

L'Édition en Italie



Étude réalisée par Raffaele Cardone
Traduction : Anouchka Lazarev

Département Études du BIEF
Février 2012

Sommaire

Introduction	3
I. Le cadre socio-économique et les politiques publiques	4
A. Données socio-économiques.....	4
B. Le cadre juridique et la loi sur le livre de 2011.....	4
II. La production éditoriale.....	7
A. Données générales.....	7
B. Données par secteur	8
C. Prix et formats	10
D. Édition numérique.....	12
III. Les éditeurs.....	14
A. La structure	14
B. Les activités des grands groupes éditoriaux.....	15
C. Autres éditeurs	17
IV. Diffusion, promotion et lectorat	19
A. Données générales	19
B. Le circuit commercial : librairies et grandes surfaces.....	21
C. La distribution	23
D. La promotion.....	24
E. La lecture	27
V. L'édition italienne à l'international	29
A. L'import-export.....	29
B. Livres publiés en langues étrangères par des éditeurs italiens.....	29
C. Échanges de droits.....	30
Conclusion.....	35
Annuaire.....	36
Éditeurs	36
Les principales chaînes de librairies	45
Institutions	49
Subventions et prix pour les traductions.....	50

Introduction

L'édition italienne représente le septième marché mondial du livre, avec 3,41 milliards d'euros de chiffre d'affaires global (données AIE¹) et 58 à 60 000 nouveaux titres publiés chaque année (données ISTAT²). C'est le quatrième marché éditorial européen, après l'Allemagne, le Royaume-Uni et la France.

À l'instar d'autres éditions européennes, l'édition italienne se caractérise par un niveau relativement élevé de concentration, en outre accentué par une forte intégration verticale entre fonctions éditoriales, réseaux de distribution et de promotion, et circuits de vente.

Tous les grands groupes de l'édition de *trade* (Mondadori, RCS Rizzoli, GeMS, Giunti, Feltrinelli, San Paolo, De Agostini) et de l'édition scolaire (Zanichelli et autres) ont en effet leurs propres réseaux à divers niveaux : distribution et promotion, librairies (à l'exception de RCS Rizzoli, qui a cédé les siennes), grossistes, sociétés de distribution spécialisées dans les supermarchés et la *GDO*³, plateformes de commerce électronique et, plus récemment, plateformes pour la distribution et la vente de *e-books*.

La petite et moyenne édition – comme de manière générale la petite et moyenne industrie italienne – représente un segment important de la production à côté des grands groupes. Cette vivacité du système éditorial italien – qui ne dispose pas d'une aire de rayonnement linguistique, ni donc d'un marché comparable aux marchés anglo-saxon ou chinois –, est peu soutenue en retour par un intérêt appuyé des institutions.

En termes d'échanges internationaux, ces dernières années en Italie, on traduit en moyenne moins et l'on mise de plus en plus sur les auteurs italiens, mais l'édition italienne est encore généreuse en matière d'acquisition de droits étrangers. La production italienne, notamment dans le secteur de la jeunesse est, par ailleurs, de plus en plus traduite à l'étranger.

¹ AIE : Associazione italiana editori (association italienne des éditeurs).

² ISTAT : Istituto nazionale di statistica (institut national de statistique).

³ GDO : *Grande distribuzione organizzata*, littéralement « grande distribution organisée ». L'acronyme désigne les grandes surfaces et les hypermarchés.

I. Le cadre socio-économique et les politiques publiques

A. Données socio-économiques⁴

La population italienne s'élève à 60,4 millions d'habitants, pour un PIB en 2010 de 1 548 milliards d'euros. C'est la troisième économie de la zone Euro après l'Allemagne et la France, mais l'Italie connaît une croissance faible depuis une décennie. La reprise de la demande mondiale a contribué, en 2010, à un léger redémarrage de l'activité (+1,1 %), mais les prévisions font état d'une quasi-stagnation pour 2011 (+0,7 %). La croissance a été de seulement 0,1 % au premier trimestre 2011.

La difficile situation économique du pays a conduit le gouvernement italien à adopter depuis mai 2010 plusieurs séries de mesures d'austérité visant à réduire le déficit budgétaire. Suite à la démission de Silvia Berlusconi, c'est Mario Monti, qui, en novembre 2011 devient Président du Conseil et qui forme un gouvernement de techniciens pour faire face à la crise.

Selon les dernières données disponibles, l'Italie se situait en 2010 au 23^e rang mondial de l'indice de développement humain alors qu'elle était au 18^e rang en 2008 (la France s'est classée au 14^e rang en 2010 et au 8^e rang en 2008).

La balance commerciale de l'Italie est déficitaire, ses principaux clients comme ses principaux fournisseurs sont l'Allemagne et la France.

B. Le cadre juridique et la loi sur le livre de 2011

Au cours de la dernière décennie, les politiques culturelles du gouvernement se sont considérablement amoindries, y compris dans des domaines représentant pourtant un poids économique plus fort que celui de l'édition, tels que les biens culturels, les monuments ou le tourisme. On peut dire la même chose des politiques relatives à l'instruction, qui souffrent d'un certain manque de vision prospective.

Ce n'est que grâce aux pressions des éditeurs, aux associations du secteur (AIE et ALI⁵) et sous l'effet de l'arrivée d'Amazon, que l'on est parvenu récemment à une loi sur le prix du livre. Cette loi n'épouse cependant pas les principes du prix fixe tels qu'ils ont été mis en œuvre dans les législations française, allemande ou espagnole, dans la mesure où elle concède des remises plus amples, conçues – à tort ou à raison – en vue

⁴ Extraits de la présentation du site Internet du ministère des Affaires étrangères et européennes : diplomatie.gouv.fr

⁵ ALI : Associazione librai italiani (association des libraires italiens).

de vitaliser le secteur dans l'une des périodes de crise économique les plus graves de toute l'histoire nationale. C'est dans ce contexte que, en février 2010, a été créé, le *Centro per il libro e la lettura*, Centre pour le livre et la lecture, une présence institutionnelle qui n'est, pour le moment, pas encore devenue un partenaire actif de l'édition.

En Italie, la TVA sur les livres est de 4 % (le taux de TVA pour les autres produits de consommation est de 20 %), elle est incorporée au prix catalogue et réglée par l'éditeur. La TVA sur les produits éditoriaux numériques est de 21 %. La lenteur du processus de récupération de la TVA a par ailleurs pendant des années représentée un problème considérable dans le flux de trésorerie des maisons d'édition.

La première loi italienne réglementant le prix des livres au public date de 2001. Cette première loi avait des lacunes juridiques telles qu'elle était difficile à interpréter et à appliquer : elle se trouvait en conflit avec les réglementations commerciales des diverses régions italiennes.

Ce n'est qu'avec la loi 2281/2011 sur la *Nuova disciplina del prezzo dei libri* – la nouvelle réglementation sur le prix des livres –, entrée en vigueur en septembre 2011, que le prix de vente au public est enfin légiféré de façon claire. La nouvelle loi prévoit que la remise accordée à l'acheteur ne dépasse pas 15 % du prix catalogue fixé par l'éditeur. Ce pourcentage s'applique aussi au commerce électronique, pour lequel il n'existait précédemment pas de restrictions sur les remises possibles. Seuls les éditeurs – et non les points de vente, « physiques » ou en ligne –, se voient concéder la possibilité de réaliser des campagnes promotionnelles. Celles-ci doivent être : « distinctes entre elles, non reconductibles au cours de l'année scolaire, et d'une durée ne pouvant excéder un mois ». Les éditeurs, seuls habilités à lancer les campagnes promotionnelles, ont l'obligation d'en informer tous les vendeurs, qui décident alors de participer ou non à l'offre promotionnelle. Mais ils doivent tous être informés et « être mis en mesure de participer dans les mêmes conditions ».

Par conséquent, les librairies n'ont plus la possibilité de lancer de campagne promotionnelle de façon autonome, même en accord avec les éditeurs. Mais en pratique, on ne connaît pas encore les moyens qui vont être mis en œuvre afin que toutes les librairies soient informées de façon uniforme.

La loi a aussi pour fonction spécifique, sans que cela soit formulé ainsi, de contenir l'activité de la société Amazon, entrée en Italie fin 2010. Amazon a un potentiel financier qui lui permet de mettre en œuvre des politiques de rabais très importants, grâce auxquelles elle a gagné des parts de marché dans tous les marchés non réglementés. La loi précédente n'imposait pas de limites sur le taux des remises proposées pour la vente en ligne, faisant ainsi d'Amazon un concurrent redoutable de façon générale pour les autres points de vente de livres et, en particulier, pour les principaux commerces en ligne relevant des grands groupes éditoriaux (IBS est contrôlée par Messaggerie Italiane ; Feltrinelli.it par le groupe éditorial du même nom ;

et BOL par Mondadori). La loi faisait ainsi d'Amazon, également et surtout, un acteur capable de bouleverser les fragiles équilibres de la filière éditoriale.

Il est difficile de dire, pour l'instant, si le choix italien de régler les prix – avec toutefois d'amples possibilités de rabais – et d'empêcher que les points de vente puisse gérer les promotions commerciales de façon autonome, est plus fonctionnel en regard de l'évolution des marchés du livre européens que les lois établissant un prix fixe. En d'autres termes, il est difficile de savoir si le fait de concéder une certaine liberté de manœuvre sur le levier du prix est ou non susceptible de stimuler des politiques d'achat et, en dernière analyse, de conserver les lecteurs et de maintenir la rentabilité des entreprises de la filière, dans un moment de crise des marchés éditoriaux et en prévision du développement du marché du livre numérique.

II. La production éditoriale

N.B. : les séries statistiques présentées dans cette étude proviennent de sources multiples, et sont proposées par l'Association des Éditeurs Italiens. Les chiffres peuvent s'avérer différents selon les sources car les méthodes statistiques utilisées ne sont pas identiques. Ainsi, il convient de les observer en gardant à l'esprit qu'elles révèlent avant tout des tendances générales.

A. Données générales

Production de livres selon le nombre de titres et le nombre d'exemplaires

	2000	2007	2008	2009
Titres produits	55 546	59 129	58 829	57 558
Dont premières éditions	34 554	36 819	37 845	36 856
Nombre d'exemplaires	272 825 000	235 389 000	213 163 000	208 165 000
Dont premières éditions	166 478 000	133 848 000	132 332 000	122 758 000

Source : Bureau d'études AIE, d'après des données ISTAT

Au cours des dernières années, on assiste à un fléchissement tant du nombre de nouveautés et rééditions publiées que des exemplaires imprimés et mis sur le marché. Si les dernières informations élaborées par l'AIE d'après des données de l'ISTAT se réfèrent à l'année 2009, l'année 2010 a, selon toute vraisemblance, suivi la même tendance. Ce fléchissement constant peut être un phénomène conjoncturel expliqué par la crise économique, mais le maintien d'une tendance à la contraction de la production sur plusieurs années peut également vraisemblablement être analysé comme une donnée structurelle qui s'explique par des perspectives de ventes moindres, mais aussi par une progressive rationalisation de l'assortiment, de la production et de la gestion des retours.

À cela s'ajoute, de façon sans doute marginale :

- le volume de plus en plus réduit des achats des bibliothèques publiques ;
- la disparition des ouvrages publiés à des fins promotionnelles par les organismes, les banques et les institutions ;
- le phénomène naissant du *self publishing* – la publication à compte d'auteur – (estimé pour l'instant à quelques centaines de titres seulement), qui échappe, pour l'heure, aux indicateurs généraux ;
- la croissance des canaux de vente de livres d'occasion (livres scolaires notamment) ;
- le phénomène des *collaterali* (voir page 10), ouvrages qui ne sont pas pris en compte par les statistiques de l'ISTAT, car ils sont considérés comme des ouvrages « dérivés » et sont imprimés directement par les organismes de presse, sans ISBN.

En 2006, plus de 61 000 titres ont été publiés, dont 38 000 premières éditions. Au cours de 2009-2010, le nombre de titres est tombé à un peu plus de 57 000, dont 37 000 premières éditions.

En termes de volume, on passe des 235 millions d'exemplaires de 2007 aux 208 millions de 2009. Si le phénomène s'explique en partie par les estimations à la baisse des ventes, il est aussi l'expression d'une meilleure qualité des informations commerciales destinées aux clients et de l'augmentation de la part des *e-books* pour les tirages mineurs, non seulement pour les publications techniques et professionnelles et l'édition universitaire, mais également pour les titres de *trade*.

Le tirage moyen global est passé de 4 910 exemplaires par titre en 2000 à 3 600 exemplaires par titre en 2010.

B. Données par secteur

La production par secteur

	2000	2009
En nombre de titres		
Scolaire	6 574	5 057
Jeunesse	4 002	4 446
Adulte	44 970	48 055
En nombre d'exemplaires		
Scolaire	53 329 000	44 187 000
Jeunesse	30 984 000	29 333 000
Adulte	188 512 000	134 645 000

Source : Bureau d'études AIE, d'après des données ISTAT

La réforme tourmentée – et jamais parvenue à terme – du système scolaire a conduit à une nette contraction de l'édition scolaire : le nombre de titres s'élevait à 6 500 en 2000, 6 250 en 2005 et à peine plus de 5 000 en 2009. Le secteur enregistre par ailleurs 9 millions d'exemplaires produits en moins entre 2000 et 2009, soit une baisse de 17 %. On produit donc moins de titres et moins de livres, sans que cela puisse être attribué à un accroissement du matériel numérique en et hors ligne, ni à un effet aussi marqué de la baisse de la natalité.

