

L'édition au Mexique



Etude réalisée en 2006
Refondue et réactualisée
en février 2009

Karen Politis
Département Etudes du BIEF
Avec l'aide du Service culturel de
l'Ambassade de France au Mexique

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

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

Table des matières

INTRODUCTION	7
PRÉSENTATION DU CONTEXTE SOCIO-ÉCONOMIQUE	8
1) Une population jeune et urbaine	8
2) Une économie forte et vulnérable à la fois	8
3) La nouvelle présidence de Felipe Calderon	9
PAYSAGE ÉDITORIAL MEXICAIN ET DONNÉES CHIFFRÉES DU SECTEUR	11
A – Trois types d’éditeurs structurent le paysage éditorial mexicain	11
1) L’Etat	11
2) Les filiales de groupes internationaux et espagnols : Santillana, Planeta, Random House, Larousse (Hachette Livre), Salvat, Herder, Tusquet, etc.	13
3) Les éditeurs mexicains indépendants	13
B – Les données chiffrées du secteur	15
1) Les différents acteurs de l’édition mexicaine et leur production éditoriale	15
2) Les chiffres-clés du secteur	17
LES GRANDS ENJEUX DE L’ÉDITION MEXICAINE	19
1) L’édition mexicaine face au marché global : l’Espagne, les importations et la faiblesse des exportations	19
2) Le piratage et la photocopie illégale : des maux typiquement mexicains	20
3) Les habitudes de lecture	21
4) Prix unique du livre et défense de l’édition indépendante	25
LA PRODUCTION ÉDITORIALE	26
A – L’édition scolaire	26
B – La situation du livre universitaire et de STM	27
C – Les livres d’intérêt général	29
D – L’essor particulier du livre de jeunesse	31
LA DISTRIBUTION	33
A – Promotion, distribution et canaux de vente	33
1) Des actions de promotion trop rares	33
2) La prépondérance des ventes directes sur les ventes au détail	34
B – La librairie : un nombre d’acteurs restreint	36
1) La situation de la librairie au Mexique	36
2) L’importance croissante des chaînes de librairies	37
3) Le réseau d’Etat Educal	38
C – D’autres points de vente de livres qui se multiplient	39
1) L’essor des grandes surfaces non spécialisées dans le livre	39
2) Autres canaux de ventes	40

D – Bibliothèques, salles de lecture et autres initiatives gouvernementales	41
1) La nécessaire rénovation du réseau de bibliothèques mexicaines	41
2) La création d'un programme national de salles de lecture	43
3) Transformer le métro en bibliothèque	43
E – La foire internationale du livre de Guadalajara et les autres foires du livre	43
FRANCE - MEXIQUE: PARTENARIATS, ÉCHANGES ET COOPÉRATIONS	45
A – Présence du français, francophonie et exportations	45
1) La situation du français au Mexique	45
2) Des perspectives d'avenir optimistes pour la francophonie au Mexique	46
3) Exportations et librairies françaises au Mexique	47
B – Quelles perspectives pour les échanges de droits ?	50
1) Deux facteurs freinent l'acquisition de droits de traduction au Mexique	50
2) Les échanges avec la France et le rôle du Bureau du livre de l'Ambassade	51
CONCLUSION	53
BIBLIOGRAPHIE	54
ANNUAIRE	55
1) Groupes et maisons d'édition	55
2) Librairies et autres points de vente	59
3) Organismes liés au livre	61
4) Présence française	63
TABLE DES SCHÉMAS	64

Introduction

L'industrie du livre au Mexique – dont le chiffre d'affaires annuel est d'environ 462 millions d'euros en 2007 – bénéficie de plusieurs atouts, à la fois d'ordre interne et d'autres qui lui sont extérieurs, lui permettant d'envisager son avenir avec optimisme.

A la différence de ses voisins latino-américains qui souffrent de crises économiques cycliques et d'instabilité politique, le Mexique fait figure de bon élève et jouit d'une situation politique et économique stable. C'est également un pays jeune – plus de 65% de la population a moins de trente ans – et son importante population (109,9 millions d'habitants) est massivement alphabétisée. D'autre part, l'absence de censure et de dictature au Mexique a profité au secteur éditorial et lui a permis de prendre son essor, d'autant que l'Etat a toujours aidé la création. Ce soutien s'est d'ailleurs majoritairement reporté sur les auteurs, véritables enfants chéris du système pour lesquels de nombreuses bourses sont distribuées chaque année.

Pourtant, la situation de l'édition mexicaine est plus complexe qu'il n'y paraît. C'est, tout d'abord, une édition qui peine à trouver ses lecteurs. Sans doute est-ce dû, pour partie, à la faiblesse du revenu disponible, dans un Etat où presque la moitié de la population vit en dessous du seuil de pauvreté. Mais il n'en demeure pas moins paradoxal que, dans un pays qui compte une telle profusion de richesses culturelles et patrimoniales, il y ait moins d'un livre acheté par an et par personne.

C'est aussi un marché où l'Etat publie et offre la moitié de la production éditoriale du pays : environ 200 millions de manuels scolaires sont distribués gratuitement chaque année, dont 150 sont publiés exclusivement par l'institution publique.

L'industrie éditoriale privée, quant à elle, souffre de la faiblesse de son réseau de distribution (à peine 689 librairies dans tout le pays et un millier de points de vente) et de ses travers : forts taux de remise accordés aux clients par les grandes chaînes¹, taux de retours dépassant les 40%, essor du marché du livre soldé.

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

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

¹Le prix unique du livre, après des années de débats entre professionnels du livre et parlementaires, a finalement été adopté en mai 2008 par le Parlement mexicain. La loi a été promulguée au Journal Officiel du 24 juillet 2008. Le règlement d'application est prêt et sera publié prochainement en 2009.

Présentation du contexte socio-économique

1) Une population jeune et urbaine

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

En 2008, le Mexique compte environ 109,9 millions d'habitants, avec un taux de croissance de l'ordre de 1,14% par an (il était encore de l'ordre de 4% par an dans les années 1980). La population du Mexique est jeune : 45% des habitants ont moins de 20 ans et 63% ont moins de 30 ans.

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

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

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

2) Une économie forte et vulnérable à la fois ²

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

Deuxième économie d'Amérique latine après le Brésil et 14^e économie mondiale, avec un PIB de 890 milliards de dollars pour 2007, le Mexique peut se prévaloir d'une position macroéconomique et financière solide. La mise en œuvre de politiques prudentes a contribué à la consolidation financière de l'économie et au rétablissement de la confiance des marchés. Le Mexique est membre de l'OCDE depuis 1994 et a conclu de multiples accords de libre-échange.

La communauté mexicaine aux Etats-Unis (y compris les résidents sans papiers) est estimée à 20 millions d'habitants. Plus de 420 000 Mexicains émigraient clandestinement aux Etats-Unis chaque année. Les *remesas*, transferts de devises en provenance des immigrés mexicains aux Etats-Unis représente une source essentielle de revenus de l'économie mexicaine.

Néanmoins, des facteurs de vulnérabilité subsistent : tensions inflationnistes dans le contexte d'une hausse des prix alimentaires, dépendance à l'égard des recettes pétrolières, rentrées fiscales très faibles et dette publique élevée.

² Source : Ambassade de France au Mexique

La croissance se ralentit dans un contexte de forte dépendance vis-à-vis de la conjoncture américaine. Longtemps différées, les réformes structurelles constituent un enjeu capital pour relever le potentiel de croissance et restaurer la compétitivité. Les prévisions de croissance pour 2008 restent, pour l'heure, autour de 3% mais l'on ne peut exclure une moindre performance dans l'hypothèse d'un approfondissement des difficultés que connaît l'économie américaine.

Si le PIB par habitant s'établit à quelque 8 000 euros annuels, cette moyenne masque de très fortes inégalités : les 20% les plus pauvres ne perçoivent que 5% des revenus globaux alors que les 20% les plus riches en captent plus de la moitié. 31% de la population vit en dessous du seuil de pauvreté et 8% en dessous du seuil d'extrême pauvreté. La situation de l'emploi reste préoccupante (malgré un chiffre officiel de 4% de chômage, le sous-emploi atteindrait 20% de la population), avec une croissance insuffisante pour créer les emplois nécessaires pour un marché du travail où entrent chaque année un million de jeunes. L'économie informelle (estimée entre 25 et 40% de l'activité) compense les difficultés de l'emploi dans le secteur formel.

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

Le Mexique est également touché de plus en plus régulièrement, comme nombre de ses voisins, par des ouragans aux effets dévastateurs.

Comme le résume le sociologue américain John Cross³, le Mexique est « un pays capitaliste sans capitaux, un pays de travailleurs mais sans salariés, un pays de consommateurs mais sans pouvoir d'achat, où le secteur formel ne fournit pas de ressources suffisantes à la majorité de la population ».

3) La nouvelle présidence de Felipe Calderon

Les élections présidentielles du 2 juillet 2006 se sont soldées par une courte victoire du candidat du PAN (Parti de l'Action nationale), Felipe Calderón Hinojosa, sur son adversaire de gauche du Parti Révolutionnaire Démocratique (PRD), Andrés Manuel Lopez Obrador, ancien maire de Mexico. Le faible écart de voix séparant les deux candidats a conduit M. Lopez Obrador à contester immédiatement les résultats et à déposer un nombre important de recours. Le 29 août 2006, le tribunal fédéral électoral mexicain a finalement déclaré le scrutin valide et proclamé la victoire de M. Calderón. Le candidat battu a cependant refusé de reconnaître sa défaite et a décidé de continuer le mouvement de « résistance civile pacifique » qu'il avait initié dès la fin du mois de juillet. M. Lopez Obrador s'est autoproclamé « Président légitime » lors d'une convention nationale qu'il avait convoquée à Mexico le 16 septembre 2006, jour de la fête de l'indépendance mexicaine.

Le 2 décembre 2006, le Président Calderón a pris ses fonctions dans un contexte troublé. D'emblée, le nouveau chef de l'Etat a adopté des mesures fortes contre la

³ Cité par Philippe Boulet-Gercourt, « Mexico ou le chaos organisé », in *Le Nouvel Observateur*, 11-17 août 2005, page 34.

criminalité. Il a engagé l'armée dans une série d'opérations spectaculaires : occupation de zones conflictuelles, arrestations de trafiquants, saisies... Sur la scène politique intérieure, le Président s'est exprimé dans un tout autre registre. Il a engagé le dialogue avec les partis politiques, il ménage leurs responsables, affiche sans relâche son ouverture au débat et sa disponibilité au compromis. Cette tactique a bien fonctionné tout au long de l'année 2007. L'administration Calderón a ainsi pu faire adopter la plupart de ses réformes. Elle bénéficie, il est vrai, des erreurs et divisions provoquées au sein du PRD par l'intransigeance de M. Lopez Obrador dont les alliés au parlement négocient pourtant quotidiennement avec le gouvernement.

Paysage éditorial mexicain et données chiffrées du secteur

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

1) L'Etat

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

La vocation première du FCE était, comme son nom l'indique, de publier les grands textes fondamentaux de l'économie. Le FCE, créé en 1934, a ensuite ouvert son catalogue aux sciences humaines et sociales (afin de publier les textes au programme dans les bibliographies universitaires) puis à la littérature pour créer un fonds réunissant les grands canons de la littérature. Ce fonds d'œuvres littéraires s'est enrichi d'une collection de livres de poche et d'une collection de type « Que sais-je ? », les *Brevarios*.

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

Le FCE a aujourd'hui 9 500 titres à son catalogue dont près de la moitié sont toujours distribués. Il a publié 350 titres en 2008.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Titre de la collection	Coéditeurs	Tirage	Prix
La ronde des classiques mexicains	Planeta Joaquin Mortiz	30 000	30 pesos ⁴
Ecrivains mexicains contemporains	Verdehalago Ediciones sin Nombre El Milagro Aldus	10 000	< 30 pesos
Passages de l'Histoire	México-Desconocido	60 000	35 pesos
Anthologie ibéro-américaine de contes pour enfants	Alfaguara Santillana	18 000	< 30 pesos

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

Le **Conaliteg** est une commission pour la gratuité des manuels scolaires qui publie à elle seule 170 millions d'ouvrages par an. En effet, depuis 1959,

⁴ Le cours du peso mexicain est très fluctuant. Pour la cohérence de l'exposé, c'est le cours annuel moyen du peso en 2008 qui a été retenu : 1 euro = 16 pesos. Dans ce cas précis, 30 pesos = 1,8 euros.

l'élaboration des contenus des manuels du primaire est entre les mains de l'Etat. Le Conaliteg est l'organisme chargé de la création et de la publication des ouvrages. D'autre part, les manuels scolaires étant gratuits dans le primaire et dans le secondaire, c'est également le Conaliteg qui assure leur distribution aux élèves (environ 233 millions d'ouvrages distribués gratuitement en 2006).

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

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

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

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

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

3) Les éditeurs mexicains indépendants

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

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

Les autres maisons d'édition indépendantes mexicaines sont de taille plus moyenne. On peut citer parmi elles, ERA, spécialisée en littérature générale, qui travaille en collaboration depuis 1998 avec trois autres éditeurs indépendants du

Chili, d'Uruguay et du pays basque espagnol (échanges de droits, impressions en commun, etc.).

