

L'édition au Brésil



Étude réalisée par Karen Politis
Département Études du BIEF
Janvier 2013

Remerciements

Je remercie les professionnels du livre que j'ai rencontrés à Rio de Janeiro et Sao Paolo d'avoir accepté de me recevoir et de m'avoir consacré un peu de leur temps.

Je les remercie très sincèrement pour la qualité de nos échanges, pour leur enthousiasme à me parler de leur métier et pour leur vision éclairée du marché du livre au Brésil.

Sommaire

INTRODUCTION.....	5
LES ACTEURS DU MONDE DE L'ÉDITION AU BRÉSIL	6
A. LES MAISONS D'ÉDITION	6
B. ORGANISATION DE LA PROFESSION.....	9
1. <i>Les structures interprofessionnelles</i>	<i>9</i>
2. <i>Les structures publiques</i>	<i>10</i>
LES PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DE LA PRODUCTION ÉDITORIALE.....	12
A. L'ÉDITION PAPIER	12
1. <i>Principaux indicateurs.....</i>	<i>12</i>
2. <i>Formats et tirages moyens.....</i>	<i>15</i>
B. L'ÉDITION NUMÉRIQUE.....	16
1. <i>Une difficile estimation du marché.....</i>	<i>16</i>
2. <i>La distribution des livres numériques au Brésil</i>	<i>18</i>
C. LECTORAT ET HABITUDES DE LECTURE.....	20
LA PRODUCTION ÉDITORIALE PAR SECTEUR.....	24
A. LES GRANDES TENDANCES DE L'ÉDITION GÉNÉRALISTE	24
1. <i>Les principaux acteurs.....</i>	<i>24</i>
2. <i>Les meilleures ventes et les grandes tendances</i>	<i>25</i>
B. LE SCOLAIRE, LA JEUNESSE ET LA BANDE DESSINÉE.....	27
1. <i>L'édition scolaire.....</i>	<i>28</i>
2. <i>Le secteur de la jeunesse</i>	<i>30</i>
C. L'ÉDITION UNIVERSITAIRE ET PROFESSIONNELLE.....	33
1. <i>Les grandes caractéristiques de l'édition de STM.....</i>	<i>33</i>
2. <i>Un secteur à haut potentiel grâce à l'augmentation du nombre d'étudiants.....</i>	<i>34</i>
3. <i>Les grands défis de l'édition de STM.....</i>	<i>36</i>
D. LE LIVRE RELIGIEUX	37
LES PARTICULARITÉS DE LA DISTRIBUTION BRÉSILIENNE.....	41
A. PROMOTION ET DISTRIBUTION.....	41
B. LES LIBRAIRIES.....	43
1. <i>Situation générale.....</i>	<i>43</i>
2. <i>L'importance des grandes chaînes de librairies.....</i>	<i>44</i>
3. <i>Les librairies en ligne</i>	<i>47</i>
C. LES AUTRES CANAUX DE VENTE	48
FRANCE – BRÉSIL : PARTENARIATS, ÉCHANGES ET COOPÉRATIONS.....	51
1. <i>Francophonie et exportations de livres français au Brésil.....</i>	<i>51</i>
2. <i>Les traductions de titres français en portugais du Brésil</i>	<i>52</i>
3. <i>La traduction d'œuvres brésiliennes en français.....</i>	<i>56</i>
CONCLUSION.....	59
ANNEXE 1 : ÉLÉMENTS SUR LE CONTEXTE ÉCONOMIQUE.....	60
ANNEXE 2 : ANNUAIRE	61

Introduction

Un secteur florissant, porté par une nouvelle génération de livres, d'auteurs et d'éditeurs – tel est le message-clé que le Brésil souhaite transmettre au monde éditorial en cette année 2013 où, pour la seconde fois, il est l'invité d'honneur de la Foire du livre de Francfort.

Il est vrai que le Brésil d'aujourd'hui n'a plus rien à voir avec celui de la première invitation, en 1994. Deux décennies de solide croissance économique et de développement social ont eu un impact sérieux sur la production éditoriale du pays, aidées en cela par une politique publique active de soutien au livre et à la lecture.

L'édition brésilienne a généré en 2011 un chiffre d'affaires de 4,83 milliards de réais soit 2 milliards d'euros¹. 58 192 titres ont été publiés dont 20 405 nouveautés, pour un total de 499 millions d'exemplaires produits. Côté lectorat, la démographie brésilienne est un réservoir de croissance : le pays est peuplé de 196 millions d'habitants en 2011, dont plus de la moitié ont moins de 30 ans. D'autre part, la classe moyenne a doublé en l'espace de vingt ans et représente aujourd'hui 105 millions de personnes.

Avec de tels indicateurs et un tel potentiel de croissance, le Brésil apparaît comme le nouvel *eldorado* de l'édition mondiale. Pourtant, derrière ces chiffres se cache une réalité beaucoup plus contrastée qu'il n'y paraît.

En effet, si l'édition brésilienne s'est réellement professionnalisée ces dernières années et que l'offre éditoriale est de plus en plus concurrentielle, il existe un véritable engorgement au niveau de la distribution. Le réseau des librairies est encore très insuffisant au Brésil (deux tiers des villes n'ont pas de librairies) et fragilisé par l'absence de prix fixe. Le marché semble tiré exclusivement par les best-sellers et les pratiques commerciales des grandes chaînes de librairies assèchent encore un peu plus la diversité de l'offre.

D'autre part, les pouvoirs publics reproduisent les distorsions du marché lors des acquisitions de stocks pour les bibliothèques et les écoles. En effet, 30% du chiffre d'affaires de l'édition brésilienne est réalisé grâce aux achats gouvernementaux. La bonne santé générale du secteur repose donc, pour beaucoup, sur une économie de la rente. La question de la pérennité de système mérite d'être posée : *quid* de l'avenir du secteur si le niveau des commandes gouvernementales venaient à baisser ?

¹ Cours annuel moyen du réal brésilien en 2011 : 1€=232 R\$; en 2012 1€=2,50 R\$ (source Banque de France).

Les acteurs du monde de l'édition au Brésil

A. LES MAISONS D'ÉDITION

Bref historique²

Jusqu'au milieu des années 1980, le Brésil ne disposait pas d'un tissu éditorial moderne et structuré. Son instabilité politique (régime militaire de 1965 à 1985) et économique (inflation galopante) inspirait peu confiance aux investisseurs étrangers. Les éditeurs brésiliens étaient peu connus et manquaient de crédibilité. L'absence de volonté et d'action gouvernementale en faveur de la promotion du livre et de la lecture était manifeste (les bibliothèques publiques dépendant exclusivement de dons privés, par exemple).

Les années 1990 se caractérisent par une forte dévaluation de la monnaie et par la mise en place du Plan Real. Entre juillet 1994 et avril 1995, l'inflation est réduite à un taux de 25% annuel (contre 500% auparavant). Le secteur éditorial s'organise et se structure durant cette décennie, aidé en cela par le lancement du premier programme d'envergure d'acquisition de livres par le gouvernement brésilien en 1998. C'est aussi à cette époque que les relations avec les éditeurs étrangers et les agents commencent à se développer.

Les années 2000 marquent un véritable tournant dans la professionnalisation et l'essor du secteur éditorial. Les bénéfices de la loi Rouanet³ sur le mécénat culturel se font sentir dans le domaine éditorial, des festivals de littérature comme celui de Paraty confirment leur place sur la scène internationale, les maisons d'édition construisent des catalogues de plus en plus larges et diversifiés. Les avances et les royalties versées par les éditeurs brésiliens deviennent beaucoup plus importantes. La stabilité économique et politique permet de consolider le marché du livre.

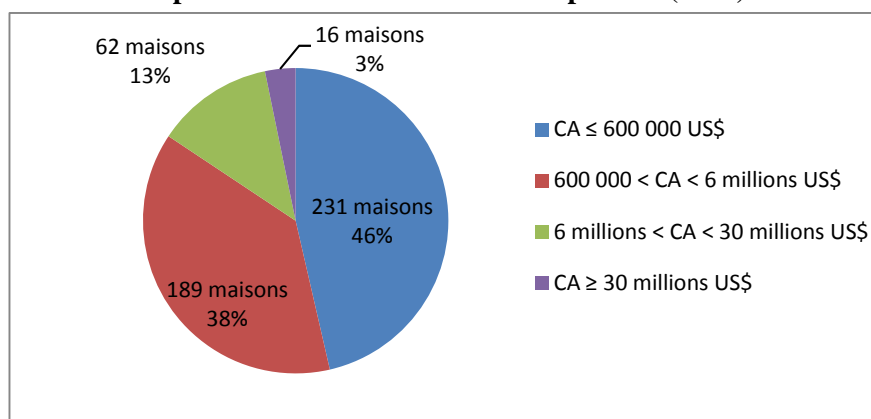
Un marché dominé par une vingtaine de grands acteurs

Environ 500 maisons d'édition composent le paysage éditorial brésilien. La très grande majorité d'entre elles sont des petites et moyennes maisons d'édition. Les plus grandes sont situées à Rio de Janeiro, Sao Paulo, Porto Alegre, Curitiba et Belo Horizonte.

² Source : Lucia Riff, *Brazil on the Map, an agent's point of view*, 25th international Rights Director Meeting, Frankfurt Book Fair, 2011.

³ Le principal secteur à avoir bénéficié de cette politique de mécénat culturel est l'édition d'art. Ce secteur étant encore relativement confidentiel au Brésil, il ne sera pas abordé dans cette étude. En revanche, une étude de Philippe Goutal publiée par le BIEF en novembre 2011 en détaille les principales caractéristiques.

Répartition des maisons d'édition par CA (2010)⁴



Les éditeurs brésiliens ont une présence importante sur la scène mondiale. Trois groupes scolaires brésiliens font désormais partie du classement *Livres Hebdo*⁵ des plus grands groupes d'édition du monde : *Abril educação* (n°40), *Saraiva* (n°50) et *Editora FTD* (n°52).

Les comptes des maisons d'édition brésiliennes n'étant pas disponibles pour le public, il est difficile d'établir un classement par chiffre d'affaires des plus grandes maisons d'édition.

Cela étant, le site Internet brésilien www.publishnews.com.br propose un classement des maisons d'édition en fonction du nombre de leurs titres présents dans la liste des meilleures ventes de 2012. Ce classement (hors éditeurs de livres scolaires) permet de repérer les plus grands acteurs du secteur de l'édition de *trade* au Brésil.

⁴ Source : Tomas Pereira *What to expect when too much is expected*, 25th international Rights Director Meeting, Frankfurt Book Fair, 2011.

⁵ « Classement 2012 », *Livres Hebdo*, Spécial Francfort, 2012.

Les 20 premières maisons d'édition (2012)⁶

Classement par nombre de titres présents dans la liste des bestsellers de 2012

- 1 **Sextante** (Arqueiro, Primeira Pessoa)
- 2 **Record** (Galera Record, Bertrand Brasil, Verus, BestSeller, Civilização Brasileira, José Olympio, BestBolso)
- 3 **Companhia das Letras** (Paralela, Cia das lettrinas, Penguin, Companhia de Bolso, Quadrinhos na Cia)
- 4 **Intrínseca**
- 5 **Novo Conceito**
- 6 **LeYa** (Casa da palavra/LeYa, Lua de Papel)
- 7 **Ediouro** (Agir, Nova Fronteira, Ediouro, Thomas Nelson Brasil, Pocket Ouro, Singular Digital)
- 8 **Santillana** (Objetiva, Fontanar, Alfaguara, Suma de Letras, Salamandra, ID Editora)
- 9 **Gente**
- 10 **Planeta** (Planeta do Brasil, Academia de Inteligência)
- 11 **Saraiva** (Caramelo, Benvirá)
- 12 **Globo** (Globo Livros, Globo Estilo)
- 13 **Vergara & Riba**
- 14 **Cosac Naify**
- 15 **Rocco** (Jovens Leitores, Prumo)
- 16 **Clio Editora**
- 17 **Fundamento**
- 18 **Elsevier**
- 19 **Melhoramentos**
- 20 **Universo dos Livros**

Ces grandes maisons d'édition de *trade* ont connu un important mouvement de concentration ces dernières années avec le rachat de petites maisons brésiliennes. Ces grands acteurs de l'édition brésilienne ont également un poids important au niveau international. En effet, il arrive que certains auteurs portugais cherchent à être édités par une maison d'édition brésilienne plutôt que par une maison portugaise.

Un marché de plus en plus concentré et internationalisé

Durant les dernières décennies, l'édition brésilienne n'a pas échappé à l'appétit des grands groupes internationaux, attirés par les profits de l'édition scolaire et de jeunesse, secteurs largement soutenus par les achats publics. Plusieurs éditeurs étrangers, ont amorcé des politiques de rachats de maisons ou de participation au capital de maisons d'édition brésiliennes.

Les transactions les plus importantes ont été réalisées par les groupes espagnols : *Santillana* a racheté l'éditeur scolaire *Moderna* et 75% des parts des

⁶ Source : www.publishnews.com.br, classement consulté le 4 janvier 2013.

éditions *Objetiva* (littérature générale). Le géant ibérique *Planeta* a inauguré sa propre maison en 2003, suivi du groupe *SM*.

Les maisons d'édition portugaises *LeYa* et *Babel* ont ouvert des filiales au Brésil.

Côté britannique, *Penguin* a acquis, fin 2011, 45% des parts de la maison d'édition brésilienne *Companhia das Letras*. Cette acquisition intervient quelques mois après l'achat par *Pearson* du système d'enseignement privé brésilien *SEB*, ce qui en fait un des plus grands groupes scolaires privés du Brésil. Avec ce partenariat, *Pearson* (via *Penguin*) a accès aux nombreux auteurs brésiliens du catalogue de *Companhia das Letras* pour développer de nouveaux produits. Quant à la maison d'édition, elle a accès aux canaux de distribution ouverts par *Pearson* en direction du fructueux marché des écoles (via les livres « adoptés », ces livres – hors manuels scolaires – choisis par les enseignants).

Dans le secteur du technique, l'américain *Cengage Learning* détient les éditions *Pioneras* depuis 2000 et *Campus* est entré dans le giron du groupe anglo-néerlandais *Elsevier* en 1998. Le britannique *Oxford University Press* a une filiale au Brésil.

En 2006, l'éditeur américain de livres religieux *Thomas Nelson* a créé une joint-venture avec *Ediouro* afin de publier des livres de développement personnel et de spiritualité.

La France est présente au Brésil au niveau de la distribution avec une chaîne de 11 magasins *Fnac*.

B. ORGANISATION DE LA PROFESSION

1. Les structures interprofessionnelles

Deux syndicats représentent le secteur marchand du livre :

- la **Chambre brésilienne du livre** (CBL⁷) qui regroupe les éditeurs, les libraires et les distributeurs.
- le **SNEL**⁸, le Syndicat national de l'édition : il représente pratiquement tous les éditeurs du Brésil mais est connu pour défendre les intérêts des plus grands (ardent pourfendeur du prix unique du livre).

Un troisième organe joue un rôle important : c'est la **LIBRE**⁹. Créé en 2002, ce réseau coopératif regroupe 99 éditeurs indépendants ayant pour but la promotion de la biodiversité. La LIBRE organise chaque année, en partenariat avec la

⁷ CBL: Câmara Brasileira do Livro, www.cbl.org.br

⁸ SNEL: Sindicato Nacional dos Editores de Livros, www.snel.org.br

⁹ LIBRE: Liga Brasileira de Editoras, www.libre.org.br

chaîne de librairies *Cultura*, le « Printemps des livres », une foire du livre dédiée aux éditeurs indépendants.

D'autres associations d'éditeurs regroupent des professionnels en fonction de leur spécialité.

La plus importante d'entre elles est l'association des éditeurs scolaires, Abrelivros¹⁰, tandis que l'édition universitaire est représentée par l'ABEU¹¹, l'association brésilienne des éditeurs universitaires, qui regroupe 106 éditeurs.

80 éditeurs religieux sont regroupés au sein de l'ASEC¹², l'association des éditeurs chrétiens. Celle-ci est partenaire de la Foire littéraire internationale chrétienne (FLIC) – premier événement exclusivement dédié au secteur de la littérature évangélique – et organise son Congrès des éditeurs chrétiens chaque année en juin.

Enfin, l'Institut pour le Livre est une association privée à but non-lucratif, créée conjointement par la CBL, le SNEL et Abrelibros. Cet institut a pour objectif l'appui au développement de la lecture. C'est notamment lui qui mène et publie une enquête nationale sur les habitudes de lecture au sein de la population brésilienne¹³.

Côté libraires, l'ANL¹⁴ (l'association nationale des librairies) défend les intérêts de la profession à l'échelle fédérale.

Particularité brésilienne, les 30 000 agents et distributeurs spécialisés dans la vente en **porte-à-porte** sont regroupés au sein de l'ABDL¹⁵.

2. Les structures publiques

En 2003, le président Lula a doté le Brésil d'une « loi du livre » qui oblige l'État fédéral, les États fédérés et les municipalités à consacrer une part de leur budget à l'entretien des bibliothèques et à l'acquisition de livres. S'en est suivi, en 2006, le « Plan national du livre et de la lecture » (PNLL¹⁶), qui est un ensemble de projets, de programmes, d'activités et d'événements dans les domaines du livre et la lecture soutenus conjointement par le ministère de la Culture et par le ministère de l'Éducation.

