies françaises : *Las mil y unas hojas*, la librairie *El Libro frances*, et la librairie *Eiffel Livres* notamment. Le chiffre d'affaires de ces librairies se fait majoritairement sur les méthodes d'enseignement de langues.

La chaîne Yenni-El Ateneo est également un point de vente important de livres français avec un assortiment plus large que les librairies françaises, composé de livres illustrés (cf. le pouvoir d'achat relativement élevé du public des librairies de la chaîne), de guides de tourisme (pour la clientèle de touristes) et de littérature grand public au format poche.

### La librairie *Las mil y unas hojas*

Fondée en 1985, la librairie *Las mil y unas hojas* possède deux succursales, l'une de 130m<sup>2</sup> et l'autre de 40m<sup>2</sup>, situées dans le quartier de Belgrano, dans la zone nord résidentielle de Buenos Aires, qui compte plusieurs écoles et l'université de

---

<sup>21</sup> *Repères statistiques, International 2008-2009*, SNE / La Centrale de l'Édition, 2009.

Belgrano. C'est dans ce même quartier que se trouve le lycée franco-argentin Jean Mermoz et l'une des Alliances françaises importantes de la ville.

Le libraire, Ezequiel Izcovich a également un dépôt et une activité de distributeur : il alimente les Alliances françaises du pays et les librairies de l'intérieur du pays. Il organise aussi régulièrement des expositions-ventes de livres français dans les Alliances françaises et durant les congrès de professeurs.

Il ne vend pas uniquement du livre français. Le livre français représente 60% du chiffre d'affaires contre 35% pour les livres argentins et 5% pour les livres anglais. Les méthodes de FLE et les manuels scolaires pour le collège et le lycée français représentent une part importante des ventes. Viennent ensuite les commandes des médiathèques puis les achats des particuliers (principalement du poche et des nouveautés), avec une clientèle composée d'étudiants, de professeurs, d'expatriés, de francophones et de voisins.

Le libraire possède des comptes directs avec les éditeurs et son interlocuteur est Salvador Garzon, sauf pour les éditions Gallimard qui envoient leur propre représentante.

Les ouvrages sont vendus entre 30 et 40% plus chers que les prix français, ce qui est dû notamment aux prix très élevés du transport aérien. Le transport par bateau est moins onéreux mais beaucoup plus long. Le libraire ne fait qu'une commande par bateau par an avec des ouvrages à rotation lente (dictionnaires et méthodes de FLE).

La livraison via le site Amazon ne représente pas vraiment une concurrence car il faut compter un minimum de 15€ pour une livraison en quinze jours et 20€ pour une livraison rapide. De plus, à partir de cinq livres, l'acheteur est obligé de régler des frais de dédouanement.

## B – Quelles perspectives pour les échanges de droits ?

### 1. Les traductions dans la production argentine

En matière de traductions, l'anglais arrive en tête avec 58% du total des titres traduits en 2006. Néanmoins, le français occupe la deuxième place avec 12% des traductions.

Les traductions ont toujours joué un grand rôle dans le développement de l'édition argentine. Les traducteurs argentins, quant à eux, sont réputés dans le monde hispanophone pour la qualité de leur travail. Il faut noter, cependant, que depuis quelques années, d'autres pays, comme le Mexique et l'Espagne notamment, soutiennent activement le développement de leurs pépinières de traducteurs.

Classement des langues traduites en % (2006)<sup>22</sup>

| Langue    | Titres % |
|-----------|----------|
| Anglais   | 58       |
| Français  | 12       |
| Portugais | 6        |
| Japonais  | 6        |
| Espagnol  | 6        |
| Allemand  | 4        |
| Italien   | 4        |
| Autres    | 5        |

#### Les échanges avec la France

Selon Marité Miccio, chargée du Bureau du livre au Service culturel de l'Ambassade de France, 381 titres traduits du français ont été publiés ces trois dernières années en Argentine. Le nombre de titres français représente 0,6% de la production éditoriale argentine en 2009. 2,7% des maisons d'édition argentines ont publié pendant cette période au moins un ouvrage français.