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

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

B – Les données chiffrées du secteur

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

Selon les chiffres fournis par la Caniem (Chambre nationale de l'industrie éditoriale mexicaine) l'édition publique publie environ 175 millions d'ouvrages par an dont :

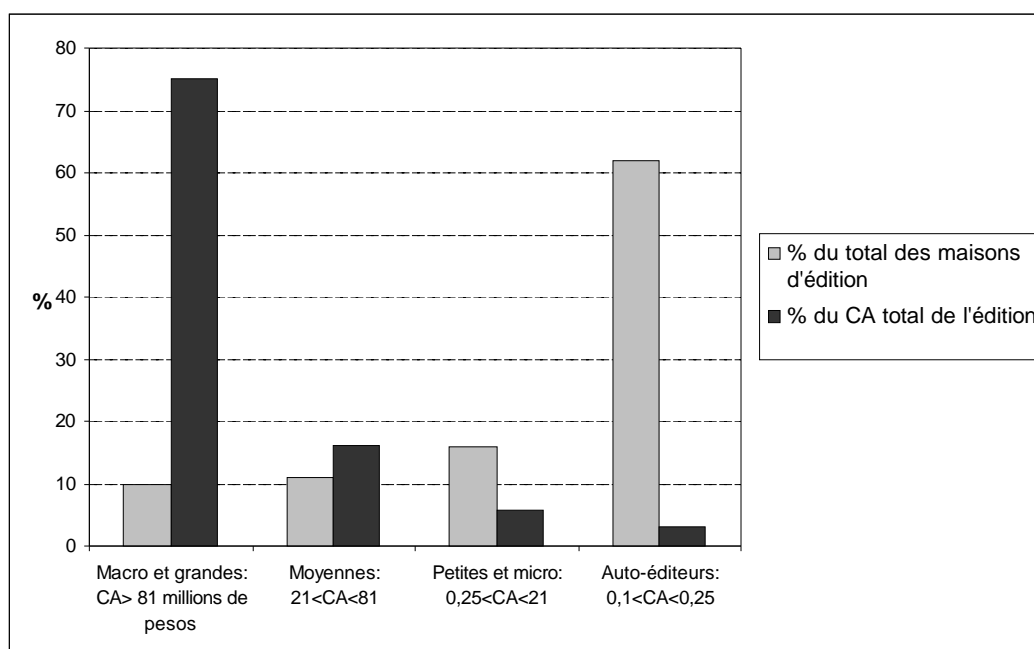
- 170 millions de manuels scolaires du primaire distribués gratuitement ;
- 2,5 millions d'ouvrages de jeunesse et à peu près autant d'ouvrages d'intérêt général et de livres scientifiques et techniques (publiés respectivement par le Conaculta et par le FCE, l'Unam, et les universités des gouvernements fédérés).

Quant au secteur privé, les statistiques de la Caniem indiquent qu'en 2007, les éditeurs privés ont publié 20 300 titres (dont 6 039 nouveautés) pour un total de 129,3 millions d'exemplaires.

De manière schématique, chaque année, 54% des ouvrages publiés au Mexique sont produits par des institutions publiques.

Le secteur de l'édition privée a connu une forte concentration ces dernières années au Mexique. Les 229 éditeurs privés recensés en 2007 se répartissent de la manière suivante : 12 « macro » entreprises, 11 grandes entreprises, 26 entreprises moyennes, 37 petites entreprises et 143 micro entreprises et auto-éditeurs.

Figure 1 : Poids des maisons d'édition du secteur privé dans le chiffre d'affaires (2007)



En 2007, plus d'un titre sur deux au Mexique a été publié par l'une des 23 plus grandes maisons d'édition du secteur privé. Ces « macro » et grandes entreprises ont aussi publié les trois quarts des exemplaires.

Tableau 1 : Taille des maisons d'édition privées et production totale (2007)

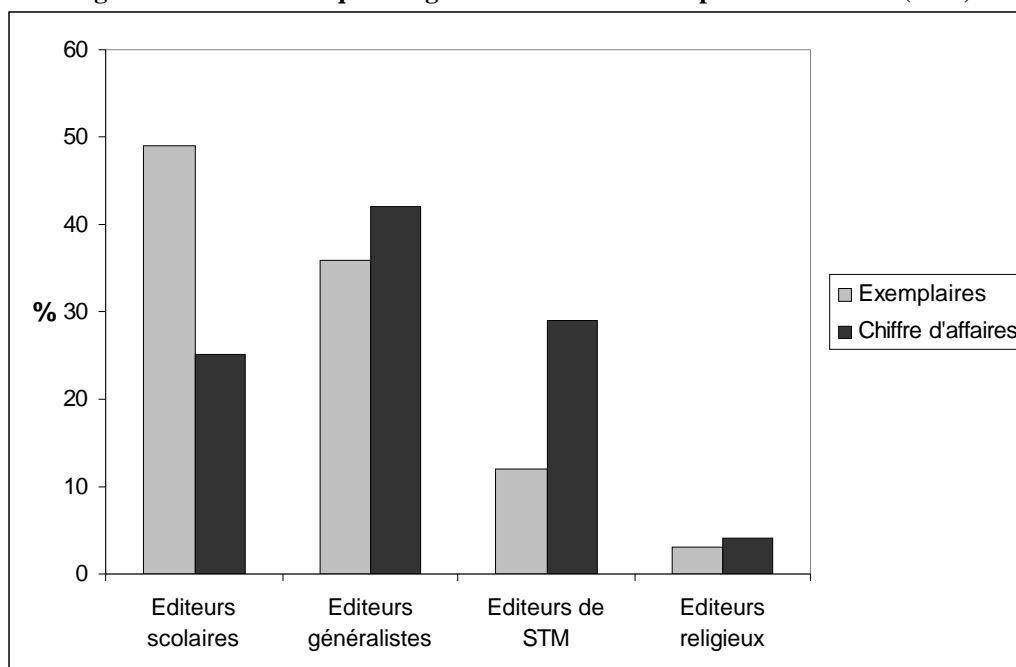
	en % de titres publiés	en % d'exemplaires produits
23 macro et grandes	57,3	75,7
26 moyennes	28,2	17,5
37 petites	7,6	4,2
143 micro et auto-éditeurs	6,9	2,7
229 maisons au total	100	100,0

En 2007, les éditeurs privés de livres d'intérêt général et de STM ont produit le plus grand nombre de titres mais ce sont les éditeurs de scolaire qui ont publié la moitié des exemplaires produits en 2007. Le tirage moyen de ces éditeurs fut d'ailleurs pratiquement le double du tirage moyen général.

Tableau 2 : Spécialité des maisons d'édition et production éditoriale (2007)

	Millions d'exemplaires	Nombre de titres	Tirage moyen
Editeurs scolaires	62,9	5 092	12 363
Editeurs généralistes	47,1	8 466	5 564
Editeurs de STM	15,4	5 946	2 603
Editeurs religieux	3,8	796	4 795
Total	129,3	20 300	6 672

Figure 2 : Poids de chaque catégorie d'éditeurs dans la production totale (2007)



2) Les chiffres-clés du secteur

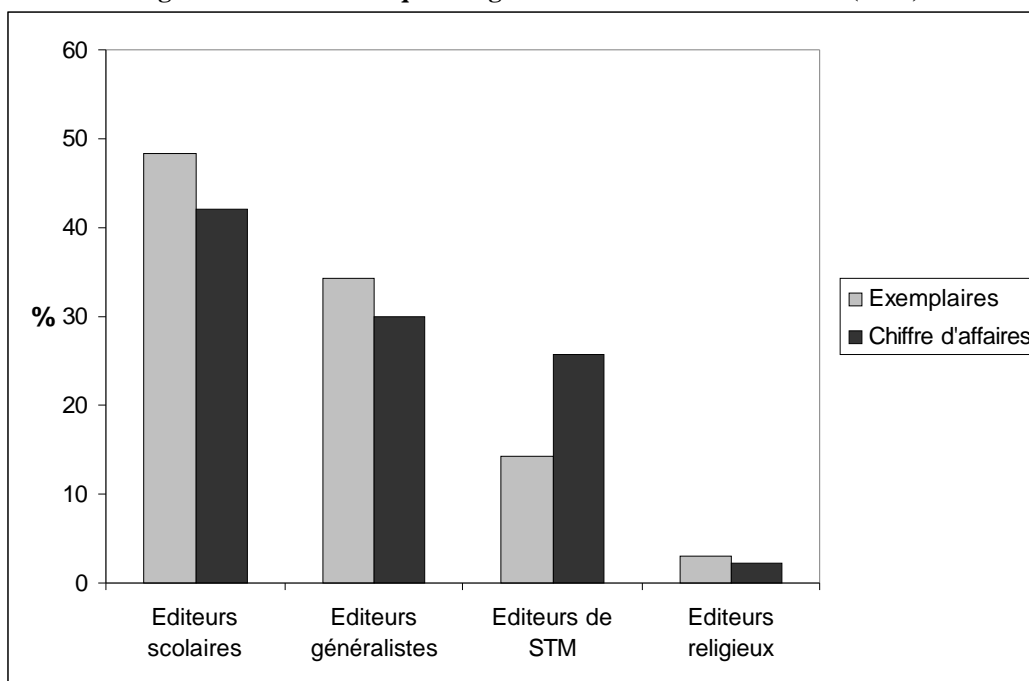
En 2007, le chiffre d'affaires de l'édition privée était de 7,4 milliards de pesos soit environ 462,5 millions d'euros.

147 millions d'exemplaires ont été vendus en 2007 par l'industrie éditoriale privée dont la moitié ont été produits par des éditeurs scolaires. En revanche, ce sont les ventes des livres des éditeurs généralistes et de sciences et techniques – plus que ceux des éditeurs scolaires – qui ont représenté la majeure partie du chiffre d'affaires.

Tableau 3 : Spécialité des maisons d'édition et ventes (2007)

	Exemplaires vendus (millions)	Facturation (milliards de pesos)
Editeurs scolaires	71,1	3,1
Editeurs généralistes	50,5	2,2
Editeurs de STM	21,09	1,9
Editeurs religieux	4,4	0,16
Total	147	7,4

Figure 3 : Poids de chaque catégorie d'éditeurs dans les ventes (2007)



En 2007, les 23 plus grandes entreprises du pays ont réalisé 75% des ventes (en nombre d'exemplaires vendus) et ont représenté 75% de la facturation totale.

Tableau 4 : Poids de chaque catégorie de maisons d'édition dans les ventes totales (2007)

	en % d'exemplaires vendus	en % de la facturation
Macro et grandes	75,8	75
Moyennes	15,3	16,2
Petites	5,8	5,7
Micro et auto-éditeurs	3,1	3
Total	100	100

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

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

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

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

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

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

A titre indicatif, on peut se procurer au Mexique un roman pour 199 pesos (12,5 euros), une nouveauté en *hardcover* pour 280 pesos (17,5 euros), un livre de jeunesse pour 150 pesos (9,4 euros), un livre importé pour 300 pesos (18,8 euros) et des livres soldés venant d'Espagne pour 30 à 60 pesos (1,9 à 3,8 euros).

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

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

Les grands enjeux de l'édition mexicaine

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

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

La concurrence de l'Espagne se fait également sentir de manière très vive par la présence en nombre de livres importés sur le marché local et la balance commerciale entre les deux pays est nettement déficitaire pour le Mexique. Durant les années 1980 en Espagne, les aides à l'exportation distribuées par l'Etat ont permis aux imprimeurs et aux entreprises éditoriales de rénover leurs équipements. De ce fait, aujourd'hui, l'impression est plus compétitive en Espagne qu'au Mexique. Sans compter qu'au Mexique, la quasi-totalité du papier destiné à l'édition de livres est importée. Au bout du compte, il revient de 25 à 40% moins cher de produire en Espagne plutôt qu'au Mexique. A noter également que le livre est un produit exempté de droits de douane à l'importation.

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

En 2007, sur 147 millions de livres vendus, 22 millions d'exemplaires étaient importés, ce qui représente 15,5% des ventes.

En revanche la part des livres importés est proportionnellement plus importante dans le chiffre d'affaires total. Les ventes de livres importés représentent 100 millions d'euros pour un chiffre d'affaires total de l'édition de 462 millions d'euros, soit 21,6% du chiffre d'affaires global de l'édition privée.

Le Mexique a une position géographique stratégique lui permettant d'atteindre un marché potentiel de plusieurs millions d'hispanophones (aux Etats-Unis et dans le cône sud). Pourtant, la valeur de ses exportations est relativement faible. Le principal pays où s'exporte la production mexicaine sont les Etats-Unis. Viennent ensuite le Venezuela, le Guatemala, la Colombie et Puerto Rico.

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

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

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

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

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

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

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

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

éditoriale privée mexicaine. Les pertes pour les éditeurs s'élèveraient à 78 millions d'euros (1,25 milliards de pesos).

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

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

La photocopie illégale, quant à elle, consiste en la reproduction partielle ou totale d'œuvres protégées par la Loi fédérale sur le droit d'auteur. Le CEMPRO estime qu'il y a environ entre 20 et 28 millions de livres – de 250 pages en moyenne – photocopiés chaque année. Ce type de contrefaçon concerne majoritairement le livre universitaire et représenterait une perte annuelle pour les éditeurs de 175 millions d'euros (2,8 milliards de pesos).