D'ailleurs, durant la même période, le secteur jeunesse se maintient ou croît en termes de production de titres par an, le niveau de la production demeurant en moyenne stable durant la décennie considérée (30 millions d'exemplaires). La production en titres est en augmentation, ce qui montre la grande vitalité du secteur avec notamment une

production croissante de romans graphiques (*graphic novels*), qui a trouvé un espace en librairie.

La production par sous-secteur pour les ouvrages « Jeunesse » et « Adulte » (hors scolaire)

	2005	2008	2010	Évolution 2008-2010	Prix moyen 2010
Fiction	9 730	14 203	15 348	+8 %	13,44 €
Non-fiction générale	12 095	17 866	17 074	-4,4 %	28,75 €
Pratique	5 302	6 994	6 950	-0,6 %	15,23 €
Non-fiction spécialisée	14 549	17 408	15 266	-12,3 %	28,48 €
Jeunesse	3 440	4 915	4 962	+0,9 %	10,53 €
<i>Non classé</i>	6 793	1 670	2 511		
Total	51 909	63 056	62 111	-1,5 %	

Source : Bureau d'études AIE, d'après des données IE (Informazioni Editoraili)

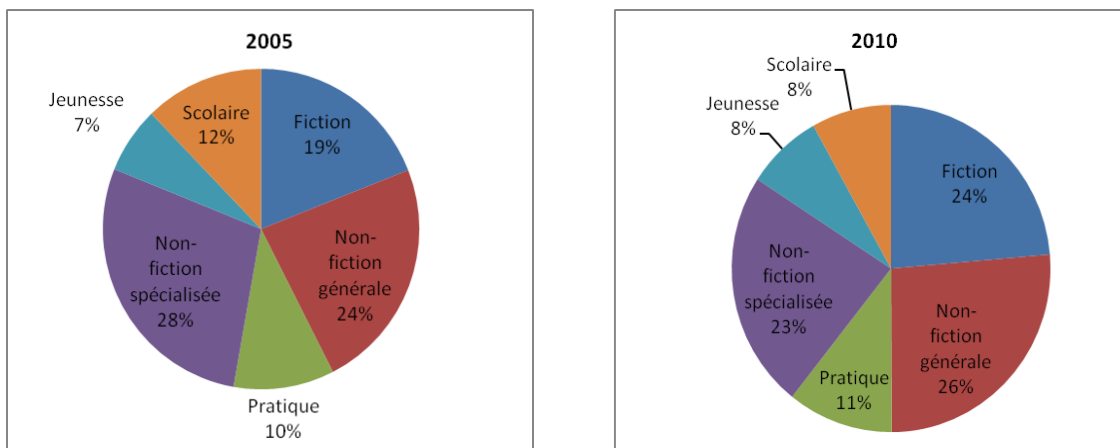
Sur le moyen terme (depuis 2005), la production augmente dans tous les secteurs de l'édition, mais depuis 2008 (d'après les données présentées dans le tableau ci-dessus), seule la fiction et les ouvrages « jeunesse » sortent leurs épingles du jeu.

Le livre pratique maintient également sa production sur les dernières années (diminution de 0,6 % « seulement » entre 2008 et 2010), mais le secteur ne représente que 11 % des titres produits, un pourcentage moins élevé en comparaison d'autres éditions européennes. Il s'agit là d'un secteur qui pourrait avoir un poids plus significatif mais qui peine à se développer, essentiellement du fait de l'absence d'auteurs proposant des ouvrages synthétiques et de lecture facile. La production est par ailleurs disséminée entre des centaines de petits et moyens éditeurs, qui n'ont souvent ni la force ni la capacité d'être présents d'une manière adéquate sur le marché national. Le segment cuisine et alimentation, caractérisé par une offre de qualité se reflétant dans les ventes, constitue à ce titre une exception.

Concernant les essais généraux, c'est le phénomène des livres d'enquête et de dénonciation, portant aussi bien sur des faits divers que sur des questions politiques, des scandales ou de mauvaises pratiques gouvernementales, permettant une forte croissance de la production entre 2005 et 2010 (41 %), et c'est ce genre qui limite la chute de la production sur les 3 dernières années (- 4,4 %). Il va de soi que les événements politiques italiens ont fourni beaucoup de matériel. Il faut remarquer que cette catégorie de livres d'empreinte journalistique se superpose aux journaux et aux revues mais que, du fait de son aptitude à fournir une synthèse et à rassembler commentaires et données, elle est fortement soutenue, notamment par un efficace bouche-à-oreille sur les réseaux sociaux.

En revanche, les essais spécialisés (essentiellement de type techniques et professionnels ou universitaires), notamment ces 3-4 dernières années, connaissent une inflexion qui reflète la baisse générale des investissements en matière d'instruction et de formation professionnelle et/ou continue.

Répartition de la production en nombre de titres par secteur d'édition



Source : Bureau d'études AIE, d'après des données IE et ISTAT (pour la production scolaire)

Dans l'ensemble, la production italienne se concentre essentiellement sur le roman, qui représente 23,6 % du total, les essais généraux (26,3 %) et les essais spécialisés (professionnels/universitaires) (23,5 %), lesquels, réunis, composent 75 % de la production.

C. Prix et formats

En 2010, le prix catalogue moyen de tous les livres, à l'exception des ouvrages scolaires, est de 21,63 euros, soit une augmentation de 1,5 % par rapport à l'année précédente. Entre 2005 et 2010, l'augmentation du prix moyen a été de 3,9 %, et l'on peut même dire que, si l'on ôte l'inflation de cette donnée, qu'on enregistre une baisse de 5,2 % de cet indicateur. Si l'on observe la production générale (littérature générale adulte, jeunesse et édition scolaire), 40,4 % des titres et 33,7 % des exemplaires sont mis en vente dans une tranche de prix comprise entre 7,74 et 15,50 euros.

L'un des phénomènes marquants ces dernières années en Italie est le succès des *collaterali*. Les *collaterali*, littéralement « collatéraux », sont les livres vendus dans les kiosques à journaux en supplément de la presse quotidienne et périodique, et proposés à des prix extrêmement réduits (entre 4,99 et 7,99 euros) dans des éditions *ad hoc* que l'on ne trouve pas dans d'autres canaux de vente. Il s'agit de romans, d'essais, de beaux livres et d'ouvrages jeunesse, « vivants » dans le circuit commercial et cédés par les éditeurs

aux journaux dans le cadre d'une opération de marketing conçue à l'origine pour vendre davantage d'exemplaires de journaux, en réponse à la chute des recettes publicitaires. Cette initiative est née en Italie en 2001 et s'est par la suite étendue à l'Allemagne, à l'Espagne et, dans une moindre mesure, à la France, au Royaume-Uni et à d'autres pays d'Europe centrale. Entre 2001 et 2007, ce canal de vente a pris des proportions bien plus considérables que dans n'importe quelle autre édition européenne ; en 2005, à l'apogée du phénomène, 80,1 millions d'exemplaires ont été vendus par ce biais (source : Demoskopea 2006). On peut raisonnablement penser que ce phénomène a altéré la perception du prix et de la valeur du livre auprès du public italien même si, dans le même temps, il a permis d'équilibrer de nombreux bilans de l'édition.

Si l'on considère les tranches de prix inférieures, à savoir essentiellement les *supereconomici*, formats « à très bon marché » (2,50-7,75 euros) nés notamment comme conséquence du phénomène des *collaterali*, 50,6 % des titres et 52,6 % des exemplaires distribués sur les divers canaux de vente ont un prix catalogue inférieur à 15,50 euros.

Au cours des 10 dernières années, se sont multipliés des formats de livres assimilables au *massmarket* anglo-saxon (ou au *C-format* et à l'*airport edition*), qui ont occupé des tranches de prix soit inférieures au livre de poche classique (comme on l'a dit, largement sous l'impulsion d'une baisse de la perception du prix induite par les *collaterali*), soit à mi-chemin entre le livre de poche et le livre à couverture rigide. Plus récemment, des maisons d'édition grandes et moyennes (Mondadori et Newton Compton par exemple) ont lancé des collections de nouveautés proposées à un prix proche de celui d'un livre de poche. Newton Compton a par exemple réalisé certains succès commerciaux en mettant en vente des romans (nouveautés) à un prix de 9,90 euros.

Si on ajoute à ces phénomènes le fait que les promotions saisonnières et spéciales se sont multipliées au fil des ans, jusqu'à ne plus constituer une exception, avec des remises comprises en moyenne entre 20% et 30%, on voit comment le prix des livres italiens a diminué de façon structurelle et est actuellement le plus bas des principales éditions européennes.

Une récente étude de l'AIE - réalisée avant la loi sur le prix du livre de 2011 - a comparé les prix d'un panel identique de titres de nouveautés entre l'Italie, d'autres éditions européennes soumises au prix fixe (Allemagne, France, Espagne) et le Royaume-Uni. Cette étude compare les prix catalogues ou prix éditeurs de chaque pays, avec le prix de vente réel pour la Grande-Bretagne (données BookScan UK). L'Italie se révèle le pays avec le prix le plus bas, alors même que les remises réelles ne sont pas prises en compte. Sur ce panel de titres, les prix de vente proposés au Royaume-Uni sont cependant en partie – et seulement en partie – encore inférieurs, mais l'édition anglaise est prise dans une spirale de remises comprises entre 40 % et 55 %.

La politique des prix menée par l'édition semble suivre les difficultés économiques de l'Italie qui se sont prolongées durant toute la dernière décennie et se sont traduites par une baisse du pouvoir d'achat et une chute de la consommation. En ce sens, l'achat de livres a résolument mieux tenu que d'autres biens de consommation, mais les entreprises

ont été contraintes de réduire leurs marges, d'alléger les coûts et de réorganiser leurs structures. La nouvelle loi sur le livre devrait contenir la compétition sur les remises, et donc sur le prix final au consommateur. Mais la concurrence entre les éditeurs pour acquérir ou conserver leurs parts de marché et leur espace en librairie ou dans la grande distribution se fait plus âpre, et les prix catalogues tendront ainsi peut-être à « inclure », à la source, les remises rendues impossibles en aval.

D. Édition numérique

Le développement du marché du livre numérique est encore en phase de gestation : l'estimation en valeur pour 2010 correspond à 0,1 % du marché. Au cours des trois dernières années, et plus encore en 2011, se sont multipliés les colloques (Editech, IfBookThen, Librinnovando, Tools of Change/Bologna), les cours de formation professionnelle, les rencontres de divers niveaux promues par des organismes institutionnels comme l'AIE et par des entreprises privées, mais l'on ne peut pas encore dire qu'il existe un marché pondérable du *e-book*. La situation est quoi qu'il en soit fluide, au moins à en juger d'après le taux de croissance du nombre de titres disponibles dans les magasins en ligne italiens en 2010 et en septembre 2011.

Si l'on comptait un peu moins de 7 000 titres disponibles en *e-book* en 2010, leur nombre s'élève à 18 000 en septembre 2011 (en considérant diverses versions pour un même titre, par exemple pdf et epub), pour l'essentiel fiction, non-fiction et édition jeunesse, à un prix moyen de 7,95 euros (e-Kitab/IE). Si l'on considère les titres disponibles dans les autres éditions européennes (à l'exception du Royaume-Uni) en rapport aux dimensions des marchés, l'état de la diffusion des livres électroniques en Italie reflète un mélange de sentiments et d'analyses contradictoires, en partie communs à tous les nouveaux marchés numériques et en partie étroitement liés au système national, où l'investissement en innovation a été le plus faible de tous les pays industrialisés.

Parmi les divers nœuds à délier, citons :

- la grande incidence de la TVA, 21 %, appliquée aux produits numériques, surtout si on la met en relation avec la TVA à 4 % appliquée à l'édition papier, qui impose encore des prix trop élevés pour l'*e-book*;
- le manque d'habitude en matière d'utilisation de la carte de crédit comme moyen de paiement électronique : parmi les 5 principales économies européennes, l'Italie est celle avec le plus faible nombre de transactions moyennes annuelles ;
- la faible diffusion et le prix encore élevé des *readers* et autres appareils de lecture (340 000 unités en juin 2011) ;
- la mauvaise maîtrise de l'outil informatique par la population italienne, qui fait que l'acquisition d'*e-books* dotés de DRM (44,9 % des titres) est perçue comme encore particulièrement complexe ;
- le faible niveau de connaissance de la langue anglaise (6 % des Italiens), qui n'a pas permis de créer une avant-garde de lecteurs numériques formée sur les *e-books* en anglais.

Enfin, parmi les principaux pays européens, l'Italie est en dernière position pour ce qui concerne l'extension des réseaux large bande et la présence d'ordinateurs dans les familles. En même temps, et paradoxalement, l'Italie est la première nation européenne en matière de diffusion de *smartphones* (39 %).

On peut raisonnablement penser que l'année 2012 sera le véritable démarrage du marché, la diffusion des *readers* de la famille Kindle-Amazon servant de déclencheur à cet égard. D'ailleurs, certains grands groupes tels que Mondadori ont déjà établi des accords avec Amazon pour vendre les *e-books*.