En ce qui concerne les grandes tendances, les sciences humaines arrivent en tête des domaines les plus traduits du français par les éditeurs argentins. Il est vrai qu'il existe une forte et longue tradition de complémentarité dans la pensée entre la France et l'Argentine

Nombre de titres cédés par matière (2008)<sup>23</sup>

|                           |           |
|---------------------------|-----------|
| Sciences humaines         | 48        |
| Actualités / Documents    | 8         |
| Livres de jeunesse        | 7         |
| Littérature               | 7         |
| STM                       | 2         |
| Scolaires/ Universitaires | 1         |
| <b>Total</b>              | <b>73</b> |

<sup>22</sup> Source: CAL – Infografías - Oferta editorial argentina 2006, Agencia Argentina de ISBN,

<sup>23</sup> *Repères statistiques, International 2008*, SNE / La Centrale de l'Édition, 2008.

De manière générale, les éditeurs argentins travaillent en direct avec leurs homologues français et ne passent que très rarement par l'intermédiaire d'un agent.

En ce qui concerne la négociation des droits, il n'y a pas de règle absolue. Certains éditeurs argentins souhaitent obtenir les droits mondiaux afin de pouvoir diffuser la traduction en Argentine mais également dans le reste de l'Amérique latine et en Espagne. D'autres se contentent de négocier les droits pour l'Amérique latine uniquement en considérant qu'il est peu probable que le même livre venant d'Espagne trouve son public sur le marché argentin (où il serait plus cher, compte-tenu des frais de transport). Certaines maisons comme Siglo XXI par exemple, reconnaissent qu'il est bien pratique d'avoir une filiale en Espagne pour négocier les droits mondiaux.

Au global, en 2008, 33 titres sur les 73 négociés entre éditeurs français et argentins pour une traduction en espagnol ont été cédés avec les droits mondiaux. Les tirages moyens pour un titre de fiction traduit en espagnol sont de 1 500 à 2 000 exemplaires.

Le fait que trois grands éditeurs internationaux (Planeta, Santillana, Random House) monopolisent une grande partie du marché laisse finalement de nombreuses opportunités aux éditeurs français.

En effet, dans le cas de ces trois grands groupes, ce sont les maisons-mères en Espagne qui gèrent les achats de droit de traduction. Et leur politique d'achat est principalement centrée sur les best-sellers et les auteurs à succès. Il reste donc un vaste terrain d'opportunités pour les maisons d'édition argentines qui peuvent partir à la découverte de titres d'auteurs français, les faire traduire en espagnol, les vendre en Argentine, puis éventuellement les exporter vers l'Espagne.

Dans le domaine des sciences humaines, les éditeurs argentins se plaignent de la concurrence mexicaine et notamment du plus grand éditeur public mexicain, le Fondo de Cultura Economica. Le Fondo mexicain (qui a également une filiale en Argentine) est l'éditeur d'Amérique latine qui a le plus ample et le plus prestigieux catalogue en sciences humaines. Sa position lui permet d'acquérir facilement les droits mondiaux lorsqu'il s'agit de négocier les droits de traduction d'un ouvrage de sciences humaines d'un auteur français par exemple. Le Fondo est aussi accusé, parce qu'il accepte des tarifs de plus en plus élevés de la part des éditeurs étrangers, de faire subir une hausse générale aux montants des à-valoir et d'écarter ainsi les éditeurs argentins qui ne peuvent plus se permettre d'être dans la course.

Comme on l'a vu, la tradition d'excellence des traducteurs argentins est ancrée dans le pays et le secteur dispose d'un très bon vivier de jeunes traducteurs. Certaines maisons, qui ont l'habitude de traduire des titres français, ont d'ailleurs parfois leurs traducteurs attitrés. D'autre part, et notamment pour la fiction et les romans, les livres traduits en espagnol castillan d'Espagne ne sont pas forcément adaptés au lectorat argentin.

## 2. Le rôle du service culturel de l'Ambassade de France en Argentine

Le Programme d'aide à la publication (PAP) Victoria Ocampo<sup>24</sup> a connu un développement constant depuis sa création en 1984 par le Bureau du livre.