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

3) Les habitudes de lecture

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

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

- un milieu universitaire important. Etudiants, universitaires, chercheurs et professeurs forment les plus gros contingents de lecteurs. A Mexico, ce milieu intellectuel et artistique vit majoritairement au sud de la ville. Cette classe moyenne cultivée est celle qui, proportionnellement à son revenu, achète le plus de livres.
- une classe moyenne qui lit peu.
- les classes sociales les plus défavorisées n'ont pas ou peu accès au livre : 39% de la population, on l'a vu, vit dans la pauvreté.

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

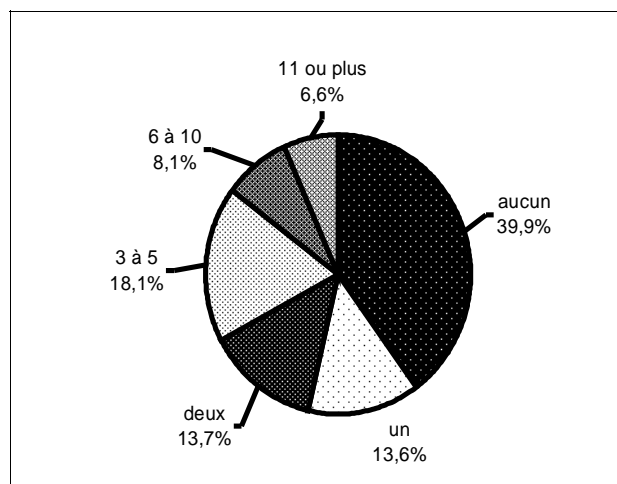
Les Mexicains ne sont pas non plus très amateurs de journaux. A titre d'exemple, le plus grand quotidien du pays *El Universal* tire à 100 000 exemplaires.

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

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

Une enquête sur les pratiques culturelles de la population mexicaine menée par le Conaculta montre que 4 personnes interrogées sur 10 n'ont pas lu de livres durant l'année 2006. En revanche, le nombre de livres lus par les 60% restants est variable.

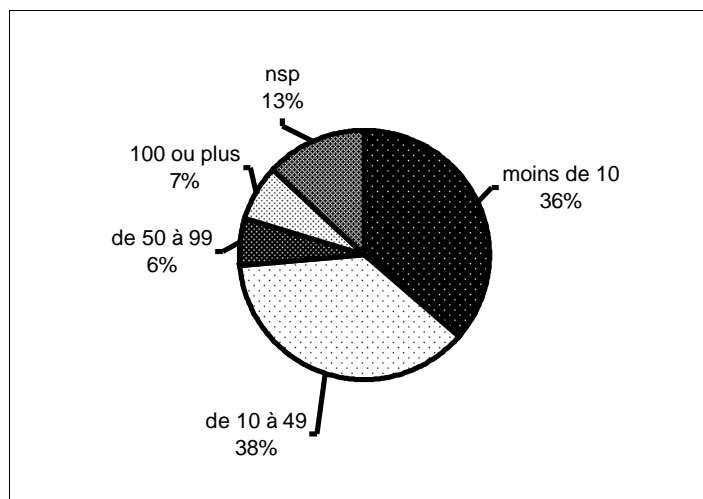
Figure 4 : Nombre de livres lus (2006)⁵



⁵ Encuesta nacional de lectura, CONACULTA, 2006 (enquête nationale sur la lecture au Mexique).

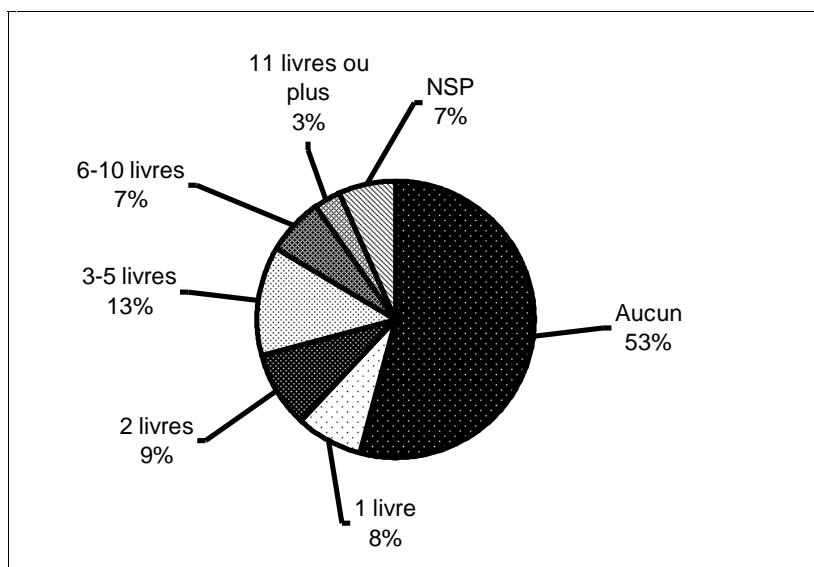
Quant au nombre de livres détenus à la maison, il ressort de l'enquête que 31% des personnes interrogées n'ont pas de livres chez eux. Parmi les 60% de personnes possédant des livres chez eux (hors manuels scolaires), la répartition se fait ainsi :

Figure 5 : Nombres de livres détenus à la maison (2006)⁶



Le peu d'appétence pour la lecture de la population mexicaine se retrouve également dans le nombre de livres achetés en 2006. D'après l'enquête, plus de la moitié des personnes interrogées (53%) n'ont pas acheté de livres durant l'année écoulée.

Figure 6 : Nombres de livres achetés (2006)⁷

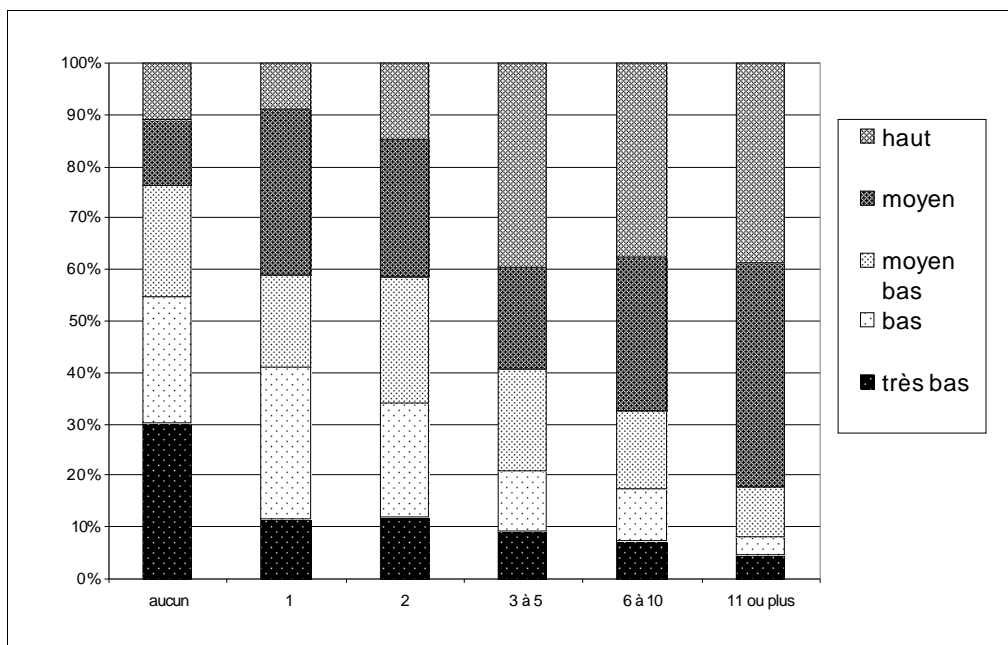


⁶ *Idem*

⁷ *Idem*

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

Figure 7 : Nombre de livres achetés en fonction du niveau socioéconomique du foyer (2006)⁸



⁸ *Idem*

4) Prix unique du livre et défense de l'édition indépendante

En 2006, le Congrès mexicain a adopté la loi sur le soutien à la lecture et au livre (Ley de Fomento para la Lectura y el Libro), qui établit le prix unique du livre et crée un Conseil national pour le soutien à la lecture. Cette loi, dont l'élaboration a été longue, a mobilisé pendant plusieurs mois les énergies des éditeurs, des libraires indépendants et de la Caniem. Elle a ensuite été bloquée par un veto du président mexicain Vincente Fox. En décembre 2007, le nouveau président mexicain Felipe Calderon, lors de son discours d'inauguration de la foire de Guadalajara, a annoncé la mise en chantier rapide d'une loi pour renforcer le livre et la lecture (sans toutefois se prononcer sur le prix unique). Puis en avril 2008, le Sénat mexicain a adopté à une large majorité (107 voix pour, 2 contre et 5 abstentions) la loi pour le développement de la lecture et du livre⁹ instituant le prix fixe du livre. Elle a été publiée au *Journal Officiel* du 24 juillet 2008. Le règlement – qui a pour vocation de permettre une application rapide et efficace de la loi – a été achevé en février 2009. Une fois publié, il rendra la mise en œuvre de la loi obligatoire.

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

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

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

⁹ www.leydellibro.org.mx

La production éditoriale

A – L'édition scolaire

Depuis près de 50 ans, l'Etat publie, par l'intermédiaire du Conaliteg tous les manuels de primaire des écoles publiques (et les distribue gratuitement). Cette décision avait porté, à l'époque, un coup fatal à l'édition mexicaine et un grand nombre d'éditeurs avaient dû fermer leurs portes. En 1998, l'Etat a également décidé d'offrir gratuitement les manuels aux élèves du secondaire, tout en laissant à l'industrie privée le soin de les éditer.

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

Education préscolaire : 4-6 ans

La scolarité en maternelle n'étant pas encore obligatoire, les parents qui le souhaitent ne peuvent scolariser leurs enfants que dans des structures privées. L'Etat ne produit pas de livres, il ne les achète pas non plus pour les distribuer gratuitement dans ces écoles. Pour le moment, les éditeurs privés ont investi ce marché « ouvert » de 3,5 millions d'élèves. En 2007, le chiffre d'affaires de ce secteur a représenté 19,7 millions d'euros.

Education primaire : 6-12 ans

95% des enfants de cette classe d'âge sont scolarisés dans des écoles publiques. L'Etat est le seul fournisseur de manuels scolaires pour le primaire. Il produit les livres et les distribue gratuitement dans les écoles. Tous les élèves d'un même niveau scolaire ont des manuels identiques dans toutes les écoles du pays. Selon la Caniem, en 2007, 170 millions d'exemplaires ont été produits par l'Etat pour 9 millions d'élèves. Les maisons éditoriales privées n'ont de marché que pour les 5% d'élèves inscrits dans des écoles privées (ce qui a représenté, en 2007, un chiffre d'affaires de 39 millions d'euros).

Education secondaire : 12-15 ans

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

Le gouvernement fixe les programmes et les éditeurs proposent leurs ouvrages. La SEP (Secretaría de Educación Pública) choisit les ouvrages conformes au programme et les met sur une « liste ». Chaque école fait ensuite son choix de manuels parmi cette liste puis passe commande au Conaliteg qui se charge de leur distribution. L'Etat est l'unique acheteur de ces ouvrages. Si les ventes en volume sont importantes (tirage moyen : 65 000 exemplaires), en revanche, la marge nette des éditeurs est peu élevée. Environ 47 éditeurs se partagent le marché. En 2007 ils ont vendu 38 millions d'exemplaires (dont 29 millions achetés par l'Etat) pour 4 millions d'élèves. Leur chiffre d'affaires a été de 84 millions d'euros.

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

Les 32 Etats du Mexique ont chacun leur propre université autonome avec un programme d'entrée spécifique qui se prépare en trois ans. Des manuels sont édités par l'industrie privée pour ces lycéens (près de 300 programmes différents dans tout le pays et autant de manuels potentiels). En 2007, le chiffre d'affaires de ce secteur s'est élevé à 13,5 millions d'euros.

B – La situation du livre universitaire et de STM

Bref aperçu du système d'enseignement supérieur mexicain

L'enseignement supérieur comptait, en 2006, 2,38 millions d'élèves. Le système public d'enseignement supérieur regroupe environ 65% des étudiants. Il convient de souligner que les *preparatorias* (qui correspondent à nos terminales des lycées) font partie au Mexique de l'Université et représentent parfois jusqu'à 60% de l'effectif total

A l'heure actuelle, il y a près de 2 000 établissements d'enseignement supérieur qui délivrent un diplôme reconnu par la SEP, mais seulement 144 correspondent à des universités. Sur ce total, 43 sont publiques et 101 privées. Créée en 1910, l'UNAM (Université Nationale Autonome de Mexico) comptait en 2002, 270 000 étudiants. L'Université Autonome Métropolitaine (UAM), fondée en 1973, et qui compte trois sites, vient ensuite avec 70 000 étudiants. En province, les universités les plus importantes sont celles de Nuevo Leon et Guadalajara (70 000 étudiants chacune), la Veracruzana et Sinaloa (40 000 étudiants). Le reste des universités publiques oscille entre les 2 000 et les 25 000 étudiants.

L'Etat dispose aussi de 129 Instituts Technologiques de la SEP. Le plus important d'entre eux, l'IPN (Instituto Politecnico Nacional), 150 000 étudiants, se trouve à Mexico.

A partir de 1991, se fondant sur l'expérience étrangère, française notamment, s'est mis en place le système des Universités technologiques (UT). Avec des formations de deux ans, il est destiné à former des techniciens supérieurs dont le manque se fait cruellement sentir. En 1998, on comptait 24 UT, en 2005, elles sont au nombre de 64 regroupant plus de 60 000 étudiants.