Parallèlement, divers sites dédiés et plateformes pour la distribution de livres électroniques ont été créés, qui sont venus s'ajouter aux sites d'éditeurs vendant directement des *e-books* et aux points de vente Internet déjà existant comme IBS.it, LaFeltrinelli.it et BOL.it :

- Edigita, née d'un accord entre Messaggerie, Rcs et Feltrinelli ;
- Ultimabooks, le magasin en ligne de Simplicissimus Book Farm acquis par Giunti ;
- Bookrepublic, qui rassemble des dizaines de petits et moyens éditeurs ;
- Mediaworld, chaîne de produits de consommation électroniques, qui vend des *e-books* sur son propre site ;
- Webster.it, vendeur en ligne de livres, jeux vidéos et dvd ;
- Biblet.it, de propriété de Telecom Italia, qui offre aussi son propre *reader*.

En outre, IBS, le principal *vendeur* en ligne, a mis sa propre liseuse dans le commerce en février dernier et, en novembre, Librerie Feltrinelli a lancé sa version du Cybook Odissey, qui se connecte en wi-fi directement au site de vente LaFeltrinelli.it, sans besoin de passer par un ordinateur.

Cependant, l'édition électronique de littérature générale est encore perçue comme un coût davantage que comme un investissement ; un coût qui doit être soutenu par les marges de l'édition sur papier. C'est la raison pour laquelle la rationalisation des processus de production et de vente, donnant une part plus importante aux instruments numériques (de l'adéquation des systèmes internes, rédactionnels et commerciaux, à l'impression à la demande et à l'impression numérique jusqu'au marketing sur les médias sociaux), constitue la condition de départ incontournable pour une croissance effective du marché des *e-books*, à condition que ces adéquations technologiques entraînent un abattement des coûts et des marges plus importantes.

La forte sensibilité à la menace de la piraterie (sur la dimension de laquelle on ne dispose pas de données officielles) rend enfin le processus de mise à jour des contrats pour la gestion des droits numériques lent et pénible. Cette activité, en Italie comme dans le reste de l'Europe, est en train d'occuper les agents littéraires et les services des droits de nombre de maisons d'édition.

III. Les éditeurs

A. La structure

L'édition italienne est une industrie avec un niveau relativement élevé de concentration, très verticalisée du fait d'une forte intégration des principaux groupes avec les processus de distribution et le réseau des points de vente, avec un fort niveau d'internationalisation et une activité vivace des petites et moyennes maisons d'édition – eu égard aux dimensions du marché. Cela est dû en partie au fait que le seuil d'accès à l'activité éditoriale a toujours été bas, surtout jusqu'à la première moitié de la dernière décennie. Ces dernières années en effet, il est devenu plus difficile d'accéder aux sociétés de distribution œuvrant sur base nationale, donc aux librairies et plus encore à la GDO (qui exige des volumes trop importants pour de nombreux petits et moyens éditeurs). Selon un dernier recensement, il existe plus de 7 500 maisons d'édition en Italie, mais le nombre réel de maisons d'édition qui ont publié au moins un livre au cours de la dernière année ou qui disposent de titres dans le circuit commercial, est de l'ordre de 2 400. (IE, ISTAT, AIE, 2011)

On obtient une première dimension du marché et de ses acteurs principaux en observant leurs parts de vente dans le circuit commercial (librairies et points de vente physiques ou en-ligne ainsi que grandes surfaces). Si le chiffre d'affaires global de l'édition italienne est de 3,41 milliards d'euros, le circuit commercial représente 1,53 milliards d'euros de chiffre d'affaires (voir la partie sur la diffusion et la distribution).

Les 5 premiers groupes éditoriaux représentent, en valeur, 63,1 % des ventes du circuit commercial.

Parts de marché des grands groupes dans le circuit commercial :

- Gruppo Mondadori, 27,4 % ;
- Gruppo RCS, 11,9 % ;
- Gruppo GeMS, 10,6 % ;
- Gruppo Giunti, 7,7 % ;
- Giangiacomo Feltrinelli Editore, 5,5 % ;
- autres éditeurs, pour l'essentiel moyens-grands et moyens, 23,4 % ;
- 13,5 % des parts de marché reviennent à un échantillon significatif de 400 éditeurs de moyenne dimension ayant un chiffre d'affaires en prix catalogue inférieur à 10 millions d'euros (AIE, d'après des données Nielsen).

B. Les activités des grands groupes éditoriaux

Il est important d'examiner l'activité des grands groupes dans le contexte plus général de leurs activités, éditoriales et non éditoriales. L'intégration verticale de l'édition italienne s'exprime, comme on l'a déjà évoqué, dans son intégration avec la distribution et le réseau de points de vente. À ce propos, il est intéressant de souligner les deux événements les plus importants des dernières années : la création d'une nouvelle société par Messagerie Italiana et le Gruppo Giunti, et l'acquisition du distributeur PDE de la part de Effe 2005 (*holding* Feltrinelli).

Libri Mondadori, division « livre » du Gruppo Mondadori Spa, est *leader* du marché en littérature générale (Mondadori, Einaudi, Piemme, Sperling & Kupfer, Frassinelli). Elle est présente dans le secteur scolaire et universitaire (Signorelli, Le Monnier, Minerva, etc.) ainsi que dans l'édition jeunesse (Piemme, Mondadori Ragazzi) et les beaux livres (Electa). Elle possède Mondolibri (précédemment en *joint-venture* avec Bertelsmann), le seul club du livre présent en Italie qui dispose d'un réseau de quelque 80 librairies.

Mondadori possède une division propre consacrée à la distribution de livres, une division qui gère quelque 600 librairies, librairies-presse, les sites de commerce en ligne BOL.it. (livres, cd, dvd, jeux) et Easyshop.it (produits divers), ainsi que 34,91 % de Mach 2, société que le groupe partage avec De Agostini et Rcs Libri pour la distribution de livres et de périodiques dans la grande distribution.

Toujours au sein du groupe, on trouve une division publicité, une radio, une division de services (Cemit). Dans le secteur de la presse, le groupe détient des dizaines de titres à grand tirage et distribue de nombreux titres appartenant à d'autres groupes (Condé Nast, Hachette) ou indépendants.

RCS libri Spa, deuxième groupe en chiffre d'affaires, est contrôlé par RCS MediaGroup. Il est présent sur divers fronts : en littérature générale pour adultes, avec diverses maisons d'édition (Rizzoli, Adelphi, Bompiani, Marsilio, Fabbri, etc.) ; dans le *massmarket* (livres de poche à bas prix), avec RL, une *joint-venture* que le groupe partage à 50 % avec GeMS ; dans l'édition scolaire, avec La Nuova Italia et Sansoni ; dans le secteur professionnel, avec Etas ; et dans les beaux livres, avec Skira. Il contrôle à l'étranger le groupe Flammarion et La esfera dos Livros. Rcs Libri a son propre pôle de distribution, qui gère également des maisons d'édition externes au groupe et 29,1 % de Mach 2 pour la GDO.

Avec un chiffre d'affaires inférieur à celui de RCS libri, on trouve le **Gruppo editoriale Mauri Spagnol Spa** (GeMS), société émergente de ces dernières années. Ce groupe est de fait une *holding* éditoriale de Messaggerie Italiana Spa, qui le contrôle à 73,4 % et qui est à elle-même au cœur d'une activité et d'un réseau important se répartissant entre édition, distribution, grossistes et librairies.

Le groupe GeMS a connu une expansion considérable au cours des 10 dernières années, notamment à travers de récentes acquisitions ou participations au capital de maisons d'édition indépendantes (Bollati Boringhieri, 100 % ; Fazi, 35 % ; Chiarelettere, 49 %). Il est présent en littérature générale adulte (Longanesi, Vallardi, Guanda, Tea, Garzanti Libri, Nord, Ponte alle Grazie, Corbaccio et d'autres) et dans le secteur jeunesse (Salani, La Coccinella, Ape Junior, etc.), détient 50 % de la *joint-venture* RL avec RCS Libri (pour le *massmarket*) et s'est en outre orienté vers l'étranger grâce à la récente ouverture de Duomo Ediciones pour le marché espagnol.

Messaggerie Italiana Spa, société historique de distribution de la presse quotidienne et périodique, contrôle à son tour les activités éditoriales de Laterza, Carocci et Garzanti Editore – ou participe à celles-ci –, et se charge de la distribution des maisons d'édition de GeMS et de nombreux autres éditeurs indépendants.

Toujours grâce à Messaggerie Italiana, le groupe éditorial GeMS bénéficie de canaux relationnels fondamentaux avec les points de vente. Messaggerie Italiana a en effet en son sein : **Emmelibri Spa**, une société qui contrôle Fastbook (5 magasins de gros constituant le principal réseau de grossistes italien) ; la chaîne de librairies franchisées Ubik (28 points de vente) ; la chaîne de librairies Melbookstore (9 mégastores) ; Maia srl, qui contrôle la chaîne de librairies Il Libraccio, spécialisée en livres scolaires et de littérature générale neufs et d'occasion (24 points de vente) ; Internet Bookshop, pour l'instant le premier site de commerce de livres en ligne (et seul véritable concurrent d'Amazon) ; et Opportunity, une société qui dispute à Mach 2 le marché de la distribution dans la GDO.

Les activités de Emmelibri ont récemment convergé vers **MG Srl** (Messaggerie Giunti), une nouvelle société créée par Messaggerie Italiana avec le groupe éditorial Giunti qui a entraîné en son sein les 160 librairies de la chaîne Giunti al punto. Ne serait-ce qu'au niveau des librairies, la société MG contrôle ainsi 220 points de vente sur tout le territoire italien, en plus de 5 importants magasins de gros.

Le groupe **Giunti Editore Spa** est présent en littérature générale adultes, dans l'édition jeunesse (Dami) et scolaire (Giunti TVP), dans le livre pratique et les guides touristiques, avec des noms d'éditeurs propres et divers noms en participation ou contrôlés (Touring, Slow Food), ainsi que dans le beau livre lié aux expositions d'art. Il dispose de son propre pôle d'imprimerie. Le groupe possède divers périodiques et quotidiens en Turquie et en Europe de l'Est.

Venons-en enfin à **Giangiaco Feltrinelli editore**, le plus petit des grands groupes, mais partie intégrante de la *holding* **Effe 2005 Spa**, contrôlée par la famille Feltrinelli, et *leader* de la vente en librairie.

Giangiaco Feltrinelli Editore est présent en littérature générale adulte (Kowalski, Apogeo et Urro), dans le secteur jeunesse (Feltrinelli Kids), dans le livre pratique (Gribaudo), dans les produits audiovisuels (Real Cinema), et est récemment entré à hauteur de 10 % dans le capital de la société espagnole Anagrama.

Sous la houlette de la *holding* Effe 2005 Spa on trouve la plus connue des chaînes de librairies italiennes Librerie Feltrinelli (livres, musique, vidéo, jeux électroniques, *non-books* – produits divers hors édition –), active sur toute la Péninsule avec plus de 100 points de vente se déclinant selon divers formats commerciaux : du mégastore au magasin franchisé en passant par les centres commerciaux, les grandes librairies situées dans les gares et le site LaFeltrinelli.it pour la vente de livres en ligne. Dans ses activités à l'étranger, la *holding* est entrée dans le capital de la chaîne espagnole La Central avec un plan d'acquisition progressive. En 2008, Effe 2005 a acheté PDE, le deuxième distributeur italien de livres.

De Agostini Spa représente un autre groupe italien important, contrôlé par la famille Boroli-Drago. Très présent dans le secteur des fascicules et avec de nombreuses sociétés à l'étranger (Atlas, Planeta De Agostini), De Agostini (qui détient 36 % de Mach 2) a rassemblé ses activités éditoriales sous le nom de **De Agostini editore**, auquel sont rattachées diverses sociétés, toutes contrôlées à 100 %. Ces dernières gèrent à leur tour les maisons d'édition et les activités en ligne concernant le secteur géographique, les guides touristiques, les ouvrages de référence et les dictionnaires, les manuels scolaires (Cedam, Marietti scuola, Theorema), les essais universitaires et professionnels (Utet) et les beaux livres (White Star).

Les activités principales de la *holding* se situent toutefois en dehors de l'édition, dans les secteurs des jeux et des loteries (Lottomatica et G-Tech aux États-Unis), des médias (De Agostini Communications, pour les productions cinématographiques et télévisuelles) et de la finance (DeA Capital et d'autres sociétés du groupe).

C. Autres éditeurs

Parmi les éditeurs indépendants, on peut citer :

- en littérature générale : Sellerio, Newton Compton, E/O (qui est en train de croître sur le marché anglo-saxon sous la forme de Europa Editions, et qui détient des filiales aux États-Unis et au Royaume-Uni), Neri Pozza, Fanucci et Minimum Fax ;
- dans le secteur jeunesse : Il Castoro (avec 4 librairies) ;
- dans le livre pratique : EDT, qui détient les droits pour les guides Lonely Planet et est actif dans le secteur des essais musicaux ;

- dans les essais : Raffaello Cortina (avec ses librairies et un site de vente en ligne spécialisé en psychologie), Laterza (avec la participation de Messaggerie) et Il Mulino ;
- dans les beaux livres : Skira, Silvana Editoriale (propriété de Grafiche Amilcare Pizzi), Contrasto (photographie), Charta et Allemandi.