25 ans après sa mise en place, 603 ouvrages ont été traduits et publiés avec cette aide. D'autres aides complémentaires, et notamment l'aide à la cession de droits du ministère des Affaires étrangères permettent également de soutenir cet effort de traduction.

Ces aides constituent un élément essentiel de la stratégie développée par le SCAC depuis de nombreuses années pour maintenir l'influence de la pensée française dans un pays qui lui a toujours accordé une place prépondérante.

L'aide du PAP porte principalement sur les coûts de production (fabrication et traduction), le coût de la cession de droits étant généralement aidé par une prise en charge du MAE.

50% de l'aide est versée à la signature du contrat. Les 50% restants sont versés à la remise de l'ouvrage ou sur présentation de la traduction (en général dans l'année même).

### Titres aidés par le PAP et/ou par des aides complémentaires

|      | PAP | MAE | CNL |
|------|-----|-----|-----|
| 2008 | 44  | 38  | 9   |
| 2007 | 34  | 39  | 5   |
| 2006 | 29  | 42  | 7   |

A partir de 2010, il se peut que l'aide à la publication soit désormais mutualisée au niveau de la sous-région sud-américaine. Dans ce cas, les bureaux du livre d'Argentine et des pays voisins devront se coordonner afin de décider des règles d'attribution de cette enveloppe globale en précisant notamment s'il s'agira d'une aide à la circulation des ouvrages, à la traduction ou à la production.

## 3. La traduction d'ouvrages argentins en français

En 2008, 13 titres ont été achetés par des éditeurs français à leurs homologues argentins dont 10 en littérature, 2 en religion et un en sciences humaines<sup>25</sup>.

Plusieurs initiatives visent à promouvoir et à renforcer les traductions d'auteurs argentins en français (ou en d'autres langues). Elles ont pour objectif de favoriser le développement des ventes de droits de traduction dans un pays qui a une longue tradition d'achats uniquement.

La Fondation Typa, par exemple, organise chaque année, depuis 2003, « La semana de editores » à Buenos Aires.

<sup>24</sup> Le PAP porte le nom d'une grande figure des lettres argentines de la première moitié du XX<sup>e</sup> siècle. Victoria Ocampo a fondé la revue *SUR* qui a publié Borges, Michaux, Malraux, Heidegger et fait figure de véritable « pont » culturel entre la France et l'Argentine.

<sup>25</sup> *Repères statistiques, International 2008*, SNE / La Centrale de l'Édition, 2008.

Durant cette semaine, une dizaine d'éditeurs étrangers sont invités à Buenos Aires avec un double objectif : faire découvrir les auteurs argentins, principalement dans le domaine de la fiction, et renforcer les liens entre les éditeurs argentins et leurs homologues étrangers.

Le programme est destiné à des éditeurs confirmés, qui s'intéressent à la littérature latino-américaine, travaillant plutôt dans des maisons indépendantes, plus à même de publier des auteurs méconnus. L'objectif de cette semaine est de faire lire les auteurs argentins aux éditeurs étrangers en direct et parfois même de leur faire rencontrer les auteurs dans le cadre de leur visite<sup>26</sup>.

La Fondation Typa vient également de publier, en juillet 2009, un rapport d'études sur les ventes de droits d'auteurs argentins en langues étrangères<sup>27</sup>.

#### Le programme Proyecto Sur

Dans l'optique de la préparation de l'invitation d'honneur de l'Argentine à la Foire de Francfort en 2010, une ligne budgétaire spéciale a été créée afin d'aider la traduction d'ouvrages d'auteurs argentins en langues étrangères. La gestion de ce fonds est confiée au ministère des Affaires étrangères. Toutes les langues et tous les genres (fiction, non-fiction, jeunesse, etc.) sont concernés. Une aide maximum de 3 200 dollars américains peut être accordée, et la demande doit être établie par l'éditeur argentin ou par un agent<sup>28</sup>.

Compte-tenu du manque de continuité de l'action publique dans le domaine du livre, certains éditeurs estiment qu'une fois l'invitation d'honneur à la foire de Francfort passée, le maintien du programme Proyecto Sur relèverait du miracle.