La part des établissements privés d'enseignement supérieur est loin d'être négligeable surtout si l'on considère que ce secteur ne s'est développé qu'à partir des années cinquante. C'est un secteur en forte croissance. Il rassemblait en 2002 plus de 500 000 étudiants et dépasse les 600 000 en 2005. Les universités regroupent environ la moitié de cet effectif, le reste étant constitué d'une multitude d'instituts, centres, écoles et collèges variés, qui obtiennent très facilement la reconnaissance de la SEP. Les universités sont elles-mêmes très hétéroclites, la plupart n'ayant que quelques centaines d'étudiants. Depuis quelques années, les universités privées attirent de plus en plus d'étudiants, souvent refoulés des *preparatorias* ou universités publiques débordées par la forte demande d'enseignement supérieur : on assiste à la création de

nombreux établissements nouveaux de tous styles, confessionnels ou non, souvent fort chers. L'inscription semestrielle dépasse parfois les dix mille dollars.

Principaux atouts du système d'enseignement supérieur mexicain

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

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

Extraits du dossier *Mexique* publié par Edufrance, disponible sur http://editions.campusfrance.org/pays/2007/mexique/curie_mexique_07.pdf

En 2007, le secteur Sciences Technique et Médecine (STM) au Mexique était représenté par 59 maisons d'édition qui ont publié 5 946 titres (30% de la production totale). 21 millions d'exemplaires ont été vendus dans cette catégorie (14,3% du total des ventes du pays).

Le secteur est dominé par quatre grandes multinationales (dont McGraw-Hill, Pearson, Elsevier) qui ont réalisé 65% des ventes en 2007. 10 maisons d'édition de taille moyenne ont réalisé 27% des ventes et 45 petites maisons d'édition se partagent les 7% de parts de marché restant.

Le secteur STM a, par nature, un lectorat moins large que celui des livres d'intérêt général. Cependant, il peut compenser cette relative faiblesse par les exportations vers les autres pays d'Amérique latine et il est courant que des livres publiés au Mexique soient utilisés dans les universités du continent. La part des exportations de livres de STM sur le total des exemplaires exportés est de 30%. En termes de facturation, les exportations de livres de STM représentent 55% du chiffre d'affaires des ventes à l'exportation (devant les livres d'intérêt général, 25% et les livres scolaires 19%).

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

C – Les livres d'intérêt général

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

Les statistiques disponibles de la Caniem sur les livres d'intérêt général donnent un aperçu quantitatif (nombre de titres et d'exemplaires produits) de chaque catégorie éditoriale et de leur part dans le chiffre d'affaires total de l'édition privée.

Tableau 5 : Production et chiffre d'affaires par catégorie éditoriale (2007)

	Nombre de titres	Exemplaires (en millions)	% dans le CA total
Littérature générale	3 399	9,8	8,5
Philosophie et psychologie	1 708	6,9	6,1
Langues étrangères	863	4,7	13,9
Sciences sociales	1 494	3,2	3,5
Religion ¹⁰	900	5,5	3,3
Référence	669	3	3,8
Histoire et géographie	309	0,77	1,1
Art, culture, sport	375	0,72	1,6

Elles permettent également d'établir un classement des thématiques les plus importantes (en termes de valeur nette des ventes) au sein de chaque catégorie.

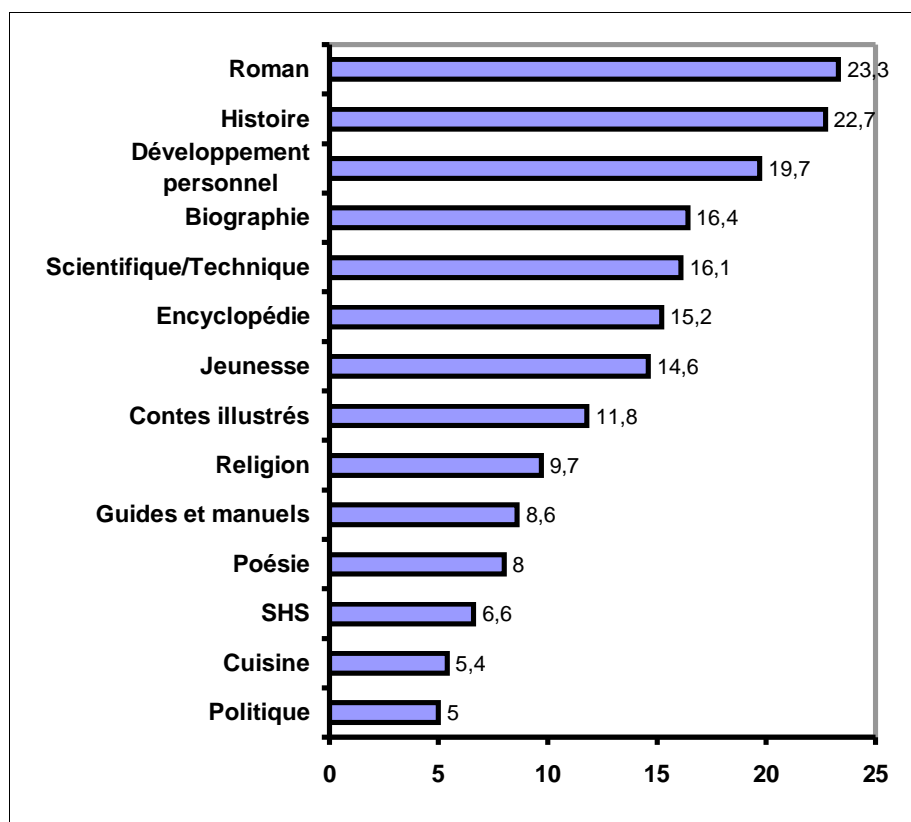
Tableau 6 : Thématiques les plus importantes (2007)

	Top 3 des thématiques les plus importantes
Littérature générale	Fiction narrative, non-fiction, essais
Philosophie et psychologie	Self-help, psychologie, ésotérisme
Langues étrangères	Anglais (96% du CA de la catégorie)
Sciences sociales	Droit, journalisme, sociologie
Religion	La Bible, spiritualité, livres de morale chrétienne
Référence	Œuvres de référence, encyclopédies
Histoire et géographie	Biographies, histoire du Mexique, histoire générale
Art, culture, sport	Architecture, peinture, photographie

¹⁰ N'apparaissent dans ce classement que les livres produits dans le pays à des fins commerciales. Les livres distribués gratuitement par des organisations religieuses ou caritatives ne sont pas pris en compte. Les chiffres présentés sont donc en dessous de la quantité de livres religieux réellement en circulation sur le marché mexicain.

L'enquête sur les pratiques culturelles de la population mexicaine menée par le Conaculta donne une indication sur les préférences des lecteurs. Le public concerné est celui des 56% de personnes interrogées se déclarant comme lecteur en 2006.

Figure 8 : Préférences des lecteurs (2006)¹¹



(Plusieurs réponses possibles, le résultat dépasse 100%)

Il a également été demandé à ces personnes de citer leur livre favori. Parmi les personnes de plus de 55 ans, c'est la *Bible* qui a été le plus mentionné ; vient ensuite *Cent ans de solitude* pour le groupe des 46 à 55 ans ; *Le Petit Prince*, *Da Vinci Code*, chez les 18-30 ans et *Harry Potter* chez les jeunes de 12 à 17 ans.

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

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

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

¹¹ *Encuesta nacional de lectura*, CONACULTA, 2006 (enquête nationale sur la lecture au Mexique).

D – L’essor particulier du livre de jeunesse

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

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

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

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

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

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

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

Ce programme de la SEP a permis un réel essor de la littérature de jeunesse. En 2005, 20,2 millions d’ouvrages ont été publiés grâce à lui.

Ce programme a fait évoluer de manière sensible le paysage éditorial mexicain. En effet, tous les éditeurs ont souhaité profiter de cette opportunité. Cela a été le cas des éditeurs spécialisés en jeunesse, mais aussi d’éditeurs qui n’avaient jamais

fait de livres de jeunesse auparavant, ou encore de maisons d'édition qui ont été créées pour l'occasion.

Il est probable que cet engouement soudain pour la jeunesse fragilise quelque peu le secteur. En effet, plusieurs éditeurs de petite taille restent très dépendants de ce programme de la SEP. Ils courent le risque, si aucun de leurs ouvrages n'est sélectionné, de ne pas avoir une structure suffisamment solide et un catalogue suffisamment étoffé pour se maintenir à flot.

Quant au secteur de la bande dessinée, il est peu développé au Mexique. Dans les rayons jeunesse des grandes librairies, on trouve en bonne place les aventures de Tintin, d'Astérix, de Mafalda et des Simpson. Mais hormis ces quelques classiques, il est rare de trouver en rayon des bandes dessinées contemporaines. Deux petits éditeurs s'attachent toutefois à développer ce genre : il s'agit de Caligrama Editores et de Sexto Piso.

En fait, au Mexique, les bandes dessinées sont très populaires mais elles s'achètent en kiosque, dans les *puestos* que l'on trouve au coin de la rue. Il s'agit de planches courtes, des *historietas*, calquées le plus souvent sur les aventures des super-héros américains et vendues à bas prix.

La distribution

A – Promotion, distribution et canaux de vente

1) Des actions de promotion trop rares

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

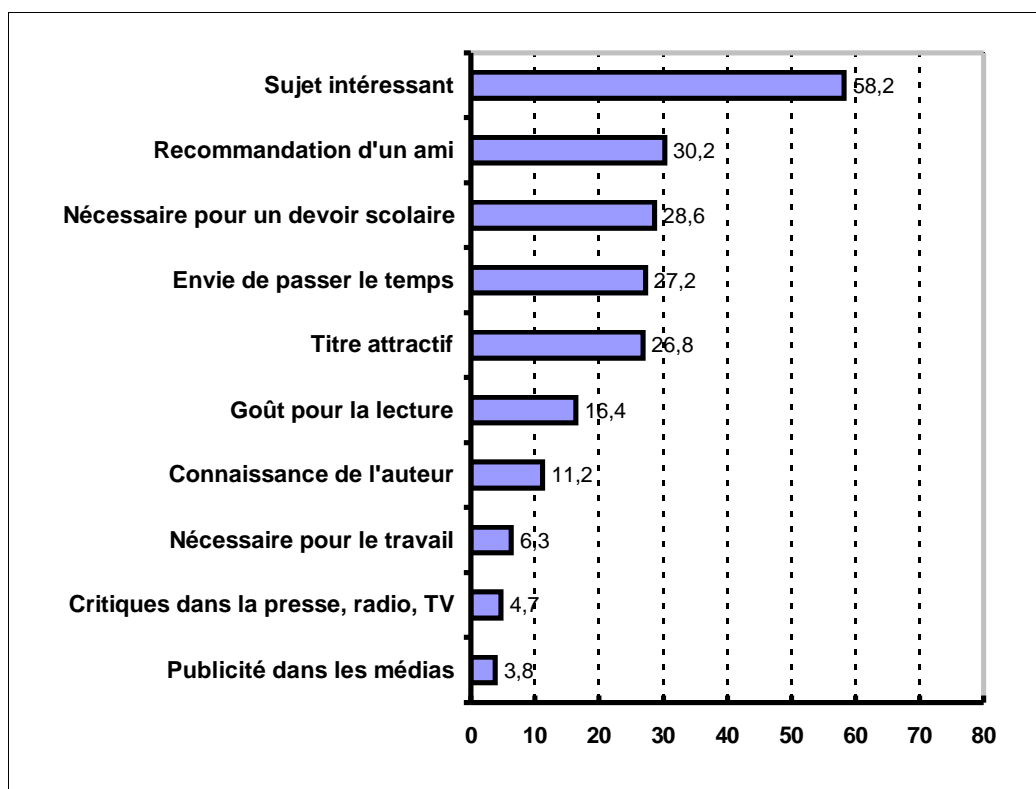
Aux dires des professionnels du secteur, dans les années 1970 et 1980, les quotidiens mexicains proposaient des suppléments littéraires de très haut niveau.

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

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

L'enquête sur les habitudes culturelles des Mexicains, permet d'identifier parmi les 56% de personnes interrogées ayant lu au moins un livre en 2006, ce qui avait motivé leur choix de livre.

Figure 9 : Principales motivations dans le choix d'un livre¹²



¹² Encuesta nacional de lectura, CONACULTA, 2006 (enquête nationale sur la lecture au Mexique).

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

En 2007, près de 57% du total des livres vendus a été écoulé à Mexico et dans sa zone métropolitaine. Les ventes dans les autres Etats fédérés du pays représentent 33% du total et les exportations 10%.

Seuls 12,2% des livres vendus passent par l'intermédiaire d'un distributeur. Les distributeurs n'ont jamais pris de véritable essor au Mexique sans doute à cause de la taille du marché et de la faiblesse du réseau des librairies. Ce sont souvent des éditeurs-distributeurs-importateurs (comme Porrúa ou Océano) qui, en plus de leur propre catalogue, représentent ceux d'éditeurs étrangers. Certains distributeurs ont une fonction plus classique : ils distribuent les ouvrages des éditeurs mexicains sur certaines zones géographiques – généralement éloignées de la capitale. Il est vrai que les grandes étendues du territoire mexicain – d'une superficie de 1,9 millions de km² – rendent le transport de livres très couteux pour les éditeurs. Début 2009, un accord a été signé entre l'Association des libraires mexicains, la Caniem et l'entreprise de livraison Multipak (équivalent d'UPS) afin d'obtenir une réduction sur les tarifs de transport de l'ordre de 60%.