L'édition italienne a aussi un vaste secteur d'**édition religieuse**, qui a pour tête de file le Gruppo San Paolo, très présent également à l'étranger. Ce dernier publie des livres et des périodiques à grand tirage, propose des services et des contenus Internet et multimédias, et s'appuie sur son propre pôle de distribution et quelque 70 librairies. D'autres groupes mineurs, comme le Centro Editoriale Dehoniano, Elledici ou Il Messaggero di Sant'Antonio (livres et revues) ont tous leur propre pôle de distribution et souvent un petit réseau de librairies, confirmant le fait que, même dans un sous-secteur éminemment italien, on trouve une intégration entre édition, édition périodique, distribution et points de vente.

Parmi les principaux groupes de l'**édition scolaire**, citons l'historique Zanichelli (qui domine le marché des dictionnaires), Pearson Italia, avec divers noms spécialisés dans les ouvrages scolaires (Longman, Archimede, Paravia) et les essais – universitaires ou autres – (Bruno Mondadori), et enfin les groupes La Scuola, Principato et Il Capitello.

Reste enfin le secteur de l'**édition professionnelle**, avec Giuffré et Simone dans le champ juridique, les filiales étrangères de Wolters Kluwer et Elsevier, Hoepli Spa (des éditions scolaires et professionnelles, une grande librairie spécialisée qui reste un phénomène unique dans le paysage italien, et un site de vente en ligne spécialisé dans les essais et les publications scientifiques et professionnelles), Tecniche Nuove et les éditions de la *holding* il Sole 24 Ore, du nom du quotidien économique de la Confindustria (l'organisation du patronat italien), qui, en plus du commerce de livres, de services de divers genres (banques de données, formation) et de la vente en ligne, est également propriétaire de Radio 24, un important réseau radiophonique.

Comme on l'a vu, si la forte intégration verticale de la filière de production et de distribution est très marquée dans les grands groupes, elle est également présente dans les groupes de moyenne dimension et dans ceux de l'édition religieuse. En outre, tous les grands et moyens groupes ont des intérêts directs dans des quotidiens, des périodiques, des radios ou Internet, lesquels, dans le secteur du *trade*, jouent souvent des rôles synergiques avec les entreprises éditoriales.

IV. Diffusion, promotion et lectorat

A. Données générales

Les accords commerciaux prévoient, comme pour d'autres éditions européennes, un droit de retour, géré par les sociétés de distribution, ainsi qu'une remise indicative au détail de 30 % sur le prix catalogue, même si de fait la négociation advient en fonction d'accords définis avec les divers points de vente. Les chaînes de librairies et la GDO bénéficient généralement de remises supérieures à 30 %.

Répartition des ventes selon les canaux de distribution (valeurs en milliers d'euros)

	2008	2009	2010	variation (2009-2010)
Librairies	104 200	1 068 000	1 095 000	+2,6 %
Grande distribution (GDO)	251 000	261 000	269 000	+3,0 %
Kiosques à journaux	19 000	19 500	20 000	+2,6 %
Autres formes de vente au détail	20 000	21 900	23 000	+5,0 %
Librairies en ligne	90 400	101 200	126 000	+24,5 %
<i>e-book</i> (estimation)		1 068	1 500	+40,4 %
TOTAL A (circuit « commercial »)	1 432 202	1 472 668	1 534 500	+4,2 %
(B) Livres scolaires, édition pédagogique	676 820	667 000	648 000	-2,8 %
(C) Librairies-boutiques d'expositions et musées	26 200	23 580	25 000	+6,0 %
TOTAL D (total A + B et C)	2 147 288	2 163 148	2 207 500	+2,0 %
Courtage	268 128	213 400	181 000	-15,2 %
Ventes par correspondance	128 863	120 000	115 000	-4,0 %
Club du livre	78 885	75 000	76 000	
Ventes directes aux bibliothèques	48 000	45 000	43 000	-4,4 %
Exportation de livres italiens à l'étranger	41 100	42 000	41 800	-0,5 %
TOTAL E	564 976	495 400	457 300	-7,6 %
Fascicules de kiosques à journaux	235 168	161 100	152 950	-5,0 %

Édition électronique en cd et dvd	348 000	264 480	214 229	-19,0 %
Banques de données et services Internet	75 239	97 810	125 600	+29,9 %
Stocks et livres d'occasion et à moitié prix	84 577	95 000	115 000	+21,0 %
<i>Non-book</i> en librairie	40 700	50 500	68 200	+35 %
Initiatives spéciales	85 800	80 000	76 500	-6,8 %
TOTAL F	869 484	748 890	752 476	-0,7 %
TOTAL (D+E+F)	3 596 680	3 407 538	3 417 279	+0,3 %

Source : Bureau d'études AIE

On enregistre un accroissement des ventes de l'ordre de 3 % dans les canaux des librairies et de la GDO. Les ventes dans les *corners* des sections thématiques des grandes surfaces et les ventes occasionnelles ou liées à une actualité événementielle particulière augmentent, de même que s'accroissent particulièrement les ventes en ligne – lesquelles ne prennent pourtant pas encore en compte ici l'arrivée d'Amazon en Italie (décembre 2010).

Enfin, le marché du livre d'occasion et du livre à moitié prix augmente également, signe que le facteur prix incite à fréquenter les librairies spécialisées dans ce secteur, dans la mesure où peu de librairies traditionnelles, indépendantes ou non, ont une section consacrée aux livres d'occasion. Le *non-book* augmente lui aussi de façon significative (+35 %). Parmi les secteurs en baisse, on trouve le canal de l'édition scolaire, les ventes par correspondance et les ventes directes aux bibliothèques.

B. Le circuit commercial : librairies et grandes surfaces

Au cours de la dernière décennie, l'organisation de la vente de livres *via* le « circuit commercial », à savoir les librairies (« physiques » ou sur Internet) et la GDO ont évolué en termes de présentation, formats commerciaux, services et activités de marketing. Cela s'est traduit par une augmentation du chiffre d'affaires réalisé par ce circuit commercial de 3,4 % en 2010 (hors *collaterali* et édition scolaire) (AIE/Nielsen), qui bénéficie principalement aux chaînes de librairies et aux ventes en ligne.

Répartition des ventes par type de canal, dans le circuit commercial

	2008	2009	2010
GDO	17,50%	17,60%	17,50%
Chaînes de librairies	36,00%	37,90%	40,40%
Librairies en ligne	3,10%	3,50%	4,30%
Librairies indépendantes	43,30%	41,00%	37,90%

Source : Nielsen Bookscan Italia

Les librairies indépendantes

Les librairies sont devenues plus accueillantes, avec une meilleure exposition des livres et un intense programme de présentations et d'événements, et offrent une série de services associés à une carte de fidélité.

Pourtant, les librairies indépendantes sont de moins en moins nombreuses. Le nombre de librairies, grandes ou petites, s'élève à à peine plus de 2 000. Sur celles-ci, 687 relèvent d'une chaîne et appartiennent à des groupes d'édition ou de distribution, et 142 font partie de chaînes plus petites (jusqu'à 5 points de vente) appartenant à des opérateurs indépendants et œuvrant pour l'essentiel sur une base locale (ville, zone urbaine). Il reste environ 1 300 librairies indépendantes à direction familiale (on en comptait 1 475 en 2005).

Chaînes principales, Grande distribution (GDO), vente en ligne

Les grandes chaînes

De nouveaux « formats commerciaux » se sont récemment répandus en Italie : grands mégastores présentant, en plus des livres, une offre articulée de musique, vidéo et *non-books* ; points de vente spécifiquement conçus pour le public des centres commerciaux ; marchands de journaux affichant désormais un assortiment plus vaste et non improvisé... La formule du franchisage s'est aussi beaucoup étendue (350 librairies).

- **La Feltrinelli** (propriété de la *holding* familiale Effe 2005), plus de 100 librairies et une récente ouverture au franchisage (Feltrinelli Point).
- **Librerie Giunti al punto** (160 points de vente) et **Ubik** (24 points de vente en franchisage), (propriété de Messaggerie Italiane et Gruppo Giunti).
- **Librerie Mondadori** : 25 librairies gérées directement, 267 librairies franchisées, 212 Edicolé (librairies-presse franchisées), 80 librairies de Mondolibri (club de livre).
- **Librerie San Paolo** (20 points de vente) et **Librerie Paoline** (47 points de vente) (propriété du Gruppo San Paolo, édition religieuse).
- **Librerie Coop** : 22 librairies (propriété de Coop Adriatica, l'une des principales sociétés de grande distribution au niveau européen).
- **Libraccio** : 19 points de vente, livres neufs et d'occasion de littérature générale et édition scolaire (propriété de DMB).
- **MelBookstore** : 6 librairies (propriété de Messaggerie Italiane).
- **Fnac** : 6 mégastores de livres, musique, vidéo et produits de consommation électroniques.
- **Arion** : 21 librairies.
- **La Giannella**, 7 librairies.
- **Edison bookstore et librairies franchisées** : 30 points de vente.
- **Galla** : 6 librairies.
- **Guida** : 12 points de vente situées principalement entre Naples et la Campanie, société indépendante.
- **Elledici** : 14 points de vente, édition religieuse, propriété de la maison d'édition indépendante du même nom.

La Grande distribution (GDO)

La part de la GDO n'a pas significativement changé ces dernières années, tant en raison d'une crise de la consommation qui a touché tous les produits dans les supermarchés que du fait de la concurrence sur le prix de la part des chaînes de librairies et des librairies en ligne. Les principaux opérateurs ayant un secteur livres sur le marché italien sont Auchan, Carrefour, Coop et Esselunga.

Les ventes en ligne

En revanche, la vente en ligne augmente de manière significative : +25 % en 2010, et cela sans la présence d'Amazon, qui devrait entraîner encore une augmentation significative. La croissance de la vente en ligne sur le marché italien est manifeste, en regard de la faible confiance des consommateurs nationaux à l'égard des achats par carte de crédit et de quiconque promet une livraison rapide et garantie. Cependant, jusqu'à ce jour, la vente en ligne n'a pas constitué une concurrence dangereuse pour les librairies traditionnelles, malgré la possibilité d'effectuer des remises sans restriction avant l'introduction de la loi de 2011. Quoi qu'il en soit, l'introduction d'Amazon est en soi un signe que ce canal de vente a de bonnes possibilités de croissance.

C. La distribution

Comme nous l'avons dit, la distribution italienne est directement gérée par les groupes éditoriaux de grande et moyenne dimension. Les éditeurs indépendants de littérature générale s'en remettent pour l'essentiel à Messagerie Libri Spa (branche d'entreprise de Messagerie Italiana), à PDE Spa, ancien consortium de distributeurs régionaux centralisé dans une unique société après avoir été racheté par Effe 2005 (Feltrinelli), ou à la Distribuzione RCS.

On compte en outre quelque 300 petits distributeurs spécialisés dans des secteurs spécifiques (littérature générale, édition scolaire ou professionnelle), qui agissent sur une base régionale ou locale et qui participent parfois à de petits consortiums.

Les entreprises ou branches d'entreprise travaillant uniquement dans la distribution ont un ou plusieurs réseaux de vente consacrés à des noyaux d'éditeurs. Dans le cas où les achats ne sont pas centralisés par les diverses chaînes de librairies, le réseau de vente rassemble les commandes et autorise les retours. Dans l'usage professionnel, le réseau de vente est aussi appelé « réseau promotionnel ».

Pour la grande distribution, il existe essentiellement deux réseaux : **Mach 2** (société de Mondadori, RCS et De Agostini) et **Opportunity**, l'une des nombreuses sociétés de Messagerie Italiana. On trouve d'autres petits distributeurs indépendants qui travaillent dans la GDO.

D. La promotion

La publicité et la presse

La promotion du livre et des produits éditoriaux a certaines caractéristiques spécifiquement italiennes. En matière de publicité, ce n'est qu'avec l'abaissement radical des coûts que les éditeurs petits et moyens ont pu eux aussi envisager de faire de la publicité dans les quotidiens et les revues. En général, le coût de la publicité a cependant une trop grande incidence sur le compte d'exploitation et, mis à part les grands groupes, celle-ci n'est utilisée que de manière épisodique par la plupart des éditeurs, essentiellement pour le lancement de nouvelles initiatives, de campagnes de réduction, de promotions saisonnières ou de *best-sellers*.

L'activité en direction de la presse a considérablement augmenté dans la dernière décennie, non seulement du fait de l'activité des services de presse internes aux maisons d'édition, mais également en raison de la prolifération de petites et de grandes agences de communication et de professionnels indépendants, tous à la recherche de recensions dans des quotidiens et des revues tout comme de passages à la télévision ou à la radio.

Depuis les années 90, il n'existe plus en Italie de revues littéraires de haut niveau et à diffusion nationale telle que *Lire* ou le *Magazine Littéraire*. Ce rôle a été repris par les suppléments littéraires des principaux quotidiens (*Il Corriere della Sera* avec *La Lettura*, *La Repubblica* avec *Cult* et divers suppléments hebdomadaires consacrés à l'actualité et à la culture, *Il Sole 24 Ore* avec *Domenica* et *La Stampa* avec *Tuttolibri*). Certains quotidiens locaux ont leur propre supplément culturel, fort apprécié, mais la plupart n'ont que de faibles répercussions sur les ventes de livres. En même temps, les rubriques consacrées aux livres sont très répandues dans toute la presse périodique, des hebdomadaires à grand tirage (*Vanity Fair*, *L'Espresso*, *Panorama*) aux magazines féminins les plus importants, aux revues sectorielles ou spécialisées et aux divers sites Internet indépendants ou liés à des journaux.