---

<sup>26</sup> Des renseignements sur le programme sont disponibles le site Internet de la Fondation Typa : [www.typa.org.ar](http://www.typa.org.ar)

<sup>27</sup> *La extraducción en la Argentina. Venta de derechos de autor para otras lenguas*. Rapport disponible en ligne sur le site de la Fondation Typa

<sup>28</sup> Les informations relatives à ce programme sont disponibles en ligne à l'adresse suivante : <http://frankfurt2010.gov.ar/>

## Conclusion

Les éditeurs argentins connaissent, à l'heure actuelle, des difficultés importantes : ils doivent faire face à un marché interne en récession et à une diminution des ventes de l'ordre de 30%. L'inflation importante qui affecte les matières premières, comme le papier, augmente sensiblement le prix des livres, ce qui renchérit les exportations. Certains éditeurs ont dû mettre la clef sous la porte (comme la maison d'édition de littérature Interzona) ou revoir leur stratégie éditoriale et commerciale.

Le secteur de la librairie est aussi touché et certaines librairies sont en cessation de paiement ou paient avec retard et souffrent de l'augmentation des prix des loyers dans la capitale (boom immobilier).

Philosophes, les Argentins, estiment que la crise économique de 2009 n'est « qu'une crise de plus » et qu'ils sauront bien y faire face, comme ils l'ont toujours fait jusqu'à maintenant.

Souhaitons que 2010 – qui marque également le 200<sup>e</sup> anniversaire de l'indépendance de l'Argentine – soit une année plus faste et permette aux professionnels du livre argentins de trouver un nouveau souffle pour se relever de la crise, aidés en cela par leur Invitation d'honneur à la Foire de Francfort.



## Annuaire

### 1. Maisons d'édition

#### ART

LA MARCA EDITORA  
Autres spécialités : beaux-livres  
Pasaje Rivarola 115  
1015 Buenos Aires  
Tél : +54 11 4383 6262  
Fax : +54 11 4383 5152  
www.lamarcaeditora.com  
Guido Indij (directeur)  
lme@lamarcaeditora.com

#### ART DE VIVRE

AGUILAR (GROUPE SANTILLANA)  
Av Leandro N. Alem 720  
C1001AAP Buenos Aires  
Tél : +5411 4105 2058  
Fax : +5411 4119 5021  
www.alfaguara.com.ar  
Analia Rossi (directrice éditoriale)  
arossi@santillana.com.ar

ALBATROS  
Autres spécialités : non-fiction, jeunesse  
J. Salguero 2745  
C1425AAE Buenos Aires  
Tél : +5411 4807 2030  
Fax : +5411 4807 2010  
www.albatros.com.ar  
info@albatros.com.ar

#### BD

EDICIONES DE LA FLOR  
Autres spécialités : jeunesse, fiction,  
essais  
Gorriti 3695  
C1172ACE Buenos Aires  
Tél : +5411 4963 7950  
Fax : +5411 4963 5616  
www.edicionesdelaflo.com.ar

Daniel Divinsky (directeur)  
danieldivinsky@edicionesdelaflo.com.ar

#### DROIT

EDITORIAL ABACO  
Viamonte 1336, 6 piso  
C1053ACB Buenos Aires  
Tél & Fax : +5411 4371 1675  
www.abacoeditorial.com.ar  
info@abacoeditorial.com.ar

HELIASTA  
Viamonte 1730 1.0 Piso  
C1055ABH Buenos Aires  
Tél : +5411 4804 0472  
www.heliasta.com.ar  
editorial@heliasta.com.ar

LA LEY  
Tucumán 1471  
C1050AAC Buenos Aires  
Tél : +5411 4378 4841  
Fax : +5411 4372 0953  
www.laley.com.ar  
consultas@laley.com.ar

LEXIS-NEXIS ARGENTINA  
Carlos Pellegrini 887 piso 3  
C1013AAQ Buenos Aires  
Tél : +5411 5236 8800  
Fax : +5411 5236 8811  
www.lexisnexus.com.ar  
info@lexisnexus.com.ar

