L’édition de littérature

en Pologne

Enquête réalisée par **Tomasz SURDYKOWSKI**

Coordination : Karen POLITIS
Département Études du BIEF
Décembre 2015

Sommaire

INTRODUCTION **3**

A. LE PAYSAGE ÉDITORIAL **5**

1. Livre et lectorat en Pologne : état des lieux 5
2. Les principales maisons d'édition publiant la littérature 6
Les maisons de la période communiste 6
Les maisons spécialisées en littérature 6
Le rôle des maisons indépendantes 9
3. Une consolidation du secteur qui n'a pas eu lieu 9
4. L'autoédition 10

B. L'OFFRE ÉDITORIALE **11**

1. Chiffres clés de la production éditoriale 11
La production 11
Les ventes 11
Les tirages 12
2. Nouveautés, fonds et best-sellers 12
3. Les collections 14
4. L'édition numérique 15

C. LA PROMOTION **16**

1. La promotion assurée par l'éditeur 16
2. La promotion non-assurée par l'éditeur 16
3. Les festivals et les prix 17
4. La saisonnalité des ventes 18

D. LES CARACTÉRISTIQUES DES VENTES **19**

1. La concurrence sur les prix 19
2. Les vendeurs en ligne 20
3. Le débat sur le prix unique du livre 21
4. Les autres circuits de vente 22
Les foires du livre 22
Les ventes couplées 22

E. LES TRADUCTIONS ET LES ÉCHANGES **24**

1. La littérature polonaise à l'étranger 24
2. La part des traductions dans la production polonaise 24
3. Les aides à la traduction 26
4. Les traducteurs 27

CONCLUSION **29**

ANNUAIRE **30**

INTRODUCTION

Malgré les difficultés économiques des années 2009-2012, l'édition de littérature polonaise se porte bien. Les grandes maisons d'édition ont fait preuve de capacité d'adaptation : en ouvrant leurs catalogues aux ouvrages de divertissement et à la littérature de genre, elles ont élargi leur lectorat, en particulier féminin, à l'origine d'une grande partie des ventes. Même si certains professionnels déplorent la réticence des grandes maisons à s'engager dans des projets éditoriaux risqués, les petites maisons indépendantes arrivent à combler ce manque par leur production diversifiée et ambitieuse dont la littérature étrangère fait partie intégrante. Les éditeurs ne manquent ni d'idées ni d'inspiration.

Ce qui peut être préoccupant n'est donc pas le monde éditorial en tant que tel, mais un contexte culturel et économique plus large dans lequel le livre fonctionne. Malgré les efforts concertés des institutions culturelles gouvernementales et des médias traditionnels, les Polonais lisent toujours moins que les habitants des pays voisins. On peut raisonnablement espérer qu'à long terme, ces efforts porteront leurs fruits ; néanmoins, il est difficile de trouver, pour le moment, les signes d'un intérêt renouvelé pour la littérature.

L'émergence et le développement des médias numériques peuvent déstabiliser à long terme l'écosystème fragile dans lequel opèrent les maisons d'édition. En premier lieu, le numérique a habitué les clients polonais à ce que tout ce qui relève de l'activité artistique ou journalistique, soit obligatoirement accessible à titre gratuit. Cela fragilise les fondations économiques du système éditorial, et conduit les clients à considérer les livres comme chers.

D'autre part, les médias numériques assurent plusieurs nouveaux modes de divertissement qui peuvent s'avérer mieux adaptés aux habitudes et aux besoins du grand public polonais et donc aisément se substituer à la littérature de divertissement. Or d'un point de vue commercial, celle-ci constitue une part importante du marché.

Outre les évolutions culturelles mentionnées, l'organisation des réseaux de ventes en Pologne constitue l'un des aspects les plus préoccupants du marché du livre. Plusieurs professionnels estiment que la concentration du marché avec quelques distributeurs et les grandes chaînes de librairies et la disparition progressive des petites librairies, sont responsables des difficultés financières du secteur. Ce système de distribution rend encore plus difficile la diffusion et limite l'accessibilité des livres. Les petites maisons ne sont pas capables de supporter financièrement les délais de paiement qui dépassent parfois plusieurs mois.

Pourtant, les capacités d'adaptation – dont a fait preuve l'édition polonaise dans les dernières années – laissent espérer que le monde éditorial trouve un mode de fonctionnement économique viable dans la culture du numérique. L'offre éditoriale demeure riche et la littérature étrangère en constitue presque la moitié. Le public polonais attache de plus en plus d'importance à la publication rapide des nouveautés de la littérature mondiale.

La présence française dans l'édition de la littérature en Pologne est plus importante qu'en attestent des chiffres. Certes, les écrivains français ne peuvent espérer la même visibilité et promotion que leurs collègues du monde anglo-saxon, mais la France reste pour l'édition de littérature un partenaire important, surtout quand il s'agit d'œuvres de haute qualité.

A. Le paysage editorial

1. Livre et lectorat en Pologne : etat des lieux

Le marché polonais du livre de littérature est un marché difficile, en raison de la **faiblesse du lectorat**. Comme le démontrent les résultats de l'enquête menée tous les deux ans par la Bibliothèque Nationale polonaise, les Polonais arrivent en fin de classement par rapport aux citoyens des pays voisins quant au nombre de livres lus et achetés. Même si, les chiffres de 2013 indiquent un renversement de tendance, cette croissance reste trop faible et statistiquement insignifiante pour que l'on puisse en déduire que les Polonais commencent à lire plus. Le désintéressement relatif de la population polonaise par rapport aux livres affecte fortement la production littéraire et influence les stratégies adoptées par les maisons d'édition.

Hormis le constat qu'un Polonais lit moins en moyenne que son voisin tchèque ou allemand, l'étude de la Bibliothèque Nationale fournit aussi des renseignements importants sur les habitudes du lectorat polonais. Il existe un écart considérable entre le groupe des lecteurs irréguliers qui ne lisent qu'un livre par an et les lecteurs avides qui lisent plus d'une douzaine de livres par an. Cet écart est particulièrement visible dans le cas de la littérature.

Cette différence entre les deux groupes force les éditeurs à adopter des **stratégies commerciales** différentes : ils essaient d'attirer le premier groupe par des auteurs réputés ou des ouvrages accompagnant des productions cinématographiques, tandis que le deuxième groupe se laisse séduire par la nouveauté et la richesse de l'offre. Ceci peut expliquer le nombre croissant des titres publiés en Pologne, accompagné d'une baisse simultanée des exemplaires publiés. Du point de vue commercial, ces deux groupes se caractérisent par des dynamiques différentes : le marché grand public est un marché à somme nulle où les éditeurs rivalisent, surtout durant la période des fêtes de Noël, afin d'attirer les consommateurs vers leurs offres, tandis que le marché des lecteurs plus fréquents bénéficie de fortes synergies entre les catalogues des maisons d'édition.

Le phénomène d'inégalités entre ces deux groupes de lecteurs distincts explique, en partie, la difficulté à faire exister une maison d'édition de taille moyenne sur le marché polonais. Les maisons de grande taille visent le grand public, ce qui exige des investissements considérables dans la promotion et une prise de risques financiers, tandis que les petites maisons indépendantes visent le cercle plus restreint des grands lecteurs. Passer d'une catégorie à l'autre reste difficile, il est pourtant possible de retrouver dans le paysage éditorial polonais des exemples de maisons d'édition indépendantes qui ont réussi à s'établir durablement sur la scène éditoriale en Pologne.

2. Les principales maisons d'edition publiant la litterature

D'après l'enquête de l'Institut polonais du Livre[1], quarante maisons d'édition réalisent près de 80 % du chiffre d'affaires du secteur. Dans le domaine de la littérature, qui constitue environ **13 % de l'ensemble du marché du livre**, cette concentration est aussi très marquée, avec les plus grandes maisons assurant une majorité écrasante de la production littéraire.

Les maisons de la période communiste

Le sort des maisons d'édition **PIW** et **Czytelnik**, qui durant la période communiste possédaient un quasi-monopole de la production littéraire, reflète les bouleversements subis par le monde éditorial polonais durant les dernières vingt-cinq années. Ces deux institutions ont eu de graves difficultés à survivre sur un marché de plus en plus concurrentiel : PIW, affectée par des problèmes financiers, est soumise à une procédure de liquidation judiciaire depuis juillet 2015, tandis que Czytelnik survit aux marges du marché littéraire, en offrant aux lecteurs un catalogue de plus en plus limité. Toujours est-il que ces deux institutions – surtout PIW – possèdent un fonds d'auteurs classiques polonais considérable et continuent de publier des ouvrages d'auteurs polonais renommés (PIW vient de publier la correspondance du poète moderniste Bolesław Leśmian, etc.).