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

Tableau 7 : Part de chaque canal de vente en % du total d'exemplaires vendus (2007)

Canal de vente	% des ventes
Librairies	28,6
Grands magasins, hypermarchés et supérettes	8,7
Kiosques	1,6
Internet	0,0
Total des ventes au détail	38,9
Ventes au gouvernement	31,7
Exportations	10,2
Ventes aux écoles	9,4
Autres canaux	3,8
Ventes à des entreprises privées	2,5
Librairies de l'éditeur	1,3
Foires du livre	1,1
Ventes directes à crédit	0,7
Ventes aux bibliothèques	0,2
Ventes par correspondance	0,2
Autres événements	0,0
Total des ventes directes	61,1
Total des ventes	100

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

Parmi elles, les ventes à l'Etat constituent le principal canal (avec 31% du total), suivies par les exportations (10%), puis les ventes aux écoles (9%). Dans ce dernier cas, il s'agit notamment des ventes aux écoles privées qui ne bénéficient pas du système des manuels scolaires gratuits ou distribués gratuitement par le Conaliteg.

La vente au détail se caractérise, au Mexique, par l'effritement des parts de marché de la librairie. Cette tendance à la baisse s'inscrit dans la durée. En 1996, les librairies totalisaient 45% des ventes totales de livres dans le pays. En 1998, leur participation n'était plus que de 37% puis de 30% en 2000. En 2007, les librairies n'assurent plus que 28% du total des ventes.

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

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

Tableau 8 : Lieu habituel d'achat de livres (2006)¹³

Lieu d'achat	%
Librairies	81,6
Foires du livre	19,5
Grands magasins, hyper ou supérettes	18,6
Ecoles	17,6
Marchés	15,2
Kiosques à journaux	15,2
Vendeurs ambulants	9,7
Librairies de livres d'occasion	6,5
Autres	2,4

(Plusieurs réponses possibles, le résultat dépasse 100%)

¹³ *Encuesta nacional de lectura*, CONACULTA, 2006 (enquête nationale sur la lecture au Mexique).

B – La librairie : un nombre d’acteurs restreint

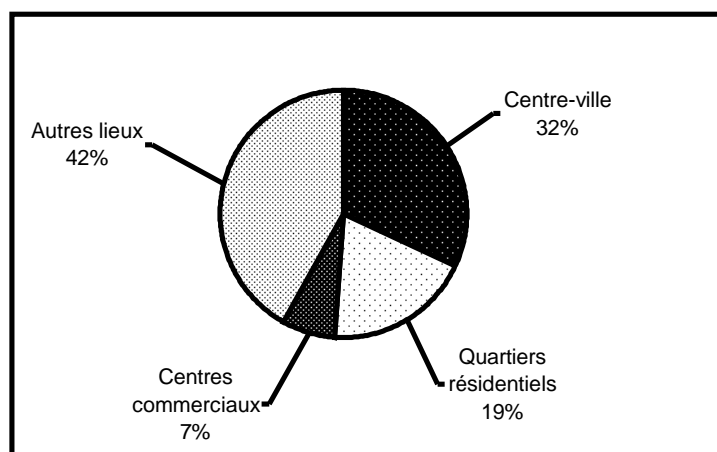
1) La situation de la librairie au Mexique

Beaucoup de librairies ont disparu après le tremblement de terre de 1985 puis après la crise économique de 1995. Aujourd’hui, le Mexique manque cruellement de librairies. Le pays compte, en 2008, 1 062 points de vente, dont 689 librairies traditionnelles, 169 librairies d’éditeurs, 49 libraires papeteries, 80 librairies universitaires et 75 chaînes de biens culturels ou café-librairie¹⁴.

Il y a en moyenne une librairie pour 77 000 habitants au Mexique. Sans surprise, la capitale, Mexico a la plus forte concentration en librairies du pays. Mais certains Etats comme ceux du Tlaxcala ou de l’Hidalgo connaissent des densités beaucoup plus faibles (de l’ordre d’une librairie pour un demi-million d’habitants).

Les librairies en zone rurale sont pratiquement inexistantes. Celles situées en ville sont réparties, selon une étude publiée par l’UNESCO et le CERLALC¹⁵, de la manière suivante : priorité aux centres-villes, puis aux quartiers résidentiels puis aux emplacements où se trouve une clientèle potentielle (à proximité des universités, des écoles, des centres culturels, etc.).

Figure 10 : Localisation des librairies¹⁶



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

¹⁴ Source Interview pour *la Lettre du Bief*, en février 2009, de M. Juan Arzoz, président de la Caniem

¹⁵ Centre régional pour la promotion du livre en Amérique Latine et dans les Caraïbes.

¹⁶ UNESCO-CERLALC, *Estudio de canales de comercialización del libro en México*, 2003.

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

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

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

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

2) L'importance croissante des chaînes de librairies

Les chaînes de librairies prennent de plus en plus d'ampleur au Mexique. La première d'entre elle est la chaîne de librairies Gandhi. Elle a été créée il y a 38 ans à partir d'un modèle économique simple mais efficace : vendre moins cher que les concurrents. En récupérant notamment tous les surplus de la production espagnole ainsi que les livres destinés au pilon dans la péninsule ibérique, Gandhi a pu pratiquer des prix très avantageux pour ses lecteurs. A titre d'exemple, deux immenses librairies Gandhi (des hangars de marchandises à l'origine) se font face dans la rue Miguel Angel de Quevedo : l'une offre un assortiment classique tandis que l'autre ne vend que des livres soldés (livres d'art, livres pratiques et fiction principalement).

Précurseur dans la guerre des prix, jouant sur les volumes pour pouvoir offrir aux lecteurs des remises de 30%, la chaîne Gandhi a certainement joué un rôle dans le déclin des petites librairies de quartier. Après avoir été d'ardents détracteurs de la loi sur le prix fixe du livre, les dirigeants de Gandhi accueillent de manière très favorable la mise en place d'une telle loi. Leur calcul semble reposer sur l'idée selon laquelle leur position de leader sur le marché, leur permettrait de négocier de fortes remises éditeur et donc de se rattraper sur les volumes de ventes.

Aujourd'hui, Gandhi est la chaîne qui, comparativement aux autres, a le moins de succursales (19 au total), mais qui génère le plus gros volume de ventes du pays. Parmi les autres chaînes de librairies, on peut citer : la chaîne Cristal (42 succursales), la chaîne Porrúa (plus de 30 succursales), ou encore les librairies Sotano ou du Fondo de Cultura Economica.

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

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

La plupart de ces grandes librairies ont également mis en place un espace où se restaurer ou prendre un café en écoutant une musique d'ambiance.

Certaines d'entre elles ont également un rayon jeunesse avec le plus souvent une petite aire de jeux réservée aux enfants (tapis coloré, coussins, petites tables et chaises).

3) Le réseau d'Etat Educal

Le réseau de librairies Educal est un réseau d'Etat qui compte 80 librairies et points de vente disséminés dans tout le pays. C'est le plus fort maillage de librairies du pays.

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

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

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

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

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

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

Il existe au Mexique des points de vente de livres de nature aussi diverse que des pharmacies, des stations service, des hypermarchés, des supermarchés, des supérettes, des cafétérias, des restaurants et des boutiques d'ésotérisme. Ces lieux de vente non spécialisés dans le livre totalisent 8% du total des ventes de livres du pays.

Le phénomène Sanborns

La chaîne Sanborns compte aujourd'hui près de 100 magasins répartis dans tout le Mexique. Il s'agit de supérettes qui font également épicerie, vente de petit électroménager, pharmacie, point presse et chaîne de restauration.

Après avoir vendu des revues, la chaîne s'est lancée dans la vente de livres, avec succès. D'une part, parce que comme le constatent les professionnels du livre, la chaîne est très bien implantée dans le pays, ce qui leur fait dire que : « même là où il n'y a pas de librairie, il y a forcément un Sanborns ». Et d'autre part, parce que les conditions préférentielles que la chaîne exige auprès des éditeurs lui a permis de consentir des rabais allant jusqu'à 20% à ses lecteurs. Avec la mise en place du prix unique, la chaîne ne pourra plus proposer de tels rabais. Cependant, comme pour Gandhi, les dirigeants accueillent assez favorablement ce nouveau cadre légal qui leur permettra de réaliser une marge plus importante sur les volumes commandés à l'éditeur.

Les grands supermarchés et hypermarchés

Les grandes surfaces comme Chedraui (16 établissements), Casa Ley (80), Soriana (123), Gigante (182), Wal-Mart, Comercial Mexicana, ont une offre limitée de titres (généralement des best-sellers) à rotation rapide. Les achats sont effectués par une centrale d'achat et les chefs de rayon n'ont pas la possibilité de choisir leur assortiment. En revanche, les volumes d'achat très importants permettent à ces centrales de négocier des remises et de répercuter cette baisse sur le prix de vente final au lecteur. De manière générale, toutes ces enseignes de grande distribution sont défavorables à la mise en place d'un prix fixe qui met à mal le principe de fonctionnement de leur modèle économique.

Les clubs de prix

Ce sont des grossistes qui vendent à prix cassés tous types de consommables (alimentation, bazar, informatique, etc.). Ces clubs de prix comme Costco ou Sam's font des promotions défiant toute concurrence sur certains livres. Ils dégagent des bénéfices proportionnels à la quantité d'ouvrages qu'ils réussissent à écouler en un court laps de temps. Leur tactique est de négocier avec l'éditeur la vente en exclusivité d'un titre pendant un ou deux mois. Passé ce délai, le titre est ensuite diffusé via les canaux habituels de vente. Avec la mise en place du prix fixe du livre, c'est toute la philosophie de ces clubs de prix qui est remise en cause puisque ces enseignes ont vocation à ne vendre qu'à prix réduit. Deux voies s'offrent donc à elles dans les mois qui viennent : soit arrêter purement et simplement la vente de livres ; soit passer commande d'éditions spéciales qui ne seraient vendues que chez elles et dont elles fixeraient librement le prix.

Les grands magasins

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

2) Autres canaux de ventes

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

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

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

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

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

D – Bibliothèques, salles de lecture et autres initiatives gouvernementales

1) La nécessaire rénovation du réseau de bibliothèques mexicaines

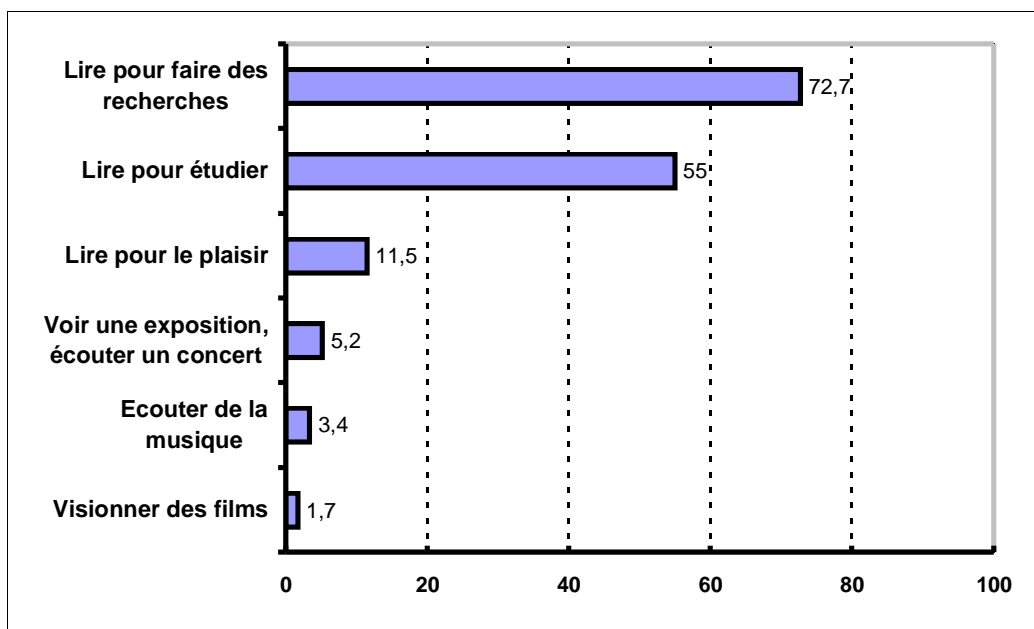
Le Mexique compte, en 2007, 7 211 bibliothèques publiques, 252 bibliothèques spécialisées (entreprises, associations professionnelles, etc.) et 5 849 bibliothèques scolaires et universitaires.

Les autorités officielles sont souvent promptes à se féliciter du succès des bibliothèques publiques : 71 millions d'ouvrages disponibles en 2007 et 122 millions de consultations cette même année ; 20 à 25% des habitants du pays seraient des utilisateurs réguliers ; place prépondérante de la bibliothèque dans un village quand c'est le seul lieu qui dispose d'un accès à Internet, etc.

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

A l'heure actuelle, les bibliothèques sont avant tout un espace de travail pour les étudiants. Les élèves viennent y faire leurs devoirs. Selon l'enquête sur les pratiques culturelles au Mexique, 66% des personnes interrogées ont déclaré s'être rendues, au moins une fois dans leur vie, dans une bibliothèque. Voici, leurs principales motivations.