La télévision, aussi bien publique que privée, a pratiquement abandonné les émissions consacrées à la culture et aux livres, mais il arrive que l'on parle occasionnellement de livres dans les *talk-shows* dont le format prévoit la participation d'auteurs. Les radios indépendantes et les grands réseaux sont toujours présents dans les plans promotionnels des maisons d'édition, même si la seule émission radiophonique parlant de livres de façon constante (à l'instar de France Culture) est « Fahrenheit », de Rai Radio 3, et que la seule émission télévisée ayant une incidence avérée sur les ventes est *Che tempo che fa*, animée par Fabio Fazio.

Aux *mailings* et aux *newsletters* se sont depuis quelques années ajoutés les réseaux sociaux et les bandes-annonces de livres, même si les actions de marketing bien orchestrées et efficaces sur ces médias sont encore rares.

La publicité de livres sur les affiches, que ce soit dans la rue ou dans les stations de métro et de transports publics, est totalement épisodique.

Festivals, prix littéraires, foires

Les **prix littéraires** se sont multipliés dans les années 90 et jouent davantage un rôle de prestige pour les administrations locales qu'ils ne constituent une réelle action de stimulation et de débat pour le paysage culturel. Les grands prix ont perdu de leur brio et de leur efficacité et désormais seuls deux d'entre eux, le Premio Strega et le Campiello, bénéficient de passages importants à la télévision et d'une grande attention de la presse.

En même temps, se sont multipliés les présentations et les rencontres avec les auteurs, de même que les festivals littéraires et culturels. **Les présentations de livres et d'auteurs** sont presque toutes véhiculées par l'activité promotionnelle des librairies (qu'il s'agisse de chaînes ou de librairies indépendantes) et par certains centres commerciaux. Pour avoir un terme de comparaison, le service des événements de Mondadori organise à lui seul quelque 2 000 présentations par an, et les événements des librairies Feltrinelli (en grande partie autour des livres, mais il peut s'agir également de performances de groupes de musique ou de présentations de produits multimédias et de jeux vidéos) s'élèvent à 1 500 par an.

Festivals

Depuis la naissance en 1997 à Mantoue de Festivaletteratura, événement considéré par tous comme un modèle, les festivals culturels italiens se sont multipliés ; on en dénombre aujourd'hui plus de 200. Une grande partie d'entre eux sont nés à l'initiative des administrations locales, dans la mouvance d'une mode collective qui a trouvé dans les festivals un format élastique, capable de s'adapter à chaque thème et à chaque dimension citadine.

Certaines études ont exagéré l'ampleur du retour économique des divers festivals sur les territoires où ils sont implantés, les critères d'évaluation, contraints de démontrer un résultat positif sur le plan des recettes touristiques, ne trouvant que rarement une confirmation dans la réalité.

La surabondance de festivals a tellement saturé les pages Culture des quotidiens, que désormais la presse nationale ne s'intéresse qu'à quelques-uns d'entre eux. Pour tous, en Italie comme dans le reste de l'Europe, la plus grande partie du public reste locale ou tout au plus transrégionale.

Les principaux festivals italiens pouvant constituer un efficace tremplin promotionnel, y compris pour les auteurs étrangers, sont:

Dans le domaine littéraire:

- Festivalletteratura, Mantoue (septembre) ;
- Festival delle Letterature, Rome, (mai - juin) ;
- Pordenonelegge, Pordenone (mars).

Dans le domaine de la culture et du divertissement :

- La Milaneseana, Milan (juillet) ;
- Festival della Mente, Sarzana, (septembre) ;
- Torino spiritualità, Turin (septembre - octobre).

Sur le front du journalisme et des questions géopolitiques :

- Internazionale, Ferrare, (octobre) ;
- Festival Internazionale del Giornalismo, Pérouse (avril).

Festivals spécialisés :

- Festival Economia (économie), Trente, (juin) ;
- Festivalfilosofia (philosophie), Modène , (septembre) ;
- Lucca Comics (bande dessinée), Lucques (octobre) ;
- Festival della Scienza (sciences), Gênes (octobre - novembre).

Foires

Les foires éditoriales ont elles aussi connu une nette expansion dans la dernière décennie, se révélant un intéressant canal de vente et de contact avec le public sur une base locale, mais aussi un lieu de rencontres professionnelles internationales. Toutes ont toujours un programme intense de rencontres avec les auteurs et de débats. On n'en compte cependant que trois principales :

- Il Salone Internazionale del Libro di Torino, salon international du livre de Turin (mai) ;
- Bologna Children's Book Fair, foire du livre pour enfants de Bologne (avril) ;
- Più Libri Più Liberi, Rome (décembre), salon consacré à la petite édition indépendante.

E. La lecture

De façon générale, l'Italie reste un pays scindé en deux, y compris en ce qui concerne la lecture. En effet, le marché du livre enregistre une chute des ventes dans toutes les régions du Sud.

Sur l'ensemble du territoire, l'indice de lecture, l'une des faiblesses structurelles du paysage italien, continue à croître d'année en année. En 2010, près de 50 % de la population de plus de 6 ans déclarait avoir lu au moins un livre non scolaire dans les 12 derniers mois (ISTAT). Pour avoir un terme de comparaison, en 1995, 39,1 % de la population lisait au moins un livre par an.

Si l'on considère les indicateurs enregistrés en 2009, presque un million de nouveaux lecteurs sont entrés sur le marché cette année par rapport à l'année précédente ; il s'agit de la croissance la plus significative depuis 1998.

Si cela représente certes un aspect positif dans un marché encore réduit tel que le marché italien, où 44,3 % des lecteurs ne lisent pas plus de 3 livres par an, la sortie de titres à grand succès conditionne toutefois la consommation de lecture de façon plus incisive que dans d'autres éditions européennes.

Répartition de la population des lecteurs (+ de 6 ans), selon le nombre de livres lus par an

	Lecteurs d'au moins 1 livre par an	Lecteurs de 1 à 3 livres par an	Lecteurs de 4 à 11 livres par an	Lecteurs de plus de 12 livres par an
2000	21 140 000	10 464 000	8 118 000	2 558 000
2010	26 440 000	11 802 000	10 615 000	4 023 000

Source : Bureau d'études AIE, d'après données ISTAT

Les problèmes intrinsèques de la lecture en Italie demeurent cependant en arrière-plan. Si une croissance a eu lieu, elle s'est faite lentement, dans le contexte d'une scolarisation peu efficace et d'une relève des générations pénalisée par un faible taux de natalité. Ainsi, la génération des plus âgés, moins scolarisés, a tendance à sortir facilement de la population des lecteurs, mais n'est que partiellement remplacée par une jeune génération, pourtant plus scolarisée, qui ne pratique pas forcément la lecture.

Si la rénovation des librairies et une offre mieux articulée en fonction des contenus et des tranches de prix (collections, titres, nouveaux éditeurs, etc.) ont probablement permis de capter une part de « faibles » lecteurs, cela a surtout permis de conserver les « moyens » et « forts » lecteurs. En effet, seuls 15,1 % des lecteurs (soit 7,1 % de la population) lisent au moins un livre par mois, tandis que 43,3 % (soit 20,7 % de la population) peinent à en lire un tous les 4 mois.

Pour synthétiser, l'édition italienne est centrée sur trois catégories de lecteurs :

- Les « forts » lecteurs (au moins 12 livres par an) : cette catégorie a presque doublé entre 1998 et 2010 (+49,3 %), tandis que les « faibles » lecteurs n'ont augmenté que de 7 % au cours de la même période ;
- Le public féminin : 53,1 % des femmes lisent, contre 40,1 % des hommes; dans toutes les tranches d'âge, le nombre de lectrices est toujours supérieur au nombre de lecteurs ;
- Les jeunes lecteurs (6-17 ans) : dans la dernière décennie, la part d'enfants/adolescents ayant déclaré lire au moins un livre non scolaire par an est passée de 49,5 % en 2000 à 58,4 % en 2010.

La croissance de la lecture chez les jeunes s'explique, plus que par la scolarisation, par un profond changement sociologique dans le rapport parents-livre-enfants. Diverses recherches italiennes sur les comportements de lecture des enfants en rapport aux parents (Doxa, Astra, IstatMultiscopo, AIE) ont montré que la valeur attribuée à la lecture dans l'enfance et l'adolescence est plus élevée lorsque les couples de parents sont jeunes et sont restés plus longtemps dans les cursus scolaires, utilisent Internet à la maison, voyagent davantage à l'étranger et sont en moyenne mieux informés. En revanche, en Italie plus que dans d'autres nations, la valeur de la lecture auprès des jeunes adultes demeure un point critique.

Par ailleurs, après la période de scolarité obligatoire, l'indice de lecture des jeunes adolescents s'écroule, certainement du fait de la concurrence d'autres médias et d'une moindre influence des parents sur les modes de vie, quitte à reprendre ensuite à l'âge adulte. En ce sens, la lecture des jeunes adultes reste l'un des facteurs critiques de l'offre pour l'édition, car elle n'est pas en mesure d'en intercepter les comportements et les besoins, ni d'y répondre avec des produits appropriés.

Enfin, une enquête Nielsen utilisant des paramètres différents de l'étude ISTAT, et centrée sur le rapport lecture/achat, recense 17 millions d'acquéreurs (au-dessus des 14 ans) ayant acheté « au moins un livre » ; parmi ceux-ci, les diplômés les plus élevés (diplôme universitaire et baccalauréat) engendrent une plus grande intensité d'achat.

Ces « hauts acquéreurs » (6,8 millions de personnes) sont de type « multicanal », c'est-à-dire qu'ils privilégient l'achat dans les mégastores, en ligne et dans les clubs, et s'adressent beaucoup moins aux librairies traditionnelles. 46 % d'entre eux ont entre 25 et 34 ans : ces deux tranches d'âge, qui vont peu dans les bibliothèques, ne se prêtent pas les livres entre amis, ont un bon revenu à disposition et une plus grande facilité d'achat, et ont une instruction plus élevée, sont celles qui contribuent de manière significative aux ventes de livres. Mais seuls 40 % déclarent avoir lu le livre acheté au cours du dernier mois, et seuls 27 % avoir lu des livres achetés dans une période récente.

À l'heure actuelle, il n'a pas encore été mené d'étude en Italie sur la concurrence entre la lecture et les contenus disponibles sur les *smartphones* et les consoles, qu'il s'agisse des contenus visuels ou des jeux vidéos, des réseaux sociaux ou des séries télévisées et de la télévision sur Internet.

V. L'édition italienne à l'international

A. L'import-export

L'internationalisation de l'édition italienne au cours de la dernière décennie a été marquée par des acquisitions, des *joint-ventures* et des ouvertures à l'étranger dont nous avons déjà rendu compte en décrivant l'activité des maisons d'édition. Elle a toutefois également été caractérisée par une nouvelle capacité des éditeurs, grands et petits, à améliorer les exportations, la vente de droits et les co-éditions, parfois avec la participation active des agents littéraires, plus présents en Italie qu'ils ne le sont en France, en Espagne ou en Allemagne.

L'exportation de livres italiens demeure fondamentalement stable (41,8 millions d'euros en 2010) et ne représente que 1,2 % du marché, puisque le marché italoophone correspond au marché intérieur, à la différence des marchés anglophone, francophone, hispanophone, et même germanophone.

Cette faiblesse structurelle a été aggravée par un certain nombre de facteurs : l'absence de politiques institutionnelles visant à promouvoir l'enseignement de l'italien à l'étranger (université, écoles) ; la réduction drastique des ressources allouées aux centres culturels italiens à l'étranger ; l'absence de relations avec l'industrie culturelle italienne et ses auteurs (écrivains, mais également réalisateurs et metteurs en scène pour le cinéma et le théâtre, musiciens) ; une participation aux événements internationaux (foires, festivals) épisodique et désormais privée du soutien de l'Istituto per il commercio estero (ICE), l'institut italien pour le commerce extérieur qui a fermé récemment et qui était la seule institution à promouvoir et appuyer des actions destinées au secteur éditorial ; enfin, une politique d'incitation et de soutien aux traductions pourvue de budgets si modestes et d'une procédure si complexe et confuse qu'elle représente un bien faible attrait pour les maisons d'édition.

Pour la France, l'Italie est le 10^e client en termes d'exportation d'ouvrages en français.

B. Livres publiés en langues étrangères par des éditeurs italiens

Les livres d'éditeurs italiens publiés directement en langues étrangères augmentent également, pour l'essentiel des livres d'art et des beaux livres en anglais ayant trouvé dans les musées et les fondations des partenaires importants.

C. Échanges de droits

Données-clés

Les échanges internationaux consistent essentiellement en des cessions et acquisitions de droits, avec des chiffres peu élevés mais significatifs. La vente de droits d'auteur italiens est passée de 1 800 titres en 2001 à 4 271 en 2011 (ICE-DOXA), la primauté allant aux livres jeunesse (23,7 % des cessions), aux essais (21,3 %), aux romans (16,6 %) et aux beaux livres.