RUBINZAL-CULZONI EDITORES  
Talcahuano 442  
C1013AAJ Buenos Aires  
Tél : +5411 4375 0544  
www.rubinzal.com.ar  
editorial@rubinzal.com.ar

ECONOMIE, MARKETING, GESTION

GRANICA  
Lavalle 1634 3°G  
C1048AAN Buenos Aires  
Tél : +5411 4374 1456  
Fax : +5411 4373 0669  
www.granicaeditor.com  
granica.ar@granicaeditor.com

MACCHI GRUPO EDITOR  
Av. Córdoba 2015  
C1120AAC Buenos Aires  
Tél & Fax : +5411 4961 8355  
www.macchi.com  
info@macchi.com

MCGRAW-HILL INTERAMERICANA  
Vuelta de Obligado 1947, Piso 6  
Buenos Aires  
Tél : +5411 4785 8484  
Fax : +5411 4785 9007  
www.mcgraw-hill.com.mx  
infor\_argentina@mcgraw-hill.com

JEUNESSE

COLIHUE  
Autre spécialités : SHS, scolaire  
Av. Díaz Vélez 5125  
C1405DCG Buenos Aires  
Tél & Fax : +5411 4958-4442  
www.colihue.com.ar

EDITORIAL ATLANTIDA  
Autre spécialités : littérature, art de vivre  
Azopardo 579  
1307 Buenos Aires  
Tél : +5411 4346 0100  
www.editorialatlantida.com.ar  
info@admail.com.ar

EDITORIAL EVEREST ARGENTINA  
Autre spécialités : dictionnaires,  
encyclopédies, art de vivre  
Moreno 2554  
1094 Buenos Aires  
Tél & Fax: +5411 4942 1074  
www.everest.es  
editorialomeba@sinectis.com.ar

OCEANO  
Autre spécialités : scolaire, art de vivre  
Carlos Pellegrini 855  
1009 Buenos Aires  
Tél : +5411 4021 9200  
Fax: +5411 5811 4462  
www.oceano.com.ar  
oceano@oceano.com.ar

SCHOLASTIC ARGENTINA  
Dardo Rocha 2406  
B1640FTH Martínez  
Tél & Fax : +5411 4836 1450  
www.scholastic.com  
scholastic@scholasticargentina.com

SIGMAR  
Belgrano 1580, 7  
C1093AAQ Buenos Aires  
Tél : +5411 4381 2510  
Tél : +5411 4381 2241  
Fax : +54 11 4383 5633  
www.sigmar.com.ar  
Roberto Chwat (directeur)  
rchwat@sigmar.com.ar

LITTERATURE

ADRIANA HIDALGO  
Autre spécialités : SHS  
Francisco de Vittoria 2324  
C1425ENB Buenos Aires  
Tél & Fax : +5411 4800 1900  
www.adrianaidalgo.com  
Adriana Hidalgo Solá (directrice générale)  
ahidalgo@adrianaidalgo.com  
Fabián Lebenglik (directeur éditorial)  
flebenglik@adrianaidalgo.com

CORREGIDOR  
Rodríguez Peña 452  
C1020ADJ Buenos Aires  
Tél&Fax : +5411 4374 4959  
www.corregidor.com.ar  
corregidor@corregidor.com  
info@corregidor.com

EDICIONES B ARGENTINA  
Autre spécialités : non-fiction, SHS  
Paseo Colón, 221, 6° Piso  
1399 Buenos Aires  
Tél : +5411 4343 7510  
www.edicionesb.com  
ediciones\_b\_arg@ciudad.com.ar

EDITORIAL LOSADA  
Autre spécialités : SHS  
Avenida. Corrientes, 1551  
1042 Buenos Aires  
Tél : +5411 4375 5001  
Fax : +54 11 4373 4006  
www.editoriallosada.com  
losada@editoriallosada.com

EMECÉ EDITORES  
Av. Independencia, 1668  
C1100ABQ Buenos Aires  
Tél : +5411 43 82 40 43  
Fax : +5411 43 83 37 93  
www.emece.com.ar  
info@planeta.com.ar