Pour autant, cela ne signifie pas que toutes les maisons importantes de la période communiste se trouvent aujourd'hui dans une situation déplorable. Par exemple, la maison d'édition cracovienne **Wydawnictwo Literackie,** qui publiait une importante collection de littérature latino-américaine dans les années 1970-80, a su garder une place de choix dans le secteur éditorial (nous y reviendrons plus tard).

Les maisons spécialisées en littérature

Les maisons d'édition **W.A.B.** et **Świat Książki** figurent parmi les grandes maisons d'édition polonaises dont le catalogue est concentré sur la littérature.

La maison **W.A.B**., pendant longtemps associée à sa directrice **Beata Stasińska**, figure connue du monde éditorial polonais, peut se vanter d'une offre riche dans le domaine de la littérature, aussi bien polonaise qu'étrangère. Côté littérature polonaise, elle compte parmi ses auteurs Jacek Dehnel, dont le premier roman *Lala* a été traduit en plusieurs langues et qui, ayant débuté comme poète, a su établir sa réputation en tant que romancier. On trouve aussi Wojciech Kuczok, dont le premier roman *La Crasse* (*Gnój*) a été une révélation pour les lecteurs polonais, ainsi que les écrivaines Grażyna Plebanek et Joanna Bator qui écrivent

[1] The Polish Book Institute, *The Polish Book Market 2015,* by Piotr Dobrołęcki of Biblioteka Analiz

aussi bien des titres de fiction que des essais ou des reportages. Côté littérature étrangère, le catalogue de W.A.B. comprend les ouvrages de Thomas Bernhard et Elfriede Jelinek, ce qui reflète un intérêt particulier, quoique non exclusif, pour le monde germanophone. Les séries éditoriales proposées par W.A.B., telles que *Archipelagi* ou *Terra incognita*, constituent des marques déjà reconnues.

La maison **Świat Książki**, qui pendant longtemps a fait partie du groupe international d'édition **Bertelsmann**, a gagné ses lettres de noblesse grâce à la publication d'auteurs polonais renommés comme Jerzy Pilch et à son catalogue de littérature étrangère. Après une restructuration en 2013, la maison a perdu une grande partie de son équipe de rédaction. Son catalogue a été considérablement réduit. Świat Książki est l'une des maisons qui a échoué à traverser la période difficile des années 2009-2012.

Les deux maisons cracoviennes, **Znak** et **Wydawnictwo Literackie**, constituent aussi des acteurs incontournables du monde éditorial polonais. Bien que leur offre se soit élargie au fil du temps (vulgarisation scientifique, littérature de divertissement, etc.), la littérature pour adultes demeure toujours leur point fort.

Znak publie les ouvrages de John Maxwell Coetzee, Mario Vargas Llosa, Zadie Smith, pour n'en nommer que quelques-uns. La poésie y occupe aussi une place importante, avec les lauréats du prix Nobel polonais comme Wisława Szymborska et Czesław Miłosz. Dernièrement la maison Znak s'est transformée en **groupe éditorial** comprenant plusieurs labels, dont Znak Emotikon, en charge de la littérature pour enfants, Wydawnictwo Otwarte publiant les ouvrages tournés vers le grand public, ou Znak Literanova s'occupant de la littérature contemporaine. La division des tâches au sein du groupe n'est pas encore claire. Les résultats de cette multiplication de labels qui, à l'origine, devaient faciliter l'identification de l'offre, restent à mesurer.

Wydawnictwo Literackie présente, en sus, dans son catalogue nombre d'écrivains étrangers, dont Orhan Pamuk et Cormac McCarthy. Tout comme Znak, elle publie aussi des auteurs de littérature de divertissement, par exemple Katarzyna Grochola ou Katarzyna Michalak. La maison travaille en coopération avec la petite maison varsovienne **Noir sur Blanc**, qui appartient au groupe éditorial dirigé par Vera Michalski-Hoffmann, spécialisé dans les échanges littéraires entre le monde francophone et polonais.

À ses débuts, la maison d'édition **Czarne**, fondée au milieu des années 90 par Monika Sznajderman et son mari écrivain Andrzej Stasiuk, publiait principalement de la littérature d'Europe du Sud et d'Europe Centrale. De petite maison indépendante, elle est devenue l'un des acteurs importants dans le secteur, sans recourir à des investissements extérieurs. Son catalogue s'est orienté, au fur et à mesure, vers les ouvrages de non-fiction, surtout les reportages et essais. La littérature y occupe actuellement une place moins importante. La maison Czarne est l'un des acteurs du marché éditorial qui a lancé la vogue actuelle des ouvrages

de non-fiction en Pologne. Récemment la maison a créé le label Black Publishing tourné vers le grand public.

La maison **Muza** publie les ouvrages de Vladimir Nabokov, Gabriel Garcia Marquez et Roberto Bolaño. Son large catalogue, comprenant aussi les polars de l'écrivaine polonaise à succès Katarzyna Bonda et de nombreux romans sentimentaux, lui assure une place sûre parmi les dix plus grands éditeurs de littérature en Pologne, bien que sa position ne soit pas aussi remarquable que celle de W.A.B., par exemple.

On ne peut omettre, dans cet aperçu, les éditeurs dont la production se focalise, en grande partie, sur littérature de divertissement et de genre. Les maisons **Rebis** et **Zysk** assurent depuis des années une part considérable des titres de littérature publiés en Pologne. Zysk est considéré par les professionnels comme un leader dans la branche de la science-fiction. Rebis complète son catalogue avec la littérature de développement personnel et de vulgarisation scientifique, mais la littérature grand public reste néanmoins le noyau de son offre. La maison **Albatros**, dont la production annuelle approche 200 titres, reste aussi l'une des institutions clés dans la branche de la littérature de divertissement. Elle n'hésite pas à inclure dans son offre des écrivains étrangers moins connus, comme en témoigne la présence, dans le catalogue, du premier roman de l'auteure française Hélène Grémillon.

Au cours de ses 25 ans d'activité, la maison **Prószynski** a réussi à promouvoir plusieurs auteurs polonais de la littérature de divertissement. Dans son imposant catalogue, on retrouve, entre autres, John Steinbeck, mais la plupart des titres appartiennent aux catégories des romans à l'eau de rose ou des polars.

Dans la liste des plus grands éditeurs de littérature, il faut ajouter les maisons qui, grâce à un best-seller ou à une série de best-sellers, ont réussi à atteindre une position importante sur le marché, ou qui se démarquent par leurs initiatives. La maison **Sonia Draga** a trouvé, grâce à la publication des ouvrages de Dan Brown et E.L. James, une place auprès des grands, du moins au niveau des résultats financiers. La maison **Marginesy** qui, à l'origine, publiait principalement des biographies, a marqué sa présence sur le marché de la littérature grâce au succès des romans de Jaume Cabré. La maison **Czarna Owca** a lancé une collection de littérature érotique et la collection *Sans tabou* (*Bez tabu*) abordant des sujets jugés sensibles.

Cet aperçu, naturellement non-exhaustif, montre clairement que, malgré une forte concentration de l'édition de littérature, il existe plusieurs maisons aux catalogues comparables, capables de rivaliser pour gagner les lecteurs polonais. L'apparition des labels, comme dans les cas de Znak ou de Czarne, montre aussi que les éditeurs sont soucieux de conserver leur identité éditoriale d'origine malgré l'élargissement de leur catalogue.

Le rôle des maisons indépendantes

Face à la chute de leur rentabilité, les grandes maisons comptent sur les projets éditoriaux assurant un retour sur investissement sûr et elles ne risquent qu'à contrecœur la publication des titres jugés trop difficiles.

Cela a ouvert à des petites maisons indépendantes la possibilité de combler ce manque et de proposer aux lecteurs des œuvres moins connues, voire difficiles. C'est l'objectif des fondateurs de l'association de maisons indépendantes **Zmowa**, qui regroupe les maisons telles que Dodo Editor, connue pour la qualité de son design éditorial, Nasza Ksiegarnia, Oficyna 21 et plusieurs autres. Cependant, ces petites maisons doivent faire face aux difficultés liées au financement et à la distribution de leur production. Les délais de paiement très longs – pratique courante en Pologne – peuvent s'avérer désastreux pour ces petites maisons.

Du point de vue de l'édition française, la maison cracovienne **Karakter** semble particulièrement intéressante. Hormis des ouvrages d'architecture, des essais, dont ceux de Susan Sontag, elle publie une collection de romans francophones d'Afrique et des Caraïbes. Parmi les auteurs publiés, on retrouve Alain Mabanckou, Tahar Ben Jelloun et Dany Laferrière.