L'ambition du PNLL est de doter le Brésil d'une politique de lecture publique pérenne via quatre axes :

¹⁰ Abrelivros: Associação Brasileira de Editores de Livros Escolares, www.abrelivros.org.br

¹¹ ABEU: Associação Brasileira das Editoras Universitárias, www.abeu.org.br

¹² ASEC: Associação de Editores Cristãos, <http://editorescristaos.org.br>

¹³ Enquête de l'IPL (Instituto Pró-Livro) téléchargeable en ligne: www.prolivro.org.br

¹⁴ ANL: Associação Nacional de Livrarias, <http://anl.org.br>

¹⁵ ABDL : Associação Brasileira de Difusão do Livro, www.abdl.com.br

¹⁶ Plus de détails sur la plateforme du PNLL : www.pnll.gov.br

- démocratiser l'accès au livre en implantant de nouvelles bibliothèques, en renforçant le réseau déjà existant et en poursuivant les campagnes de distribution de livres ;
- former des médiateurs et inciter à la lecture à travers des projets sociaux, des prix littéraires et l'informatisation du réseau ;
- valoriser la lecture par des campagnes de communication nationales et médiatiques ;
- développer la chaîne de production du livre grâce à des aides aux auteurs, éditeurs, libraires et distributeurs et promouvoir à l'extérieur la production brésilienne.

Le ministère de l'Éducation

L'organisme dédié aux achats publics de livres scolaires et de livres pour les bibliothèques des écoles est le FNDE¹⁷ (Fonds national pour le développement de l'éducation) qui dépend du ministère de l'Éducation brésilien.

Le FNDE assure la mise en place des deux principaux programmes d'achats publics du ministère de l'Éducation : le PBNE (programme de fourniture de livres aux bibliothèques scolaires) et le PNDE (acquisition de livres scolaires).

Le FNDE est devenu le plus grand partenaire des 26 États brésiliens, du District fédéral et des 5 565 municipalités du pays. Il assure l'interface entre les éditeurs et la puissance publique.

Le ministère de la Culture et la Fondation Bibliothèque Nationale

Au sein du ministère de la Culture brésilien, c'est la Fondation Bibliothèque Nationale¹⁸ (la FBN) qui a la responsabilité de mettre en place la **politique du livre** au Brésil. Le changement de ministre de la Culture intervenu à la mi-septembre 2012 (c'est désormais l'ancienne maire de Sao Paulo, Mme Marta Suplicy qui est à la tête du ministère) a provoqué quelques interrogations. Mais selon les professionnels du livre, ce changement ne devrait remettre en cause ni l'économie, ni la politique générale de la FBN à moyen terme.

La FBN soutient à la fois les auteurs (avec des bourses) et les éditeurs. Plusieurs systèmes d'aides existent pour assurer à ces derniers une présence sur les foires du livre nationales et internationales, tout comme des programmes de promotion de la biodiversité, ainsi qu'un important programme d'aide à la traduction d'auteurs brésiliens en langues étrangères¹⁹.

¹⁷ FNDE : Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação, www.fnde.gov.br

¹⁸ FBN: Fundação Biblioteca Nacional, www.bn.br

¹⁹ Cf. infra, chapitre 5, page 12.

Les principales caractéristiques de la production éditoriale

A. L'ÉDITION PAPIER

1. Principaux indicateurs²⁰

Production éditoriale

La production éditoriale est en constante croissance ces dernières années. De 35 000 titres publiés en 2004, le Brésil est passé à une production éditoriale de 58 192 titres en 2011, dont **20 405 nouveautés**. Le nombre d'exemplaires imprimés est de 499 millions en 2011.

Production éditoriale

	Titres publiés			Exemplaires produits (millions)		
	2010	2011	Var (%)	2010	2011	Var (%)
1 ^{ère} édition	18 712	20 405	9	135	90	-33
Réimpression	36 042	37 787	4,8	357	409	14,6
Total	54 754	58 192	6,3	492	499	1,5

Chiffre d'affaires

En 2011, le chiffre d'affaires de l'édition brésilienne s'élevait à 4,8 milliards de réais, soit 2 milliards d'euros. Ce chiffre d'affaires a augmenté de 7,36% entre 2010 et 2011. Mais ce pourcentage doit être lu comme une croissance réelle de 0,81% compte-tenu du taux d'inflation de 6,5% en 2011.

Ventes totales

	Chiffre d'affaires (millions R\$)			Exemplaires vendus (millions)		
	2010	2011	Var (%)	2010	2011	Var (%)
Marché	3 348	3 449	3	258	283	9,7
Gouvernement	1 145	1 388	21	163	185	13,7
Total	4 505	4 837	7,36	437	469	7,2

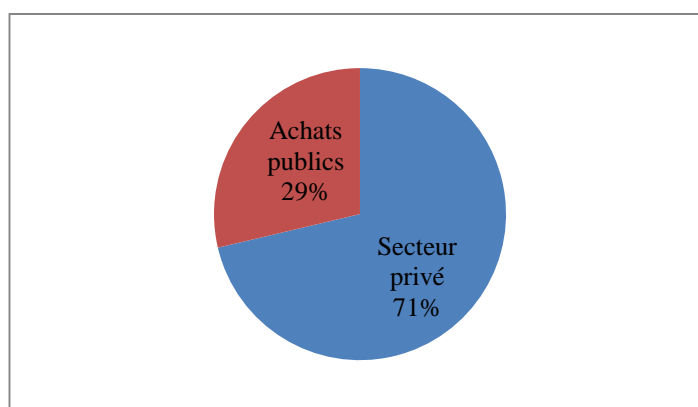
²⁰ Sauf mention contraire, toutes les données chiffrées de cette étude sur le chiffre d'affaires, la production éditoriale, les prix et les ventes par canal sont issues des statistiques publiées en 2012 par la Chambre du livre brésilienne (CBL) : *Produção e vendas do setor editorial brasileiro*.

Il existe deux marchés distincts au Brésil : d'une part, le **marché traditionnel privé** (librairies, porte-à-porte, kiosques, supermarchés, etc.) et d'autre part les **ventes directes auprès des institutions publiques** à travers divers programmes de distribution d'ouvrages.

Si l'on exclut les achats faits par le gouvernement et les institutions publiques – qui représentent près d'un tiers du chiffre d'affaires total de l'édition brésilienne – la croissance du chiffre d'affaires du marché « privé » n'est plus que de 3,02%, ce qui signifie, en raison de l'inflation, une **baisse de 3,27%**.

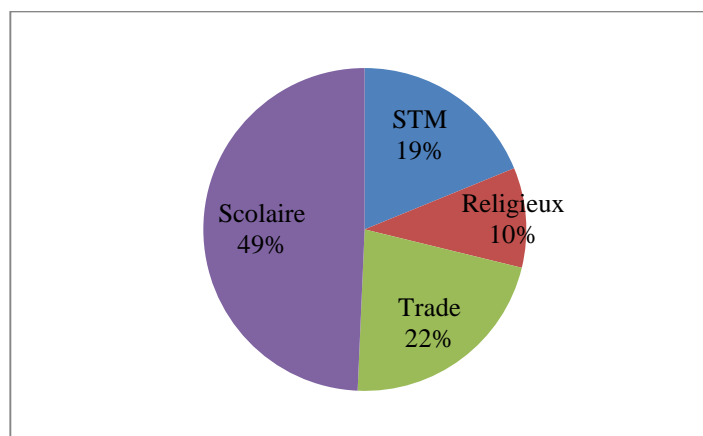
Ceci étant, les ventes en volume ont augmenté de 9,7% sur le marché privé et de 13,7% sur le marché public, pour atteindre un total de 469 millions d'exemplaires vendus en 2011.

Répartition du CA (public/privé) en 2011



L'une des caractéristiques de l'industrie éditoriale brésilienne est l'importance du **marché scolaire** qui représente près de la moitié du chiffre d'affaires du secteur, devant le secteur du *trade* et celui des livres de STM. Il est vrai que le programme d'achat d'ouvrages scolaires défini par le gouvernement fédéral est l'un des plus importants au monde. Autre particularité brésilienne : les **livres religieux** occupent 10% de parts de marché, ce qui est considérable pour ce segment.

Répartition du CA par domaine en 2011



Prix du livre

Le livre imprimé et le livre numérique sont **exemptés** de TVA.

Bien que les discussions au sein de la profession soient fréquentes et passionnées à ce sujet, il n'y a pas de législation concernant la fixation du prix du livre. Le prix du livre est donc **non réglementé** au Brésil.

La baisse relative du chiffre d'affaire du marché privé en 2011, concomitante à une augmentation des ventes en volume ont pour conséquence une **baisse du prix moyen des livres** de 6,11% en 2011.

À titre d'exemple, pour la maison d'édition *Record*, à la dernière Biennale de Sao Paulo en août 2012, les ventes ont augmenté de 48% en volume (nombre d'exemplaires vendus) mais uniquement de 23% en valeur (en R\$).

Au grand dam des éditeurs, cette baisse du prix moyen des livres est une tendance lourde du marché brésilien. Elle est de l'ordre de 20% sur 10 ans, en dépit d'une inflation cumulée de 100%. Elle est principalement due à une augmentation de l'offre et à un durcissement des relations commerciales avec les détaillants.

En moyenne, il faut compter 30 R\$ pour un livre papier et 22 R\$ pour un livre numérique.

En raison des coûts de transport, le prix des livres est parfois plus élevé dans les régions éloignées du pays. Comparativement au revenu mensuel moyen, le livre reste un **produit cher** au Brésil.

Prix moyens estimés par la profession

	2000	2011
Revenu mensuel moyen	151 R\$	545 R\$
Prix moyen - Broché 200 pages	25 R\$	20 R\$
Prix moyen - Broché 400 pages	50 R\$	40 R\$

Prix moyen par domaine de publication (2011)

Scolaire	19,62 R\$
Trade	8,93 R\$
Religieux	5,29 R\$
STM	25,94 R\$

2. Formats et tirages moyens

Le format habituel d'une première publication destiné au marché de la librairie est celui du **livre broché** (y compris pour la jeunesse et le secteur « jeunes adultes »). Le papier est de bonne qualité, les couvertures à rabats sont travaillées et colorées.

Les éditions cartonnées existent mais sont peu répandues.

Le tirage moyen est d'environ 8 500 exemplaires par titre, tous genres confondus. En réalité, il est de plusieurs dizaine de milliers d'exemplaires pour les ouvrages scolaires mais plafonne à 3 000 exemplaires pour la majorité des ouvrages de *trade*. La tendance est globalement à la baisse sur les dix dernières années.

Les éditeurs brésiliens ont longtemps ignoré le **poche**, sans doute par manque d'opportunités. Certaines maisons commencent tout juste à investir ce segment. Le meilleur exemple est celui de *L&PM*, qui a été précurseur au Brésil en publiant, dès 1997, des éditions de poche. La maison possède aujourd'hui environ 1 000 titres à son catalogue mais elle a surtout développé un important réseau de distribution via les kiosques et les pharmacies.

Plus récemment, d'autres maisons se sont lancées dans la production de ces éditions bon marché (entre 10 et 15 R\$ en moyenne) : *Companhia das Letras*, avec *Companhia da Bolso*, *Record* avec *BestBolso*, *Objetiva* avec *Ponto de Leitura* et *Ediouro* avec *PocketOuro*. Ceci dit, le poche n'est pas forcément rentable pour ces éditeurs car le papier utilisé est d'aussi bonne qualité que pour les autres livres.

La chaîne de librairies *Saraiva* travaille également souvent en partenariat avec les maisons d'édition pour lancer des titres en poche, en vente en exclusivité dans leurs librairies. Un de leur récent partenariat a été conclu avec la maison *Novo Conceito* et inclut des best-sellers comme les romans d'amour de Nicholas Sparks.

Les éditeurs ont de plus en plus recours à l'impression à la demande, notamment dans le secteur de la jeunesse, pour répondre aux demandes particulières des écoles.

B. L'ÉDITION NUMÉRIQUE

1. Une difficile estimation du marché

Il est difficile d'évaluer véritablement le marché du livre numérique au Brésil. Les estimations de la Chambre brésilienne du livre donnent un chiffre d'affaires de l'édition numérique de l'ordre de 860 000 R\$, soit à peine 0,02% du marché.

Ventes de livres numériques par format (2011)

	Exemplaires vendus	Chiffres d'affaires (R\$)
PDF	3 958	186 411
E-PUB	1 036	257 372
APPS	49	195 788
Autre (ex : contenus enrichis)	192	228 900
Total	5 235	868 472

Ventes de livres numériques par domaine (2011)

	Exemplaires vendus	Chiffres d'affaires (R\$)
Scolaire	4	114 959
Trade	4 131	399 483
Religieux	244	34 571
STM	856	319 459
Total	5 235	868 472

En extrapolant à partir des données fournies par les libraires, le site *Publishnews Brazil* dresse un constat un peu plus optimiste en estimant que le marché du livre numérique représente entre **0,4% et 1% du marché de l'édition**. Le site met en avant qu'une analyse des meilleures ventes du mois d'août 2012 montre que 5% des ventes du top 10 ont été faites au format numérique. À titre d'exemple également, durant la première semaine de mise en vente du bestseller d'E.L. James *50 nuances de Grey* par la chaîne de librairies *Saraiva*, les exemplaires numériques ont représenté 30% des ventes²¹.

Quoiqu'il en soit, les grandes maisons d'édition investissent massivement dans le numérique et incluent systématiquement les droits numériques dans leurs contrats. Ce sont elles qui dominent le marché. Selon une enquête menée par le

²¹ Article du 28 octobre 2012 de Carlo Carrenho sur son blog *Tipo Digitais* (<http://www.tiposdigitais.com>).

site *Ebook Revolution*²², 300 maisons d'édition brésiliennes offrent 70% des 16 000 titres disponibles en portugais sur le marché (les 30% restants appartenant au domaine public ou à des auteurs autoédités). Parmi elles, dix maisons d'édition seulement concentrent un tiers de l'offre.

Toutes les grandes maisons d'édition proposent de façon quasi automatique leurs nouveautés au format numérique. Elles ont également une politique active de numérisation de leur fonds.

En novembre 2012, la grande maison d'édition *Objetiva* a lancé *Foglio*, une marque exclusivement numérique dédiée à la publication de nouvelles de moins de 15 000 mots (contes, essais, poèmes). Ce nouveau label a fait appel à trois auteurs connus et il semblerait que ce soit la première initiative sérieuse du genre sur le marché brésilien.

Du côté des petites et moyennes maisons d'édition, les publications au format numérique et la numérisation du fonds sont moins systématiques.

Fin 2012, on estime qu'environ un million de tablettes et liseuses sont utilisées au Brésil et selon les prévisions des professionnels, leur nombre devrait passer à 9 millions d'ici 5 ans.

Le ministère de l'Éducation a dépensé durant le premier semestre 2012 l'équivalent de 60 millions d'euros pour l'acquisition de 600 000 tablettes destinées aux professeurs des écoles.

Dans certaines universités privées, les étudiants reçoivent d'ores et déjà une tablette avec les contenus des enseignements téléchargés.

Fixation du prix

Le prix des livres numériques est évidemment un enjeu, et tous les professionnels du livre attendent avec circonspection la politique d'*Amazon* sur le marché du livre numérique brésilien. Pour autant, à court terme, en raison des investissements de départ très lourds, aucun des acteurs de la vente de livres numériques ne s'est engagé sur la voie d'une politique de prix particulièrement agressive. De manière générale, le livre numérique est environ 30% moins cher que le livre papier.

Système de taxation

Légalement, il n'y a pas de TVA sur le livre imprimé, et livre numérique jouit de la même exception (sans que cela ne soit formalisé dans la loi). Les **liseuses**, en revanche, posent problème et un amendement est en cours de discussion au

²² Article du 24 août 2012 d'Eduardo Melo (<http://revolucaoebook.com.br/>) cité dans *Publishnews Brazil*.

Sénat pour les exempter de TVA. Si l'amendement est voté, il est probable que les ventes de liseuses augmenteront de manière significative, car à l'heure actuelle, les taxes d'importation peuvent représenter jusqu'à 60% du prix des liseuses.

2. La distribution des livres numériques au Brésil

Les plateformes de distribution de livres numériques

Au Brésil, les trois formes d'organisation les plus communes de stockages des fichiers numériques ont été explorées.

La maison d'édition peut tout d'abord créer sa propre plateforme, dont elle est pleine propriétaire. C'est ce qu'a fait la maison d'édition *Ediouro* au travers de sa société, *Singular*, qui assure la distribution de ses livres numériques.

Dans le second cas, plusieurs maisons s'associent pour concevoir une plateforme commune afin de mutualiser les coûts de développement. C'est ce qu'on fait sept grands éditeurs du pays (*Objetiva*, *Record*, *Sextante*, *Rocco*, *Planeta*, *L&PM* et *Novo Conceito*) – qui, à eux seuls, publient 35% des best-sellers du pays – en créant la plateforme *DLD*. Au-delà des avantages évidents en termes de sécurité (contrôle direct des fichiers sources), les partenaires ont atteint une taille suffisamment critique sur le marché brésilien pour être en mesure d'imposer leur politique de prix.

Dernier cas de figure, la plateforme est la propriété du distributeur. C'est le cas de la plateforme *Xeriph*. Créée en 2010 par l'homme d'affaires Carlos Eduardo Ernanny, *Xeriph* accueille plus de 10 000 titres d'éditeurs brésiliens.

Les premières librairies ont ouvert courant 2010

Gato Sabido a été la première société à explorer le marché du livre numérique au Brésil. Créée en décembre 2009, par le fondateur de la plateforme *Xeriph*, c'est un *pure player* qui ne s'adosse pas à une librairie physique. C'est aujourd'hui l'acteur considéré comme ayant le meilleur savoir faire en termes de livres numériques.