Figure 11 : Motivations pour se rendre en bibliothèque¹⁷.

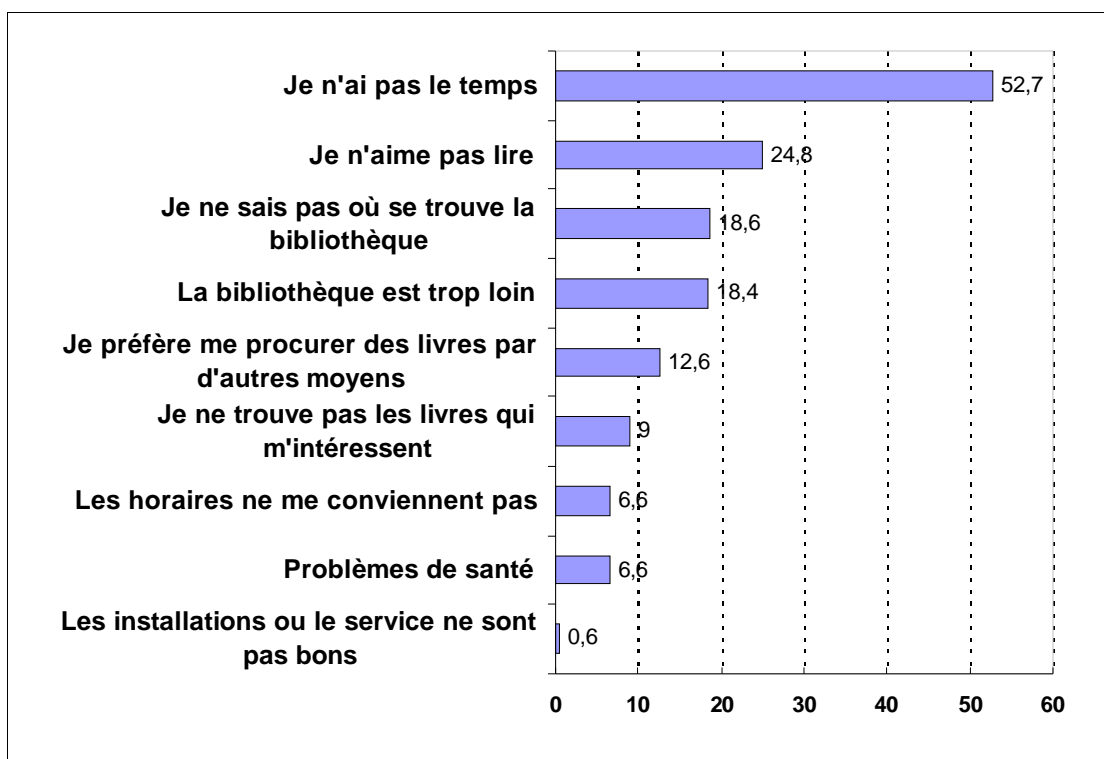


(Plusieurs réponses possibles, le résultat dépasse 100%)

¹⁷ Encuesta nacional de prácticas y consumo culturales, CONACULTA, 2006 (enquête nationale sur les pratiques culturelles des Mexicains).

Quant aux 33% de personnes interrogées qui ne sont jamais allées en bibliothèque, voici leurs principaux arguments :

Figure 12 : Motifs pour ne pas se rendre en bibliothèque¹⁸.



(Plusieurs réponses possibles, le résultat dépasse 100%)

¹⁸ *Idem*

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

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

Le système repose sur le volontariat : un professeur, un bibliothécaire, un étudiant, un éditeur, un artisan du livre se propose d'animer gratuitement une salle de lecture dans sa communauté ou son village. Au préalable, il doit être en mesure d'installer un espace de lecture accessible aux participants et suit une formation spécifique dispensée par le ministère. Il s'engage ensuite à animer toutes les semaines ce club de lecture et à faciliter le prêt des ouvrages à domicile. En échange, il reçoit gratuitement de la part des pouvoirs publics un stock d'ouvrages alimenté régulièrement en fonction des besoins de son groupe. Le nombre de titres qu'une salle de lecture peut recevoir est cependant plafonné afin d'encourager le public à se rendre dans les bibliothèques et les librairies. Actuellement, 3 200 usagers par mois se rendent dans ces salles de lecture.

3) Transformer le métro en bibliothèque

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

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

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

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

La plus grande foire du livre du Mexique se tient chaque année à Guadalajara la dernière semaine de novembre. Créée à l'initiative de l'université de Guadalajara, c'est également la foire la plus importante du monde pour le livre hispanophone. L'édition 2008 de la foire de Guadalajara a accueilli 600 000 personnes qui ont pu parcourir les stands de 1 947 exposants de 40 pays différents.

La fréquentation de ce salon, aussi bien par les professionnels de l'édition que par le public, est d'année en année, en forte augmentation. Aussi pour son édition 2008, la foire a fait le pari de s'agrandir et d'ouvrir un hall entièrement dédié à l'international. Ce hall regroupait tous les exposants étrangers, y compris ceux de

langue espagnole, bousculant quelque peu les repères du public et des professionnels. Les ventes s'en sont ressenties et les organisateurs, conscients de ces difficultés, vont, pour l'année 2009, travailler sur une meilleure communication.¹⁹

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

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

Reste à citer une foire qui prend de plus en plus d'ampleur : la FILIJ, une foire dédiée au livre de jeunesse organisée par le Conaculta à Mexico. C'est la plus grande foire du livre de jeunesse d'Amérique centrale et du Sud. C'est aussi un espace où les illustrateurs mexicains se rencontrent et se font connaître.

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

¹⁹ Compte rendu de Christine Karavias sur la 22^e Foire internationale du livre de Guadalajara disponible sur le site du BIEF.

France - Mexique: partenariats, échanges et coopérations

A – Présence du français, francophonie et exportations

1) La situation du français au Mexique²⁰

Le nombre d'apprenants de français

Le résultat d'une grande enquête réalisée en 2006 par le service de Coopération linguistique et éducative de l'Ambassade de France au Mexique donne un chiffre de 190 000 apprenants de français, soit 30% de plus qu'en 2004.

Tableau 9 : Nombre d'apprenants de français (2006)

Enseignement primaire	4 000
Enseignement secondaire	62 000
Enseignement supérieur	80 000
Alliances françaises	24 000
IFAL (Institut français d'Amérique latine)	2 400
Etablissement de l'AEFE	2 000
Centres de langues privés mexicains	14 500

Tableau 10 : Nombre de professeurs de français (2006)

Professeurs de français dans le primaire	80
Professeurs de français dans le secondaire	700
Professeurs de français dans le supérieur	600

En 2008, on dénombre également :

- 65 assistants français au Mexique (et 150 assistants mexicains en France) ;
- environ 8 500 inscrits aux examens du DELF/DALF

Le nombre de locuteurs de français

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

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

L'enseignement du français dans la scolarité mexicaine

L'anglais et le français sont les deux seules langues qui peuvent être enseignées dans la scolarité publique.

²⁰ Source : Ambassade de France au Mexique, Service de coopération linguistique et éducative.

PRIMAIRE

En dehors des établissements privés, il n'y a pas d'enseignement institutionnel de langue étrangère dans le primaire public. Néanmoins, un programme récent fait que dans la plupart des Etats, de nombreuses écoles offrent des cours d'anglais. Exception faite d'une dizaine d'écoles publiques de l'Etat de Veracruz à Xalapa où c'est l'enseignement du français qui est proposé. Les professeurs sont en fait les étudiants de la licence de français de l'Université Veracruzana de Xalapa qui, dans le cadre de leurs études, font leur stage pratique en assurant les cours de français aux enfants du primaire.

SECONDAIRE

L'anglais et le français sont les deux seules langues proposées dans la scolarité mexicaine. Force est de constater que c'est évidemment l'anglais qui est enseigné à la très grande majorité des élèves des *Secundarias* (ce qui correspond à nos collèges en France) et des *Preparatorias* ou *Prepas* (équivalent de nos lycées mais qui sont intégrés aux Universités au Mexique).

- Secundarias

Le français est particulièrement présent à Mexico, où un peu plus de 16 000 élèves l'étudient dans 45 *Secundarias* publiques avec le statut d'enseignement obligatoire. Environ 10 000 élèves du secteur privé étudient également le français. A Guadalajara depuis la rentrée 2007, 6 *Secundarias* proposent l'enseignement du français.

A Monterrey 10 *Secundarias* offrent également l'enseignement du français.

- Preparatorias

Tous les lycées incluent des enseignements obligatoires ou optionnels de français dans leurs cursus.

Dans les *Prepas* de l'Université UNAM, les étudiants de français sont actuellement un peu plus de 6 000.

Dans les Colegios de Ciencias y Humanidades (qui sont également des lycées intégrés à l'UNAM) le nombre des étudiants de français est d'environ 4 500.

A Puebla, le français est enseigné dans quatre *Prepas* de l'Université régionale et dans une *Secundaria* publique.

A Pachuca, le français est présent dans quatre *Prepas* de l'Université régionale.

L'introduction du français vient d'avoir lieu en 2006 dans l'Etat de Chiapas, à Tuxtla Gutiérrez dans une des *Prepas* de la ville, et sera proposé à plusieurs autres établissements dès la rentrée de 2008.

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

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

Le nombre des étudiants choisissant de poursuivre leurs études en France croît depuis plusieurs années : 1 362 étudiants en 2006 – dont 45% en 3^e cycle. Pour répondre à cet intérêt, Edufrance a ouvert un bureau à Mexico, tandis qu'une Maison du Mexique s'est installée à Toulouse.

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

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

3) Exportations et librairies françaises au Mexique

En 2007, les exportations de livres français ont représenté 3 555 milliers d'euros²¹ (2 918 milliers d'euros en 2006). Les exportations vers le Mexique ont augmenté de 17% en moyenne sur les trois dernières années. Le Mexique est le premier marché pour l'exportation de livres français vers l'Amérique Latine.

La balance commerciale entre la France et le Mexique est nettement déficitaire pour le Mexique : en 2007, les importations de livres mexicains en France ont représenté 28 000 euros.

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

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

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

Avec des prix de vente très supérieurs au prix public français, peu de publicité, peu d'événements promotionnels (signatures, rencontres avec l'auteur, etc.), les trois succursales de la Bouquinerie peinaient, ces dernières années, à fidéliser leur clientèle et c'est l'activité du restaurant qui permettait de dégager la majorité du chiffre d'affaires. La Bouquinerie a donc également fermé ses portes en 2007.

²¹ *Repères Statistiques International 2007*, SNE / La Centrale de l'Édition, 2008

Julieta Salgado et Berta Juárez qui travaillaient à la Bouquinerie, ont décidé, lors de la fermeture des librairies de monter leur propre librairie. Située dans un centre commercial au Sud de la ville, la librairie « Le Temps de lire » – qui a ouvert en octobre 2007 – perpétue, une nouvelle fois, la tradition de la librairie française au Mexique. L'assortiment, quoique restreint (un millier de titres), est varié : on trouve principalement des méthodes de français, des dictionnaires, de la littérature et des livres pour enfants. La librairie vend aussi de la presse et des DVD de films français. Les clients peuvent également passer commande de livres en français. En raison des coûts de transport, les prix des livres sont élevés : ils sont en général de 15 à 20% plus chers que les prix français.

Le Temps de lire a assuré la commercialisation des livres du stand du Bief à la dernière foire de Guadalajara (décembre 2008). Sur une superficie de 80 m², le Bief exposait la « Sélection 2008 », soit 1258 ouvrages. Pour les responsables de la librairie, le bilan de cette opération a été très positif : « le nouvel emplacement n'était pas le meilleur, mais le public intéressé par les livres français était là. Nous ne pouvons pas faire de comparaison avec l'année précédente, où les ventes étaient assurées par la librairie Gandhi. Toutefois, les ventes ont été plus importantes que du temps où la librairie La Bouquinerie assurait la commercialisation du stand »²².

Actuellement, la chaîne Gandhi et ses 19 librairies ont un fonds de livres en français mais qui reste assez peu diversifié (1 500 titres). Il est constitué majoritairement de livres de poche (les grands classiques de la littérature française), des meilleures ventes de fiction française contemporaine, de méthodes de FLE, de guides Michelin et de livres de jeunesse. Les prix des livres français proposés sont rarement supérieurs à 10% par rapport aux prix français, ce qui est rendu possible par les gros volumes des commandes que passe Gandhi. L'acheteur livre pour le français chez Gandhi ne parle pas le français et travaille sur les conseils exclusifs du représentant du Celf pour l'Amérique latine, Salvador Garzon. Le chiffre d'affaires actuel de ventes de livres français de Gandhi est d'environ 150 k€

La librairie Gandhi a tenu le stand du Bief à la foire de Guadalajara trois années durant, de 2005 à 2007. Même avec une remise accordée au public de 15% par rapport au prix France au moment de la foire, les ouvrages français restaient chers pour le lecteur mexicain. Malgré ce handicap, les ventes de Gandhi étaient relativement bonnes. Ce sont les ouvrages au format poche qui se vendaient le mieux.