En ce qui concerne la **poésie**, elle occupe peu de place dans le paysage éditorial polonais, à l'exception des ouvrages des lauréats de prix Nobel ou des classiques. Selon les données de la Bibliothèque Nationale, la plupart des œuvres classées dans cette catégorie n'entrent jamais dans les réseaux de vente. Le nombre de maisons d'édition publiant de la poésie est donc très restreint. Parmi les plus connues, on peut mentionner la maison **A5** de Cracovie et la maison **Biuro Literackie** de Wroclaw.

3. Une consolidation du secteur qui n'a pas eu lieu

La création, en 2012, du groupe éditorial **Foksal**, réunissant les maisons d'édition **W.A.B**., Buchmann et Wilga, qui a été ensuite racheté par la chaîne de librairies **Empik**, a marqué un moment important du secteur. Grâce à ce rachat, Empik est devenu propriétaire de sa propre maison d'édition ce qui lui a donné le contrôle de l'ensemble de la chaîne depuis le processus de fabrication jusqu'à la distribution des livres.

Un autre exemple de l'entrée des distributeurs sur le marché éditorial est celui de la maison d'édition **Olesiejuk**, fondée par le distributeur éponyme. Depuis sa création en 2007, la maison Olesiejuk, spécialisée dans la vente aux hypermarchés, s'est durablement insérée sur le marché polonais. En 2013, elle appartenait aux dix plus grandes maisons polonaises, avec un chiffre d'affaires de 90 millions PLN (21 millions EUR). Même si son catalogue ne comprend qu'un nombre très limité d'ouvrages de littérature, en particulier les classiques polonais et les polars

humoristiques de l'écrivaine Joanna Chmielowska, son impact général sur les ventes dans les grandes surfaces reste considérable.

À l'époque du rachat de la maison W.A.B. – qui, contrairement à la maison Olesiejuk, est spécialisée dans le domaine de la littérature et possède un fonds et une réputation considérables –, certains professionnels craignaient que ce rachat ne soit le premier d'une longue série. Ils craignaient la création de grands groupes éditoriaux réunissant les vendeurs et éditeurs de littérature, monopolisant ainsi le marché littéraire en Pologne.

La décision de l'autre grande chaîne de librairies, **Matras**, de s'abstenir de fonder sa propre maison d'édition, marqua l'arrêt de cette tendance à la consolidation verticale du secteur.

Au regard des investisseurs étrangers et nationaux, le marché de la littérature en Pologne n'assure pas de profits sûrs et les perspectives financières restent incertaines. Il semble aussi que les éditeurs nationaux ne possèdent pas les moyens financiers suffisants pour racheter d'autres maisons d'édition, et préfèrent investir dans le développement de leur propre activité et de leur propre catalogue.

4. L'AUTOEDITION

En Pologne, l'autoédition est considérée comme une activité marginale. Malgré les tentatives de certains auteurs, dont le poète Jacek Podsiadlo, de briser le monopole des maisons d'édition à publier de la littérature, les services d'autoédition s'adressent surtout à des auteurs qui ne sont pas parvenus à trouver un éditeur ou qui veulent publier leurs mémoires ou poèmes sous la forme d'un livre. La difficulté de l'autoédition à s'imposer sur le marché polonais peut être partiellement due à la faiblesse du marché numérique. En 2015, l'hebdomadaire *Polityka* a publié un article sur de prétendus abus des maisons proposant des services d'autoédition. D'après l'article, certaines maisons d'édition n'assurent que l'impression de l'ouvrage, sans se soucier de la qualité de la rédaction ou même du contenu.

B. L'OFFRE EDITORIALE

1. CHIFFRES CLES DE LA PRODUCTION EDITORIALE

La production

Selon les statistiques les plus récentes publiées par la Bibliothèque Nationale polonaise, la production d'ouvrages de littérature s'élevait, en 2013, à environ **7 300 titres**, ce qui constitue **22 %** du nombre total des titres publiés en Pologne. La proportion d'ouvrages de littérature pour adultes dans la production totale est de 15 % en Pologne.

Ces données, recueillies par la Bibliothèque Nationale dans le cadre de l'obligation du dépôt légal, doivent être traitées avec précaution, car elles ne reflètent pas toujours la réalité du marché. Beaucoup d'ouvrages envoyés à la Bibliothèque Nationale sont publiés par des associations locales ou autorités territoriales, ont un caractère commémoratif ou occasionnel, et n'entrent jamais dans le système de distribution. Ces pratiques se sont répandues avec l'évolution technologique permettant de réduire les frais de fabrication d'un livre.

Sur une perspective plus longue, on constate néanmoins une quasi-stabilité de la littérature pour adultes dans la production totale. Tandis qu'en 2003, les titres de cette catégorie représentaient 17 % du nombre des titres total, cette part est tombée à 15 % en 2013.

La Bibliothèque Nationale polonaise se sert aussi d'une autre classification basée sur des critères thématiques, où la catégorie littérature générale englobe plus ou moins quatre sous-catégories : belles-lettres, romans policiers, romans d'amour et science-fiction. La part des titres appartenant à ces sous-catégories par rapport à la production totale est respectivement de 6,9 %, 1,9 %, 5 % et 1,2 %.

Les ventes

Plus pertinentes dans l'analyse de l'évolution du marché éditorial, les données recueillies par la société *Biblioteka Analiz*, concernent le nombre total d'exemplaires vendus. Les statistiques disponibles témoignent de la crise que le marché éditorial polonais a subie dans les années 2010, 2011 et 2012. Durant cette période, le nombre d'exemplaires vendus est passé de 143,6 millions en 2009 à 123 millions en 2013, avec le point le plus bas de 115 millions d'exemplaires vendus en 2012.

La littérature est un secteur particulièrement vulnérable en période de crise : dans des conditions économiques plus difficiles, les lecteurs ont tendance à renoncer aux ouvrages littéraires en premier lieu. La part de la littérature dans les chiffres de ventes totales est passée de 15 % en 2009 à **13,2 %** en 2013.

Les tirages

Durant ces dernières années, les tirages ont considérablement diminué. Dans le cas de la littérature pour adultes, le tirage moyen a diminué de 4 307 à 3 291 exemplaires. Il faut cependant prendre en compte le fait que ces statistiques sont basées sur des informations envoyées par les éditeurs à la Bibliothèque Nationale, et elles ne concernent que le tirage initial du livre. Les développements techniques récents rendent ces données de moins en moins fiables, car le tirage original correspond rarement au tirage final. Pour cette raison, en 2013 la Bibliothèque Nationale a cessé la publication de statistiques sur le tirage moyen.

À titre indicatif le tirage de base pour un roman polonais ou étranger est de 3 000 - 5 000 exemplaires. Il est souvent complété, en fonction du succès commercial et critique, par des tirages additionnels. L'exception à cette règle sont les ouvrages des auteurs connus et destinés à la vente dans les grandes surfaces ; les tirages initiaux sont alors estimés au cas par cas.

Les statistiques évoquées ci-dessus, même incomplètes, permettent de discerner les grandes lignes des changements survenus sur le marché littéraire polonais dans les dernières années. Face aux difficultés commerciales et à la baisse des ventes, les éditeurs ont décidé de maintenir une offre diversifiée, tout en réduisant les tirages. L'année 2013 a marqué un renversement des tendances négatives : le nombre total d'exemplaires vendus a augmenté, la part de la littérature dans le chiffre d'affaires total est restée stable au niveau de 13 %.

2. Nouveautes, fonds et best-sellers

Les statistiques concernant le nombre des premières éditions et des rééditions sur le nombre total des titres publiés indiquent clairement qu'au cours des dernières années, l'importance des fonds dans les catalogues diminue graduellement. Tandis que les rééditions constituaient 17 % du nombre total des titres en 2010, cette part est tombée à 7 % en 2013.

Ces données reflètent la tendance plus générale du marché éditorial polonais à entreprendre des **projets à courte durée**. Même un fonds très riche ne permet pas à une maison d'édition de survivre sans une politique éditoriale très active concernant les nouveautés, comme en témoignent les difficultés financières et la mise en liquidation judiciaire récente de la maison d'édition PIW.