L'édition jeunesse, notamment, s'est distinguée en termes de cessions de droits non seulement avec des *best-sellers* comme les séries de Geronimo Stilton et des Witch, mais également avec de nombreux titres de qualité dans toutes les tranches d'âge, à tel point que, en 2010, il y a eu plus de livres pour enfants italiens dont les droits ont été cédés à l'étranger (1 607 titres) que de livres de jeunesse étrangers traduits en italien (1 283 titres). La nouvelle capacité de l'édition jeunesse italienne (qui cède 65 % des droits de traduction en Europe et 21 % en Asie) consiste précisément à penser directement aux marchés internationaux, aussi bien en termes de présentation qu'en termes de contenus, et à maintenir des normes de qualité élevées, raison de son succès. Un succès véhiculé également par Atlantyca, qui gère les droits étrangers de Geronimo Stilton et des centaines de titres de diverses maisons d'édition (EL, Piemme, Edicart, Lapis, Franco Cosimo Panini), qui produit des films d'animation et qui a récemment ouvert une section recherche consacrée aux jeux vidéos, aux applications et à Internet.

Les acquisitions de droits ont également enregistré d'importants changements au cours de la décennie. Aujourd'hui, un *exemplaire* sur trois dans le circuit commercial du livre en Italie est d'un auteur étranger traduit en italien, en termes de *titres* le rapport tombe à un sur cinq, soit 20 %. En 1997, la part des titres étrangers traduits vendus en Italie était de 40,3 %.

Le pourcentage reste un peu plus élevé dans l'édition universitaire et le secteur STM/professionnel, où le poids des auteurs étrangers (en termes de titres) tourne en moyenne autour de 34 % pour les matières hors sciences humaines.

Part des ouvrages traduits dans la production italienne d'ouvrages « Adulte »

	1990	2000	2009
<i>Nombre de titres produits</i>	30 824	42 914	48 055
dont : italiens	23 057	32 598	37 361
dont : traductions	7 767	10 316	10 694
<i>Nombre d'exemplaires (en millier)</i>	147 000	186 654	134 645
dont : italiennes	94 189	123 257	81 878
dont : traductions	53 211	63 397	52 767
Part des titres traduits dans la production	25,2 %	24,0 %	22,2 %
Part des exemplaires des titres traduits dans la production	36,1 %	34,0 %	39,1 %

Source : Bureau d'études AIE, d'après des données ISTAT

L'édition italienne reste tributaire des traductions, surtout en littérature générale, où l'on enregistre durant toute la décennie une moyenne de 10 000 traductions de nouveaux titres par an et où, de façon plus générale, les traductions représentent 21 % des titres de toute la production en 2010, selon l'AIE.

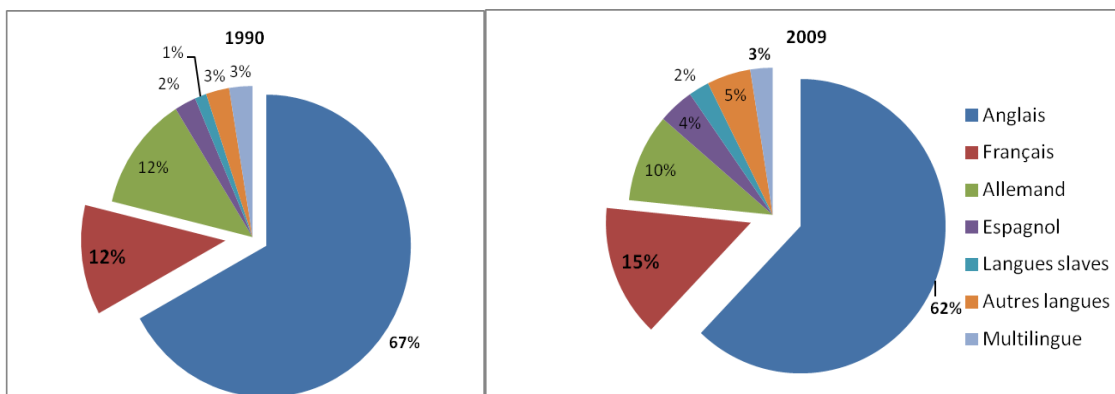
En littérature générale précisément, et notamment dans la tranche des livres les plus vendus, on enregistre cependant depuis quelques années une nette inversion de tendance. Aujourd'hui, non seulement la part de livres italiens introduits sur le marché est beaucoup plus élevée que dans les années 90, mais les *best-sellers* eux-mêmes sont de plus en plus souvent des ouvrages d'auteurs italiens, que ce soit parce que la fascination pour le roman de type anglo-saxon s'est épuisée, ou parce que les auteurs et les éditeurs ont amélioré les contenus, les présentations et le marketing des livres italiens.

Langues d'origine des ouvrages traduits en italien (ouvrages « Adulte »)

	1990	2000	2009
<i>Nombre de titres produits</i>	30 824	42 914	48 055
<i>dont : traductions</i>	7 767	10 316	10 694
Langue d'origine			
Anglais	5 204	6 851	5 937
Français	917	1 324	1 386
Allemand	955	1 016	930
Espagnol	186	358	378
Langues slaves	101	131	219
Autres langues	201	475	462
Multilingue	203	161	234

Source : Bureau d'études AIE, d'après des données ISTAT

Part de chacune des langues d'origine sur l'ensemble de la production d'ouvrages traduits (ouvrages « Adulte »)



Source : Bureau d'études AIE, d'après des données ISTAT

Si 60 % des traductions proviennent du bassin anglophone, ce sont les auteurs français qui, plus que pour toute autre souche linguistique, ont gagné du terrain ces dernières années : si l'on comptait 917 titres en 1990, le nombre s'élevait à 1 386 en 2009. Cette tendance ne concerne pas les auteurs allemands (en baisse, avec 930 traductions) ni les auteurs hispanophones lesquels, malgré la proximité linguistique et culturelle avec l'Italie, continuent à ne rencontrer qu'un faible succès (sauf les exceptions représentées par Zafon et Falcones) : de 186 titres traduits en 1990, on passe à peine 378 titres traduits en 2009.

L'édition italienne regarde vers l'étranger également à travers de petites maisons d'édition qui se consacrent uniquement ou presque, à une seule aire linguistique. Signalons entre autres : Iperborea, prestigieuse maison d'édition née en 1987 et tournée exclusivement vers les pays scandinaves, dont elle a commencé à proposer les titres bien avant la mode récente née dans le sillage de Larsson ; Metropoli d'Asia (2008), qui sonde la littérature *trendy* en provenance de l'Inde, de la Chine et de l'Extrême-Orient, tandis que ObarraO (2001) est plus centrée sur le Sud-Est asiatique ; Voland (1995), pour la littérature de langue slave et russe ; Cavallo di Ferro (2005), pour la langue portugaise et brésilienne ; pour la littérature sud-américaine, SUR, née en 2011 d'une côte de Minimum Fax, et La Nuova Frontiera ; ou La Giuntina (1980), particulièrement attentive à la littérature juive et israélo-palestinienne. Pour leur part, les éditions Edizioni Lavoro continuent depuis 1980 leur œuvre de recherche dans la littérature des pays en développement, avec une attention particulière pour l'Afrique. Une maison d'édition moyenne telle que E/O, qui a aujourd'hui des filiales aux États-Unis et au Royaume-Uni, et qui traite des auteurs de *best-sellers* tels que Barbery, Sebald ou Ferrante, a commencé en 1979 précisément en se concentrant sur les pays d'Europe de l'Est et sur la littérature américaine.

Le coût des traductions à partir des langues principales est compris dans une fourchette allant de 10 euros à 22 euros le feuillet de 2 000 signes. Les agents littéraires négocient

un pourcentage sur les recettes perçues par l'auteur, en moyenne 10 % sur les droits italiens et 20 % sur les titres vendus à l'étranger. À la différence d'autres éditions européennes, les traducteurs ne perçoivent pas de droits d'auteur.

Analyse des *best-sellers* italiens et étrangers sur le marché italien

Ces dernières années en Italie, on traduit en moyenne moins et l'on mise de plus en plus sur les auteurs italiens, mais l'édition italienne est encore généreuse en matière d'acquisition de droits étrangers. En effet, si parmi les 30 auteurs les « mieux vendus » de 2010 n'apparaissent que 5 auteurs étrangers contemporains (Follett, Barbery, Zafon, Lackberg et Kepler), dans la liste cumulative Nielsen de janvier-octobre 2011, on trouve 11 auteurs étrangers dans les 30 premières places, et 28 dans les 100 premières places.

Outre les principaux auteurs de *best-sellers* communs au monde entier (Wilbur Smith, Ken Follett, Carlos Ruiz Zafon, Paulo Coelho, Patricia Cornwell, Stieg Larsson, Khaled Hosseini, Ildefonso Falcones, etc.), on trouve, dans l'aire francophone, Muriel Barbery, Fred Vargas et Stéphane Hessel, ainsi que les classiques Simenon et Saint-Exupéry. De nouveaux auteurs de littérature de genre comme Glenn Cooper (Nord) se sont fait une place au soleil, mais les cas éditoriaux de l'année, toujours dans la fiction étrangère et jusqu'à fin octobre 2011, ont été Clara Sánchez et Vanessa Diffenbaugh (toutes deux chez Garzanti), ainsi que Melissa Hill (Newton Compton).

Les auteurs à l'origine de *best-sellers* italiens de ces dernières années sont Mauro Corona, Margaret Mazzantini, Roberto Saviano, Paolo Giordano, Alessandro D'Avenia et Antonio Pennacchi (Premio Strega 2010), tous chez Mondadori ; Niccolò Ammaniti, Francesco Piccolo, Giancarlo De Cataldo et Michela Murgia (Einaudi) ; Donato Carrisi (Longanesi) ; Paola Mastrocola (Guanda) ; Alessandro Baricco, Stefano Benni et Erri De Luca (Feltrinelli) ; Andrea Vitali (Garzanti) ; Gianrico Carofiglio, Silvia Avallone et Giampaolo Pansa (Rizzoli) ; Andrea Camilleri, Marco Malvaldi, Simonetta Agnello Hornby et Marco Molesini (Sellerio) ; Marcello Simoni (Newton Compton), vainqueur du Premio Strega 2011 et Edoardo Nesi (Bompiani) ; et Giorgio Faletti (Dalai).

La plus grande surprise de 2010-2011 a toutefois consisté dans les livres de cuisine de Benedetta Parodi (A. Vallardi), journaliste et présentatrice d'une rubrique du journal télévisé de la chaîne Italia 1, qui ont vendu plus d'un million d'exemplaires. Toujours avec la signature de stars de la télévision, on trouve les titres *best-sellers* de la journaliste et animatrice Serena Dandini (Rizzoli), des humoristes et écrivains Fabio Volo et Luciana Littizzetto (Mondadori) ou du présentateur de *talk-shows* Bruno Vespa (Mondadori) – ce qui confirme que la télévision reste un formidable tremplin de vente pour ses propres personnalités.

La non-fiction, au cours de cette période a été marquée par les enquêtes sociales et politiques et par les reportages de dénonciation. Parmi les nombreux auteurs de ce secteur, il faut citer Gian Antonio Stella et Sergio Rizzo qui, avec *La Casta* (Rizzoli),

ont inauguré le phénomène ; Roberto Saviano (Mondadori, Feltrinelli), devenu une personnalité connue aussi à l'étranger grâce à *Gomorra* (Mondadori) et Marco Travaglio (Chiarelettere, Garzanti), implacable limier à l'affût des méfaits de toute la classe politique. Gianluigi Nuzzi (Chiarelettere) et Pino Aprile (Piemme) sont aussi d'autres auteurs d'enquêtes à succès.

Parmi les auteurs d'essais généraux les plus vendus, on trouve le directeur du journal *La Stampa* Mario Calabresi, le mathématicien Piergiorgio Oddifreddi (Mondadori), Tiziano Terzani, disparu en 2004 mais encore très prisé (Longanesi), le théologien Vito Mancuso (Garzanti, Raffaello Cortina, Mondadori), l'oncologue Umberto Veronesi (Giunti, Mondadori), le journaliste et historien Corrado Augias (Mondadori), Federico Rampini et ses reportages (Mondadori) et le biographe Pietro Citati (Mondadori).

Conclusion

Malgré ses dimensions et ses limites structurelles (aire linguistique, indices de lecture, politiques institutionnelles), l'édition italienne montre une bonne capacité de maintien, en dépit de la crise économique et de la dérive politique et culturelle de la dernière décennie.

Ce sont précisément ses points faibles, comme le maigre niveau d'innovation, la fragilité et l'inefficacité du système scolaire et le bas niveau de lecture, qui peuvent constituer les éléments d'une possible expansion du marché. En effet, la reprise de l'économie, dans un contexte politique et institutionnel différent, présuppose une action efficace précisément sur les points critiques, et donc sur les valeurs attribuées à la culture. Si cette reprise devait avoir lieu, l'édition en bénéficierait également, notamment de façon induite à partir d'autres secteurs (tourisme, pratiques culturelles, information).