La librairie *Cultura* a lancé sa boutique numérique en mars 2010. Elle a été la première à offrir la liseuse brésilienne *Alfa* (créée par la société *Positivo*). Elle a été suivie, en juin 2010, par la librairie *Saraiva* (la plus grande chaîne de librairies du pays), qui a développé sa propre application de lecture de livres numériques (*Saraiva Digital Reader*) qui fonctionne sous environnements iOS, Android, PC et MAC.

Abril, l'un des plus grands groupes de médias du pays, a lancé, en mars 2012, *IBA*, sa plateforme de vente de produits numériques : celle-ci dispose de 25

magazines, 19 journaux et 6 000 livres au format numérique. Cela en fait le troisième plus grand libraire de livres numériques derrière *Gato Sabido* et *Saraiva*.

Courant 2012, plusieurs plateformes brésiliennes de vente de livres numériques se sont mises en place comme *Mundo Positivo* (portail de vente d'ebooks mais aussi de musique, de jeux vidéos et de produits high-tech) ou *Buqui*. Ce site, dont le nom fait explicitement référence au verbe français bouquiner, propose également un service d'autoédition.

Les autres grandes chaînes de librairies du pays, proposent toutes, désormais, des livres numériques : *Curitiba*, *Leitura*, *Fnac*, *Livraria da Travessa*, la *Selva*.

Le système de taxation au Brésil : un frein à l'arrivée d'acteurs internationaux

Au Brésil, si les livres (physiques comme numériques) sont exemptés de TVA, les services, en revanche, ne le sont pas. Dès lors que le système de distribution de livres numériques est considéré comme un service (activité B2B par exemple), les taux de taxation peuvent s'élever à 14%. Ce type de **complications fiscales** a constitué un véritable frein à l'installation des grandes sociétés internationales de vente de livres numériques sur le marché brésilien (*Google*, *Apple*, *Barnes & Nobles*, *Amazon*, *Kobo*).

À titre d'exemple, en octobre 2012, *Apple* a ouvert son *iBookstore* au Brésil. Au vu de la complexité du système de taxation, *Apple* a fait le choix de vendre ses livres numériques en dollars. Or cette stratégie est risquée car les ebooks étant vendus par un serveur américain en dollars, ils sont taxés à 6,38% (tandis que le même ebook vendu sur par la chaîne de librairies locale *Saraiva* est vendu sans TVA). D'autre part, l'utilisateur doit nécessairement avoir une carte de crédit internationale (taux d'équipement actuel : 15% de la population) et le taux de change n'est connu par l'utilisateur que lorsque la facture est éditée.

Le 6 décembre 2012 : une date-clé pour le numérique au Brésil

En septembre 2012, *Kobo* a annoncé son partenariat avec la chaîne de librairies *Cultura*. *Kobo* est ainsi devenu le premier acteur international majeur à investir le marché brésilien (avec une liseuse *Kobo* vendue, à la fin de l'année 2012 à 399 R\$, soit environ 145 €). Cette annonce était la première du genre au Brésil, sachant que depuis deux ans, toutes les rumeurs couraient au sujet des difficiles négociations entre éditeurs brésiliens et *Amazon*²³

²³ Après plusieurs années de litige avec une société installée sur les rives du fleuve Amazone, le géant américain a finalement réussi à sécuriser le nom de domaine www.amazon.com.br

Le 6 décembre 2012, une soirée de lancement était organisée dans la grande librairie *Cultura* de l'avenue Paulista à Sao Paulo pour célébrer le partenariat. Quelques heures plus tard dans la soirée, à 23h45, *Google* ouvrait son *Google Play Store* local, suivi, 35 minutes plus tard par *Amazon*. En une journée, tous les détaillants internationaux de livres numériques ont donc ouvert leur librairie numérique au Brésil.

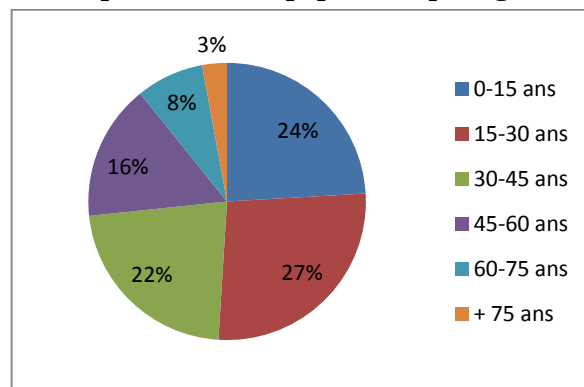
Quelques jours plus tard, *Amazon* concluait un accord avec la librairie *da Vila* pour vendre en exclusivité, en décembre et janvier, son *Kindle* au prix de 299 R\$ (environ 115 €).

C. LECTORAT ET HABITUDES DE LECTURE

Le contexte démographique et l'explosion de la classe moyenne

D'un point de vue démographique, le Brésil est en pleine croissance : sa population est passée de 150 millions de personnes en 1990, à 196 millions en 2011. Cette population est jeune (plus de 50% a moins de 30 ans), ce qui signifie également que dans vingt ans, la majorité de la population brésilienne appartiendra à une classe en âge de travailler et de consommer.

Répartition de la population par âge²⁴



Au Brésil, les foyers sont catégorisés en fonction de leur revenu mensuel, selon le barème suivant :

Classe A	plus de 4 000 US\$
Classe B	3 050 à 4 000 US\$
Classe C	710 à 3 050 US\$
Classe D	450 à 710 US\$
Classe E	moins de 450 US\$

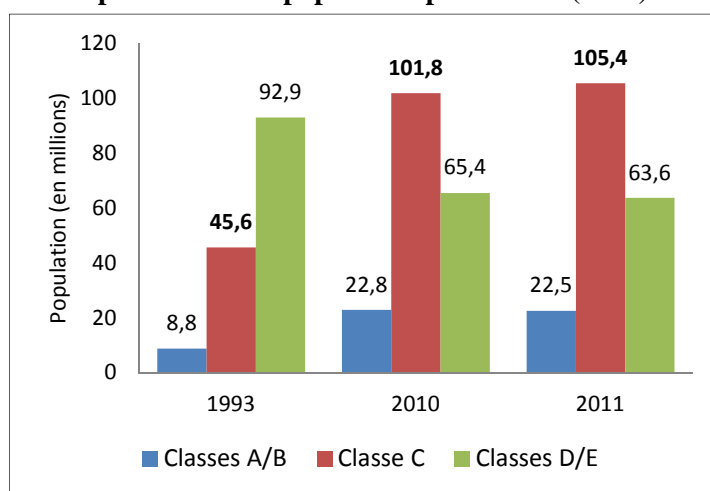
²⁴ *Censo demográfico 2010*, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, juin 2012.

Entre 1993 et 2011, la classe C, c'est-à-dire la **classe moyenne**, a connu un **essor considérable**. Elle est passée de 45 millions de personnes à plus de 105 millions. Cette classe moyenne représente un potentiel de croissance important pour l'industrie du livre. La majorité des maisons d'édition brésiliennes, y compris les plus prestigieuses, ouvrent leur catalogue et travaillent désormais en direction de ce lectorat. La fixation du prix devient ainsi un véritable enjeu marketing, puisque les éditeurs ne s'adressent plus uniquement aux classes A et B (les plus aisées).

Cependant, il ne faut pas négliger le fait que le livre n'est pas toujours considéré comme un bien prioritaire par cette classe moyenne émergente, plus facilement séduite par les achats de biens d'équipement (téléviseur, congélateur) ou de nouvelles technologies (achat d'un deuxième téléphone portable, etc.) que par des livres.

Quant aux classes D et E – soit un tiers de la population brésilienne – ce sont des personnes qui vivent dans la pauvreté ou l'extrême pauvreté et qui sont donc virtuellement exclues du marché du livre brésilien.

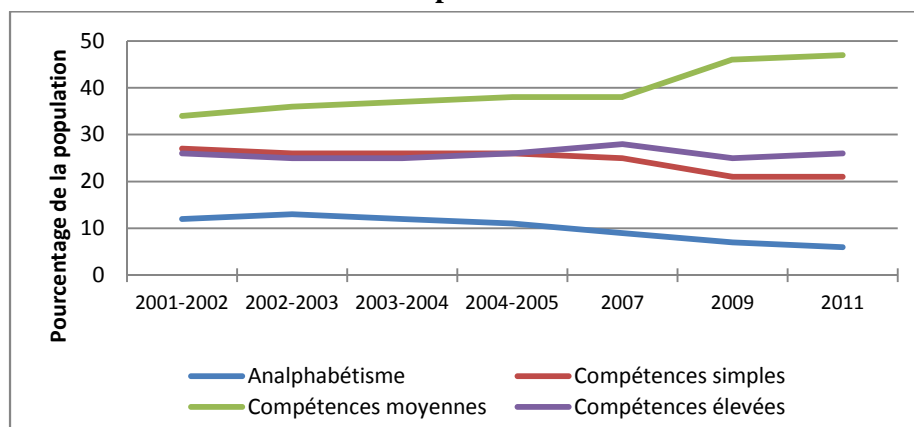
Répartition de la population par revenu (2011)²⁵



Il existe encore un taux non négligeable d'**analphabétisme** au Brésil. En effet, avec un taux d'analphabétisme de 9,7%, le Brésil se place parmi les pays les moins performants d'Amérique du Sud (Mexique : 6,6% ; Argentine : 2,3%). Les importantes politiques publiques d'alphabétisation mises en œuvre sous la présidence de Lula et poursuivies par Dilma Rousseff laissent deviner un accroissement du nombre de lecteurs potentiels au Brésil dans les années à venir.

²⁵ Source : Tomas Pereira, *What to expect when too much is expected*, 25th international Rights Director Meeting, Frankfurt Book Fair, 2011.

Taux d'alphabétisation²⁶



Les habitudes de lecture

Selon l'étude sur les habitudes de lecture publiée par l'Institut pour le Livre²⁷, le nombre de lecteurs au Brésil est encore assez **restreint**. Tout d'abord, il a baissé entre 2007 et 2011. Il est passé de 95,6 millions en 2007 (55% de la population de plus de 5 ans) à 88,2 millions en 2011 (50% de la population). Et parmi, ces personnes qui se définissent comme ayant lu au moins un livre dans l'année, **48% sont des élèves** et des étudiants en cours de scolarité.

Cette population de lecteurs a lu en moyenne 3,74 livres sur les trois derniers mois. Lorsqu'il ne s'agit pas de livres prescrits par l'institution scolaire, la **Bible** et les livres religieux arrivent *ex aequo* avec la littérature.

Ces lecteurs possèdent 34 livres en moyenne à leur domicile, dont 19 livres scolaires et 2 Bibles.

²⁶ Source : Inaf Brasil 2011.

²⁷ 3^a edição da Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, Instituto Pró-Livro, 2012.

**Genres les plus fréquemment lus
(plusieurs réponses possibles)**

La Bible	42%
Livres scolaires	32%
Romans	31%
Livres religieux	30%
Contes	23%
Littérature jeunesse	22%
Poésie	20%
Bandes dessinées	19%
Développement personnel	12%
Littérature pour adolescents	11%
Biographies	11%
Histoire, économie, politique, SHS	11%
Livres techniques	11%
Encyclopédies et dictionnaires	9%
Cuisine, pratique	7%
Art	6%
Voyage	5%

Les habitudes de consommation de livres

Les résultats d'une étude menée en 2008-2009²⁸ à l'initiative de l'Association des libraires, sur la part du revenu du foyer destinée à l'achat de biens culturels, corroborent assez bien les statistiques sur les habitudes de lecture.

En effet, selon cette étude, le pourcentage de personnes qui achète des livres – hors manuels scolaires – est très faible au Brésil. Seuls 8,1% de la population achèterait des livres autres que des manuels scolaires, et ces achats représenteraient 0,4% du revenu du foyer.

Profil du lecteur de livres numériques

Selon l'étude sur les habitudes de lecture, en 2011, 30% de la population avait déjà entendu parler du livre numérique (soit 53 millions de personnes). Parmi ces personnes, 82% n'en avaient jamais lu aucun, 17% en avaient lus sur un ordinateur et 1% sur un téléphone cellulaire.

Le lecteur de livres numériques est âgé de 18 à 39 ans (63%), avec un niveau d'études supérieur (80%), appartenant aux classes sociales A et B (53%).

Parmi cet échantillon de consommateurs de livres numériques, 13% déclarent avoir acheté leur livre numérique. Les autres ont téléchargé gratuitement leur livre via Internet, de manière légale (62%) ou illégale (38%).

²⁸ Étude LOF (*Livro no Orçamento Familiar*), IBGE, 2008-2009.

La production éditoriale par secteur

A. LES GRANDES TENDANCES DE L'ÉDITION GÉNÉRALISTE

1. Les principaux acteurs

Le secteur de l'édition généraliste ou du *trade* représente 40% du marché en termes de titres publiés et 21% en nombre d'exemplaires produits. Le tirage moyen est de 4 645 exemplaires.

En termes de chiffre d'affaires, le secteur du *trade* ne représente que 22% du marché, soit 1,06 milliard de réais (**457 millions d'euros**). Les achats publics représentent 14,7% du chiffre d'affaires du secteur.

Production éditoriale - secteur du *trade*

	2010	2011	Var (%)
Titres publiés	21 379	23 248	8,7
Exemplaires produits (millions)	146	108	-26

Ventes - secteur du *trade*

	Chiffres d'affaires (millions de réais)			Exemplaires vendus (millions)		
	2010	2011	Var (%)	2010	2011	Var (%)
Marché	1 016	903	-11	101	101	0
Gouvernement	139	156	12	18	16	-12
Institutions sociales	12	-	-	16	-	-
Total	1 167	1 059	-9	135	117	-13

Les principales maisons d'édition du secteur du *trade* sont celles précédemment citées dans le classement des 20 plus grandes maisons d'édition²⁹, à savoir : *Sextante*, *Companhia das Letras*, *Ediouro*, *Record*, *Intrínseca*, *Novo Conceito*, *Objetiva*, *Cosac Naify*, *Rocco*.

La bonne santé du secteur éditorial se traduit par une floraison de **nouvelles marques** ou *imprints* au sein des grandes maisons d'édition afin de répondre à l'augmentation du lectorat (principalement celui de la classe moyenne).

Ainsi la prestigieuse maison de littérature générale *Companhia das Letras* a annoncé la création de quatre nouvelles marques en son sein. *Paralela* a été lancée en avril 2012 : c'est une marque à vocation commerciale, qui publie des

²⁹ Cf. supra, chapitre 1, page 8.

auteurs à succès comme Patricia Cornwell. En septembre, *Seguinte* (12 titres par an) et *BoaCompanhia* (6 anthologies par an) ont été lancées, toutes les deux étant destinées à un public d'enfants et d'adolescents. En mars 2013, la maison (qui est détenue à 45% par *Penguin*), lancera *Penguin Portfolio*, une collection de titres d'économie, management et marketing.

La branche brésilienne du groupe portugais *Leya* investit également dans une nouvelle marque, nommée *Fantasy-Casa da Palavra*, dédiée à la littérature fantasy pour jeunes adultes. La marque a été lancée en mars 2012, elle est dirigée par la maison d'édition *Casa da Palavra* (basée à Rio et achetée par *Leya* en 2011).

La maison d'édition *Publifolha* – détenue par le groupe de presse *Folha*, qui publie le plus grand quotidien du pays – est connue pour ses livres illustrés et ses guides de voyage coédités avec *Dorling Kindersley*. Elle vient de lancer sa marque de non-fiction *Três Estrelas*, qui publie des documents d'actualité et des biographies.

2. Les meilleures ventes et les grandes tendances

Les 20 meilleures ventes de l'année 2012³⁰

Titre	Auteur	Maison d'édition	Domaine	Ventes
Cinquenta tons de cinza	E. L. James	Intrínseca	Fiction	583 768
Nada a perder "Rien à perdre"	Edir Macedo	Planeta	Non-fiction / Religion	294 875
Cinquenta tons mais escuros	E. L. James	Intrínseca	Fiction	293 898
Cinquenta tons de liberdade	E. L. James	Intrínseca	Fiction	223 226
Agapinho "Ágape pour les enfants"	Padre Marcelo	Globo Livros	Jeunesse / Religion	140 058
O x da questão	E. Batista	Primeira Pessoa	Non-fiction	109 213
A guerra dos tronos	G. Martin	LeYa	Fiction	85 106
Nietzsche para estressados	A. Percy	Sextante	Self-help	71 895
Jogos vorazes	S. Collins	Rocco	Jeunesse	71 642
A escolha	N. Sparks	Novo Conceito	Non-fiction	70 183
Diário de um banana - Casa dos horrores	J. Kinney	Vergara & Riba	Jeunesse	69 173
É tudo tão simples	D. Leão	Agir	Non-fiction	67 732

³⁰ Source : www.publishnews.com.br, classement consulté le 4 janvier 2013.

O monge e o executivo	J. Hunter	Sextante	Business	62 421
Diário de um banana	J. Kinney	Vergara & Riba	Jeunesse	60 499
O pequeno príncipe	St-Exupéry	Agir	Jeunesse	60 093
Steve Jobs	W. Isaacson	Cia das Letras	Non-fiction	57 843
Toda sua	S. Day	Paralela	Fiction	54 379
Um dia	D. Nicholls	Intrínseca	Fiction	53 724
O filho de Netuno	R. Riordan	Intrínseca	Jeunesse	53 248
A queda	D. Mainardi	Record	Non-fiction	53 237

Plusieurs grandes tendances se dégagent de ces listes de best-sellers. Tout d'abord, même si à première vue, **littérature érotique** et **livres religieux** semblent difficilement compatibles, c'est pourtant une équation qui s'avère réalisable au Brésil.