Quant aux **best-sellers**, les palmarès de ventes dans le domaine de la littérature de 2014 cachent peu de surprises. Les premières places sont occupées par les best-sellers internationaux appartenant à la littérature de divertissement, dont des auteurs incontournables comme **Helen Fielding** (un roman sur les aventures de Bridget Jones vendu à 130 000 exemplaires) et **Paulo Coehlo** dont l'*Adultère* a été vendu, malgré les critiques défavorables, à 105 000 exemplaires. Même si le résultat de 2013 de *Cinquante nuances de Grey* (750 000 exemplaires) n'a pas été

répété, les trois volumes de la trilogie d'**E.L. James** ont tout de même été vendus respectivement à 108 000 , 67 000 et 62 000 exemplaires.

Les auteurs polonais du segment de la littérature grand public ne sont pas en reste : le recueil de nouvelles *Le ciel perdu* (*Zaginione niebo*) de **Katarzyna Grochola** se place juste derrière les grandes ventes internationales avec 100 000 exemplaires. Le nouveau volume de la saga *Jeżycjada* de **Małgorzata Musierowicz** a gagné près de 70 000 lecteurs, mais le livre appartient plutôt à la branche de la littérature pour adolescents.

Parmi les ventes de littérature pour adultes de 50 000 à 100 000 exemplaires, on trouve des titres d'écrivains internationaux, comme Dan Brown et Harlan Coben. Dans cette branche apparaissent aussi Stephen King et l'auteur norvégien de romans policiers Jo Nesbø.

Les ventes des livres d'Andrzej Sapkowski témoignent de la bonne forme de la littérature de **science-fiction** en Pologne : en 2014, le volume de sa saga science-fiction a été vendu à 63 000 exemplaires. Andrzej Sapkowski, dont les livres ont servi d'inspiration pour le jeu vidéo *The Witcher*, reconnu mondialement, est un représentant du grand groupe d'auteurs de science-fiction polonais qui ont gagné, au cours de vingt-cinq dernières années, un public national fidèle.

Les palmarès confirment aussi le grand intérêt que le public polonais porte aux **romans policiers** : à part Jo Nesbø mentionné ci-dessus, parmi les palmarès on retiendra les auteurs polonais Zygmunt Miłoszewski et Marek Krajewski. Miłoszewski, dont les polars ont déjà été traduits en plusieurs langues européennes, a vendu 150 000 exemplaires de son roman *La Fureur* (*Gniew*), tandis que le polar *Le seigneur des chiffres* (*Władca liczb*) de Marek Krajewski, présent sur la scène littéraire polonaise depuis plus de quinze ans, a trouvé plusieurs milliers de lecteurs. Les écrivaines se spécialisant dans les polars Kaja Grzegorzewska et récemment Katarzyna Bonda trouvent beaucoup de lecteurs.

Il faut noter que hormis la littérature de divertissement, qui occupe naturellement la plus grande partie des places dans les palmarès, on trouve aussi des ouvrages de **belles-lettres**. Un exemple particulièrement intéressant est celui du roman *Les livres de Jacob* (*Księgi Jakubowe*) de l'écrivaine Olga Tokarczuk, un roman épique de 800 pages sur une secte juive dans la République des Deux Nations au XVIIIe siècle, qui a trouvé près de 70 000 clients. Il s'avère que le nom de l'auteur reste le facteur le plus important. Les auteurs, qui grâce à une longue présence sur le marché éditorial ont trouvé des lecteurs fidèles, peuvent espérer leurs chiffres de vente décoller, même dans le cas d'œuvres jugées difficiles.

En 2014, dans la branche des belles-lettres, certains **auteurs étrangers** ont réussi à dépasser le seuil des 10 000 exemplaires vendus : Zadie Smith, Eleanor Catton, Karl Knausgård. Ces deux derniers noms indiquent le changement survenu sur le marché polonais : les auteurs peu connus en Pologne avant leur première publication, mais qui jouissent d'une publicité considérable dans le monde

anglophone (les prix Booker, Pulitzer etc.), peuvent atteindre des chiffres de ventes comparables aux auteurs à la réputation établie (Zadie Smith). Cette particularité ne concerne, cependant, que les prix du monde anglophone et peut s'expliquer par le fait que les lecteurs et les élites polonaises ont un accès plus facile à la presse et aux critiques anglaises et américaines (*New York Review of Books*, etc.).

À titre indicatif, dans la branche de la littérature de divertissement et de genre, les grandes maisons d'édition polonaises considèrent généralement un tirage de 10 000 exemplaires comme un tirage satisfaisant, tandis que des ouvrages de belles-lettres qui arrivent à être vendus à plus de 10 000 exemplaires sont considérés comme un succès.

Il est intéressant de noter que la plupart des best-sellers étrangers ne sont pas publiés par les grandes maisons d'édition polonaises à l'exception de la maison Zysk (qui tire profit, depuis des années, du succès de la série sur Bridget Jones) et de la maison Albatros qui coopérait avec la maison Sonia Draga lors de la publication des romans de Dan Brown.

La situation est inverse dans le cas des auteurs polonais : leurs livres les mieux vendus sont publiés par les maisons appartenant à la catégorie des grandes maisons spécialisées en littérature – Wydawnictwo Literackie, W.A.B., etc. Cette différence s'explique par l'importance que les auteurs polonais attachent à être publiés par une maison d'édition réputée, tandis qu'un éditeur étranger qui cède les droits à un éditeur polonais, souvent à l'intermédiaire d'un agent, s'intéresse surtout aux conditions financières de la cession.

Concernant les chiffres de ventes indiqués dans cette étude, il faut rappeler la relative opacité du marché polonais. En effet, il n'existe pas, en Pologne, de système permettant d'évaluer objectivement les tirages et les ventes. Les informations sur le nombre d'exemplaires produits et vendus sont fournies par les éditeurs eux-mêmes et donc soumises à leur discrétion. Plusieurs professionnels du secteur indiquent que ces chiffres doivent être traités avec beaucoup de précautions, car il est impossible d'en vérifier l'exactitude.

3. Les collections

En général, les éditeurs polonais proposent assez rarement aux lecteurs des collections entières et des coffrets, en raison de la réticence des clients à dépenser des sommes qui dépassent le seuil du prix moyen. Il existe tout de même des exceptions à cette règle, surtout dans le domaine de la littérature destinée au grand public : par exemple, la maison d'édition Znak Literanova propose trois romans à l'eau de rose de l'écrivaine à succès Katarzyna Michalak pour 47 PLN (au lieu de 69 PLN si ces livres étaient achetés séparément). Il ne s'agit pourtant pas

d'un coffret à proprement parler, mais d'une offre commerciale qui regroupe plusieurs titres.

Quant aux collections, c'est à cause de l'insécurité économique du marché que les éditeurs ne s'engagent qu'avec précaution dans des projets à long terme dont les résultats financiers sont incertains. Certes, certaines maisons d'édition, comme Rebis, Czarne ou W.A.B., organisent leur catalogue en collections selon les critères thématiques (la collection américaine de Czarne) ou de genre (la collection *Mroczna Seria* regroupant des romans policiers polonais et étrangers de W.A.B.), mais d'autres grandes maisons préfèrent publier des ouvrages indépendamment de toute collection, ce qui leur permet de réagir rapidement à l'évolution du marché.

Cette réticence à entreprendre des projets de longue durée affecte aussi le marché de la littérature étrangère : l'échec commercial du premier livre traduit en polonais d'un auteur étranger diminue considérablement les chances de publier en Pologne d'autres livres de cet auteur. Autrement dit, pour un auteur étranger, l'échec commercial initial peut s'avérer définitif, car aucun autre éditeur polonais ne sera prêt à engager des moyens financiers dans un projet dont la rentabilité reste incertaine.

4. L'EDITION NUMERIQUE

Le livre numérique ne représente que **2 %** du marché éditorial. Parmi les obstacles liés au développement du marché du numérique en Pologne, les professionnels du livre évoquent le taux de la TVA de 23 %, plus élevé que pour les livres en format papier (TVA à 5 %), ainsi que le manque d'outils de promotion et de distribution adaptés à la réalité du commerce numérique. Étant donné la taille limitée de ce marché, les éditeurs polonais traitent le numérique comme un support complémentaire et non comme un marché distinct.

L'une des initiatives les plus intéressantes du secteur éditorial numérique est le service ***BookRage***. L'idée consiste à offrir pendant un temps limité la possibilité d'acheter un package de livres numériques pour un prix que le client lui-même peut déterminer. Le package comprend d'ordinaire cinq à sept livres, dont quelques-uns du domaine public et quelques nouveautés. Le succès du service démontre que le marché numérique peut trouver de nouvelles solutions et modes de vente, différents de ceux utilisés dans le commerce traditionnel.

Les auteurs polonais cèdent leurs droits numériques au moment de la signature du contrat de publication. Ces droits ne font pas le sujet d'un accord séparé.