Par ailleurs, l'Italie aurait sans doute besoin d'infrastructures en mesure de soutenir l'édition numérique, comme la large bande, d'un relais générationnel conséquent, d'une promotion de la lecture, de nouvelles politiques en matière d'instruction, etc.

Dans la filière, les éditeurs doivent encore faire de profonds investissements en termes d'organisation, d'adéquation technologique et de renforcement des capacités en matière de marketing en ligne, de façon à pouvoir saisir au mieux les opportunités offertes par le numérique.

Le monde éditorial français peut observer avec intérêt l'édition italienne, qui a toujours considéré la France comme une sorte de sœur aînée à prendre en exemple pour les politiques sur la lecture, la loi sur le livre, la gestion des bibliothèques, et l'attention aux petites maisons d'édition et aux librairies indépendantes.

Les éditeurs et les agents italiens, qui sont toujours présents dans les salons professionnels à l'étranger, connaissent bien l'édition française et ses acteurs, et la plupart des éditeurs grands et moyens ont des chercheurs de talents se consacrant au marché français. Dans les 10 dernières années, l'augmentation constante des traductions et du flux des droits de la France vers l'Italie en est la démonstration.

Annuaire

N.B : cet annuaire est une sélection restreinte de quelques éditeurs et professionnels du livre italiens cités dans cette étude et n'est donc pas du tout exhaustif. Pour plus d'information sur les groupes d'édition en Italie, vous pouvez consulter l'organigramme Italie, téléchargeable sur le site du BIEF (bief.org)

Éditeurs

Bruno Mondadori

Via Archimede 10 - 20129 Milan

Tél. : +39 0274823.1

Fax : +39 0274823278

Internet : www.brunomondadori.com

Directeur éditorial : Mariarosa Bricchi

E-mail : info@brunomondadori.com

Spécialités : achetée par le groupe Pearson, c'est une maison d'édition publiant des essais dans tous les domaines, de l'anthropologie à la communication en passant par l'histoire et la critique d'art. Elle a également étendu son catalogue à la philosophie, l'économie, l'histoire...

De Agostini Editore

Via Giovanni da Verrazzano 15 - 28100 Novare

Tél. : +39 03214241

Fax : +39 0321471286

Internet : www.deagostini.it

Directeur éditorial : Valeria Ramondi, Matteo Faglia

E-mail : info@deagostini.it

Spécialités : littérature générale, tourisme et voyages, ouvrages de références, dictionnaires, littérature jeunesse. Le groupe, qui fait partie d'une holding qui opère dans différents secteurs industriels et financier semble se détacher de l'édition de livres (plusieurs filiales ont été cédées récemment) mais De Agostini editore continue son activité, essentiellement dans le secteur jeunesse, dictionnaires, voyages et beaux livres.

E/O

Via Gabriele Camozzi 1 - 00195 Rome

Tél. : +39 063722829

Fax : +39 0637351096

Internet : www.edizionieo.it

Directeur général : Alessandro Ferri

Directeur éditorial : Alessandra Ozzola

E-mail : info@edizionieo.it

Spécialités : littérature générale, littérature jeunesse, essais généraux. La maison a ouvert avec succès une filiale aux Etats-Unis puis une autre au Royaume-Uni.

EDT

Via Pianezza 17 - 10149 Turin

Tél. : +39 011 5591811

Fax : +39 0115591824

Internet : www.edt.it

Directeur général : Enzo Peruccio

Directeur éditorial : Claudia Peruccio

E-mail : edt@edt.it

Spécialités : Tourisme et voyages, Lonely Planet Italia, essais sur la musique. La maison d'édition publiait initialement principalement des essais sur la musique. Elle est devenue dans les années 90 la détentrice des droits en Italie pour les guides Lonely Planet grâce auxquels elle a fait sa fortune. Elle développe également diverses collections de littérature de voyage et a récemment commencer une collection de romans jeunesse.

EL

Via Ressel 5 - 34018, Dorligo della Vale, Trieste

Tél. : +39 0403880311

Fax : +39 043880330

Internet : www.edizoniel.com

Directeur général et éditorial : Orietta Fatucci

E-mail : edizoniel@edizoniel.it

Spécialités : littérature jeunesse. Une des principales maisons d'édition de littérature jeunesse. Dans les années 90, elle s'est développée grâce au *libro game* (de l'anglais *gamebook*, livre associé à des jeux) et à d'autres propositions novatrices. C'est une référence pour le secteur.

Fanucci

Via delle Fornaci 66 - 00165 Rome

Tél. : +39 0639366384

Fax : +39 066382998

Internet : www.fanucci.it

Directeur général et éditorial : Sergio Fanucci

E-mail : foreign.rights@fanucci.it

Spécialités : littérature générale, thriller, science fiction, horreur, fantastique.

Giangiaco Feltrinelli

Via Andegari 6 -20121 Milan

Tél. : +39 02725721

Fax : +39 0272572500

Internet : www.feltrinelli.it

Directeur général et éditorial : Carlo Feltrinelli

Secrétariat éditorial : Ginevra Villa

E-mail : ginevra.villa@feltrinelli.it

Spécialités : littérature générale, littérature jeunesse, essais généraux. Publie beaucoup de littérature, des essais de haut niveau dans le domaine des sciences humaines et de la philosophie et dispose d'une grande collection de livres de poche.

- *Kowalski*

Via Andegari 6 -20121 Milan

Tél. : +39 02725721

Fax : +39 0272572500

Internet : www.kowalski.it

E-mail : info@kowalski.it

Spécialités : fiction et non-fiction grand public avec notamment de nombreux thrillers, des livres pratiques et de développement personnel, des livres de divertissement.

- *Apogeo*

Tél. : +39 02289981

Fax : +39 0226110334

Internet : www.apogeononline.com

E-mail : apogeo@apogeononline.com

Spécialités : essais en informatique, essais professionnels, essais scientifiques, économie, médias. Un vaste catalogue très centré sur le monde numérique, dans toutes ses approches. Pionnière dans les essais sur le e-book, elle propose un catalogue de littérature universitaire et professionnelle.

Gruppo Giunti

Via Bolognese 165 - 50139 Florence

Tél. : +39 05550621

Fax : +39 0555062298

Internet : www.giunti.it

Directeur général : Sergio Giunti

E-mail : informazioni@giunti.it

Spécialités : littérature générale, littérature jeunesse, beaux livres, livres pratiques. Un groupe éditorial généraliste qui s'est concentré depuis quelque temps sur la littérature jeunesse et les livres pratiques.

Il Castoro

Viale Abruzzi 72 - 20131 Milan

Tél. : +39 0229513529

Internet : www.castoro-on-line.it

Directeur général et éditorial: Renata Gorgani

E-mail : info@castoro-on-line.it

Spécialités : littérature jeunesse, essais en sciences humaines, cinématographie. Née d'une collection de monographies de réalisateurs italiens, elle est passée avec succès à l'édition jeunesse.

Il Mulino

Strada Maggiore 37 - 40125 Bologne

Tél. : +39 051256011

Fax : +39 051256034

Internet : www.mulino.it

Directeur général : Giuliano Bassani

Directeur éditorial : Giovanna Movia

Secrétariat éditorial : Paola Pecchioli

E-mail : paola.pecchioli@mulino.it

Spécialités : Un groupe d'intellectuels et d'universitaires est à l'origine de la création de cette maison d'édition spécialisée en essais généraux et universitaires et orientée vers les sciences humaines, en particulier la philosophie, l'économie et le droit.

Laterza

Via di Villa Sacchetti 17 -00197 Rome

Tél. : +39 0645465311

Fax : +39 063223853

Internet : www.laterza.it

Directeur général et éditorial : Giuseppe Laterza

E-mail : foreignrights@laterza.it

Spécialités : Un des éditeurs d'essais prédominants de la dernière décennie. Il publie de grands auteurs internationaux. Il possède sa propre collection de livres de poche et organise divers festivals, dont ceux consacrés au droit et à l'économie, de même que des lectures et des leçons publiques de grands politologues, philosophes, économistes, etc.

Gruppo editoriale Mauri Spagnol (GeMS)

- *Longanesi*

Via Gherardini 10 - 20145 Milan

Tél. : +39 0234597620

Fax : +39 0234597212

Internet : www.longanesi.it

Directeur général : Stefano Mauri

Directeur éditorial : Giuseppe Strazzeri

Secrétariat éditorial : Cristina Foschini

E-mail : info@longanesi.it

Spécialités : littérature générale, essais généraux. C'est la maison d'édition qui a pendant des années donné son nom à tout le groupe. Elle publie des romans et des essais.

- *Guanda*

Via Gherardini 10 - 20145 Milan

Tél. : +39 0234597628

Internet : www.guanda.it

Directeur éditorial : Luigi Brioschi

Secrétariat éditorial : Cristina Foschini

E-mail : info@guanda.it

Spécialités : littérature générale, essais généraux, poésie. Maison d'édition littéraire avec une prédilection pour les auteurs anglo-saxons (Safran Foer, Welsh, Hornby, etc.) et pour les romans italiens et étrangers de qualité. C'est la firme littéraire du groupe GeMS.

- *Garzanti Libri*

Via Giuseppe Parini 14 - 20121 Milan

Tél. : +39 020062301

Internet : www.garzantilibri.it

Directeur général : Stefano Mauri

Directeur éditorial : Oliviero Ponte di Pino

E-mail : ufficiodiritti@garzantilibri.it

Spécialités : littérature générale, essais généraux. Romans grand public et essais de haut niveau (Todorov, Magris). Maison d'édition ancienne qui a réapparue ces dernières années, et compte quelques best-sellers récents. Son président est Gherardo Colombo, l'un des magistrats de pointe de l'opération *Mani Pulite*.

- *Salani*

Via Gherardini 10 - 20145 Milan

Tél. : +39 0234597624

Fax : +39 0234597206

Internet : www.salani.it

Directeur général : Luigi Spagnol

Directeur éditorial : Maria Grazia Mazzitelli

Secrétariat éditorial : Cristina Foschini

E-mail : info@salani.it

Spécialités : littérature jeunesse, littérature générale, essais généraux, beaux livres, livres pratiques. La maison d'édition de Harry Potter et de certaines des collections les plus célèbres de l'édition jeunesse. Depuis quelques années, elle s'est ouverte aussi aux romans pour adultes, aux romans pour le public féminin et aux livres pratiques.

- *Ponte alle Grazie*

Via Gherardini 10 - 20145 Milan

Tél. : +39 0234597626

Fax : +39 0234597206

Internet : www.salani.it

Directeur général et éditorial: Luigi Spagnol

Secrétariat éditorial : Cristina Foschini

E-mail : info@ponteallegrazie.it

Spécialités : maison d'édition généraliste, qui publie aussi bien de la littérature de qualité italienne et étrangère elle est également présente sur les thématiques liées au bien-être et à l'écologie. que des essais de haut niveau, avec une prédilection pour la philosophie et la psychologie;

- *Bollati Boringhieri*

Corso Vittorio Emanuele II 86 - 10121 Turin

Tél. : +39 0115591711

Internet : www.bollatiboringhieri.it

Directeur général : Stefano Mauri

Directeur éditorial : Renzo Guidieri

Secrétariat éditorial : Flavia Abbinante

E-mail : flavia.abbinante@bollatiboringhieri.it

Spécialités : littérature générale, essais généraux, essais scientifiques, psychologie. L'une des maisons d'édition les plus importantes publiant des essais en sciences et sciences humaines. Elle publie tout Freud, mais s'intéresse aussi aux arts et aux sciences ainsi qu'aux romans *upmarket* italiens et étrangers.

- *Chiarelettere*

Via Francesco Melzi d'Eril 44 - 20154 Milan

Tél. : +39 00649632

Internet : www.chiarelettere.it

Directeur général et éditorial : Lorenzo Fazio

E-mail : info@chiarelettere.it

Spécialités : essais sociaux et politiques. GeMS participe à hauteur de 49% au capital de la maison, qui reste donc indépendante, mais dans l' « aire » du groupe. Chiarlettere publie des essais sur l'actualité, des reportages et des enquêtes sur des thèmes politiques, sociaux et économiques, avec une approche militante et d'opposition.

Minimum Fax

Piazzale di Ponte Milvio 28 - 00135 Rome

Tél. : +39 063336545

Fax : +39 063336385

Internet : www.minimumfax.com

Directeur général : Marco Cassini, Daniele Di Gennaro

Directeur éditorial : Martina Testa

E-mail : info@minimumfax.com

Spécialités : littérature générale, littérature américaine, littérature sud-américaine (éditeur SUR), essais en sciences humaines, critique littéraire. Maison d'édition née dans les années 90. Elle publie notamment tout Raymond Carver.

Gruppo Mondadori

- *Mondadori*

Via Mondadori 1 - 20090 Segrate, Milan

Tél. : +39 0275421

Fax : +39 0275422302

Internet : www.mondadori.it

Directeur général, secteur livres de *trade* : Riccardo Cavallero

Directeur éditorial : Antonio Franchini

Secrétariat éditorial/droits : Claudia Scheu

E-mail : scheu@mondadori.it

Spécialités : littérature générale, poésie, littérature jeunesse, essais généraux.

Mondadori est la plus grande maison d'édition italienne ; en son sein, les Oscar Mondadori sont le plus grand éditeur de livres de poche italien. Mondadori a diverses branches d'entreprise et maisons d'édition reliées, présentes dans tous les secteurs éditoriaux.