En effet, comme partout dans le monde, les Brésiliens se sont laissés tenter par la vague du *porno soft* lancée par E.L. James et ses comparses (Sylvia Day en 17^e position), mais ils sont encore plus fans de livres religieux : deux prêtres figurent dans la liste des meilleures ventes de 2012. Le Père Marcelo Rossi, tout d'abord, avec *Agapinho*, la version illustrée pour enfants de son best-seller *Ágape* (vendu à plus de 7 millions d'exemplaires). Quant à *Nada a perder* (« Rien à perdre ») c'est une autobiographie de l'évêque évangélique Edir Macedo. Il s'annonce, lui aussi, comme un nouveau phénomène de ventes (30 000 exemplaires vendus lors de sa première semaine de mise en place).

Le secteur de la littérature *young adult* est, de l'avis des professionnels du livre, l'un de ceux qui décolle le mieux au Brésil. La liste des meilleures ventes de l'année 2012 inclut cinq titres de cette catégorie : le premier tome de *Hunger Games* de Suzanne Collins, deux tomes du *Journal d'un dégonflé* de Jeff Kinney, ainsi que deux titres d'*heroic fantasy* : version « mythologie » (*Héros de l'Olympe*) pour Rick Riordan et « dragons » pour George R.R. Martin (*Le trône de fer*).

La **fiction commerciale** destinée à un public féminin est l'une des grandes tendances porteuses de l'édition brésilienne. On peut signaler l'essor de la maison *Novo Conceito* dont le public cible est majoritairement féminin. Leur « recette » est basée sur la publication de livres qui sont essentiellement des romans d'amour, avec de très belles couvertures et un prix ne dépassant jamais 30R\$ (avec des auteurs à succès comme Nicholas Sparks, 10^e au classement). C'est également la ligne éditoriale d'une maison comme *Intrínseca*, qui publie les traductions des romans d'amour de David Nicholls.

On peut noter que *Paralela*, la maison d'édition qui publie le roman érotico-sentimental de Sylvia Day est une filiale de la prestigieuse maison *Companhia das Letras*. Celle-ci, habituée à publier des classiques et de la littérature *up-market* s'est adaptée à cette zone grise du marché – entre l'élite cultivée et le très grand public – en publiant de la littérature commerciale.

Enfin le **self-help** est l'une des constantes du marché éditorial. Les livres de développement personnel ont fait (et continuent à faire) la fortune d'éditeurs comme *Sextante* et peuvent afficher des tirages exceptionnels. Deux ouvrages de cette maison d'édition font d'ailleurs partie des vingt meilleures ventes de l'année : un petit guide « philosophique » d'Allan Percy traduit en français sous le titre *Nietzsche antistress en 99 pilules philosophiques*. Le second, *O monge e o executivo*³¹ est un long-seller – 2,5 millions d'exemplaires vendus depuis sa parution en 2004 – qui traite du leadership.

La forte croissance de ce secteur a convaincu des éditeurs plus « traditionnels » comme *Nova Fronteira* d'ouvrir leur catalogue à ce genre.

Dans cette liste des meilleures ventes, apparaissent également la biographie de Steve Jobs et l'indétrônable *Petit Prince*. À la vingtième place, l'ouvrage du journaliste brésilien Diogo Mainardi (très connu pour sa verve et ses positions anti-Lula) n'est pas un essai mais un récit personnel sur son fils handicapé.

B. LE SCOLAIRE, LA JEUNESSE ET LA BANDE DESSINÉE

Dans le domaine du scolaire et de la jeunesse, la puissance publique (État fédéral, États fédérés et municipalités) est le **principal client** de nombre d'éditeurs brésiliens. Deux plans d'achats publics structurent le marché : le PNLD pour le scolaire et le PNBE pour la jeunesse.

Achats publics

	Chiffres d'affaires (millions de réais)			Exemplaires vendus (millions)		
	2010	2011	Var (%)	2010	2011	Var (%)
PNLD	909	1 189	30,6	140	168	20
PNBE	71	78	10,5	13	10	-24
Autres agences gouv.	165	121	-26	10	7	-26
Total	1 145	1 388	21	163	185	13

³¹ Traduit en français aux éditions du *Trésor caché* sous le titre « Le serviteur : Une histoire toute simple au sujet de la véritable essence du leadership ».

1. L'édition scolaire

Le secteur du scolaire représente 25% du marché en termes de titres publiés et 51% en nombre d'exemplaires produits. Le tirage moyen est de 17 418 exemplaires.

En termes de chiffre d'affaires, le secteur du scolaire représente 49% du marché. Les achats du gouvernement (achats directs) représentent la moitié du chiffre d'affaires du secteur.

Production éditoriale - secteur scolaire

	2010	2011	Var (%)
Titres publiés	14 637	14 812	1,2
Exemplaires produits (millions)	230	258	12,3

Ventes - secteur scolaire

	Chiffres d'affaires (millions de réais)			Exemplaires vendus (millions)		
	2010	2011	Var (%)	2010	2011	Var (%)
Marché	1 102	1 189	7,8	58	60	4
Gouvernement	999	1 194	19	144	166	15
Total	2 102	2 383	13	202	226	12

Les quatre plus grands éditeurs du secteur sont : le groupe *Abril* (avec les maisons *Ática* et *Scipione*), le groupe *FTD*, les éditions *Moderna* (détenues par *Santillana*) et *Saraiva*. Les autres maisons importantes sont *IBEP e Nacional*, *Editora do Brasil*, *Editora Positivo*, les éditions *SM*, la maison *Base Editorial* installée à Curitiba, *Macmillan*, *Escala Educacional*, etc.

En terme de saisonnalité, le chiffre d'affaires des éditeurs scolaires connaît **deux pics** importants durant l'année : au premier trimestre (la rentrée scolaire au Brésil a lieu en février³²) et au dernier trimestre, lorsque le gouvernement paye ses achats du plan PNLD.

Hormis les manuels destinés aux achats publics, la production éditoriale des maisons d'édition scolaires destinée au marché privé est principalement constituée de manuels pour les écoles privées, et surtout de ressources complémentaires (parascolaires). Les éditeurs scolaires sont aussi amenés à développer de nombreux **systèmes d'enseignement** complémentaires en ligne. La maison d'édition *Saraiva* par exemple a créé le système d'enseignement

³² Les vacances « d'été » ont lieu en décembre et janvier.

Ético pour les écoles privées (528 écoles associées, 146 millions d'élèves) et *Agora* pour les écoles publiques.

Les éditeurs scolaires développent également de nombreux matériels didactiques pour les professeurs avec des sites internet d'accompagnement. Il est de notoriété publique que le niveau des enseignants en primaire, notamment dans l'enseignement public, est faible.

Principales caractéristiques du PNLD

Le PNLD est un plan triennal. En année un, le gouvernement fédéral établit la charte des éléments qu'il souhaite (format, contenu, objectifs pédagogiques). Chaque maison d'édition envoie un exemplaire « blanc » (anonyme). L'évaluation des manuels est faite par des équipes d'enseignants, d'universitaires et de professionnels de l'enseignement et une sélection d'ouvrages est établie. Celle-ci est envoyée aux écoles afin que les enseignants passent leurs commandes. Les professeurs ont trois mois pour choisir les manuels sur lesquels ils feront travailler leurs élèves. Durant ces trois mois, les éditeurs scolaires leur envoient des exemplaires gratuits. Une fois les commandes passées, les éditeurs négocient le prix d'achat avec le gouvernement et déclenchent le processus de production des ouvrages.

Les matières concernées par le PNLD sont la lecture, le calcul, les mathématiques, l'anglais, l'histoire, la géographie, les sciences, la physique, la chimie et la biologie, la philosophie et la sociologie.

Ce programme est complété par plusieurs appels d'offres supplémentaires : PNLD EJA (alphabétisation des adultes), PNLD *Obras complementares* (ouvrages complémentaires), PNLD *Dicionarios* (dictionnaires) et à partir de 2013, le PNLD CAMPO (collections spécifiques destinées aux élèves des régions rurales).

En 2012, **162 millions de manuels scolaires** ont été distribués dans le cadre du PNLD.

PNLD 2012

	Primaire	Collège	Lycée
Millions de livres distribués	70,69	79,56	12,13
Budget (en millions de réais)	443,5	720,7	162,8

2. Le secteur de la jeunesse

Les principaux éditeurs de livres de jeunesse sont les éditeurs **scolaires**. Ils s'appuient sur leurs réseaux de professeurs et d'écoles avec lesquels ils travaillent traditionnellement et qui leur servent de relais pour la prescription. Viennent ensuite tous les grands éditeurs **généralistes** qui ont ouvert d'importants départements jeunesse comme *Companhia das Letras*, *Global*, *Record*, *Objectiva*, *WMF Martins Fontes*, *Nova Fronteira*, *Rocco*, *Cosac & Naify*, etc. Parmi les éditeurs **spécialisés** en jeunesse, on peut citer *Melhoramento* et la maison *Brinque Book*.

L'édition jeunesse connaît actuellement de fortes transformations : une conception moins utilitaire de la lecture pour les plus jeunes (avec le succès des livres-jouets, des livres à pop-up, etc.), le succès de la série des *Harry Potter*, de la saga des vampires de *Stephenie Meyer* et des dieux de l'Olympe version *fantasy* de la série *Percy Jackson* de Rick Riordan ont modifié en profondeur la production éditoriale brésilienne. Une analyse détaillée de cette offre par segments (bébé, enfant, adolescent) a été réalisée par Gilliane Joly en octobre 2009 dans une étude du BIEF sur l'édition de jeunesse au Brésil.

L'édition de jeunesse reste influencée par les lignes directrices définies par les pouvoirs publics (premier acheteur d'ouvrages pour les enfants et adolescents). En effet, les achats publics peuvent représenter jusqu'à 25% du chiffre d'affaires de certaines maisons d'édition et l'équilibre financier de certaines petites maisons d'édition peut dépendre entièrement de ces ventes.

L'importance du PNBE (programme national pour les bibliothèques des écoles)

Le PNBE a pour objectif de fournir un corpus de livres aux bibliothèques des écoles publiques (niveaux préscolaire, primaire et secondaire). Chaque année, les écoles reçoivent une collection (ou plusieurs, selon le nombre d'élèves) de 25 à 60 livres (en fonction des niveaux).

Le PNBE se compose des genres suivants: œuvres classiques de la littérature mondiale, poèmes, nouvelles, romans, théâtre, textes de la tradition populaire, histoire (mémoires, biographie), livres illustrés, bandes dessinées. Les achats gouvernementaux portent majoritairement sur des titres d'**auteurs brésiliens**, mais pas exclusivement.

En 2013, le programme distribuera environ 6,7 millions de livres à plus de 50 000 écoles primaires pour un budget de R\$ 66 millions.

Millions de livres distribués - PNBE 2012

Jardin d'enfants	3,485
Primaire	5,574
Secondaire	1,425

Le cadre de mise en œuvre du PNBE est rigide, les règles sont strictes et les délais serrés. Les ouvrages sont vendus à très bas prix : les éditeurs octroient une **remise** de l'ordre de 65% à 85% sur le prix catalogue. La faiblesse de la marge réalisée sur chaque exemplaire vendu est compensée par le volume des ventes : un livre sélectionné peut-être acheté à plusieurs milliers d'exemplaires (de 20 000 jusqu'à 500 000 exemplaires).

Prix moyen des livres par type de programmes (2011)

PNLD	7,07 R\$
PNBE	7,77 R\$
Autres agences gouv.	16,32 R\$

Ce système jouit d'une bonne réputation auprès des éditeurs. Depuis une dizaine d'années, ceux-ci estiment que le système est équitable et il n'y a pas d'allégation de corruption. D'autre part, ces achats sont sécurisés car les institutions publiques sont solvables et payent toujours dans les temps. En outre, les éditeurs doivent obligatoirement apposer le logo de la structure publique sur ces livres afin que l'on puisse les différencier et éviter les vols ou reventes illégales.

Même si les contraintes et les cahiers des charges sont importants (notamment les pièces à fournir en cas de coéditions avec des éditeurs étrangers), ces programmes sont très **rentables** pour les éditeurs de jeunesse, tout comme pour les maisons généralistes qui, par effet d'aubaine, ont ouvert leur catalogue à la jeunesse.

Lors des procédures d'appel d'offres du PNBE, chaque maison a le droit de présenter un maximum de 20 titres – ce qui a conduit certaines maisons généralistes à créer de nouvelles filiales en jeunesse afin de multiplier leurs chances de bénéficier de ces programmes.

Le PNBE est aussi un moyen de faire connaître sa maison dans des régions que la distribution classique ne dessert que rarement.

« Livres adoptés » et ventes directes aux écoles

En dehors des achats gouvernementaux qui constituent une part importante de leurs revenus, les éditeurs de jeunesse reconnaissent que le meilleur canal de distribution de leurs livres n'est pas la librairie.

En effet, une grande partie de leurs budgets promotionnels est destinée à faire connaître leurs ouvrages aux enseignants des **écoles privées**. Ceux-ci vont choisir des ouvrages de jeunesse, les fameux « **livres adoptés** » qui seront achetés directement par l'école, sans passer par le canal de la librairie.

Il est vrai que les écoles privées brésiliennes disposent de budgets importants : la scolarité y est payante et elles accueillent les enfants d'une élite bourgeoise et aisée, appartenant aux classes A et B de la société.

Travailler davantage avec les écoles et se constituer un réseau de **prescripteurs** est la priorité de nombreux éditeurs qui publient de la jeunesse. Une maison comme *Saraiva* par exemple, a développé une politique de « séduction » des enseignants calquée sur les techniques de ventes de l'industrie pharmaceutique avec des équipes de vente dédiées à la visite des enseignants, la distribution d'exemplaires gratuits, etc.

Les livres de commande

Les maisons d'édition tirent aussi profit des partenariats qu'elles peuvent conclure avec de grandes sociétés brésiliennes. Par exemple, l'une des plus grandes banques du pays, la banque *Itaú*, a développé, avec des ONG, des programmes d'alphabétisation et de promotion de l'accès à la lecture. La banque choisit chaque année une liste de titres de jeunesse qui seront distribués gratuitement dans ses agences (tirage moyen : 6 000 exemplaires). La fondation sociale de la banque envoie aussi gratuitement une collection de trois livres de jeunesse aux particuliers qui en font la demande via le site Internet de la banque.

Le secteur de la bande dessinée

Le secteur de la bande dessinée fait également l'objet d'une description détaillée dans l'étude de Gilliane Joly (cf. supra). À titre d'actualisation, il est intéressant de noter que les grandes maisons brésiliennes ont toutes lancé récemment une collection ou un label de **graphic novel**. Par exemple *Record* a créé le label *Galera* en 2007 destiné au public des 12-20 ans. En 2009, face à une forte demande du marché, la maison d'édition *Companhia das Letras* a créé le label *Quadrinhos na Cia*, entièrement dédié au *graphic novel* et à la bande dessinée. Le puissant groupe scolaire *Atica* a inauguré en juillet 2011 son label de bandes dessinées *Agaquê* avec la traduction d'un titre suisse (« Un regard par-dessus l'épaule » des éditions *Pierre Paquet*).

D'autre part, la librairie *Cultura* a inauguré, à Sao Paolo, en avril 2012, son premier point de vente spécialisé « **geek** »³³ avec des titres de bandes dessinées *fantasy* mais aussi des jeux vidéo et des produits high-tech. Quant au Festival International de la bande dessinée de Belo Horizonte³⁴ (**FIQ !**) c'est une biennale qui existe depuis 1999. C'est également le plus grand événement lié à la BD en Amérique latine

C. L'ÉDITION UNIVERSITAIRE ET PROFESSIONNELLE

1. Les grandes caractéristiques de l'édition de STM

Les données chiffrées du secteur

Le secteur du STM représente 20% du marché en termes de titres publiés et 6% en nombre d'exemplaires produits. Le tirage moyen est de 3 000 exemplaires. En termes de chiffre d'affaires, le secteur du STM représente 19% du marché éditorial brésilien. Les achats du gouvernement (achats directs) sont minimes (1,9%) sur ce secteur

Production éditoriale - secteur STM

	2010	2011	Var (%)
Titres publiés	11 156	11 976	7,35
Exemplaires produits (millions)	31	36	18

Ventes - secteur STM

	Chiffres d'affaires (millions de réais)			Exemplaires vendus (millions)		
	2010	2011	Var (%)	2010	2011	Var (%)
Marché	735	892	21	25,6	34,3	33
Gouvernement	4	18	348	0,3	1,5	385
Total	739	910	23	25,9	35,8	38

Les principaux éditeurs de STM

Le groupe **GEN** (Grupo Editorial Nacional) a été créé en 2007. C'est l'un des leaders du marché du STM au Brésil. *GEN* est une plateforme éditoriale qui regroupe neuf acteurs importants (*Guanabara Koogan, Santos, Roca, AC Farmacêutica, LTC, Editora Pedagógica Universitária, Forense, Forense*

³³ Cette librairie s'appelle : *Geek, etc* ; Elle dispose aussi d'un site de vente en ligne : www.geek.etc.br

³⁴ FIQ: Festival Internacional de Quadrinhos de Belo Horizonte, <http://fiqbh.com.br>

Universitária, Editora Método). Son catalogue offre environ 3 300 titres dans les domaines médicaux et vétérinaires, de la nutrition, du nursing, des sciences et du droit.

La maison d'édition **Saraiva** détient 15% de parts de marché du secteur du STM et 40% dans l'édition juridique.