C. La promotion

1. La promotion assuree par l'editeur

Les tirages moyens limités signifient que les maisons d'édition polonaises ne disposent pas, au moment de la publication d'un livre, des budgets de promotion suffisants pour l'achat d'un espace publicitaire dans les grands quotidiens. Certaines achètent parfois quelques espaces publicitaires dans des magazines consacrés à la littérature dont notamment ***Magazyn Książki***, le trimestriel du groupe Agora où sont publiés les articles d'intellectuels polonais connus. La plupart des maisons concentrent leurs efforts à profiter des contacts de leurs services de presse, à proposer le livre aux critiques et aux journalistes.

Une autre stratégie publicitaire de plus en plus souvent employée par les éditeurs dans le cas de la littérature de divertissement est d'acheter un espace publicitaire chez les **blogueurs** les plus suivis. Les blogs ne doivent pas être nécessairement consacrés à la littérature, il suffit qu'ils soient suivis par un public cible. Il en va de même pour les pages Facebook des actrices et des célébrités. Ce service publicitaire consiste à placer, sur un blog ou une page donnée, une photo représentant le livre et le blogueur, accompagnée d'une recommandation personnelle. Un tel service coûte de 3 000 à 7 000 PLN (700-1 650 EUR) et s'avère particulièrement efficace pour les ouvrages du segment féminin.

Avec un important nombre de titres publiés annuellement par chaque grande maison d'édition de littérature (jusqu'à 200 titres), la création de sites internet dédiés consacrés à un titre est tout simplement impossible. Parmi tous les services en ligne, **Facebook** est devenu un outil incontournable dans la promotion de la littérature en Pologne : chaque maison d'édition gère sa propre page où elle informe les lecteurs de nouveautés, promotions, soirées littéraires, critiques, etc. Facebook permet aussi aux écrivains de créer le lien avec le public : beaucoup d'entre eux ont des pages personnelles où ils partagent leurs lectures, leur quotidien et annoncent la parution de leurs livres. Ce phénomène concerne à la fois des écrivains de littérature de divertissement, mais aussi des romanciers et des journalistes qui publient des œuvres de non-fiction.

Dans le contexte des médias numériques, les services de presse assument de plus en plus des tâches qui incombaient auparavant aux médias traditionnels. Ils préparent et organisent des interviews, en assurent parfois la traduction, rédigent des articles qui peuvent être insérés directement sur des pages internet, etc.

2. La promotion non-assuree par l'editeur

La **presse** constitue, comme toujours, l'un des vecteurs les plus importants de la promotion de la littérature. Parmi les titres de presse qui publient des rubriques littéraires, on peut énumérer les hebdomadaires *Wysokie Obcasy*, *Polityka*,

Newsweek Polska ou les quotidiens *Gazeta Wyborcza*, *Rzeczpospolita* et *Polska The Times*. L'hebdomadaire *Tygodnik Powszechny*, bien que son tirage ne dépasse pas 20 000 exemplaires, a une grande influence dans le milieu littéraire polonais et consacre beaucoup de place aux questions littéraires d'actualité. Le choix de titres se fait en fonction de la notoriété d'un auteur, de l'importance de la thématique pour le public polonais et aussi en fonction de la capacité du service de presse à convaincre les journalistes que le titre est intéressant.

Il existe plusieurs programmes télévisés sur la littérature. Le programme 1 de la télévision publique propose aux spectateurs chaque semaine une émission intitulée *Capuccino avec le livre* (*Capuccino z książką*), où un groupe d'écrivains et de critiques discute des nouveautés ; la chaîne privée TVN 24 émet le programme *Xięgarnia*. La chaîne Polsat a créé le programme *Table de matières* (*Spis treści*) animé par le critique du quotidien *Rzeczpospolita*, Krzysztof Cieslik. La littérature trouve aussi sa place dans des programmes consacrés à la culture comme *L'Hebdo de la culture* (*Tygodnik Kulturalny*).

Les professionnels du livre considèrent néanmoins que l'impact de ces programmes reste limité. Leur format, ainsi que le choix des participants, font qu'ils attirent principalement des spectateurs qui s'intéressent déjà à la littérature de haute qualité. Du point de vue des éditeurs de littérature de genre et de divertissement, les **matinales** offrent la possibilité de présenter un titre au public, qui autrement n'aurait pas l'occasion d'en entendre parler. Les apparitions des auteurs dans les matinales, même très courtes, influent considérablement sur les ventes.

La **radio** joue aussi un rôle important dans la promotion littéraire. On peut citer, par exemple, l'émission *Z najwyższej półki* du programme 3 de la radio publique (qui cible un public jeune et urbain) et dont la page sur Facebook compte 40 000 fans. Le journaliste Michał Nogaś, qui anime l'émission, présente des nouveautés, participe à des festivals littéraires et interviewe des écrivains dans le studio. Les programmes 1 et 2 de la radio publique ont des émissions consacrées à la littérature et invitent aussi bien des écrivains étrangers que polonais. Enfin certains romans sont lus à la radio par des acteurs célèbres, mais cette pratique concerne principalement la production polonaise.

3. Les festivals et les prix

Les **festivals** constituent désormais une partie essentielle de la vie littéraire en Pologne. Le festival *Conrad* organisé en automne à Cracovie invite régulièrement les plus grandes figures de la littérature internationale, ce qui constitue pour les éditeurs une occasion de présenter au public polonais des écrivains étrangers qui autrement seraient passés inaperçus. Parmi les invités de l'édition 2014 se trouvait Paul Auster. En 2015, on attend l'arrivée de Jonathan Frazen.

Il est impossible d'énumérer tous les festivals littéraires, on se limitera donc aux plus importants : le festival *Sopot* dont chaque édition se concentre sur la littérature d'un pays, le festival international de la nouvelle à Wrocław, le festival *Big Book* à Varsovie tourné vers un public jeune et urbain, le festival *Miłosz* qui a lieu tous les deux ans à Cracovie axé sur la poésie.

Ces dernières années ont vu l'essor des **prix littéraires**. Par exemple, le prix littéraire Gdynia, créé en 2006, et décerné dans quatre catégories, la poésie, la prose, l'essai et la traduction. Le prix est accompagné d'une récompense de 20 000 EUR. Certains prix dépassent le cadre national, comme le prix *Angelus* qui récompense une œuvre de prose provenant de l'Europe Centrale ou de l'Est. D'autres récompensent les ouvrages de genre, comme le prix *Un gros calibre* (*Nagroda Wielkiego Kalibru*) décerné annuellement à l'auteur du meilleur polar polonais. À noter également le prix *Zajdel* attribué lors du congrès de fans *Polcon* pour le meilleur ouvrage de science-fiction ou de fantastique.

Une des particularités des prix polonais est qu'ils ne stimulent pas vraiment les ventes. À part le prestige et une éventuelle récompense financière, l'auteur du prix ne peut pas espérer que les ventes augmentent visiblement, du moins à court terme. Exception : le prix littéraire ***Nike***, qui, étant donné son histoire relativement longue, est considéré comme le plus prestigieux. Cependant, même si les ouvrages couronnés du prix *Nike* se vendent d'habitude à plusieurs milliers d'exemplaires, l'impact commercial des prix en Pologne, n'est pas comparable à la situation française.

4. La saisonnalite des ventes

La vie littéraire en Pologne ne connaît pas de phénomènes saisonniers comparables au phénomène de la rentrée littéraire en France. Certes, le nombre de livres qui paraissent pendant les mois d'été est plus bas que pendant l'automne, mais ces différences saisonnières n'ont pas pris la forme institutionnalisée d'une rentrée littéraire.

La période de Noël reste décisive du point de vue commercial. Les chiffres d'affaires obtenus durant cette période décident souvent du résultat financier des maisons d'édition, surtout dans le cas des maisons dont l'offre est destinée au grand public et dont les livres sont vendus dans les supermarchés. Les dépenses des éditeurs en opérations promotionnelles sont plus élevées durant la période de Noël.

D. Les caracteristiques des ventes

1. La concurrence sur les prix

L'évolution du prix moyen reflète une certaine stabilisation dans le secteur, après la hausse de 10 % liée à l'introduction de la TVA en 2011.

À titre indicatif, en 2013, le prix habituel pour la première édition d'un livre de littérature à couverture souple se situe entre 35 à 45 PLN (8,31–10,68 EUR), tandis que les éditions plus prestigieuses à couverture reliée peuvent coûter de 45 à 60 PLN (10,68–14,25 EUR).