Le Fondo de Cultura Economica a ouvert, en avril 2006, la librairie Rosario Castellanos, au nord de la ville dans le quartier huppé de la Condesa. Cette immense librairie, lumineuse et aérée offre un bel assortiment de 4 000 titres en français : il s'agit à la fois de sciences humaines, de nouveautés, de littérature, de livres pratiques et de livres de jeunesse ainsi que d'un rayon important de beaux-livres et livres illustrés dans les domaines de la mode, du design, de la photo et de la cuisine. L'espace dédié aux livres français est d'ailleurs le plus grand de la section étrangère de la librairie. Les livres français sont proposés au prix France.

²² Compte rendu de Christine Karavias sur la 22^e Foire internationale du livre de Guadalajara disponible sur le site du BIEF.

Le chiffre d'affaires annuel moyen de la librairie pour le livre français est d'environ 200k€

Le succès rencontré par les rayons de livres français des librairies Gandhi et du Fondo de Cultura incite, actuellement, d'autres grandes librairies à s'intéresser au livre français. C'est notamment le cas de la chaîne de librairies El Sotano qui projette, dans un avenir proche, d'importer des livres français.

On peut noter également la présence de l'importateur de livres français Mercier Durand Distribution. Celui-ci réalise un chiffre d'affaires annuel d'environ 100 à 130k€ principalement avec des livres scolaires et des méthodes de FLE mais également avec des ouvrages d'appui aux enseignements de langue et avec quelques titres de littérature générale. La société est présente sur toutes les foires du livre du pays et assure la vente de livres sur son stand.

Enfin, il arrive aussi que certaines librairies mexicaines importent des livres français en les achetant à des distributeurs américains. Elles les font ensuite venir au Mexique par DHL. C'est par exemple le cas de la librairie El Pendulo.

B – Quelles perspectives pour les échanges de droits ?

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

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

Le cas particulier des filiales de maisons espagnoles

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

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

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

Certains éditeurs mexicains indépendants estiment ne pas avoir le champ libre pour leurs achats de droits. Ils se plaignent de leurs confrères ibériques qui achètent les droits mondiaux pour la langue espagnole. Cela leur bloque l'accès à un titre qui, une fois traduit en espagnol, trouverait son public au Mexique.

Les éditeurs mexicains estiment aussi que tous les éditeurs espagnols n'ont pas la capacité d'atteindre le marché mexicain ou sud-américain. Certains d'entre eux ne consacrent qu'une petite part de leurs tirages à l'export et ne disposent pas d'antennes de diffusion suffisamment développées en Amérique latine.

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

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

Les statistiques fournies par le Syndicat national de l’édition et la Centrale de l’édition indiquent que 50 titres ont été achetés par des éditeurs mexicains à leurs homologues français en 2007.

Tableau 11 : Nombre de titres acquis par discipline (2007)²³

Livres de jeunesse	20
STM	9
Sciences humaines	6
Littérature	7
Scolaire / Universitaire	5
Actualités / Documents	2
Livres pratiques	1
Total	50

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

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

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

Ce programme, financé par le ministère des Affaires étrangères, a permis à de nombreux éditeurs mexicains d’intégrer des titres français à leur catalogue – le PAP finançant une partie des coûts de traduction ou de fabrication. Le PAP Alfonso Reyes a permis d’aider 12 titres en 2008, dont cinq en jeunesse. Depuis sa création il a participé à la traduction et à la publication de 200 titres.

Le champ d’action du Bureau du livre ne se limite pas à soutenir financièrement des projets de traduction. Il est également actif dans la promotion du livre français par sa participation à la Foire du livre de Guadalajara, à celle de Monterrey, ainsi

²³ *Repères Statistiques International 2007*, SNE / La Centrale de l’Edition, 2008

qu'à la FILIJ. Depuis 1999, il a mis en place le programme « les agitateurs d'idées » grâce auquel des intellectuels français sont invités à rencontrer leurs homologues mexicains et à donner des cycles de conférences devant des étudiants. Le programme de soutien aux actions en faveur de l'écriture, quant à lui, a pour but d'enrichir les relations intellectuelles et professionnelles entre la France et le Mexique en facilitant les rencontres entre auteurs et professionnels du livre des deux pays.

Ce Bureau du livre est amené à disparaître avec la suppression du poste de l'Attaché culturel en avril 2009. Mais beaucoup de choses ont été mises en place et l'expertise française dans le domaine du livre et de l'écrit a joué un rôle majeur dans l'avancée des politiques du livre au Mexique.

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

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

Ses principaux objectifs sont :

- Constituer un ensemble de données fiables sur les livres français déjà traduits et publiés dans une des cinq langues cibles : titres, auteurs, éditeurs, traducteurs.
- Mettre à disposition des traducteurs du français dans ces cinq zones linguistiques des livres, revues ou sélections qui pourraient leur être utiles.
- Contribuer en France et à l'étranger à la formation de jeunes traducteurs du français, par l'organisation de sessions et l'attribution d'invitations.

Le pôle « langue espagnole » est situé à Mexico et assure le lien avec les ambassades de Madrid, Buenos-Aires, Santiago, Bogota, Quito, Lima, Montevideo et Caracas. Sur le plan de la formation, une rencontre de deux semaines d'une dizaine de traducteurs venant des différents pays du pôle hispanophone est programmée chaque année et orchestrée par le CPTI (Centro Profesional de Traductores y Investigación) du Centre Culturel et de Coopération de l'IFAL (Institut français d'Amérique latine).

Conclusion

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

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

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

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

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

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

Bibliographie

- Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, *Actividad editorial Libros 2007*, noviembre 2008.
- Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México, *El sector editorial en México*, décembre 2006.
- UNESCO-CERLALC, *Estudio de canales de comercialización del libro en México*, 2003
- Compte-rendu de la 19^e rencontre des responsables de droits à la foire de Francfort sur le thème, *One size doesn't fit all, Spanish Language Markets*, 18 octobre 2005
- Carmen María CARRIÓN, « La Edición en México », in *Delibros*, n°163, mars 2003, pp 18-26.
- Virginia CAREAGA COVARRUBIAS, *Producción editorial en las universidades mexicanas*, intervention dans le cadre d'un séminaire international UNESCO-IESALC, avril 2004
- Jane THYNNE, « Meet the Mexicans », in *The Bookseller*, supplément *LBF Preview*, 10 février 2006, page 7.

Annuaire

Un annuaire complet des maisons d'édition mexicaines est disponible sur le site de la Chambre nationale de l'industrie éditoriale mexicaine : www.caniem.com

1) Groupes et maisons d'édition

<p>Artes de Mexico Série de revues monographiques (devenues des livres en 1988) sur l'art, l'architecture et l'archéologie mexicaine. Artes de Mexico existe depuis 38 ans et fonctionne par abonnements (3000) ou par ventes sur les lieux touristiques du pays. Les tirages moyens sont de 12 000 exemplaires. Prix 180 pesos (11,2 euros). L'activité de la maison s'est diversifiée depuis peu : édition de livres-cadeaux préachetés par des entreprises, livres de jeunesse grâce au programme de la SEP (coédition avec les éditions du Rouergue).</p>	<p>Contact : Margarita de Orellana Titre : Directrice générale Cordoba 69, Col. Roma 06700 Mexico DF Tél : +52 55 5208 59 05 Fax : +52 55 5525 5925 direccion@artesdemexico.com www.artesdemexico.com</p>
<p>Castillo Editeur scolaire, mexicain à l'origine (famille Castillo) et racheté au printemps 2004 par MacMillan. Castillo est aujourd'hui le deuxième éditeur scolaire après Santillana. En août 2005, il a ouvert un département de livres de jeunesse. Son catalogue est constitué à 50% de titres achetés à des éditeurs étrangers. En 2009, l'éditeur prévoit de publier 25 titres de non-fiction et 30 de fiction pour enfants. En 2008, 4 titres présentés au programme de la SEP ont été sélectionnés pour être distribués dans les bibliothèques des écoles.</p>	<p>Contact : Roberto Banchik Rothschild Titre : Directeur général Av. Insurgentes Sur 1886 Col. Florida, Del Álbaro Obregón 01030, Mexico DF Tél: +52 55 5128 1350 Fax: +52 55 5128 1360 rbanchik@grupomacmillan.com www.edicionescastillo.com www.grupomacmillan.com</p>
<p>CIDCLI Crée en 1980, cette maison d'édition de jeunesse très littéraire publie des auteurs comme Octavio Paz, Camilo José Cela et plusieurs collections consacrées au conte et à la poésie. Elle a une centaine de titres à son catalogue et publie environ une dizaine de titres par an.</p>	<p>Contact : Patricia Van Rhijn Titre : Directrice générale Av. México 145 Col. del Carmen Coyoacán 04100 Mexico DF Tél : +52 55 5659 7524 Fax : +52 55 5659 3186 patricia@cidcli.com.mx www.cidcli.com.mx</p>
<p>Colibri Editeur indépendant créé en 1999 qui a 100 titres à son catalogue en littérature, poésie et livres de non-fiction (dont plusieurs en coédition avec des institutionnels ou des universités). Colibri fait partie de l'Alliance des éditeurs indépendants.</p>	<p>Contact : Sandro Cohen Titre : Directeur général Sabino 71-404 Col. Sta Maria la Ribera 06400 Mexico DF Tél : +52 55 5541 6955 Fax: +52 55 5547 9215 sandrocohen@gmail.com www.edicolibri.com</p>

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

<p>Diana Grand éditeur de livres pratiques, spécialisé dans le domaine du bien-être, des manuels de self-help, des livres d'ésotérisme et de spiritualité. La maison d'édition Diana a été rachetée par le groupe Planeta en janvier 2009</p>	<p>Contact : Elisardo Pérez De Mata Titre: Directeur général Presidente Masaryk 111, 2 piso Chapultepec Morales Del. Miguel Hidalgo 11570 Mexico DF Tél : +52 55 5089 1220 Fax: +52 55 5089 1248 www.planeta.com.mx</p>
---	---

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

<p>Fondo de Cultura Economica Le FCE est un acteur majeur du paysage éditorial mexicain. Créé en 1934 et subventionné par l'Etat, le FCE a aujourd'hui 9 500 titres à son catalogue dont près de la moitié sont toujours distribués. Il a publié 350 titres en 2008. Le FCE possède également son propre réseau de distribution ainsi qu'une vingtaine de librairies au Mexique mais aussi à l'étranger. En avril 2006, une nouvelle librairie (littérature et enseignement des langues) a été ouverte avec une section de livres en français, en anglais, en italien. Cet espace dédié au livre de 2 800m² accueille un fonds de 25 000 titres.</p>	<p>Contact : Consuelo Sáizar Titre : Directrice générale Carr. Picacho-Ajusco 27 Col. Bosques del Pedregal 14200 Mexico DF Tél : +52 55 5227 4605 Fax : +52 55 5527 4694 consuelo.saizar@fondodeculturaeconomica.com www.fondodeculturaeconomica.com</p> <p>Contact : Ricardo Nudelman Titre : Gérant général Tél. : +52 55 5227 4609 ricardo.nudelman@fondodeculturaeconomica.com</p>
---	--

<p>Hachette Latinoamérica La présence d'Hachette est importante au Mexique, notamment au travers des marques Hachette Livre, Hachette FLE, Didier, Hatier, Editorial Bruño et Salvat. Mentionnons également Larousse qui est désormais intégrée à Hachette Livre.</p>	<p>Le Directeur général a quitté ses fonctions fin 2008. Il n'a pas encore été remplacé. Londres 247 5° piso, Col. Juárez CP 06600 Mexico DF tel : +52 55 1102 1336 www.hachettemex.com.mx</p>
---	--

<p>Herder Herder est une filiale de la maison d'édition de sciences humaines installée à Barcelone. Son activité se scinde en deux : constitution d'un catalogue propre (30 titres à ce jour, d'auteurs mexicains et étrangers) et importation des titres de la maison-mère. Herder Mexico souhaite développer la vente de ses titres à partir de son site Internet.</p>	<p>Contact : Juan-Cornelius Schulz Titre : Directeur général Augusto Rodin 52, Col. Napoles 03810 Mexico DF Tél : +52 55 5523 0105 Fax : +52 55 5669 2387 herder@herder.com.mx www.herder.com.mx</p>
<p>El Naranjo Cette maison d'édition publie de petits albums richement illustrés destinés aux plus jeunes. Créée il y a quinze ans, la maison compte une quarantaine de titres à son catalogue.</p>	<p>Contact : Ana Laura Delgado Titre: Directrice générale Cerrada Nicolás Bravo 21 -1 Col. San Jerónimo Lídice Delg. Magdalena Contreras 10200 Mexico DF Tél & fax: +52 55 5652 1974 aldelgado@edicioneselnaranjo.com.mx www.edicioneselnaranjo.com.mx</p>
<p>Océano Groupe espagnol d'envergure mondiale spécialisé dans les encyclopédies, les ouvrages de référence (support papier et multimédia) et la vente par abonnement.</p>	<p>Contact : Rogelio Villarreal Cueva Titre : Directeur général Blvd. Ávila Camacho 76 Piso 10 Col. Lomas de Chapultepec Del. Miguel Hidalgo 11000 Mexico DF Tél : +52 55 9178 5100 Fax : +52 55 9178 rvillarreal@oceano.com.mx www.oceano.com.mx</p>
<p>Planeta La moitié de la production (en titres) est importée d'Espagne (50%), d'Argentine et de Colombie. L'autre moitié est produite sur place et le catalogue se partage de la manière suivante : 1/3 de romans d'auteurs mexicains ; 1/3 de titres de non-fiction ; 1/3 de titres de jeunesse. L'impression des titres produits par la filiale mexicaine, est faite sur place ou délocalisée en Chine (notamment pour les titres de jeunesse). Planeta Mexico exporte en Colombie, aux Etats-Unis (via une filiale implantée à Miami), en Amérique centrale et en Amérique du Sud. 80% des ventes de Planeta se font dans les librairies de Mexico. 10% des ventes ont lieu en supermarchés et 10% sont des ventes à l'Etat.</p>	<p>Contact : Elisardo Pérez De Mata Titre : Directeur général Presidente Masarik 111, Piso 2 Chapultepec Morales Del. Miguel Hidalgo 11570 Mexico DF Tél : +52 55 3000 6200 Fax : +52 55 3000 6257 www.planeta.com.mx</p>
<p>Porrúa Porrúa est un éditeur généraliste de fiction, non-fictions, livres pratiques, petites livres de type Que-sais-je ? C'est également une chaîne de librairies importante au Mexique (qui détient les corner des grands magasins Palacio de Hierro)</p>	<p>Contact : José Antonio Pérez Porrúa Titre : Directeur général Republica de Argentina 15 Col. Centro, 06020 Mexico DF Tél : +52 55 5704 7500 Fax : +52 55 5704 7502 guadalajara@porrua.com www.porrua.com</p>