Le **groupe A** est une grande plateforme de distribution du savoir qui détient les marques éditoriales suivantes : *Artmed, Artes Médicas, Bookman, Penso, Tekne et McGraw-Hill Brasil*, ainsi que les revues *BMJ* et *Pátio*. Le groupe possède environ 2 000 titres en catalogue dans les domaines des sciences de la vie, des sciences exactes et appliquées et des sciences humaines.

Le groupe RT détient la revue juridique centenaire *Revista dos Tribunais* et la maison d'édition spécialisée en droit *Editora RT*. En 2010, le groupe a été racheté par *Thomson Reuters*.

La maison d'édition *Atlas* qui publie des manuels, des dictionnaires, des livres de préparation aux concours est aussi un acteur important du secteur.

Les presses universitaires

La situation des presses universitaires est contrastée puisqu'elle dépend de la taille des universités et de leur degré d'autonomie financière. Parmi les plus dynamiques, on peut citer l'*Edusp*, l'éditeur de l'Université de Sao Paulo, l'*Unesp*, éditeur de l'Université de l'État de Sao Paulo, l'*UFRJ Editora* qui dépend de l'Université fédérale de Rio de Janeiro, etc.

Les presses universitaires jouent un rôle fondamental de diffusion de la recherche nationale, mais aussi d'accès aux auteurs étrangers, notamment dans le domaine des sciences humaines et sociales.

Les grandes universités privées se tournent, pour des raisons de rentabilité, vers l'impression à la demande et l'édition numérique.

2. Un secteur à haut potentiel grâce à l'augmentation du nombre d'étudiants

Aperçu des principales particularités du système universitaire au Brésil³⁵

De manière générale, au Brésil, les étudiants issus des milieux favorisés suivent leur scolarité primaire et secondaire dans le privé (qui offre le meilleur enseignement), ce qui leur donne les moyens d'intégrer des établissements publics d'enseignement supérieur – qui sont à la fois gratuits, d'excellent niveau et très convoités.

³⁵ Informations disponibles sur la fiche *Enseignement supérieur Brésil 2010*, base Curie.

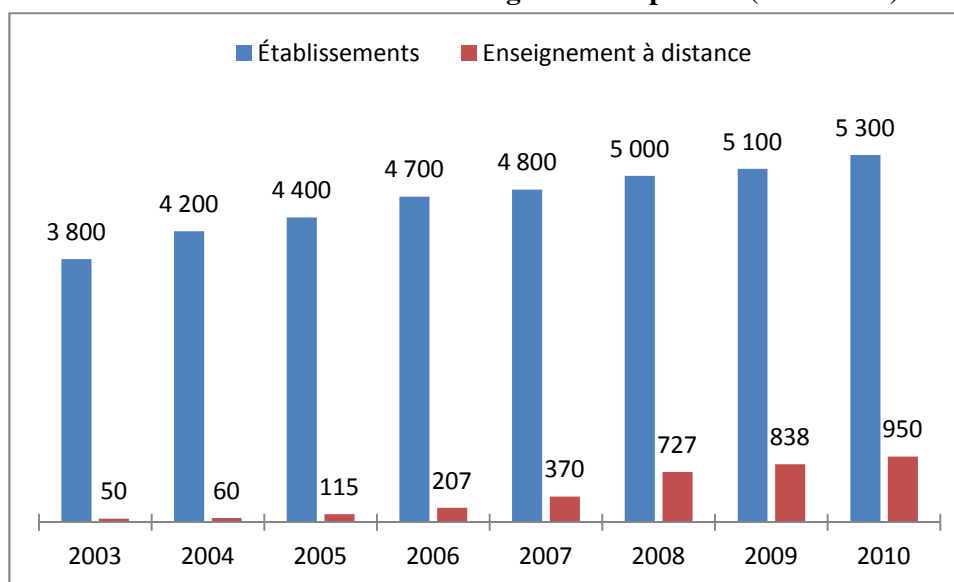
Paradoxalement, les étudiants issus des milieux moins favorisés suivent leur scolarité primaire et secondaire dans le public (de moins bon niveau) d'où ils sortent moins bien formés et doivent se tourner, au niveau de leurs études supérieures, vers des établissements privés et payants.

Conscient de cette réalité, le gouvernement brésilien a entamé des réformes structurelles afin de faciliter l'accès des jeunes Brésiliens à un enseignement supérieur de qualité. La présidente Dilma Rousseff, a promulgué le 29 août 2012 une loi qui oblige à réserver 50% des places des universités fédérales gratuites aux élèves ayant fait leurs études secondaires dans des écoles publiques. Ce quota comprendra un nombre de places réservées aux Noirs, aux Métis et aux Indiens, qui sera proportionnel à la composition de la population de chaque État du Brésil. Cette loi avait été approuvée au début du mois par le Sénat, après 13 ans de débats.

Une croissance importante du nombre d'étudiants

Le nombre d'étudiants est en croissance continue depuis dix ans. Il est passé de 3,8 millions en 2001 à plus de 6 millions en 2010 et devrait encore augmenter dans les années qui viennent notamment grâce à la réforme *Pronatec*³⁶. Lancée en 2011, celle-ci prévoit la création de 250 000 nouvelles places dans les universités et de 650 000 places dans les écoles techniques, d'ici à 2014.

Évolution des effectifs dans l'enseignement supérieur (en milliers)



³⁶ Réforme Pronatec: National Access to Technical Education and Employment.

L'essor de l'auto-formation et de l'enseignement à distance

Il existe une très forte demande de formation au sein des classes les moins favorisées qui cherchent à améliorer leurs compétences et à se qualifier pour obtenir de meilleurs postes sur le marché de l'emploi. Cette demande promet un bel avenir aux maisons d'édition de livres techniques et de vulgarisation scientifique.

Conscients de l'enjeu majeur que représente la formation, plusieurs grandes sociétés, dont certaines cotées en bourse (comme *Anhanguera* par exemple), se sont engouffrées dans ce secteur. Leur public cible est constitué d'adultes des classes C et D, qui travaillent pendant la journée et étudient le soir. Ces sociétés subventionnent également fortement le **PLT** (Programa do Livro-Texto). Ce programme permet aux ouvrages de STM publiés par les plus grands éditeurs brésiliens d'être vendus aux étudiants à prix coûtant.

3. Les grands défis de l'édition de STM

Le problème du piratage

Si le piratage ne semble pas trop affecter le secteur du *trade*, en revanche, la photocopie et le piratage numérique sont une réalité du marché de l'édition universitaire et professionnelle.

Selon l'ABDR³⁷ (Association brésilienne des droits reprographiques), qui effectue un monitoring actif des téléchargements illégaux sur Internet, six des douze titres les plus piratés en 2011 sont des titres de STM³⁸.

Le premier d'entre eux est *Oracle Database*, publié par la maison *Artmed* avec 40 346 téléchargements. Il est suivi par : *English Vocabulary in Use* publié par *Cambridge University Press* (34 484) ; *Treinando a emoção para ser feliz* de l'auteur brésilien Augusto Cury publié chez *Ediouro* (34 173) ; puis par deux ouvrages collectifs publiés par *Saraiva* : *Uma introdução ao estudo da psicologia* (30 124), et *Fundamentos da matemática* (30 529).

Une solution brésilienne au problème du piratage : Pasta do Professor

Pasta do Professor (« le dossier de l'enseignant ») est une initiative lancée par un groupe d'éditeurs universitaires, sous la tutelle de l'ABDR. Elle a pour objectif de permettre une alternative à la photocopie illégale de livres.

Cette plateforme, lancée en 2007 avec dix éditeurs, en compte aujourd'hui trente-quatre. Les maisons d'édition mettent en ligne leurs ouvrages divisés en

³⁷ ABDR: Associação Brasileira de Direitos Reprográficos, www.abdr.org.br

³⁸ Roberta Campassi, *The Top Illegally Downloaded Books in Brazil*, PublishNews Brazil, 10.04.2012

chapitres ou en blocs de contenu. Les professeurs des universités créent des « dossiers » sur la plateforme, en fonction de leur bibliographie. Les étudiants peuvent ensuite acheter ces dossiers et les imprimer, en toute légalité.

Dans ce modèle B2B, les universités traitent directement avec les maisons d'édition. L'initiative a pris un réel essor lorsque la grande université privée *Estácio de Sá* (260 000 étudiants en 2012) est devenue l'un des principaux partenaires de la plateforme, ce qui a incité de nombreux éditeurs à s'impliquer dans le projet.

En fin d'année 2012, le catalogue disponible de *Pasta do Professor* a dépassé les 4 000 titres et, au total, 435 millions de pages ont été imprimées depuis le démarrage du projet.

La bibliothèque numérique Minha Biblioteca

Minha Biblioteca (ma bibliothèque) est un projet qui a été créé par un consortium d'éditeurs de STM : *GEN*, *Atlas*, *Groupe A* et *Saraiva* afin de faciliter l'accès des étudiants aux livres universitaires sous leur forme numérique. Grâce à *Minha Biblioteca*, plusieurs milliers de livres universitaires sont désormais disponibles dans les bibliothèques universitaires au format numérique. Leur commercialisation se fait par la vente d'abonnements aux universités.

D. LE LIVRE RELIGIEUX

Le secteur du livre religieux – qui comprend des titres ésotériques, des textes fondamentaux, des ouvrages de prosélytisme et des essais théologiques – représente 14% du marché en termes de titres publiés et **19% en nombre d'exemplaires produits**. Le tirage moyen est de 11 770 exemplaires.

En termes de chiffre d'affaires, le secteur du livre religieux représente 10% du marché.

Les achats du gouvernement (achats directs) représentent 4% du chiffre d'affaires du secteur.

Production éditoriale - secteur religieux

	2010	2011	Var (%)
Titres publiés	7 581	8 156	7,58
Exemplaires produits (millions)	84	96	14,3

Ventes - secteur religieux

	Chiffres d'affaires (millions de réais)			Exemplaires vendus (millions)		
	2010	2011	Var (%)	2010	2011	Var (%)
Marché	494	464	-6	73,8	87,7	19
Gouvernement	2	19	758	0,28	1,6	485
Total	496	483	-2,5	74	89	20

Avec un tirage moyen de 7 millions d'exemplaires par an le Brésil était, en 2006, le premier producteur mondial de Bibles. Les éditeurs évangéliques et la *Sociedade Biblica do Brasil* détiennent la majorité de ce marché.

Un lectorat potentiel important

Comme on a pu le constater, les livres religieux ont une place de choix dans les listes de meilleures ventes au Brésil et semblent s'y s'installer sur le long terme. Ces livres trouvent leur lectorat au sein d'une société brésilienne où la religion est encore très prégnante et influente dans la vie quotidienne, et où le processus de sécularisation n'en est qu'à ses prémices (8% seulement de la population se déclare sans religion).

Le Brésil est, en outre, la première nation catholique du monde avec près de 123 millions de croyants. Parmi eux, nombreux sont ceux qui pratiquent un catholicisme syncrétique teinté de traditions d'origine africaine. Les chiffres du dernier recensement de 2010 marquent la forte croissance des églises évangéliques et pentecôtistes (22% en 2010 contre 15% en 2000) au détriment de l'église catholique (64% en 2010 contre 73% en 2000).

Principales religions au Brésil³⁹

Religion	Millions de personnes	%
Catholicisme apostolique romain	123,8	64%
Églises évangéliques (protestantisme, pentecôtisme)	42,2	22%
Sans religion	15,3	8%
Spiritisme « kardéciste »	3,8	2%
Autres religions chrétiennes	1,4	0,77%
Non déterminé ou religions multiples	0,643	0,73%
Umbanda et Candomblé ⁴⁰	0,588	0,34%
Catholicisme apostolique brésilien	0,56	0,31%
Autre (bouddhisme, judaïsme, islam, catholicisme orthodoxe, etc.)	1,3	1%

³⁹ *Censo demográfico 2010*, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, juin 2012.

⁴⁰ Ces religions afro-brésiliennes, arrivées au Brésil avec les esclaves d'Afrique, mélangent croyances et rituels africains et européens.

Des phénomènes éditoriaux qui n'existent qu'au Brésil

Le Père **Marcelo Rossi** fait figure de star incontestée au Brésil. C'est sans doute le prêtre catholique le plus connu du pays, figure iconique du mouvement du renouvellement charismatique catholique⁴¹. Capable de remplir un stade de foot de 70 000 personnes lors de la célébration d'une de ses messes, Padre Marcelo y utilise abondamment la musique et les chants. Il est aussi fréquemment invité à la radio et à la télévision, a enregistré plusieurs CD et a joué dans deux films aux thématiques religieuses. Il est l'auteur d'un des plus grands succès éditoriaux brésiliens, son célèbre *Ágape*, publié par la maison d'édition *Globo Livros*. Vendu à plus de 7 millions d'exemplaires, l'ouvrage est maintenant décliné en version pour enfants (*Agapinho*).

Les églises pentecôtistes ne sont pas en reste et ont, elles aussi, leurs auteurs au box office. En tant qu'auteur évangélique, l'évêque autoproclamé **Edir Macedo** se distingue avec plus de 10 millions de livres vendus, dont son best-seller « *Orixás, Caboclos e Guias, deuses ou demônios?* », paru chez *Universal Produções*. Cette maison d'édition appartient à l'Église universelle du royaume de dieu, mouvement néo-pentecôtiste dirigé par Edir Macedo. En plus de mobiliser les foules lors de cérémonies avec guérisons et trances en direct, Edir Macedo est surtout à la tête d'un empire audiovisuel, qui comprend plusieurs chaînes régionales ainsi que la troisième télévision nationale, la *TV Record*. Son dernier opus autobiographique *Nada a perder* (« Rien à perdre ») paru chez *Planeta do Brasil*, s'annonce lui aussi, comme un nouveau phénomène de ventes.

Beaucoup de livres à bon marché

Hormis ces titres à grands succès, le secteur de livre religieux se caractérise surtout par la diversité de son offre (8 156 titres en 2011). La plupart de ces livres sont des ouvrages bon marché (petit format, faible pagination), vendus au sein des églises et des temples ou dans des petites boutiques d'articles religieux. Si certains font effectivement l'exégèse des textes fondamentaux, la majorité d'entre eux sont des guides de conduite et de comportement ou des livres de spiritualité, à la frontière avec les livres de développement personnel.

La maison d'édition *Canção Nova* est l'un des éditeurs religieux les plus lucratifs du Brésil. La maison s'adosse sur la puissante communauté catholique du même nom (présente également aux États-Unis et en Europe) et détient un

⁴¹ Ce mouvement a pris son essor au Brésil dans les 1990. Il est souvent perçu comme une tentative de l'Église catholique de ramener au bercail les fidèles qui seraient tentés par une adhésion à une église pentecôtiste.

portail Internet ainsi que des chaînes de télévision et de radio. Les livres – qui s’adressent principalement aux classes C et D de la population – sont vendus en librairie mais aussi et surtout en porte-à-porte par le biais d’un réseau de représentants.

Les particularités de la distribution brésilienne

A. PROMOTION ET DISTRIBUTION

La promotion : moyens traditionnels et essor du e-marketing

Les moyens traditionnels de promotion sont les articles et critiques dans les suppléments littéraires de la presse quotidienne comme *O Globo*, *Folha de S. Paulo*, *Jornal do Brazil*, *Correio Braziliense* à Brasilia, *Estado de Minas* à Belo Horizonte, *Zero Hora* à Porto Alegre, par exemple. En revanche, il existe peu d'émissions littéraires ou qui parlent de livres à la télévision, mis à part sur *Globo news*.

Les prix littéraires les plus importants sont le prix *Premio Sao Paolo*, le prix *Jabuti* et le prix *Portugal Telecom*. Ils ont une influence notable sur les ventes et permettent d'accroître la notoriété de l'auteur.

Avec le développement de l'accès à Internet, le *e-marketing* prend un réel essor au Brésil. Selon l'étude sur les habitudes de lecture, en 2011, 46% de la population utilise Internet (soit environ 81 millions de personnes). Parmi elles, 24% déclarent faire partie de réseaux sociaux ou consulter des sites et des blogs qui parlent de livres, de littérature ou d'auteurs.

Tous les plus grands éditeurs brésiliens assurent désormais la promotion de leurs titres via leur site Internet mais aussi via des sites compagnons dédiés ou des blogs de l'auteur, ainsi que sur *Facebook* et *Twitter*. Les éditeurs constatent qu'il y a souvent beaucoup d'enthousiasme sur les réseaux sociaux (notamment pour les titres du segment *young adults*) mais que les ventes ne suivent pas forcément. Un éditeur comme *Rocco* soutient les blogs de ses fans en distribuant des cadeaux aux meilleurs d'entre eux. La maison organise aussi des opérations en partenariat avec la librairie *Saraiva* pour encourager les lecteurs à donner leur avis.

La pratique des *book trailers* (à l'image des bandes annonces de films) se développe et ces vidéos de promotion de romans sont mises en ligne sur les réseaux sociaux ou sur des sites d'hébergement de vidéos comme *Youtube*.

La répartition des ventes par canal de distribution.

En 2011, 68% des exemplaires vendus en dehors des programmes gouvernementaux ont été commercialisés par le canal traditionnel des librairies, des librairies en ligne ou des distributeurs (qui desservent, en général, la province).

Les ventes en porte-à-porte sont une particularité brésilienne et représentent 9% des livres vendus au Brésil. L'importance du secteur religieux dans la production éditoriale se traduit par un taux important de vente dans les églises et les temples (4% du total des exemplaires vendus dans le pays).