Le marché des livres en format poche n'existe pas en Pologne. Après la période, relativement courte, de la première commercialisation, qui décide du succès ou de l'échec commercial d'un livre, les ouvrages peuvent gagner une seconde vie grâce à leur reprise par les **librairies dites « bon marché »**. Celles-ci offrent des ouvrages publiés un ou deux ans plus tôt, ce qui assure leur commercialisation à des prix considérablement réduits. Ces librairies compensent, dans une certaine mesure, l'absence de marché en format poche et permettent aux éditeurs de liquider leurs stocks d'invendus.

La division autrefois nette, entre librairies traditionnelles et librairies offrant des livres bon marché, commence pourtant à s'estomper. On peut trouver sur les rayons des librairies bon marché les mêmes nouveautés que dans les librairies traditionnelles, mais à des prix réduits, ce qui reflète une tendance plus générale du marché à attirer les clients par les remises. Au moment même de sa parution, le lecteur polonais peut acheter une nouveauté à un prix qui diffère considérablement du prix moyen évoqué ci-dessus et du prix indiqué par l'éditeur sur la couverture. Si l'on prend l'exemple d'une nouveauté parue en juillet 2015 : *Le secret de la maison Helclowie* (*Tajemnica domu Helclów*) de Jacek Dehnel et Piotr Tarczyński, avec un prix suggéré par l'éditeur de 36,90 PLN, on le trouve offert au moment de sa sortie à 25 PLN par les vendeurs en ligne. Même en ajoutant les frais de livraison, ce prix reste très compétitif par rapport au prix moyen qui assure des marges sûres aux librairies traditionnelles.

Les remises accordées par les vendeurs en ligne ont forcé les grandes chaînes de librairies, surtout Empik et Matras – qui avaient, jusqu'alors, une position dominante dans les réseaux de vente – à organiser un système de vente en ligne où la librairie traditionnelle joue le rôle de point relais pour les livraisons, ce qui leur permet de proposer aux lecteurs des nouveautés à prix réduit.

La concurrence sur les prix, renforcée ces dernières années par l'entrée sur le marché de nombreux vendeurs en ligne spécialisés, affecte la rentabilité du marché. Les best-sellers, qui assuraient, autrefois des marges confortables, sont maintenant offerts, dès leur parution, à des prix qui ne permettent pas aux librairies traditionnelles d'arriver à un résultat financier positif. D'ailleurs, le phénomène des remises n'est plus réservé aux grands best-sellers, mais concerne

un nombre croissant des nouveautés. En suggérant le prix de vente sur la couverture, les éditeurs prennent déjà en compte les remises accordées par les grands vendeurs. Cette pratique commerciale répandue a modifié les habitudes des clients polonais, qui ont tendance à considérer le prix sans remise comme élevé, voire inacceptable.

En 2013, la part des ventes assurées par les librairies s'élevait à 39 %, dont les deux plus importantes sont les grandes chaînes de librairies **Empik** et **Matras**. Il existait, en 2013, 2 140 librairies en Pologne. Le nombre des librairies indépendantes diminue progressivement, non seulement dans les petites villes, mais aussi dans les centres des grandes villes.

Il faut noter la proportion croissante des ventes par les vendeurs en ligne (29 %), reflet d'un marché où la concurrence reste concentrée sur les prix. Les ventes par les clubs de livres et les ventes en porte-à-porte représentent respectivement 5 % et 2 % du marché. Les ventes dans les supermarchés qui travaillent souvent en coopération avec les maisons d'édition spécialisées dans la vente dans les grandes surfaces (comme la maison Olejesiuk) représentent 17 % du marché.

2. Les vendeurs en ligne

Les deux grandes chaînes de librairies Empik et Matras possèdent leurs propres services de vente en ligne. Après avoir commandé un livre, le client a la possibilité de choisir un mode de livraison – soit l'envoi par la poste, soit la livraison en magasin, qui assure un retrait gratuit. Les librairies physiques deviennent alors un point de relais pour les ouvrages commandés en ligne.

Hormis ces librairies traditionnelles converties à la vente en ligne, il existe en Pologne des librairies en ligne spécialisées. Les professionnels du livre considèrent **Allegro.pl**, une sorte d'Amazon polonais, comme le plus grand vendeur de livres en ligne, aussi bien neufs que d'occasion. Le portail a connu une croissance extraordinaire au début des années 2000 et maintient, aujourd'hui, une position dominante dans le secteur du commerce électronique polonais. Les livres ne constituent qu'une petite partie de son chiffre d'affaires. Malgré des tentatives répétées, les groupes internationaux, dont E-Bay, n'ont pas réussi à menacer la position dominante d'Allegro.pl.

D'autres vendeurs en ligne, détenteurs d'une grande partie du marché sont **Merlin.pl**, **Gandalf.com.pl**, bonito.pl et swiatksiazki.pl.

3. Le debat sur le prix unique du livre

La diminution du nombre de librairies indépendantes, la position dominante de quelques grandes chaînes de librairies, récemment menacées par les vendeurs en ligne, ont ravivé la discussion, en Pologne, sur l'introduction d'une loi sur le prix unique du livre, inspirée par le dispositif législatif français de la loi Lang.

Les discussions sur l'introduction d'une telle loi sont en cours. Il faut cependant noter que plusieurs acteurs du secteur éditorial, notamment les vendeurs en ligne, s'opposent à l'adoption de la loi sur le prix unique, en argumentant que le marché polonais est particulièrement susceptible à tout changement de prix. Les données pour les années 2009-2012 en témoignent : la littérature a été la première à subir les effets de la contraction économique. La majorité des acteurs du milieu littéraire et éditorial soutiennent cependant l'implémentation du prix unique et attirent l'attention sur le fait que la concurrence illimitée sur les prix, dont les victimes sont principalement les petites librairies, peut engendrer à long terme un marché monopolisé par des grands vendeurs en ligne et la disparition du livre de l'espace public polonais.

L'éventuelle adoption de la loi sur le prix unique n'aurait pas de conséquences immédiates pour les maisons d'édition polonaises qui réussissent à maintenir leurs marges, malgré la réduction des marges dans les réseaux de ventes. Le prix unique ne résoudrait pas non plus tous les problèmes qui persistent dans les relations entre les éditeurs et les vendeurs. Les grandes chaînes de librairies et les grossistes ont tendance à compenser la réduction de leurs marges en imposant aux éditeurs des conditions de paiements très défavorables.

Ces conditions concernent deux aspects des contrats entre éditeurs et grossistes ou grandes chaînes de librairies. En premier lieu, les livres ne sont pas achetés par les vendeurs, mais pris en consignation. D'autre part, les délais de paiement pour la vente des livres ainsi consignés sont très longs, ce qui pose un problème particulièrement grave aux petites maisons indépendantes qui ne possèdent pas de moyens financiers suffisants pour créditer les grands vendeurs. Certaines petites maisons se plaignent de ne recevoir les paiements de la grande chaîne Empik qu'après plusieurs mois, voire une année d'attente.

Un autre élément menaçant le statu quo du système de vente est l'introduction graduelle, par le gouvernement, des **manuels scolaires gratuits**. Pour le moment, un seul manuel scolaire a été distribué, donc les effets commerciaux de l'opération restent limités. Mais il faut noter que pour les librairies, la vente des manuels scolaires constitue une part sûre et importante de leur chiffre d'affaires. Sans cette ressource, certaines d'entre elles pourraient être amenées à disparaître. Or la disparition de ces librairies pourrait affecter indirectement le marché de la littérature en limitant la diversité des réseaux de vente et l'accessibilité de l'offre dans les petites villes.

4. Les autres circuits de vente

Les foires du livre

Il existe deux foires principales en Pologne. En 2014, la foire du livre de **Varsovie** a accueilli près de 700 exposants et 63 000 visiteurs. En 2015, la France était l'invitée d'honneur de la foire avec plusieurs auteurs français, dont Pierre Assouline, Bernard Veber et Olivier Rolin.

La foire de **Cracovie** a attiré un nombre équivalent d'exposants et constitue, désormais, un événement incontournable du calendrier éditorial. L'un des atouts de la foire de Cracovie est qu'elle se tient en même temps que le festival Conrad, ce qui garantit la présence d'auteurs nationaux et étrangers ainsi qu'une couverture médiatique considérable.

Les foires constituent surtout une occasion pour les éditeurs de présenter leurs catalogues. Et pour beaucoup de visiteurs, les foires offrent avant tout la possibilité d'acheter des nouveautés à prix remisés.

Les ventes couplées

Tenant compte des difficultés touchant le secteur de distribution polonais, les ventes de livres couplées à celles d'un quotidien ou d'un hebdomadaire semblent offrir des perspectives intéressantes. Les ventes couplées signifient la diffusion facilitée et la promotion assurée par la présence physique du livre dans de nombreux kiosques de presse.