ETERNA CADENCIA EDITORA  
Honduras 5574  
C1414BND Buenos Aires  
Tél & Fax : +5411 4774 4100  
www.eternacadencia.com  
Leonora Djament (directrice éditoriale)  
ldjament@eternacadencia.com.ar

PLANETA  
Autre spécialités : art de vivre, jeunesse  
Independencia 1668  
C1100ABQ Buenos Aires  
Tél : +5411 4124 9100  
www.editorialplaneta.com.ar  
info@eplaneta.com.ar

SUDAMERICANA (RANDOM HOUSE)  
Autre spécialités : Non fiction, SHS  
Humberto Primo 555  
C1103 ACK Buenos Aires  
Tél : +5411 5235 4400  
Fax : +5411 4235 4418  
www.edsudamericana.com.ar  
Pablo Avelluto (directeur éditorial)  
pavelluto@rhm.com.ar

TUSQUETS EDITORES SA  
Venezuela 1664  
1096 Buenos Aires  
Tél : +5411 4381-4520  
www.tusquets-editores.es  
info@tusquets.com.ar

MEDECINE

CORPUS EDITORIAL Y DISTRIBUIDORA  
Suipacha 581  
S2000LRK Rosario  
Tél & Fax : +5434 1439 4978  
www.corpuslibros.com.ar  
rosario@corpuslibros.com.ar

INTERMÉDICA  
Junín 917 Piso 1° "A"  
C1113AAC Buenos Aires  
Tél : +5411 4961 9234  
Fax : +5411 4961 5572  
www.intermedica.com.ar  
info@inter-medica.com.ar

JOURNAL EDICIONES  
Junin 873 piso 4 °°H"  
C1113AAA Buenos Aires  
Tél : +5411 4963 6401  
www.journal.com.ar  
journal@journal.com.ar

MÉDICA PANAMERICANA  
Marcelo T. de Alvear 2145  
C1122AAG Buenos Aires  
Tél : +5411 4821 5520  
Fax : +5411 4821 1214  
www.medicapanamericana.com  
info@medicapanamericana.com

#### METHODES DE LANGUE, REFERENCE

MACMILLAN PUBLISHERS  
Av. Blanco Encalada 104  
B1609EEO Boulogne San Isidro  
Tél : +5411 4708 8000  
www.macmillan.com.ar  
eltinfo@macmillan.com.ar

OXFORD UNIVERSITY PRESS  
Edificio Central Park  
California 2000 - Piso 3 - Oficina 315  
C1289ANN Buenos Aires  
Tél : +5411 4302 8000  
www.oup.com

RICHMOND PUBLISHING  
Av. Leandro N. Alem 720  
C1001AAP Buenos Aires  
Tél : +5411 4119 5000  
www.richmond.com.ar  
inform@richmond.com.ar

#### RELIGION

PAULINAS  
Larrea 44/50  
C1030AAB Buenos Aires  
Tél : +5411 49525924  
Fax : +5411 49525924  
www.paulinas.org.ar  
editorial@paulinas.org.ar

SAN PABLO  
Riobamba 230  
C1025ABF Buenos Aires  
Tél : +5411 5555 2400  
Fax : +5411 5555 2425  
www.san-pablo.com.ar  
director.editorial@san-pablo.com.ar

#### SCOLAIRE

AIQUE GRUPO EDITOR  
Francisco Acuña de Figueroa 352  
C1180AAF Buenos Aires  
Tél : +5411 4865 5152  
Tél : +5411 4867 7075  
Fax : +5411 4867 7081  
www.aique.com.ar  
Diego Barros (directeur éditorial)  
dbarros@aique.com.ar

EDICIONES SM  
Autre spécialités : jeunesse  
Belgrano 552  
C1092AAS Buenos Aires  
Tél : +5411 4000 0400  
Fax : +54 11 4000 0429  
www.grupo-sm.com.ar  
editorial@edicionesm.com.ar

EDITORIAL ESTRADA  
Bolivar 462-466  
1066 Buenos Aires  
Tél : +5411 4344 5500  
www.estrada.com.ar  
info@editorialestrada.com.ar