Répartition des ventes par canal en 2011(hors achats gouvernementaux)

	Exemplaires	CA
Librairies (librairies en ligne incluses)	45%	60%
Distributeurs	23,5%	20,5%
Porte-à-porte	9%	5%
Églises et temples	4%	2,8%
Supermarchés	2,4%	1,7%
Kiosques	2,2%	1,5%
Écoles et collèges	1,3%	0,7%
Entreprises	0,8%	0,6%
Sites Internet des éditeurs	0,5%	0,4%
Marketing direct (club de livres, VPC)	0,4%	0,2%
Ventes couplées à un journal	0,17%	0,18%
Bibliothèques privées	0,07%	0,02%
Autres	10,6%	6,3% ¹

À l'échelle d'un pays gigantesque comme le Brésil, la distribution de livres relève du challenge. Les distributeurs jouent un rôle déterminant : ils assurent le fret des ouvrages jusqu'à des zones très reculées et approvisionnent certaines librairies indépendantes et écoles isolées, comme dans le nord du pays.

Il n'y a pas de grands groupes de distribution au Brésil. Les grands éditeurs ont leur propre réseau de distribution (en général un centre de distribution dans chaque État). Il existe à Sao Paulo, plusieurs distributeurs de taille moyenne qui travaillent à l'échelle nationale. Il y a également plusieurs distributeurs régionaux dans les principaux États du pays qui fournissent les librairies locales. Certains distributeurs sont, par ailleurs, spécialisés dans l'approvisionnement des supermarchés et des supérettes.

Le degré de confiance envers les distributeurs est assez faible. Il est vrai que les cas de faillite ou de disparition impromptue sont assez nombreux. La profession estime que les défauts de paiement des distributeurs représentent une perte de 1 à 2% de leur chiffre d'affaires. Lorsqu'ils le peuvent, les petits éditeurs traitent directement avec les librairies sans passer par un grossiste, ce qui contribue encore plus à affaiblir le réseau de distribution.

B. LES LIBRAIRIES

1. Situation générale

Selon une étude publiée par l'Association nationale des librairies⁴², le Brésil compte **3 481** librairies, ce qui est un chiffre faible pour un pays de 196 millions d'habitants.

Leur répartition sur le territoire est déséquilibrée : 60% d'entre elles sont implantées dans la région du sud-est, 16% dans le sud, 15% dans le nord-est, 4% dans le centre-ouest et dans le District fédéral et à peine 2% dans le nord (qui est pourtant la plus grande région en superficie).

La tendance est l'augmentation du nombre de points de vente des chaînes de librairies. En effet, entre 2009 (date de la précédente étude) et 2012, le pourcentage de librairies possédant une seule boutique est resté stable (62%) ; en revanche celui-ci des réseaux ayant plus de 101 points de vente est passé de 6% à 15%

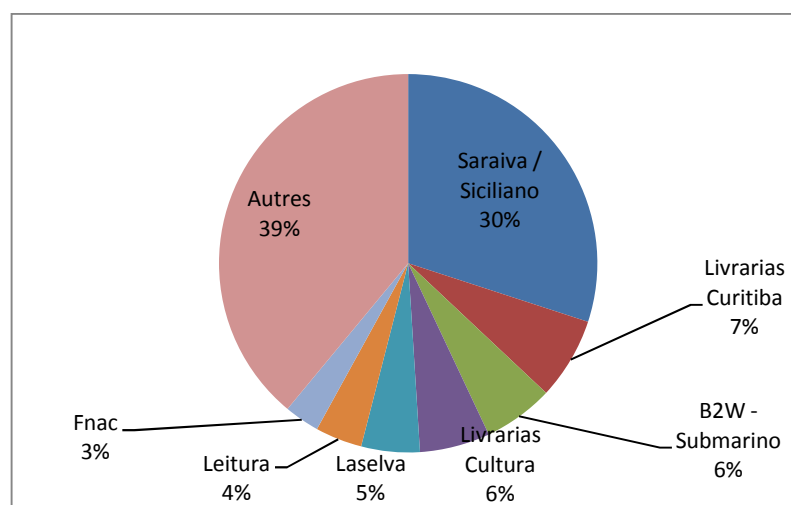
La part du livre dans le chiffre d'affaires des librairies tend à baisser. En 2009, 81% des librairies réalisaient plus de la moitié de leur chiffre d'affaires avec les livres. En 2012, cette proportion ne représente plus que 48% des librairies. L'étude montre également que 20% des librairies n'ont vendu que 1 000 livres sur l'année écoulée. Les CD, les DVD et la papeterie sont désormais plus importants que le livre dans le chiffre d'affaires de nombreuses librairies.

En termes de tendances, les livres de religion, les livres de jeunesse et du segment *young adult*, les livres de self-help et de spiritualité sont les genres qui marchent le mieux et qui sont vendus dans un nombre croissant d'enseignes.

⁴² *Diagnostico ANL do setor livreiro 2012*, ANL, décembre 2012.

2. L'importance des grandes chaînes de librairies

Parts de marché des principales librairies (2011)⁴³



Les principales grandes chaînes du pays sont :

- **Saraiva** : c'est le leader du commerce de détail de livres au Brésil. Le nombre de points de vente de la chaîne est passé de 36 en 2007 à 102 en 2012. Cette augmentation est due, en partie, au rachat, en 2008, de la chaîne de librairies *Siciliano*. 47 de ces 102 magasins sont des *superstores*⁴⁴ qui vendent également de la papeterie, des journaux, de la musique et des films, des jeux vidéos, des produits de beauté et santé, des fleurs, des sports et loisirs. La part du livre dans le chiffre d'affaires de 2011 de *Saraiva* était de 44%. La chaîne a organisé quelque 4 600 événements culturels cette même année (dont une majorité pour les enfants).
- **Cultura** : la chaîne existe depuis 1947. Elle compte aujourd'hui 17 grandes librairies (dont quatre à Sao Paolo), majoritairement installées dans des centres commerciaux.
- **Curitiba** : 18 librairies, principalement dans le sud du pays.
- **Leitura** : la chaîne est implantée dans le centre-ouest du pays avec 32 librairies dans 7 États.
- **Travessa** : 7 librairies à Rio de Janeiro (réputation intellectuelle)
- **Da Vila** : 7 librairies à Sao Paolo
- **Fnac** : 11 magasins implantés dans les plus grandes villes du pays.

⁴³ Source : Tomas Pereira *What to expect when too much is expected*, 25th international Rights Director Meeting, Frankfurt Book Fair, 2011.

⁴⁴ Ceux-ci ont vocation à être des *one-stop-shop* : magasins qui permettent d'offrir au consommateur la possibilité de réaliser la majorité de ses achats (même de nature différente) en un même endroit.

- **La Selva** : 95% des points de vente de la chaîne sont situés dans les aéroports, les ports et les gares.
- **Nobel** : les 180 magasins de la chaîne sont des librairies franchisées ou des *corners* installés au sein des hôpitaux, des stations-service, des entreprises, des universités, des supermarchés etc.

Toutes ces grandes librairies disposent de belles surfaces, de mobilier design, de fauteuils pour s’asseoir et feuilleter un livre, d’un espace café. Des programmations culturelles, avec séances de dédicace, auteurs invités et débats y sont régulièrement organisées. Les rayons jeunesse sont aménagés pour accueillir le jeune public et des animations sont proposées aux enfants durant le week-end.

Ces librairies sont souvent installées dans des grands centres commerciaux – qui sont devenus, en quelques années, des lieux fondamentaux de la consommation brésilienne en milieu urbain et périurbain. Les loyers y sont chers et seules les grandes chaînes ont la capacité financière de supporter ces coûts fixes.

Le fort pouvoir de négociation des grandes chaînes de librairies

Les remises qui sont accordées aux grandes chaînes de librairies sont de l’ordre de 50 à 55%, tandis qu’elles sont de 40 à 50% pour les chaînes plus petites ou les libraires indépendants.

Les négociations avec *Saraiva*, par exemple, sont réputées être quasi unilatérales. Ainsi, lors de l’ouverture d’une nouvelle librairie *Saraiva*, celle-ci exige des éditeurs d’avoir leurs exemplaires en consignation. Ceci équivaut à une sorte de « dot » : les éditeurs envoient leurs livres en dépôt dans la librairie et ils ne sont payés que 120 jours après la vente des ouvrages (au lieu de 60 jours habituellement).

Dans une chaîne comme *La Selva*, notablement acquises aux techniques du merchandising, les maisons d’édition payent l’emplacement de leurs ouvrages en vitrine.

Cette situation du marché explique, en partie, que le livre reste un produit cher au Brésil. En effet, les éditeurs anticipent les remises importantes qu’ils vont devoir consentir aux librairies et gonflent le prix de leurs nouveautés.

Ces chaînes de librairies travaillent également en étroite collaboration avec les grandes maisons d’édition pour publier des **éditions spéciales** dont ils détiennent l’exclusivité des ventes. Par exemple, la maison d’édition *Rocco* a publié une édition spéciale de la série *Harry Potter*, en vente exclusivement sur la librairie en ligne *Submarino*. Des éditions spécifiques, des coffrets promotionnels à Noël, sont régulièrement négociés avec les éditeurs pour

Saraiva ou la *Fnac*. Ces éditions spéciales sont, en général, proposées à un prix 50% moins cher que l'édition originale.

Les difficultés des librairies indépendantes

Les librairies indépendantes doivent faire face à de nombreuses difficultés au Brésil. Elles ont notamment de problème des frais de port. Par exemple, pour une librairie de Rio de Janeiro, le transport de livres édités à Sao Paulo est à la charge de la librairie, alors que les grandes chaînes, elles, ont la possibilité de mutualiser ce type de coûts. La librairie peut aussi faire appel à un grossiste, mais dans ce cas-là, le délai minimum de livraison est de trois semaines.

Lorsque cette même librairie de Rio travaille avec des maisons d'édition cariocas, une commande d'un montant minimum de 500 réais lui est demandée ; en dessous de ce montant, les maisons d'édition préfèrent annuler la commande.

Le pouvoir de négociation des grandes chaînes et l'absence de régulation sur le prix du livre met également à mal la pérennité des librairies indépendantes. En effet, comment s'aligner sur une librairie Fnac qui offre une remise de 20% sur une nouveauté durant les 30 premiers jours de sa mise en place ?

Retours, stocks et inflation

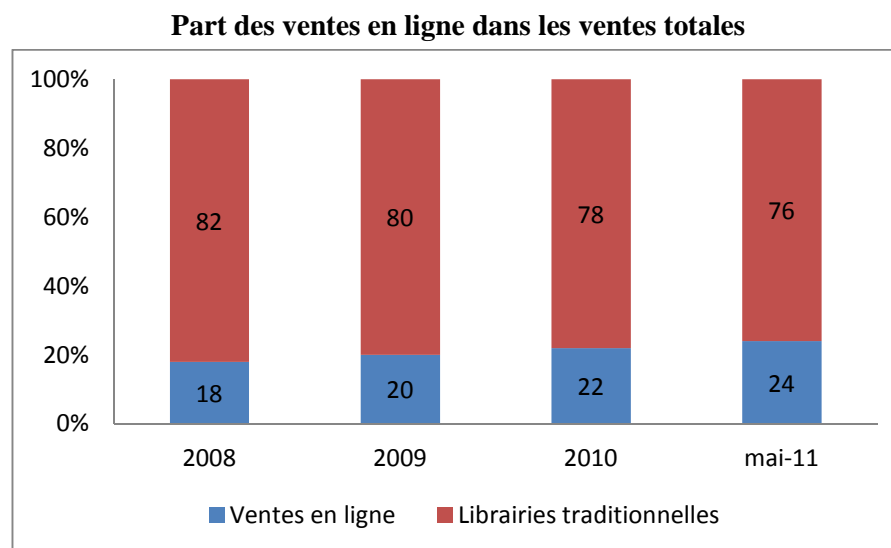
Avec les grandes chaînes, la norme est plutôt celles de ventes fermes avec retours. Mais la pratique de la consignation est également très répandue. Dans ce cas, les livres sont en dépôt chez le libraire et celui-ci ne paye l'éditeur que lorsque le livre est vendu (paiement à 60 jours). Certaines maisons privilégient parfois la pratique de la consignation : elles préfèrent envoyer 50 livres et être sûres d'occuper l'espace plutôt que d'en vendre 10 et prendre le risque de manquer de visibilité, perdre des ventes et donc avoir un fort taux de retour.

D'autre part, les retours et les stocks ont un coût important pour les éditeurs, notamment en raison du taux d'inflation qui est encore, au Brésil, de l'ordre de 1,5% à 2% par mois.

Enfin, il existe un réel problème de confiance avec les petites librairies, notamment celles installées dans des régions excentrées du pays et qui ont la réputation de ne pas régler leurs commandes. Les professionnels du livre estiment que le taux de non-paiement peut atteindre 40% dans certaines régions du pays. Ceci dit, la grande librairie en ligne Submarino a, elle aussi, la réputation de ne pas payer.

3. Les librairies en ligne

La part des ventes en ligne dans les ventes totales est en **pleine croissance** ces dernières années. Le e-commerce représente environ **un quart** des ventes de l'édition brésilienne (en valeur), ce qui constitue une concurrence importante pour les librairies indépendantes.



Hormis *B2WSubmarino*⁴⁵, qui est un *pure player* (site de vente en ligne sans magasin physique), toutes les librairies en ligne du pays sont liées à des chaînes de librairies physiques. La plupart de ces librairies en ligne ont diversifié leur offre et vendent aussi de la musique, des DVD, des jeux vidéos, parfois des produits high-tech et même du petit électroménager.

Avec 2,1 millions d'utilisateurs actifs en 2012, le site d'e-commerce du groupe *Saraiva* (www.livrariasaraiva.com.br et siciliano.com.br) est le plus important du pays. On peut citer également les sites marchands des autres chaînes de librairies comme *Cultura* (www.livrariacultura.com.br), *Curitiba* (www.livrariacuritiba.com.br), la *FNAC* (www.fnac.com.br), *Leitura* (www.leitura.com), *Livraria da Travessa* (www.travessa.com.br), la *Selva* (www.laselva.com.br).

⁴⁵ *Submarino* est une librairie en ligne rachetée en 2006 par *Americanas.com*, entreprise leader dans le commerce de détail en ligne. La fusion de ces sociétés a donné le groupe *B2W*.

C. LES AUTRES CANAUX DE VENTE

L'immensité du pays et le manque d'infrastructures représentent un défi majeur pour l'édition brésilienne. Pour atteindre leurs lecteurs, les canaux de distribution **alternatifs** représentent donc un enjeu de plus en plus crucial pour les éditeurs.

Les ventes en porte-à-porte et le catalogue Avon

9% des livres vendus au Brésil en 2011 (hors achats publics) ont été écoulés par le réseau des ventes en porte-à-porte (26% en 2010). La plus grande société de ventes de livres à domicile au Brésil est *Avon*. À l'origine, *Avon*, est un réseau de vente en porte-à-porte de cosmétiques aux États-Unis. Ce réseau est aujourd'hui très bien implanté au Brésil. Des vendeuses à domicile indépendantes, les « Avon Ladies », sont chargées de faire connaître les produits du catalogue et sont rémunérées à la commission. Le catalogue est édité une vingtaine de fois par an et propose une sélection de 150 titres au total à l'année (avec une moyenne de 30 titres environ par catalogue). Le lectorat cible est celui de la classe moyenne.

À titre d'exemple, dans le catalogue « Mode & Maison » d'octobre 2012, 30 pages sur 180 sont dédiées au livre. Entre les gaines et les Tupperwares, on trouve des titres de *Disney* pour les enfants, des livres de recettes de cuisine, des romans sentimentaux, les best-sellers de Nicholas Sparks ou de Sydney Sheldon, les romans fantastiques de la saga *Hush Hush* de Becca Fitzpatrick, les ouvrages de développement personnel du célèbre Dr Augusto Cury, des livres religieux dont *Ágape* de Padre Marcelo Rossi, des livres de spiritualité, d'astrologie chinoise, un livre de Stormie Omartian sur la puissance de la prière.

Les livres présentés sont en général à 8-9 R\$, rarement à plus de 20 R\$. Cela correspond, en moyenne, à un rabais de 50% par rapport au circuit de la librairie. Les éditions vendues à *Avon* sont de moindre qualité (pas de rabats sur les couvertures, formats plus petits, qualité de papier moins bonne). Il n'y a pas de logo *Avon* apposé sur la couverture. Les invendus seront ensuite écoulés via le canal des ventes en kiosques.

Pour les éditeurs qui réussissent à « placer » un de leurs titres dans le catalogue *Avon*, l'opération se révèle extrêmement rentable car le volume des ventes permet de compenser rapidement la faiblesse de la marge.

Les foires du livre

La traditionnelle **Biennale internationale** du livre, qui se tient alternativement à Rio de Janeiro et à Sao Paulo est la plus grande foire d'Amérique latine. Sa dernière édition a eu lieu à Sao Paulo du 9 au 19 août 2012 et a connu un record de fréquentation avec plus de 750 000 visiteurs dont 4 500 professionnels.

Lorsque la foire se tient à Rio, son objectif principal est la vente au grand public. Les éditeurs brésiliens ne s'y rendent pas ou peu, laissant la gestion des stands à leurs commerciaux ou à leurs distributeurs. En semaine, ce sont des nuées d'écoliers qui arpentent les allées, tandis que le week-end est tout aussi animé avec les visites en famille.

Le lancement d'une nouveauté au moment de la Biennale peut facilement se transformer en belle opération commerciale pour un éditeur qui cible le grand public. En règle générale, les éditeurs profitent surtout de la Biennale pour écouler leurs stocks en proposant des rabais ou des offres promotionnelles.