Pour ces raisons, au début des années 2000, certains groupes de presse polonais se sont lancés dans l'activité éditoriale, en proposant aux lecteurs des collections thématiques. Ainsi, le groupe de presse **Agora** a proposé une collection de littérature étrangère du XXe siècle comprenant 40 volumes. D'autres journaux organisent régulièrement des ventes couplées d'ouvrages d'auteurs classiques polonais, tels que Henryk Sienkiewicz.

L'impact des ventes couplées en Pologne reste tout de même limité et ne peut être comparé à la situation du marché italien, même si les kiosques de presse vendent jusqu'à 6 % du nombre total d'exemplaires en Pologne. Les négociations concernant ces ventes couvrent principalement la réédition de classiques ou des ouvrages destinés au grand public (notamment pour le lectorat féminin), qui ont déjà obtenu un succès commercial dans le système de vente traditionnel. Les éditeurs en profitent pour faciliter la diffusion d'écrivaines connues comme Małgorzata Kalicińska, Katarzyna Grochola et Katarzyna Michalak.

La présence des groupes de presse sur le marché éditorial se manifeste non seulement à travers les ventes couplées, mais aussi par la création de leurs

propres maisons d'édition. Ainsi, le groupe de presse Agora, qui contrôle le plus grand quotidien polonais *Gazeta Wyborcza*, a créé la maison d'édition **Agora**. Les livres publiés par cette maison sont vendus dans les librairies traditionnelles – Agora ne profite donc pas des réseaux de vente de presse –, mais le fait que le groupe contrôle le plus grand quotidien en Pologne en assure la promotion et la visibilité, grâce aux interviews, aux critiques, etc., tout en mettant en question l'objectivité de la presse et le conflit d'intérêts possible.

E. LES TRADUCTIONS ET LES ECHANGES

1. LA LITTERATURE POLONAISE A L'ETRANGER

L'Institut polonais du Livre promeut, à travers des programmes adressés aux traducteurs et aux éditeurs étrangers, la publication de la littérature polonaise à l'étranger. Cette dernière s'exporte difficilement en raison de la conviction répandue qu'elle est hermétique et difficile d'accès.

Parmi les auteurs contemporains, les plus traduits sont, entre autres, l'écrivain de science-fiction Andrzej Sapkowski (publié chez *Bragelonne*), la romancière Olga Tokarczuk (*Noir sur Blanc*) et l'écrivain voyageur Andrzej Stasiuk (*Actes Sud*). Si l'on prend en compte le nombre de langues de traduction, on peut compléter cette liste avec les noms de Pawel Huelle (*Gallimard*) et d'Antoni Libera (*Buchet Chastel*).

2. LA PART DES TRADUCTIONS DANS LA PRODUCTION POLONAISE

Dans son rapport le plus récent, la Bibliothèque Nationale déplore la part relativement faible des titres traduits dans le nombre total de titres publiés en Pologne. Puisque le polonais n'appartient pas au groupe des langues majeures, ce manque prouverait une relative fermeture du marché polonais aux influences étrangères.

Cependant, les chiffres pour le secteur de la littérature renvoient une image toute différente : les **traductions** constituent presque la **moitié de la production en littérature** (48 % en 2011 et 42 % en 2013).

La présence importante de la littérature étrangère est particulièrement visible si l'on considère les thématiques. Parmi les **romans policiers**, qui correspondent à 2 % du nombre total des titres, 71 % sont des traductions. Dans une enquête sur les préférences des lecteurs polonais, 91 % des romans policiers cités par les participants étaient des livres traduits. Dans cette catégorie la proportion des ouvrages étrangers choisis par les lecteurs est donc plus grande que leur proportion dans l'offre éditoriale.

La situation est similaire dans le cas des **romans d'amour** qui correspondent à 5 % du marché : la part des traductions dans le nombre total de titres s'élève à 62 %, et parmi les titres cités par les lecteurs polonais, 75 % sont des titres étrangers. Dans la catégorie des belles lettres, la part des traductions est moins importante, mais il faut prendre en compte que cette catégorie regroupe des œuvres artistiques à la vie commerciale limitée ou qui n'entrent tout simplement pas dans le système de la distribution habituel. Cette remarque concerne notamment la poésie (60 % des titres de la catégorie). La proportion des ouvrages traduits dans la catégorie des **romans**, qui reste la catégorie la plus importante commercialement et

culturellement, se situe au niveau de 52 %, ce qui corrobore les données générales pour le secteur de la littérature.

Quant aux langues de traduction, la primauté de l'anglais est indiscutable et d'autant plus visible dans la catégorie des livres de littérature. Selon les données pour 2013, sur 2 078 œuvres traduites appartenant à la catégorie de la littérature pour adultes, 1 369 étaient traduites de l'anglais, 153 de l'allemand, 140 du norvégien et 74[2] du français, ce qui constitue 3,5 % du nombre total des traductions. Derrière le français arrive l'espagnol, avec 64 œuvres traduites, puis le suédois, avec 58 œuvres. Le nombre relativement élevé des traductions de certaines langues scandinaves reflète le succès des romans policiers suédois et norvégiens sur le marché polonais. Ce phénomène persiste depuis plusieurs années et a permis au norvégien de dépasser le français et de prendre la troisième place (que le français occupait traditionnellement) parmi les langues de traduction.

La faible part des traductions depuis la langue française reflète la domination du monde littéraire anglo-saxon dans le domaine de la littérature pour adultes. Elle témoigne aussi d'une certaine méfiance des éditeurs polonais par rapport aux particularités culturelles du marché français : répéter le succès commercial qu'un livre a remporté à l'étranger semble plus facile dans le cas des livres publiés sur le marché littéraire anglais ou américain que dans le cas des livres français.

Pour les mêmes raisons, les prix littéraires français n'entraînent pas automatiquement de publication en Pologne. Certes, les livres récompensés par des prix importants comme le Goncourt ou le Renaudot attirent immédiatement l'attention des éditeurs polonais, mais ces prix n'ont qu'une importance restreinte pour le futur succès commercial. À titre indicatif, le tirage de base pour un livre couronné du prix Goncourt publié en Pologne est de 3 000 à 4 000 exemplaires, il ne diffère donc pas du tirage moyen, à l'exception des auteurs internationalement reconnus (par exemple Houellebecq).

On constate également que la littérature française a du mal à s'imposer dans le domaine de la littérature tournée vers le grand public. La comparaison entre le norvégien et le français est parlante : dans la catégorie des belles lettres, le français peut se vanter de 32 titres contre 2 pour le norvégien ; dans le cas des romans d'amour, la situation est inverse : 21 titres pour le français contre 129 titres pour le norvégien.

L'exemple des langues scandinaves montre qu'il est tout de même possible de faire face à la domination de l'anglais comme langue de traduction et de trouver une niche sur le marché littéraire. Le succès commercial des sagas et des romans policiers scandinaves a encouragé les éditeurs polonais à explorer l'offre éditoriale

[2] 73 titres du français en 2014 (Source : *Les repères statistiques du syndicat national de l'édition à l'international 2014-2015*, SNE/BIEF/La centrale de l'édition, juillet 2015).

norvégienne ou suédoise à la recherche des nouveautés. Ce succès, même s'il s'avéra temporaire, a permis la création d'un milieu éditorial « scandinavophile », qui assure aux pays en question une présence durable sur le marché littéraire polonais.

3. Les aides a la traduction

Les pouvoirs publics français offrent trois programmes d'aide distincts dont peuvent bénéficier directement ou indirectement les éditeurs français lors de la publication d'un livre français en Pologne : le programme de l'Institut Français, le programme Boy-Żelenski et le programme du Centre National du Livre.

Le premier, géré par l'**Institut Français à Paris**, couvre le paiement à l'éditeur français de l'avance sur droits (y compris iconographiques). Dans le cadre du programme, la maison d'édition polonaise dépose le dossier de demande, comprenant, entre autres, le contrat avec l'éditeur français, le budget et le CV du traducteur assigné à traduire l'ouvrage en question. Lors de l'évaluation des dossiers sont considérés principalement la valeur artistique de l'œuvre et l'engagement de l'éditeur polonais à assurer la promotion et la visibilité de l'œuvre traduite. Le montant de l'aide attribuée est versé directement sur le compte de l'éditeur français.