<p>Random House Mondadori C'est l'un des groupes internationaux de langue espagnole les plus importants du monde. La filiale mexicaine a peu d'autonomie éditoriale et importe en grande partie la production de la maison-mère espagnole.</p>	<p>Contact : Pedro Huerta Titre : Directeur Homero 544, Col. Chapultepec Morales, 11570 Mexico DF Tél & Fax : +52 55 3067-8400 lalfaro@randomhousemondadori.com.mx www.randomhousemondadori.com.mx</p>
<p>Santillana Groupe espagnol spécialisé dans le livre scolaire et parascolaire qui détient également de nombreuses marques de littérature générale : Aguilar, Taurus, Alfaguara, Alamah (livres d'ésotérisme) etc. Le groupe Santillana importe peu d'ouvrages d'Espagne. Cette filiale garde son indépendance par rapport à sa maison-mère espagnole et le revenu qu'elle génère est conservé au Mexique.</p>	<p>Contact : Juan Arzoz Titre : Directeur général Av. Universidad 767 Col. Del Valle 03100 Mexico DF Tél : +52 55 5420 7530 Fax : +52 55 5601 1067 jarzoz@santillana.com.mx www.santillana.com.mx</p>
<p>Sexto Piso Sexto Piso est une petite maison d'édition indépendante de littérature, très dynamique. Fondée en 2002, la production est de 15 à 18 titres par an, avec des tirages moyens de 1 500 à 2 000 exemplaires. La maison a 80 titres à son catalogue : romans, essais, classiques étrangers et mexicains. 11 d'entre eux ont été achetés à des éditeurs français.</p>	<p>Contact : Eduardo Rabasa Titre : Directeur San Miguel 36 Col. Barrio San Lucas Del. Coyoacán 4030 México DF Tél : +52 55 5689 6381 Fax : +52 55 5336 4972 erabasa@sextopiso.com www.sextopiso.com</p>
<p>Siglo XXI Maison d'édition créée il y a 43 ans. De profil universitaire, son catalogue est composé à 70% de titres de sciences humaines et à 30% de sciences « dures » et de littérature. La maison a toujours été très liée à l'édition française et elle a publié tous les plus grands auteurs de la philosophie, de la sociologie et des sciences humaines françaises contemporaines. La maison possède une succursale en Argentine (qui a son autonomie éditoriale) et une filiale à Madrid (principalement pour l'export). Production : 70 titres en 2008. 1 800 titres vivants au catalogue. 80% des ventes se font à Mexico. Siglo XXI possède sa librairie située à l'entrée du plus grand campus universitaire du pays.</p>	<p>Contact : Jaime Labastida Titre : Directeur général Cerro del Agua 248 Romero de Terreros 04310 Mexico DF Tél : +52 55 5658 7999 Fax : +52 55 5658 7599 direcciongeneral@sigloxxieditores.com.mx www.sigloxxieditores.com.mx</p>
<p>UNAM (Direction des publications) C'est la plus grande maison d'édition universitaire du pays. Elle est spécialisée en sciences humaines, en littérature et en sciences appliquées.</p>	<p>Contact : David Turner Barragan Titre : Directeur général Av. del Imán 5 Ciudad Universitaria 04510 Mexico DF Tél : +52 55 5622 6570 Fax : +52 55 5665 2778 dturner@libros.unam.mx www.publicaciones.unam.mx</p>

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

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

2) Librairies et autres points de vente

<p>Le Temps de Lire La librairie a ouvert ses portes en octobre 2007. C'est la seule librairie 100% française de Mexico.</p> <p>Av. Insurgentes Sur 1971 niveau Terraza, local 120 dans le centre commercial Plaza Inn Tél: +52 55 5662 1469 Ouverture : lundi au vendredi de 10h à 20h et les samedis de 12h à 16h</p>
--

<p>Librairie Rosario Castellano (Fondo de Cultura Economica) Grande librairie généraliste avec un fonds important de livres français.</p> <p>Tamaulipas 222, esq. Benjamín Hill Colonia Condesa, México DF Ouverture : dimanche à jeudi de 9h00 à 23h00 et jusqu'à minuit les vendredis et samedis Tél : +52 55 5276 7110 www.fondodeculturaeconomica.com/BellaEpoca/BellaEpoca.asp</p>

<p>Gandhi Librairie générale implantée au Mexique depuis 38 ans qui compte maintenant 19 succursales (dont 9 dans la capitale et les 10 autres dans les grandes villes du pays). Gandhi a lancé la vente sur Internet depuis 13 ans et a également créé un centre de relation-client téléphonique. Une sélection de livres français est présentée sur le site Internet de la librairie en ligne. Gandhi réalise la plus grosse partie de son chiffre d'affaires avec les sciences humaines. Viennent ensuite les livres de fiction puis le secteur jeunesse.</p>

Le rayon de livres français – littérature et sciences humaines principalement – s’adresse au public français de Mexico et aux Mexicains francophones (étudiants, universitaires). La direction commerciale effectue 4 à 5 achats de livres français par an. En 2009, Gandhi a lancé son site de vente en ligne d’ebooks. 10 000 titres sont actuellement disponibles au format numérique et ce nombre devrait doubler l’année prochaine. : <http://gandhi.todoebook.com/>

Contact : Victor Cobas
Titre : Directeur commercial
Benjamin Franklin 98, Col. Escandon, 11800 Mexico DF
Tél : +52 55 5095 2400 ; Fax : +52 55 5095 2415
Victor.cobas@gandhi.com
www.gandhi.com.mx

Cristal
Chaîne de 42 librairies généralistes dont 5 localisées à Mexico.
www.libreriasdecristal.com.mx

El Sotano
Chaîne de librairies qui détient quatre succursales à Mexico ainsi qu’une librairie de livres de jeunesse.
www.elsotano.com

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

Sanborn’s
www.sanborns.com.mx

Les grands magasins
Liverpool : www.liverpool.com.mx
Palacio de Hierro : www.elpalaciodehierro.com.mx

Les clubs de prix
Sam’s : www.sams.com.mx
Costco : www.costco.com.mx

3) Organismes liés au livre

AEMI : Alianza de Editoriales Mexicanas Independientes
Alliance des éditeurs mexicains indépendants
14 éditeurs membres.
www.aemi.com.mx

ALMAC : Asociación de Libreros Mexicanos
Association des libraires mexicains
www.almac.org.mx

CANIEM : Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana
Chambre nationale de l'industrie éditoriale mexicaine
Contact : Juan Luis Arzoz Arbide
Titre : Président
Holanda 13, San Diego Churubusco, 04120 Mexico DF
Tél.: +52 55 5688 2011; Fax: +52 55 5604 4347
direccion@caniem.com
www.caniem.com

Casa de Refugios
Cette association qui a pour but de donner un lieu aux écrivains réfugiés a été créée en 1997. Son budget est constitué à 40% d'une subvention de la Ville de Mexico, à 40% d'une subvention de l'Etat fédéral et à 20% de ressources propres (publicités et un restaurant). La Casa de Refugios organise des séminaires et des conférences, des cours pour les écrivains et publie une revue trimestrielle de littérature internationale (26 numéros).
Contact : Philippe Ollé-Laprune
Titre : Directeur général
Citlaltepel 25, Col. Hipodromo Condesa, 06170 Mexico DF
Tél.: +52 55 5211 4446; Fax: +52 55 5211 4639
apie@prodigy.net.mx; www.casarefugio.com

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

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

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

CONACULTA : Consejo Nacional para la Cultura y las Artes
Conseil national pour la culture et les arts (équivalent de notre ministère de la Culture)
www.conaculta.gob.mx

CONALITEG : Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos
Institution publique chargée de l'édition et de la distribution de manuels scolaires gratuits.
www.conaliteg.gob.mx

Les foires du livre

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

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

Feria Metropolitana del libro : www.caniem.com

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

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

Portal del Libro Mexicano: www.librosmexicanos.com

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

www.unpaseoporloslibros.com

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

Union latine

Organisation intergouvernementale qui réunit 37 États membres, l'Union Latine s'attache à faire prendre conscience de l'importance des cultures et des langues latines en agissant dans trois domaines : la promotion des cultures latines – notamment dans les domaines des beaux-arts et de la littérature – la promotion de l'enseignement des langues latines dans les pays membres, et le développement de la terminologie scientifique et technique en langues latines.

www.unilat.org

4) Présence française

Fédération des Alliances françaises au Mexique
L'Alliance française dispose aujourd'hui au Mexique d'un réseau de 32 succursales et 12 centres associés qui comptabilisent quelque 32 000 étudiants par an.
Contact : Yves Corbel
Titre: Délégué général
Socrates 152, Colonia Los Morales, Polanco, 11510 Mexico DF
Tél : +52 55 1084 4200 ; Fax: +52 55 5395 5182
dg@alianzafrancesa.org.mx
www.alianzafrancesa.org.mx

Ambassade de France au Mexique
Service de coopération et d'action culturelle
Campos Eliseos 339, Col. Polanco, 11560 Mexico DF
www.ambafrance-mx.org

Contact : Christian Moire
Titre : Attaché culturel, chargé du livre
Tél : +52 55 9171 9796 ; Fax : + 52 55 9171 9769
christian.moire@diplomatie.gouv.fr

Secrétariat : Maria Sanchez, maria.sanchez@diplomatie.gouv.fr

Plan « traduire » : Sophie Chaussard, sophie.chaussard@diplomatie.gouv.fr

La base de données « Libros de Francia » : www.librosdefrancia.org
Réalisé sous l'égide du ministère français des Affaires Etrangères, le site Librosdefrancia donne accès à une base de données bibliographiques recensant les livres traduits du français vers l'espagnol et publiés en Espagne ou en Amérique Latine depuis trente ans. Le site rassemble également des informations sur les éditeurs et les traducteurs ayant participé à ces publications
Cet outil d'information, régulièrement mis à jour, est réalisé à partir des données transmises par les éditeurs espagnols, latino-américains et français, par les Services de coopération et d'action culturelle des Ambassades de France dans les différents pays hispanophones.

Médiathèque de la Casa de Francia
Havre 15, Col. Juárez, 06600 Mexico DF
Tél : +52 55 5511 3151
info@francia.org.mx
www.ambafrance-mx.org/

Table des schémas

Figure 1 : Poids des maisons d'édition du secteur privé dans le chiffre d'affaires (2007)	15
Figure 2 : Poids de chaque catégorie d'éditeurs dans la production totale (2007)	16
Figure 3 : Poids de chaque catégorie d'éditeurs dans les ventes (2007)	17
Figure 4 : Nombre de livres lus (2006)	22
Figure 5 : Nombres de livres détenus à la maison (2006)	23
Figure 6 : Nombres de livres achetés (2006)	23
Figure 7 : Nombre de livres achetés en fonction du niveau socioéconomique du foyer (2006)	24
Figure 8 : Préférences des lecteurs (2006).....	30
Figure 9 : Principales motivations dans le choix d'un livre	33
Figure 10 : Localisation des librairies	36
Figure 11 : Motivations pour se rendre en bibliothèque.....	41
Figure 12 : Motifs pour ne pas se rendre en bibliothèque.	42

Tableau 1 : Taille des maisons d'édition privées et production totale (2007).....	16
Tableau 2 : Spécialité des maisons d'édition et production éditoriale (2007).....	16
Tableau 3 : Spécialité des maisons d'édition et ventes (2007)	17
Tableau 4 : Poids de chaque catégorie de maisons d'édition dans les ventes totales (2007)	18
Tableau 5 : Production et chiffre d'affaires par catégorie éditoriale (2007)	29
Tableau 6 : Thématiques les plus importantes (2007).....	29
Tableau 7 : Part de chaque canal de vente en % du total d'exemplaires vendus (2007)	34
Tableau 8 : Lieu habituel d'achat de livres (2006)	35
Tableau 9 : Nombre d'apprenants de français (2006)	45
Tableau 10 : Nombre de professeurs de français (2006)	45
Tableau 11 : Nombre de titres acquis par discipline (2007).....	51