Les **autres foires** du livre du pays sont également des temps forts pour les éditeurs qui réalisent des ventes directes auprès de leur public. On peut citer la gigantesque foire à ciel ouvert de Porto Alegre, mais aussi le Festival littéraire – internationalement connu – de Paraty (FLIP), le festival de Fliporto dans l'État du Pernambuco, le festival de Mantiqueira (État de Sao Paulo), la Journée littéraire de Passo Fundo (État du Rio Grande) et bien d'autres encore, du nord au sud du pays. Mais en raison des coûts d'acheminement des ouvrages, ces foires ne sont pas forcément des opérations aussi rentables que prévues pour les éditeurs.

Les ventes en kiosque

Les kiosques représentent un canal de distribution important au Brésil. En effet, il en existe environ **35 000** répartis sur l'ensemble du territoire et ce sont parfois les seuls points de vente de livres de la ville. Les kiosques rendent également les livres accessibles à toute une partie de la population (les classes C et D notamment – moyennes et défavorisées) qui poussent rarement la porte d'une librairie.

La maison d'édition **L&PM** avec ses éditions de poche a un quasi-monopole de la diffusion en kiosque. Ceci dit, une maison d'édition comme *Record* a passé un accord avec *Harlequin* pour diffuser leurs romans en kiosque. Un éditeur comme *Sextante* écoule, lui aussi, beaucoup de ses titres de self-help via le canal des kiosques. La remise moyenne pour les ventes en kiosque est de 52%. Les kiosques permettent aussi d'écouler les surplus de livres qui n'auraient pas été vendus en porte-à-porte par *Avon*. Les ventes couplées à un journal existent mais sont moins nombreuses que par le passé.

Les hypermarchés

Les grands best-sellers de fiction et jeunesse, ainsi que certains titres de self-help ou de spiritualité sont très présents dans les **hypermarchés**. Les trois leaders de la grande distribution au Brésil sont le groupe Carrefour (189 hypermarchés), le groupe Casino – via sa filiale *Pão de Açúcar* (Pain de Sucre) et ses 110 hypermarchés *Extra* –, et le groupe Wal-Mart.

Les bibliothèques

En 2009, on recensait 4 763 bibliothèques publiques sur le territoire⁴⁶. Néanmoins, 13% d'entre-elles étaient en cours de réhabilitation et 8% étaient définitivement fermées. La densité d'établissements varie beaucoup selon la région : au Sud, le nombre de bibliothèques pour 100 000 habitants est de 4 contre 2 au Nord (moyenne nationale : 2,67). Très peu de bibliothèques publiques disposent d'un budget d'acquisition et leur offre est souvent restreinte ou obsolète.

Les librairies d'occasion

Le marché du livre d'occasion est important au Brésil, bien qu'il n'apparaisse pas dans les statistiques de la CBL. Les librairies d'occasion (« *sebos* » ou « *alfarrabistas* ») achètent, vendent, et troquent des livres usés ou de seconde main. Elles permettent, bien souvent, d'avoir accès à des livres épuisés ou tout simplement à des livres du fonds qui ne trouvent plus leur place dans les librairies traditionnelles où les rotations sont de plus en plus rapides.

⁴⁶ Source : *Primeiro Censo Nacional das Bibliotecas Públicas Municipais*, rapport du ministère de la Culture brésilien commandé à FGV Projetos, 2009.

France – Brésil : partenariats, échanges et coopérations

1. Francophonie et exportations de livres français au Brésil

Francophonie⁴⁷

L'apprentissage du français est en déclin au Brésil et l'on estime à **300 000** le nombre d'apprenants de français dans le pays. Le français y est confronté à la concurrence de l'anglais et de l'espagnol. L'espagnol a d'ailleurs pris un fort ascendant ces dernières années, en raison de la loi de 2005, qui a rendu son enseignement obligatoire dans les écoles.

Si le nombre d'apprenants de français dans le primaire n'est pas connu, il est estimé à 220 000 dans le secondaire et à 8 000 dans l'enseignement supérieur.

Le réseau des centres culturels français au Brésil se compose de 39 entités réparties sur tout le territoire brésilien qui accueillent environ 37 000 étudiants. Mais avec des prestations aux prix relativement élevés, ses cours s'adressent principalement à une élite locale. Ce constat s'applique également aux trois lycées français situés à Brasilia, Sao Paulo et Rio de Janeiro qui accueillent 2 369 élèves.

20 456 Français étaient inscrits sur les listes du consulat en novembre 2011. Il y aurait près de 30 000 Français résidents selon la police fédérale.

Le nombre de locuteurs de français au Brésil est estimé à 570 000 soit **0,3% de la population**.

Exportations de livres français et librairies françaises

Le Brésil est le **premier marché** à l'exportation de livres français d'Amérique latine. En 2011, les exportations de livres français ont représenté un total de 2,8 millions d'euros.

Deux grandes librairies diffusent du livre français au Brésil.

La librairie **Leonardo Da Vinci** a été fondée en 1952 à Rio de Janeiro par les parents de Milena Duchiate, l'actuelle propriétaire. Installée dans un sous-sol de la principale avenue du centre de Rio, la librairie dispose de quatre grandes salles sur environ 400 m². Spécialisée, à l'origine, en livres français, elle s'est transformée en librairie internationale. Ses domaines de spécialité sont la philosophie, les sciences humaines et sociales, les beaux arts, les ouvrages de

⁴⁷ Source : Lucile Bruand-Exner, Attachée de coopération éducative, Ambassade de France au Brésil, décembre 2012.

référence, la littérature, les livres de vie pratique mais très peu de jeunesse ou de BD. Le client-type est surtout le lecteur brésilien de sciences humaines et sociales, de philosophie, et amateur d'art.

L'autre grand nom du livre français au Brésil est la **Livraria Francesa** à Sao Paulo. Fondée en 1947 par Paul Monteil, elle est aujourd'hui dirigée par sa petite-fille, Sylvia Monteil. Cette librairie de 400 m² située au cœur de la gigantesque mégalopole compte aujourd'hui un deuxième point de vente et propose plus de 100 000 titres en français. Elle importe principalement des livres scolaires et des méthodes de FLE et fournit de nombreux établissements scolaires sur tout le territoire. Elle travaille avec les Alliances françaises, les écoles françaises et brésiliennes et les universités qui ont instauré des partenariats avec la France.

Outre ces deux grandes librairies, les librairies brésiliennes fréquentées par une certaine élite sociale (comme *A Travessa* à Rio, *Cultura* à Sao Paulo, etc.) proposent des livres en français, généralement dans les domaines littéraires ou artistiques, en sciences humaines et sociales mais aussi des ouvrages jeunesse. L'enseigne française de la Fnac n'est pas particulièrement dotée d'un fonds de livres en français.

2. Les traductions de titres français en portugais du Brésil

Les traductions dans la production éditoriale brésilienne

Le marché éditorial brésilien a la réputation d'être traditionnellement ouvert aux auteurs étrangers. Un éditeur généraliste comme *Rocco*, par exemple, estime que 65% de ses titres sont des traductions et de manière générale, les traductions occupent une **part importante** du catalogue des éditeurs.

Selon les statistiques, en 2011, sur 58 192 publiés au Brésil, 4 686 titres sont des livres traduits. Cela ne représente qu'un faible pourcentage (8%) mais ce chiffre prend en compte l'ensemble de la production brésilienne (scolaire compris).

Les traductions concernent en premier lieu des ouvrages de langue anglaise (environ 70% du total). Viennent ensuite des titres de langue espagnole, puis française et italienne.

Les traductions de titres français

En 2011, les droits de traduction en portugais de 298 titres français ont été cédés à des éditeurs brésiliens.

Avec 97 titres cédés, le secteur des **sciences humaines** est le plus représenté. Dans ce domaine, rares sont les éditeurs brésiliens dont le catalogue ne contient pas un auteur français. Les maisons d'édition *Estação Liberdade* et *Jorge Zahar* comptent probablement parmi les plus francophiles.

Le second secteur est celui de la **jeunesse**. En effet, hormis les programmes gouvernementaux qui privilégient les auteurs brésiliens, le reste de la production de l'édition de jeunesse au Brésil fait énormément appel aux traductions.

Nombre de titres cédés par matière (2011)⁴⁸

SHS	97
Jeunesse	48
Bande dessinée	36
Essais & documents	35
Fiction	34
Coéditions vendues jeunesse	20
Pratique	10
Beaux livres & Art	8
Religion spiritualité	7
STM	3
Total	298

Bien qu'au sein des jeunes générations, l'apprentissage du français soit aujourd'hui remplacé par celui de l'espagnol, les professionnels du livre estiment de ne pas rencontrer de difficultés particulières pour trouver de bons traducteurs.

L'action du Bureau du livre et des médiathèques en faveur du livre français⁴⁹

Le Bureau du livre et des médiathèques (BLM), installé dans les locaux de la Maison de France à Rio de Janeiro, a pour vocation de promouvoir le livre, les auteurs et la pensée intellectuelle française à l'échelle de tout le territoire brésilien. Cette promotion passe par cinq axes principaux :

- Les **programmes d'aide à l'édition** : le BLM met en place le Plan d'aide à la Publication Carlos Drummond de Andrade (cf. détails infra) et joue un rôle d'intermédiaire et de relai pour le plan d'aide à la publication/cessions de droits de l'Institut Français (traduction et diffusion deux appels à projet par an, aide au montage des dossiers, avis), ainsi que pour les aides du CNL (aides à la traduction, bourses de traducteurs, aides aux librairies francophones de référence.

⁴⁸ *Repères statistiques, International 2010-2011*, BIEF/ SNE, juin 2012.

⁴⁹ Informations fournies par Marion Loire, Attachée pour le livre, Service de coopération et d'action culturelle, Ambassade de France au Brésil.

- La **programmation culturelle** : Le Bureau du livre promeut la présence d’auteurs et/ou d’éditeurs français dans les principales manifestations littéraires du pays et dans les grands cycles de conférences (Biennale du livre, foires du livre, Festival littéraire de Paraty, cycles de conférences, etc.)
- La **coopération** institutionnelle et professionnelle dans les domaines du livre et de la lecture : le BLM entretient des partenariats réguliers avec les grandes institutions du livre et de la lecture au Brésil (Ministère de la Culture, Fondation Bibliothèque Nationale, CBI, SNEL, LIBRE, etc.) et tente de favoriser les accords de coopération entre institutions brésiliennes et françaises dans ce domaine, notamment par l’organisation de rencontres sur l’édition ou la lecture publique
- La coordination et l’animation du réseau des **médiathèques** françaises au Brésil : la médiathèque de la Maison de France est la principale médiathèque française au Brésil. Elle développe à partir de fin 2012 et pour l’ensemble du réseau la plateforme en ligne *Culturethèque Brésil*. Un réseau important de bibliothèques françaises, de dimensions très variables, principalement des « bibliothèques de l’apprenant » est par ailleurs développé sur tout le territoire par l’Alliance Française.
- La **communication** sur le livre français au Brésil : à travers le portail *Bibliofrança* (<http://www.bibliofranca.org.br>), et les réseaux sociaux liés (Facebook, Twitter), le BLM tente d’assurer un service d’information sur le livre et les auteurs français au Brésil, à destination du grand public comme des professionnels brésiliens. Cet axe est en développement avec la mise en ligne d’un site entièrement rénové en 2013 et qui intégrera les plateformes *IFverso*, *Culturethèque* et un volet professionnel largement actualisé.

*Le PAP Carlos Drummond de Andrade*⁵⁰

Le Plan d’aide à la Publication (PAP) Carlos Drummond de Andrade – du nom du célèbre poète brésilien – a permis d’aider 312 titres depuis 2003. En moyenne, entre 15 et 20 titres sont aidés chaque année, sauf en 2009, où l’année de la France au Brésil a donné lieu à un PAP spécial avec une soixantaine de titres aidés. Les aides portent principalement sur des titres de **sciences humaines et sociales** (entre 65 et 80% des titres aidés, selon les années), sur des titres de BD (10-20%), fiction (7-13%) et jeunesse (5-10%). Ces moyennes correspondent assez précisément aux demandes reçues lors de l’appel à projet annuel.

⁵⁰ Source : idem

Les subventions s'échelonnent, en moyenne, entre 1 000 et 3 000 euros tout comme les tirages moyens (entre 1 000 et 3 000 exemplaires).

Les principales maisons brésiliennes participantes sont des éditeurs indépendants comme *Zahar*, *Cosac Naify*, *WMF Martins Fontes*, *Editora 34*, *Zarabatana*, *Boitempo*, etc. Mais les groupes comme *Companhia das Letras*, *Record*, *Ediouro*, *Alfaguara*, ainsi que les éditeurs universitaires (Edusp, Edufal, Unesp, etc.) ne sont pas en reste.

Parmi les plus grands succès du PAP, on peut citer les « classiques » en sciences humaines et sociales qui constituent des fonds de catalogue (Lacan, Deleuze, Foucault, Claude Lévi Strauss) ou encore des auteurs comme Bruno Latour, Jacques Rancière, Alain Badiou, ou des plus jeunes comme Frédéric Gros, etc. En jeunesse, deux titres aidés ont connu un immense succès en étant achetés à des milliers d'exemplaires par le gouvernement brésilien (*L'écolo dico de Gullia* - Hatier et *Le fantôme du bain* - Magnard).

Des œuvres plus « difficiles » ou d'auteurs contemporains moins connus ont parfois du mal à gagner en visibilité, mais la plupart du temps les éditeurs prévoient un tirage initial qui correspond bien à leurs ventes. En fiction, hormis pour les écrivains très connus au Brésil comme Le Clézio, Houellebecq ou Pennac, la **venue de l'auteur** – à l'occasion du Festival littéraire de Paraty par exemple – permet de dynamiser les ventes (par exemple de Dany Lafferrière en 2012). Pour la BD, les tirages sont souvent réduits (1 000 exemplaires) mais il existe un public friand et les titres se vendent bien, y compris pour des auteurs pointus (Ludovic Debeurme, Bastine Vivès, etc.).

Le Bureau du livre tient à signaler les problèmes importants rencontrés depuis quelques années avec la maison *Martins Fontes* (non paiement des droits, non respect des engagements), suite au partage du catalogue de la maison-mère entre les deux fils à la suite du décès du fondateur. À noter en revanche, que la maison *WMF Martins Fontes* poursuit la politique d'extrême qualité de la maison originelle.

3. La traduction d'œuvres brésiliennes en français

Le programme d'aide à la traduction de la FBN

La Fondation Bibliothèque Nationale a mis en place une politique volontariste de **promotion de la littérature brésilienne** à l'étranger par le biais d'un Programme d'aide à la traduction et à la publication d'auteurs brésiliens⁵¹ et par la création en juillet 2012 d'un Centre international du livre⁵².

Il est vrai que le déséquilibre des échanges de droits de traduction entre le Brésil et le reste du monde est très important. Dans le cas de la France, seuls les droits de cinq titres brésiliens ont été cédés à des éditeurs français en 2011.

Ce programme d'aide offre un soutien financier aux maisons d'édition qui souhaitent traduire ou republier des œuvres brésiliennes de différents genres littéraires. Ouvert aux éditeurs non brésiliens, les candidatures peuvent être déposées à tout moment de l'année. Il s'agit du plus grand investissement jamais réalisé par le gouvernement brésilien pour promouvoir sa littérature à l'international (5,7 millions d'euros sur dix ans). 1,5 million d'euros seront investis sur la période 2011-2013. L'aide apportée par la FBN est de 1 500 € à 6 000 € par œuvre traduite inédite et de 750 € à 3000 € pour les rééditions. La FBN subventionne aussi un programme d'aide à la résidence de traducteurs. La première année de ce programme, dix bourses ont été attribuées.

Beaucoup d'éditeurs et agents brésiliens souhaitent accroître leur activité à l'international et espèrent que ce programme dynamisera leurs relations avec les éditeurs étrangers. Certains disent ressentir la crise économique qui touche l'Europe car les ventes de droits de traductions de leurs titres brésiliens se concluent plus difficilement ces derniers mois.

La langue constitue sans doute aussi un frein au développement des traductions. Il est vrai que le portugais, même s'il est parlé par plusieurs millions de personnes, est une langue assez peu étudiée à l'étranger. Autrement dit, peu d'éditeurs sont capables de juger de la qualité d'un texte en portugais. Conscient de cette barrière de la langue, la FBN a lancé un **nouveau magazine** – *Machado de Assis*⁵³ (du nom du célèbre écrivain brésilien) – qui présente des extraits en anglais et en espagnol d'une sélection d'une vingtaine de titres d'auteurs brésiliens contemporains.

À noter que plus que les maisons d'édition, ce sont fréquemment des **agents** qui représentent les auteurs brésiliens. Les plus importants d'entre eux sont des agents brésiliens : l'agence de la famille Riff, des agents free-lance comme

⁵¹ Pour en savoir plus sur ce programme : www.bn.br/translationgrant

⁵² www.bookcenterbrazil.bn.br

⁵³ www.machadodeassismagazine.bn.br

Luciana Vila Boas (ancienne de chez *Record*) ou Ana Maria Santeiro, et des agences internationales comme l'agence allemande *Mertin*, les agences britanniques *RCW* et *Sayle*, les agences espagnoles *Pontas* ou de Carmen Balcells.

Conclusion

En ce début d'année 2013, le Brésil jouit, à l'échelle internationale, d'une aura sans précédent dans son histoire comme le prouve son statut d'organisateur de la Coupe du monde de football en 2014 et des Jeux olympiques d'été en 2016.