KAPELUSZ-NORMA  
San José 831  
C1076AAA Buenos Aires  
Tél : +5411 5236 5000  
www.kapelusz.com.ar  
kapeluszeditora@kapelusz.com.ar

PEARSON EDUCATION  
Belgrano 615 piso 11  
C1092AAG Buenos Aires  
Tél : +5411 4309 6100  
www.pearsonlongman.com.ar  
longman-ar@pearsoned.com

PUERTO DE PALOS  
Av. Blanco Encalada 104  
B1609EEO Boulogne  
Buenos Aires  
Tél : +5411 4708 8000  
www.puertodepalos.com.ar  
Mary Anne Warburton (directrice)  
mawarburton@macmillan.com.ar

SANTILLANA  
Av Leandro N. Alem 720  
C1001AAP Buenos Aires  
Tél : +5411 4105 2001  
Fax : +5411 4119 5029  
www.santillana.com.ar  
David Delgado de Robles (directeur)  
ddelgado@santillana.com.ar

TINTA FRESCA  
Tacuarí 1852  
C1139AAN Buenos Aires  
Tél : +5411 4309 3123  
Fax : +5411 4309 3301  
www.tintafresca.com.ar  
Leandro de Sagastizábal (gérant)  
ldesagastizabal@agea.com.ar

SHS

CELTIA GEDISA  
Maure 1653  
C1426CUC Buenos Aires  
Tél : +5411 4771 0085  
Fax : +5411 4772 6685  
www.gedisa.com  
Victor Landman (directeur)  
vlandman@celtiagedisa.com.ar

EDICIONES MANANTIAL  
Av. de Mayo 1365, 6to piso of. 28  
C1085ABD Buenos Aires  
Tél : +54 11 4383 6059  
Fax : +54 11 4383 7350  
www.emanantial.com.ar  
Carlos de Santos (directeur)  
cdesantos@emanantial.com.ar

EDITORIAL BIBLOS  
Pasaje José María Giuffra 324  
C1064ADD Buenos Aires  
Tél & Fax : +5411 4361 0522  
www.editorialbiblos.com  
info@editorialbiblos.com

EUDEBA (EDITORIAL UNIVERSITARIA DE  
BUENOS AIRES)  
Av. Rivadavia 1573  
C1033AAF Buenos Aires  
Tél : +5411 4383 8025  
www.eudeba.com.ar  
pedidos@eudeba.com.ar

FONDO DE CULTURA ECONÓMICA  
Autre spécialités : jeunesse  
El Salvador 5665  
C1414BQE Buenos Aires  
Tél & Fax : +5411 4771 8977  
www.fce.com.ar  
Alejandro Archain (gérant)  
aarchain@fce.com.ar

HOMO SAPIENS EDICIONES  
Sarmiento 825  
S2000CMM Rosario Santa Fe  
Tél. & Fax : +54 341-4243399  
www.homosapiens.com.ar  
editorial@homosapiens.com.ar

KATZ EDITORES  
Charlone 216  
C1427BXF Buenos Aires  
Tél & Fax : +5411 4554 6754  
www.katzeditores.com  
Alejandro Katz (directeur)  
katz@katzeditores.com

LIBROS DEL ZORZAL  
Tucumán 3350, P.B. "A"  
C1189AAN Buenos Aires  
Tél : +5411 4864 4150  
Fax : +5411 4116 2082  
www.delzorzal.com.ar  
Leopoldo Kulesz (directeur)  
lk@delzorzal.com.ar

PAIDÓS  
Defensa 599 piso 1  
C1065AAI Buenos Aires  
Tél : +5411 4331 2275  
www.paidosargentina.com.ar  
comercial@areapaidos.com.ar

SIGLO XXI EDITORES  
Guatemala 4824  
C1425BUP Buenos Aires  
Tél & Fax : +5411 4770 9090  
www.sigloxxieditores.com.ar  
Carlos Díaz (directeur)  
cdiaz@sigloxxieditores.com.ar

## 2. Librairies

LIBRERIA HERNANDEZ  
Corrientes 1436  
Buenos Aires  
Tél : +5411 4372 7845  
Fax : +5411 4375 3520  
www.libreriahernandez.com  
Ezequiel Leder Kremer (directeur)  
elk@libreriahernandez.com.ar