- *Piemme*

Via Tiziano 32 - 20145 Milan

Tél. : +39 02430051

Fax : +39 0243005299

Internet : www.edizpiemme.it

Directeur éditorial : Maria Giulia Castagnone

E-mail : info@edizpiemme.it

Spécialités : littérature italienne et de genre, thrillers ; c'est l'une des principales maisons d'édition de littérature jeunesse (éditeur de Geronimo Stilton).

- *Einaudi*

Via Biancamano 2 - 10121 Turin

Tél. : +39 01156561

Fax : +39 011542903

Internet : www.einaudi.it

Directeur éditorial : Ernesto Franco

Secrétariat éditorial : Laura Piccarolo

E-mail : einaudi@einaudi.it

Spécialités : littérature générale, essais généraux, poésie. La division Einaudi Stile Libero en son sein est consacrée à la littérature et aux essais. Einaudi est souvent comparé, en France, à Gallimard.

- *Sperling & Kupfer, Frassinelli*

Via Durazzo 4 - 20184 Milan

Tél. : +39 02217211

Fax : +390221721377

Internet : www.sperling.it

Directeur éditorial : Ornella Robbiati

E-mail : info@sperling.it

Spécialités : littérature générale, essais généraux, pratique, régimes, fitness. Le groupe S&K se consacre à la littérature de divertissement et aux livres pratiques de développement personnel. Frassinelli est la maison d'édition littéraire du groupe.

Neri Pozza

Via Fatebenefratelli 4 - 20121 Milan

Tél. : +39 02 869 987 26

Fax : +39 02 869 199 43

Internet : www.neripozza.it

Directeur général et éditorial : Giuseppe Russo

E-mail : info@neripozza.it

Spécialités : littérature générale, littérature de voyage, essais en sciences humaines, philosophie, critique littéraire. Maison d'édition de littérature *upmarket*, dont une part importante de traductions. Herman Koch et Amitav Ghosh sont a son catalogue.

Newton Compton

Via Panama 22 - 00198 Rome

Tél. : +39 0665002553

Fax : +39 0665002892

Internet : www.newtoncompton.com

Directeur général et éditorial : Raffaello Avanzini

E-mail : info@newtoncompton.com

Spécialités : littérature générale, essais généraux. Éditeur tourné vers la littérature grand public, il a joué un rôle prépondérant dans le marché des années 90, lorsqu'il a proposé des livres à prix très réduits de type *massmarket*, en jouant surtout sur des textes hors droits.

Raffaello Cortina

Via G. Rossini 4 - 20122 Milan

Tél. : +39 02781544

Fax : +39 0276121315

Internet : www.raffaellocortina.it

Directeur général et éditorial : Raffaello Cortina

E-mail : info@raffaellocortina.it

Spécialités : un des éditeurs d'essais les plus importants sur les thèmes de la psychologie et de la psychanalyse, avec aussi un vaste catalogue en philosophie, pédagogie et médecine. La maison publie des essais de type universitaire mais aussi des titres plus grand public. Elle dispose d'un site spécialisé dans les ventes en ligne et d'une chaîne de librairies.

Gruppo RCS Libri

- *Rizzoli*

Via Angelo Rizzoli 8 - 20132 Milan

Tél. : +39 0225841

Internet : www.rizzoli.rcslibri.it

Directeur général RCS Libri : Massimo Turchetta

Directeur éditorial : Paolo Zaninoni

E-mail : ufficiostampa@rizzoli.rcslibri.it

Spécialités : littérature générale, essais généraux, livres pratiques. Un vaste catalogue dans chaque segment éditorial et l'une des principales maisons d'édition de livres de poche italiens, la BUR.

Le groupe publie essentiellement de la littérature italienne et étrangère et des essais grand public.

- *Adelphi*

Via San Giovanni sul Muro 14 - 20121 Milan

Tél. : +39 02725731

Fax : +39 0289010337

Internet : www.adelphi.it

Directeur général et éditorial : Roberto Calasso

Secrétariat éditorial : Simonetta Mazza

E-mail : info@adelphi.it

Spécialités : littérature générale, essais généraux, poésie. Maison fondée par un groupe d'intellectuels dans les années 60 et dirigée par Roberto Calasso, intellectuel et écrivain. Adelphi publie de nombreux classiques de la littérature, et publie tout Simenon. Les essais sont de très haut niveau, et pour l'essentiel dans le champ des sciences humaines.

- *Bompiani*

Via Angelo Rizzoli 8 - 20132 Milan

Tél. : +39 0225841

Internet : www.bompiani.rcslibri.it

Directeur éditorial : Elisabetta Sgarbi

E-mail : infopoint@rcs.it

Spécialités : littérature générale, essais généraux.

Un nom historique de l'édition italienne, fondé par Valentino Bompiani. La maison publie des romans et essais, italiens et étrangers et développe une collection de livres de poche. Elle est l'éditeur d'Umberto Eco et qui y est consultant.

- *Marsilio*

Marittima Fabbriato 205 -30135 Venise

Tél. : +39 0412406511

Fax : +39 0415238352

Internet : www.marsilioeditori.it

Directeur général et éditorial: Cesare De Michelis

E-mail : info@marsilioeditori.it

Spécialités : littérature générale, architecture, urbanisme, art, beaux livres. Maison d'édition émergente des dernières années grâce aux succès de Larsson et d'autres écrivains de littérature de genre. Marsilio publie des romans étrangers et italiens ; les essais et les beaux livres sont édités pour la plupart d'entre eux en partenariat avec les musées et manifestations culturelles de Venise.

Sellerio

Via Siracusa 50/1 - 90141 Palerme

Tél. : +39 0916254194

Fax : +39 0916255737

Internet : www.sellerio.it

Directeur général : Elvira Sellerio Giorgianni

Directeur éditorial : Antonio Sellerio

E-mail : info@sellerio.it

Spécialités : littérature générale, essais généraux. La maison d'édition de Sciascia et de Camilleri.

Les principales chaînes de librairies

La Feltrinelli

Via Tucidide 56 (Torre 3) - 20134 Milan

Tél. +39 027529151

Fax +39 0274815339

Directeur général : Stefano Sardo

E-mail : info@lafeltrinelli.it

Internet : www.lafeltrinelli.it

Librerie Mondadori

Mondadori Direct

Via Lampedusa 13 - 20141 Milan

Tél. +39 02844011

Président directeur général: Renato Rodenghi

E-mail: eventi.negozi.mondadori@mondadori.it

Internet: www.negozimondadori.it

Librerie Giunti al punto

via Bolognese, 165 - 50139 Florence

Tél. +39 055 5062 1

Fax +39 055 5062 543

Directeur opérationnel: Jacopo Gori

E-mail : info@giuntialpunto.it

Internet : www.giuntialpunto.it

Librerie Messaggerie

Emmelibri Spa

Via Verdi 8 - 20090 Assago, Milan

Tél. +39 02457741

Fax +39 0245701032

Président: Alessandro Baldeschi

Président directeur général: Alberto Ottieri

E-mail : info@emmelibri.it

Internet : www.emmelibri.it

Librerie Coop

Librerie.coop S.p.A.

Via Villanova 29/7 - 40055 Villanova di Castenaso (BO)

Tél.: +39 0516041111

Directeur opérationnel : Romano Montroni

E-mail : info@librerie.coop.it

Internet : www.libreriecoop.it

Fnac

Via della Palla 2 - 20123 Milan

Tél. +39 02720821

Fax +39 0272082202

Directeur opérationnel: Eric Joselzon

E-mail : info@fnac.it

Internet : www.fnac.it

Quelques agences littéraires

Luigi Bernabò Associates Srl.

Via Cernaia 4 - 20121 Milan

Tél.: +39 0245 47 37 00

Fax: +39 45 47 35 77

E-mail : agency@bernabo.it

Roberto Santachiara

Via Griffini 14 - 27100 Pavie

Tél. +39 0382 520616

Fax +39 0382 526358

E-mail : agenzia@robertosantachiara.com

Berla & Griffini Rights Agency

Via Stampa 4 - 20123 Milan

Tél. +39 0280504179

E-mail : berla@bgagency.it

E-mail : griffini@bgagency.it

Internet: www.bgagency.it

Ali (Agenzia letteraria Internazionale)

Via Valpetrosa, 1 - 20123 Milan

Tél. +39 0286 54 45

Fax. +39 0287 62 22

Directeur : Donatella Barbieri Torriani

E-mail: alidmb@tin.it

Antonella Antonelli

Via Brisa, 15 - 20123 Milan

Tél. +39 0286 45 15 57

Fax. +39 0286 45 15 57

E-mail : antanto@tin.it

Grandi & Associati

Via degli Olivetani 22 - 20123 Milan

Tel +39 024818962

Fax +39 0248195108

E-mail : laura.grandi@grandieassociati.it

E-mail : stefano.tettamanti@grandieassociati.it

Internet: www.grandieassociati.it

PNLA - Piergiorgio Nicolazzini Literary Agency

Via G.B. Moroni 22 - 20146 Milan

Tél./fax +39 02 48713365

E-mail : info@pnla.it

Internet : www.pnla.it

Marco Vigevani Agenzia Letteraria

Via Cappuccio 14 - 20123 Milan

Tél. +39 02 86996553

E-mail : foreignrights@marcovigevani.com

Internet: www.marcovigevani.com

Agnese Incisa

Piazza Vittorio Veneto 19 - 10124 Turin

Tél. +39 011885642

E-mail : agnese@agneseincisa.it

Roberta Oliva

Corso Plebisciti 12 - 20129 Milan

Tél. +39 02 70001645

E-mail : roberta.oliva@natoli.191.it

Rosaria Carpinelli consulenze editoriali

Via Vittor Pisani 7 - 20124 Milan

Tél. +39 02 89778087

Tél./fax +39 02 6705053

E-mail : chiara@consulenzeditoriali.it

www.consulenzeditoriali.it

Nabu - International Literary & Film Agency

via San Romano 60 - 50135 Florence

Tél. +39055.69 77 73

Fax +39055.69 76 26.

Directeur éditorial: Silvia Brunelli

E-mail: info@studionabu.it

Internet: www.nabu.it

Il Caduceo Literary Agency

Via Enrico Caruso 7 - 20133 Milan

E-mail: tuvvia@ilcaduceo.it

Internet: www.ilcaduceo.it

Vicki Satlow Literary Agency

Via Cenisio 16 - 20154 Milan

Tél: + 39 0248015553

E-mail: vickisatlow@tin.it

Institutions

AIE - Associazione Italiana Editori (association italienne des éditeurs)

Corso di Porta Romana, 108 - 20122 Milan

Tél. +39 0289280800

Fax +39 0289280860

Directeur : Alfieri Lorenzon

E-mail: aie@aie.it

Internet: www.aie.it

ALI - Associazione Librai Italiani (association des libraires italiens)

Via Nizza 22 - 00198 Rome

Tel: +39 0685301970

Fax: +39 0685301975

Président: Paolo Pisanti

E-mail : segreteria@libraitaliani.it

Internet: www.libraitaliani.it

AIB - Associazione Italiana Biblioteche (association italienne des bibliothèques)

CP 2461 Ufficio Roma 158

Via Marsala, 39 - 00185 Rome

Tél. +39 064463532

Fax +39 064441139

Président: Stefano Parise

E-mail : consulter le site, en fonction des exigences

Internet: www.aib.it

AIDRO Associazione Italiana per i Diritti di Riproduzione delle Opere dell'ingegno (association italienne pour les droits de reproduction des œuvres de l'esprit)

Corso di Porta Romana 108 - 20122 Milan

Tél. +39 0289280804

Fax +39 0289280864

Secrétaire général: Piero Attanasio

E-mail : segreteria@aidro.org

CEPELL Centro per il libro e la lettura (centre pour le livre et la lecture)

Via della Lungara, 229 - 00165 Rome

Tél. +39 0668408920

Fax +39 0668408926

Président: Gian Arturo Ferrari

c-ll@beniculturali.it

Internet: www.cepell.it

UEM

Scuola per Librai Umberto e Elisabetta Mauri

Via Conservatorio 30, 20122 Milan

Tél.: +39 02794867

E-mail : uem@messengerie.it

Internet: www.scuolalibraiuem.it

Subventions et prix pour les traductions

MIBAC - Premio per le traduzioni (prix pour les traductions)

Ministero per i Beni e le Attività Culturali

Direzione Generale per i Beni Librari, gli Istituti Culturali ed il Diritto d'Autore

Centro per il Libro e la lettura

Via dell'Umiltà, 33 - 00187 Rome

Tél. +39 06 3216437

Fax +39 06 36216300

Internet: www.librari.beniculturali.it

MAE - Premio per la promozione del libro e dei lavori tradotti (prix pour la promotion du livre et des ouvrages traduits)

Ministero degli Affari Esteri

Direzione Generale per la Promozione e Cooperazione Culturale

Piazzale della Farnesina 1 - 00194 Rome

Tél. +39 06 36913055

Fax +39 06 3222734

Internet: www.esteri.it

SEPS - Segretariato Europeo per le Pubblicazioni Scientifiche (secrétariat européen pour les publications scientifiques)

Via Val d'Aposa 7 - 40123 Bologna

Tél. +39 051 271992

Fax +39 051 265983

Internet: www.librari.beniculturali.it