D'un point de vue éditorial, son actualité est tout aussi forte. En plus d'être le pays à l'honneur à la Foire du livre de Francfort en 2013, il sera également invité d'honneur au Salon du livre jeunesse de Bologne en 2014.

Si en raison des achats publics, la taille réelle du marché du livre brésilien est sans doute plus modeste que ce que n'annoncent les chiffres, il n'en reste pas moins que le secteur de l'édition est un secteur dynamique qui bénéficie d'un fort potentiel de croissance. Quant aux faiblesses du système de distribution du livre papier, elles pourraient, à terme, ouvrir des portes à la diffusion numérique.

Annexe 1 : éléments sur le contexte économique⁵⁴

Malgré une croissance ralentie – elle ne devrait atteindre que 1,3% en 2012 – le Brésil est la sixième économie mondiale par le PIB (2 518 milliards de dollars). L'intérêt du marché réside d'abord dans sa population de 196 millions d'habitants lusophones⁵⁵. C'est ensuite son climat, qui permet deux récoltes par an et sa superficie. Qualifié de « ferme du monde », le Brésil n'est pas un seulement un pays agricole. C'est aussi un pays industriel dont la dotation en ressources naturelles est immense : fer, pétrole, or et aluminium.

Une puissance émergente

République fédérale divisée en 26 États et un District Fédéral (Brasilia), le Brésil fait partie des grandes puissances émergentes aux côtés de la Chine, de l'Inde et de la Russie. Le pays a réellement pris son essor lors de la présidence de Lula de 2002 à 2011. Durant son mandat, celui-ci a mis en place la *Bolsa Familia*. Cette mesure de lutte contre la pauvreté a consisté à faire bénéficier d'aides allant jusqu'à 80 euros par mois les familles les plus pauvres, à condition que leurs enfants soient scolarisés. En plus de l'augmentation du pouvoir d'achat des revenus les plus faibles, Lula a mis en place des mesures déterminantes pour le développement du pays : ajustement du marché du travail au cycle économique, diversification des exportations et maintien d'un taux directeur élevé (à 7,5%) pour maîtriser l'inflation.

Succédant à Lula au faîte de sa popularité, la présidente Dilma Rousseff n'a pas eu la tâche facile. Contrairement à son prédécesseur qui privilégiait la consommation, Dilma Rousseff fait aujourd'hui le pari de miser sur l'investissement pour révéler pleinement le potentiel économique du pays. En effet, des infrastructures vétustes, une fiscalité complexe, des coûts salariaux en augmentation et une forte corruption sont encore des freins importants au développement de la compétitivité économique du pays.

Une croissance économique inégalement répartie sur le territoire

Malgré de belles performances économiques à venir (la croissance devrait atteindre 4,5% en 2013), le Brésil reste un pays très inégalitaire qui souffre de disparités économiques et sociales importantes. Environ la moitié des richesses du pays se concentre dans la région du sud-est qui représente environ 15% du territoire et abrite les mégapoles de Sao Paulo et Rio de Janeiro. Les régions du nord (Amazonie) et surtout du nord-est sont les plus pauvres.

⁵⁴ Sources : Dossier « Brésil », *Challenge*, n°325, 13 décembre 2012 ; www.diplomatie.gouv.fr

⁵⁵ Plus grand pays lusophone au monde, le Brésil est signataire de l'accord orthographique conclu en 1990 avec l'Angola, le Cap-Vert, la Guinée-Bissau, le Mozambique, le Portugal, Sao Tomé et le Timor oriental.

Alameda editorial

Rua Conselheiro Ramalho, 694 - Bela Vista
01325-000 São Paulo - SP
Tél : +55 11 3012 2400
Site: www.alamedaeditorial.com.br

Contact: Haroldo Ceravolo
Titre: Président
Email: haroldo@alamedaeditorial.com.br

Ática

Av. Otaviano Alves de Lima, 4400 - Vila
Arcadia
02909-900 São Paulo - SP
Tél : +55 11 3990 3000
Site: www.atica.com.br

Contact: Sintia Mattar
Titre: Droits étrangers
Email: sintia.mattar@abrieducacao.com.br

Boitempo Editorial

Rua Pereira Leite, 373 - Sumarezinho
05442-000 São Paulo - SP
Tél : +55 11 3875 7285
Email : editora@boitempoeditorial.com.br
Site: www.boitempo.com

Contact: Ivana Jinkings
Titre: Editrice
Email: ivana@boitempoeditorial.com.br

Brinque Book

R. Mourato Coelho, 1215 - Vila Madalena
05417-012 São Paulo - SP
Tél : +55 11 3032 6436
Site: www.brinquebook.com.br

Canção Nova

Rua São Bento 43 - Centro
01011-000 São Paulo - SP
Tél : +55 11 3106 9080
Email : editorasp@cancaonova.com
Site: www.editora.cancaonova.com

Casa da Palavra

Avenida Calógeras, 6 - Centro
20030-070 Rio de Janeiro - RJ
Tél : +55 21 2222 3167
Email : divulga@asadapalavra.com.br
Site: www.casadapalavra.com.br

Contraponto

Avenida Franklin Roosevelt, 23 - Centro
20021-120 Rio de Janeiro - RJ
Tél : +55 21 2544 0206
Email :
contato@contrapontoeditora.com.br
Site: www.contrapontoeditora.com.br

Cosac Naify

Rua General Jardim, 770 - Vila Buarque
01223-010 São Paulo - SP
Tél : +55 11 3218 1444
Site: www.editora.cosacnaify.com.br

Contact: Claudia Maki
Email: claudia.maki@cosacnaify.com.br

Ediouro

Rua Nova Jerusalém, 345 - Bonsucesso
21042-901 Rio de Janeiro - RJ
Tél : +55 21 3882 8200
Site: www.ediouro.com.br

Editora 34

Rua Hungria, 592 - Jardim Europa
01455-000 São Paulo - SP
Tél : +55 11 3811 6777
Email : editora34@editora34.com.br
Site: www.editora34.com.br

Contact: Alberto Martins
Titre: Editeur
Email: Alberto@editora34.com.br

Editora DCL

Rua Manoel Pinto de Carvalho, 80 - Limão
02712-120 São Paulo - SP
Tél : +55 11 3932 5222
Site: www.editoradcl.com.br

Contact: Raul Maia
Titre: Directeur éditorial
Email: raul@editoradcl.com.br

Editora Estação Liberdade

Rua Dona Elisa, 116
01155-030 São Paulo - SP
Tél : +55 11 3661 2881
Email : editora@estacaoliberalidade.com.br
Site: www.estacaoliberalidade.com.br

Contact: Angel Bojadsen
Titre: Directeur éditorial
Email: angel@estacaoliberalidade.com.br

Editora Gente

Rua Pedro Soares de Almeida, 114
05029-030 São Paulo - SP
Tél : +55 11 3670 2500
Site: www.editoragente.com.br

Contact: Cláudia Rondelli
Titre: Droits étrangers
Email: editorial@editoragente.com.br

Editora Moderna

Rua Padre Adelino, 758 - Belenzinho
03303-904 São Paulo - SP
Tél : +55 11 2790 1300
Site: www.moderna.com.br

Editora Mundo Cristão

Rua Antônio Carlos Tacconi, n^o. 79 - Cidade
Dutra
04810-020 São Paulo - SP
Site: www.mundocristao.com.br

Editora Positivo

R. Major Heitor Guimarães, 174
Seminário
80440-120 Curitiba - PR
Tél : +55 41 3312 3560
Site: www.editorapositivo.com.br

Contact: Adriano Freitas
Titre: Directeur éditorial
Email: afreitas@positivo.com.br

Editora Schwarcz - Companhia das Letras

Rua Bandeira Paulista, 702
04532-002 São Paulo - SP
Tél : +55 11 3707 3500
Site: www.companhiadasletras.com.br

Contact: Ana Paula Hisayama
Titre: Droits étrangers
Email:
ana.paula.hisayama@companhiadasletras.
com.br

Editora Senac Sao Paolo

Rua Rui Barbosa, 377 - Bela Vista
01326-010 São Paulo - SP
Tél : +55 11 2187 4450
Email : editora@sp.senac.br
Site: www.editorasencasp.com.br

Editora UNESP

Praça da Sé, 108 - Centro
01001-900 São Paulo - SP
Tél : +55 11 3242 7171
Email : editoria@editora.unesp.br
Site: www.editoraunesp.com.br

Contact: José Castillo Marquês Neto
Titre: Président
Email: castilho@editora.unesp.br

EDUSP

Av. Corifeu de Azevedo Marques, 1975 -
Butantã
05581-001 São Paulo SP
Tél : +55 11 3091 4007
Email : edusp@usp.br
Site: www.edusp.com.br

Contact: Carla Fernanda Fontana
Email: carlaff@usp.br

FGV

Rua Jornalista Orlando Dantas, 37 -
Botafogo
22231-010 Rio de Janeiro - RJ
Tél : +55 21 3799 4426
Email : editora@fgv.br
Site: www.editora.fgv.br

FTD Editora

Rua Manoel Dutra, 225 - Bela Vista
01328-010 São Paulo - SP
Tél : +55 11 3598 6415
Site: www.ftd.com.br

Girassol Brasil

Alameda Pucuruí, 51 - 59 - Tamboré
06460-100 Barueri - SP
Tél : +55 11 4196 6699
Site: www.girassolbrasil.com.br

Global Editora e Distribuidora

Rua Pirapitingui, 111 - Liberdade
01508-020 São Paulo - SP
Tél : +55 11 3277 7999
Email : global@globaleditora.com.br
Site: www.globaleditora.com.br

Contact: Richard Alves
Titre: Directeur éditorial
Email: editorial@globaleditora.com.br

Grupo A Educação

Av. Jeronimo de Ornelas, 670
90040-340 Porto Alegre - RS
Site: www.grupoa.com.br

Contact: Angelo Castrogiovanni
Titre: Relations internationales
Email: acastrogiovanni@grupoa.com.br

Grupo Editorial Nacional - GEN

Rua Dona Brígida, 701 - Vila Mariana
04111-081 São Paulo - SP
Tél : +55 11 5080 0770
Site: www.grupogen.com.br

Intrínseca

Rua Marquês de São Vicente, 99 - Gávea
22451-041 Rio de Janeiro - RJ
Tél : +55 21 3206 7400
Email : contato@intrinseca.com.br
Site: www.intrinseca.com.br

Melhoramentos

Rua Tito, 479 - Vila Romana
05051-000 São Paulo - SP
Tél : +55 11 3874 0854
Site: www.editoramelhoramentos.com.br

Contact: Breno Lerner
Titre: Ditecteur éditorial
Email: blerner@melhoramentos.com.br

Novo Conceito

Rua Dr. Hugo Fortes, 1885 -
14095-260 Ribeirão Preto - SP
Tél : +55 16 3512 5500
Email :
contato@editoranovoconceito.com.br
Site: www.editoranovoconceito.com.br

Objetiva

Rua Cosme Velho, 103 -
22241-090 Rio de Janeiro - RJ
Tél : +55 21 2199 7824
Site: www.objetiva.com.br

Contact: Roberto Feith
Titre: Directeur général
Email: rfeith@objetiva.com.br

Pallas Editora

Rua Frederico de Albuquerque, 56 -
Higienópolis
21050-840 Rio de Janeiro - RJ
Tél : +55 21 2270 0186
Email : pallas@pallaseditora.com.br
Site: www.pallaseditora.com.br

Contact: Mariana Warth
Titre: Directrice éditoriale
Email: marianawarth@pallaseditora.com.br

Planeta do Brasil

Av. Francisco Matarazzo, 1500 -
05001-100 São Paulo - SP
Tél : +55 11 3087 8888
Site: www.editoraplaneta.com.br

Record

Rua Argentina, 171 - São Cristóvão
20921-380 Rio de Janeiro - RJ
Tél : +55 21 2585 2043
Site: www.record.com.br

Contact: Sonia Machado
Titre: Vice-présidente
Email: smachado@record.com.br

Rocco

Av. Pres. Wilson, 231 -
20030-021 Rio de Janeiro - RJ
Tél : +55 21 3525 2000
Email : rocco@rocco.com.br
Site: www.rocco.com.br

Contact: Lucas Telles
Titre: Editeur
Email: lucas@rocco.com.br

Saraiva Publishing House

Rua Henrique Schaumann, 270
05413-010 São Paulo - SP
Tél : + 55-11 3613 3263
Site: www.editorasaraiva.com.br

Sextante

Rua Voluntários da Pátria, 45 - Botafogo
22270-000 Rio de Janeiro - RJ
Tél : +55 21 2538 4100
Site: www.esextante.com.br

Contact: Tomas da Veiga Ferreira
Titre: Directeur éditorial
Email: tomas@esextante.com.br

Universo dos Livros

Rua do Bosque, 1589 - Barra Funda
01136-001 São Paulo - SP
Tél : +55 11 3392 3366
Site: www.universodoslivros.com.br

Vergara & Riba Editoras

Rua Capital Federal 263 - Sumaré
01259-010 São Paulo - SP
Tél : +55 11 4612 2866
Email : editoras@vergarariba.com.br
Site: www.vreditoras.com.br

WMF Martins Fontes

Rua Conselheiro Ramalho, 330 -
01325-000 São Paulo - SP
Tél : +55 11 3293 8150
Email :
secretaria@wmfmartinsfontes.com.br
Site: www.wmfmartinsfontes.com.br

Contact: Luciana Veit
Titre: Droits étrangers
Email: lveit@wmfmartinsfontes.com.br

Zahar

Rua Marquês de São Vicente 99 Gávea, -
22451-041 Rio de Janeiro - RJ
Tél : +55 21 2529 4750
Email : sac@zahar.com.br
Site: www.zahar.com.br

INSTITUTIONS BRÉSILIENNES

ABEU - Associação Brasileira das Editoras Universitárias

Av. Fagundes Filho, 77 - Monte Alegre
04304-010 São Paulo - SP
Tél : +55 11 5078 8826
Email : abeu@abeu.org.br
Site: www.abeu.org.br

Câmara Brasileira do Livro

Rua Cristiano Viana, 91 - Pinheiros
05411-000 São Paulo - SP
Tél : +55 11 3069 1300
Site: www.cbl.org.br

Contact: Dolores (Dosh) Manzano
Titre: Chefr de projet
Email: brazilianpublishers@cbl.org.br

Contact: Mansur Bassit
Titre: Directeur exécutif
Email: mansurbassit@cbl.org.br

Fundação Biblioteca Nacional

Rua da Imprensa,16 - Centro
20030-120 Rio de Janeiro - RJ
Tél : +55 21 2220 2057
Site: www.bn.br

Contact: Galeno Amorim
Titre: Président
Email: galeno.amorim@bn.br

Contact: Fabio Lima
Titre: Centre International du livre
Email: fabiolima@bn.br

Instituto Pro Livro

Rua Funchal, 263 cj. 33 - Vila Olímpia
04551-060 São Paulo - SP
Tél : +55 11 3846 6475
Email : instituto@institutoprolivro.org.br
Site: www.prolivro.org.br

LIBRE: Liga Brasileira de Editoras

Rua Capitão Macedo, 166 - Vila Clementino
04021-020 São Paulo - SP
Tél : +55 11 5084 8202
Email : administracao@libre.org.br
Site: <http://libre.org.br>

SNEL

Rua da Ajuda, 35 - Centro
20040-000 Rio de Janeiro - RJ
Tél : +55 21 2533 0399
Site: www.snel.org.br

Contact: Sonia Machado Jardim
Titre: Présidente
Email: snel@snel.org.br

AUTRES

DLD (Distribuidora de Livros Digitais)

Rua Voluntários da Pátria 45 -
22270-000 Rio de Janeiro - RJ
Tél : 21) 2226-3989
Site: <http://dldweb.com.br/>

Publishnews Brazil

Rua Fidalga, 471, cj. 3 - Vila Madalena
05432-070 São Paulo - SP
Tél : +55 11 3816 1270
Site: www.publishnews.com.br

Contact: Carlo Carrenho
Titre: Directeur
Email: carlocarrenho@publishnews.com.br

Agência RIFF

Avenida Calógeras n° 6 -
20030-070 Rio de Janeiro - RJ
Tél : +55 21 2287 6299
Site: www.agenciariff.com.br

Contact: Lucia Riff
Email: lucia@agenciariff.com.br

LIBRAIRIES FRANÇAISES

Livraria Francesa

Rua Barão de Itapetininga, 275 -
São Paulo - SP
Tél : 11) 3231-4555
Site: www.livrariafrancesa.com.br

Contact: Silvia Monteil
Titre: Directrice
Email: silvia@livrariafrancesa.com.br

Livraria Leonardo da Vinci

Av. Rio Branco, 185 -
20010-902 Rio de Janeiro - RJ
Tél : +55 21 2533 2237
Email : info@leonardodavinci.com.br
Site: www.leonardodavinci.com.br

Contact: Milena Duciade
Titre: Directrice
Email: milena@leonardodavinci.com.br

INSTITUTIONS FRANÇAISES

SCAC - Bureau du Livre

Consul général de France à Rio de Janeiro
Maison de France
Av. Pres. Antônio Carlos, 58
22020-010 Rio de Janeiro - RJ
Site : www.maisondefrance.org.br
www.bibliofranca.org.br

Contact: Marion Loire
Titre: Attachée nationale pour le livre
Tél: +55 21 3974 6656
Email:
marion.loire@maisondefrance.org.br

Contact : Paul Marcille
Titre : Chargé de mission
Tél.: +55 21 3974 6657
paul.marcille@diplomatie.gouv.fr