GRUPO ILHSA/ YENNI EL ATENEO /  
TEMATIKA.COM  
Patagones 2463  
C1282ACA Buenos Aires  
Tél : +5411 4943 8202/03/04/33  
Fax : +5411 4943 8252  
www.tematika.com  
Antonio Dalto (gérant commercial)  
adalto@ilhsa.com

BOUTIQUE DEL LIBRO  
www.boutiquedellibro.com.ar

LIBRERÍA SANTA FE  
www.lsf.com.ar

LIBRERÍA GALERNA  
www.galernalibros.com

LIBRAIRIE LAS MIL Y UNAS HOJAS  
Luis María Campos 1384  
C1426BOY Buenos Aires  
Tél : +5411 4511 4191  
Fax : +5411 4511 4192  
www.lasmilyunahojas.com.ar  
Ezequiel Izcovitch (directeur)  
ezizcovich@lasmilyunahojas.com.ar

### 3. Organismes liés au secteur du livre

BIBLIOTECA NACIONAL  
Agüero 2502  
C1425EID Buenos Aires  
Tél : +5411 4808 6000  
Fax : +5411 4808 6045  
www.bn.gov.ar  
bibliotecanacional@bn.gov.ar

CAMARA ARGENTINA DEL LIBRO (CAL)  
Av. Belgrano 1580 - Piso 4°  
C1093AAQ Buenos Aires  
Tél : +5411 4381 8383  
Fax: +5411 4381 9253  
www.editores.org.ar  
cal@editores.org.ar

CAMARA ARGENTINA DE PUBLICACIONES (CAP)  
Lavalle 437 - Piso 6° Of. "D"  
C1047AAI Buenos Aires  
Tél : +5411 5218 9707  
www.publicaciones.org.ar  
info@publicaciones.org.ar

DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIAS CREATIVAS  
Villarino 2498- 2° - oficina 5  
Buenos Aires  
Tél : +5411 4126 2950  
www.opcionlibros.gov.ar  
Sebastian Noejovich (resp. du programme Opcion Libros)  
snoejovich@buenosaires.gov.ar  
opcionlibros@buenosaires.gov.ar

FUNDACIÓN EL LIBRO (FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE BUENOS AIRES)  
Hipólito Yrigoyen 1628, 5.° Piso -  
C1089AAF Buenos Aires  
Tél : +5411 4370-0600  
Fax : +5411 4370-0607  
www.el-libro.org.ar  
contacto@el-libro.org.ar

FUNDACION TYPA  
Ortega y Gasset 1983, piso 1°  
Buenos Aires  
Tél : +5411 4777 4944  
www.typa.org.ar  
Gabriela Adamo (resp. programme)  
gadamo@typa.org.ar

SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES/  
PROGR. COFRA  
Esmeralda 1212, Piso 8  
C1007ABR Buenos Aires  
Tél : +5411 4819 7682  
Fax : +5411 4819 7681  
Magdalena Faillace (ambassadrice)  
remui@mrecic.gov.ar  
cofra@mrecic.gov.ar

### 4. Présence française

AMBASSADE DE FRANCE (SCAC)  
Basavilbaso 1253  
1006 Buenos Aires  
Tél : +5411 4515 2813  
Fax : +5411 4515 2823  
www.emb-fr.int.ar  
Marité Miccio (bureau du livre)  
marite.miccio@emb-fr.int.ar

ALLIANCE FRANÇAISE DE BUENOS AIRES  
Córdoba 936/946  
1054 Buenos Aires  
Tél.: +5411 4322 0068  
Fax: +5411 4326 6655  
www.alianzafrancesa.org.ar  
info@alianzafrancesa.org.ar

CENTRO FRANCO-ARGENTINO DE ALTOS ESTUDIOS  
Ayacucho 1245, 3°  
C1111AAH Buenos Aires  
Tél & Fax : +5411 4813 7597  
www.cfa-uba.org.ar  
Jacques Poloni-Simard (directeur)  
jacques.polonisimard@cfa-uba.org.ar