Le programme ***Boy-Zelenski***, du nom du célèbre traducteur et vulgarisateur de la littérature française en Pologne, est géré par l'Ambassade de France en Pologne. L'aide attribuée couvre jusqu'à 30 % des coûts totaux de la préparation, de la traduction et de la production du livre. C'est la maison d'édition polonaise qui dépose la demande auprès de l'Ambassade de France et à qui est remboursée l'aide attribuée. Le paiement n'est effectué qu'après la publication du livre et sur la base des sommes effectivement payées. Contrairement au programme de l'Institut Français qui prévoit deux sessions par an, dans le cadre du programme *Boy-Zelenski* les dossiers ne sont évalués qu'une fois par an. Parmi les livres qui ont bénéficié de ce programme, on retrouve les ouvrages aussi différents que le *Capital au XXIe siècle* de Thomas Piketty (publié par la maison d'édition Krytyka Polityczna) et le roman *Mémoires de porc-épic* d'Alain Mabanckou (publié par la maison d'édition Karakter).

Le troisième programme, celui du **CNL**, concerne « l'extraduction », c'est-à-dire la traduction d'ouvrages français en langues étrangères et couvre principalement les coûts de traduction (de 40 à 60 %), bien que la prise en charge exceptionnelle de l'avance sur droits, notamment iconographiques, soit aussi possible. À la différence des deux programmes précédents, la demande est faite par l'éditeur français qui a cédé les droits de publication à un éditeur polonais. Parmi les éditeurs polonais qui ont coopéré dans le cadre de ce programme en 2014 se trouvent la maison d'édition Słowo/obraz/terytoria, connue pour ses publications

de haute qualité, ou encore la fondation Bęc Zmiana avec la publication de *Mille plateaux* de Gilles Deleuze.

Il faut noter que ces programmes couvrent, en premier lieu, les coûts associés à la traduction et au paiement de l'avance sur droits. Cependant, la première difficulté financière à laquelle les éditeurs polonais doivent faire face lors de la publication d'un livre étranger, concerne les frais de distribution et de promotion. Pour compléter une éventuelle aide attribuée par les pouvoirs publics français, les éditeurs polonais recourent de plus en plus souvent aux programmes organisés par le Ministère polonais de la Culture.

Le programme « **Littérature** » du Ministère polonais de la Culture, administré par l'**Institut polonais du Livre**, est ouvert à tous les éditeurs polonais et ne fait pas la distinction entre les livres polonais et étrangers. De nombreux livres francophones ont déjà bénéficié de ce dispositif d'aide à la publication. Par exemple, en 2014, la maison d'édition indépendante Karakter de Cracovie a obtenu 15 000 PLN d'aide pour la publication d'un roman de Tahar Ben Jelloun. Le montant de l'aide se situe habituellement entre 3 000 et 10 000 EUR, ce qui dépasse largement les coûts de traduction. Bien que les exigences formelles liées à la participation au programme (comptabilité notamment), soient parfois difficiles à fournir du point de vue des petites maisons d'édition et que les frais encourus puissent être supérieurs au montant de l'aide, ce dispositif est de plus en plus connu et apprécié des éditeurs polonais.

4. Les traducteurs

Les plus grandes universités polonaises offrent toujours aux étudiants la possibilité de poursuivre des études en langue et en lettres françaises. Or la plupart des futurs traducteurs de littérature française sont recrutés au sein du groupe des diplômés de **philologie romane**, comme on appelle couramment les études de la langue française en Pologne.

Concernant la situation des traducteurs littéraires en Pologne, les problèmes rencontrés ne sont pas la disponibilité ou les compétences des candidats, mais plutôt la position précaire du traducteur littéraire sur le marché éditorial polonais en général. Malgré les efforts de l'Association polonaise des traducteurs littéraires (*Stowarzyszenie Tłumaczy Literatury – STS*), il n'existe toujours pas de contrat modèle ou de convention professionnelle en Pologne qui régisse les questions liées aux droits du traducteur.

Le manque de cadre législatif et de pratique professionnelle fait que la position du traducteur est doublement menacée. Premièrement, face à la crise des années 2009-2012 et sous la pression des délais, les maisons d'édition recourent de plus en plus souvent aux services de traducteurs inexpérimentés, afin de pouvoir réduire les coûts de la traduction. Dans les cas où la date de publication

joue un rôle important, il arrive aussi que l'éditeur commande la traduction d'une œuvre chez plusieurs professionnels simultanément.

Deuxièmement, comme la rémunération du traducteur littéraire reste relativement faible, peu de traducteurs peuvent s'occuper de ce type de traductions à plein-temps, ce qui menace à long terme l'existence même du métier de traducteur littéraire en Pologne. Néanmoins, les programmes d'aide à la traduction mentionnés ci-dessus, aussi bien que les bourses de séjour attribuées par le Centre National du Livre français, constituent des dispositifs importants aidant les traducteurs du français à poursuivre leurs projets.

Il est intéressant aussi de remarquer que le public polonais porte de plus en plus d'attention au travail des traducteurs. Un des signes de cette attention est la création du prix *Ryszard Kapuściński* attribué chaque année au meilleur reportage littéraire qui récompense non seulement l'auteur, mais aussi, dans le cas des œuvres étrangères, le traducteur polonais. Ainsi en 2010 le prix a été accordé à Jean Hatzfeld et en même temps au traducteur polonais Jacek Giszczak, spécialisé dans la traduction de littérature francophone. Les traducteurs sont aussi récompensés dans une des quatre catégories du prix littéraire *Gdynia*.

L'apparition du festival « *Retrouvé en traduction* » (*Odnalezione w tłumaczeniu*) dédié uniquement aux questions de la traduction littéraire est un autre signe d'un intérêt renouvelé pour la problématique de la traduction. La première édition du festival a eu lieu en 2013, la deuxième en 2015 : le festival semble s'insérer durablement dans le calendrier littéraire polonais. Lors de l'édition de 2015, le prix *Boy-Zelenski*, décerné à un traducteur ou une traductrice pour l'ensemble de son œuvre, a récompensé Maryna Ochab, qui a apporté au public polonais les ouvrages de nombreux auteurs français, comme Raymond Queneau et Georges Bataille.

Ces progrès ne se traduisent toutefois pas, du moins pour le moment, par une amélioration des conditions de travail des traducteurs littéraires. Les perspectives de la traduction littéraire dépendent largement de la capacité du secteur éditorial à attirer des jeunes professionnels et à assurer le cadre législatif du métier.

CONCLUSION

L'édition de littérature polonaise est actuellement « en état d'attente ». Cette dernière concerne surtout le cadre législatif du secteur et les évolutions du système de vente.

Les éditeurs attendent de savoir quelle direction prendront les discussions sur la loi du prix unique du livre. Bien qu'elles soient avancées, il semble peu probable que le parlement actuel adopte la loi rapidement après les importants changements politiques survenus à l'automne 2015. Les conséquences de l'introduction des manuels scolaires gratuits sur les réseaux de ventes traditionnels restent aussi à voir. Ces deux questions qui demeurent pour le moment sans réponse ne concernent pas l'édition de littérature directement, mais le prix unique ainsi que les manuels gratuits pourraient changer la donne quant à la vente des livres en Pologne. L'éventuelle entrée de l'entreprise de commerce électronique Amazon, qui jusqu'à maintenant n'a pas décidé d'offrir ses services en Pologne, pourrait sonner le glas de la vente traditionnelle de livres qui se trouve déjà sous la pression forte des vendeurs en ligne.

Malgré ces questions laissées en suspens, l'avenir de l'édition polonaise de la littérature ne paraît, en aucun cas, sombre. Les institutions publiques dont l'Institut polonais du Livre multiplie les efforts afin que la littérature fasse partie du monde culturel polonais. Le développement des bibliothèques, les aides à la publication et à la traduction ainsi que les dotations pour l'organisation de festivals littéraires contribuent au maintien de la qualité de la vie littéraire en Pologne.

La littérature étrangère fait partie intégrante de ce système. Dans la plupart des cas, les programmes d'aide ne font pas la distinction entre les ouvrages étrangers et nationaux. Les festivals littéraires invitent aussi bien des artistes polonais qu'internationaux. Au lieu de jouer sur l'opposition entre le national et l'international, les éditeurs préfèrent que la littérature étrangère et polonaise se complètent mutuellement dans leurs catalogues.

ANNUAIRE

ALBATROS
Ul. Hlonda 2a/25
02-972 Warszawa - Pologne
Tél. : +48 22 253 89 65
Fax : +48 22 251 22 72
Email : biuro@wydawnictwoalbatros.com
www.wydawnictwoalbatros.com
Contact
Directrice, droits étrangers :
Mme Aleksandra Saługa
Directrice, droits étrangers : Mme Renata Kuryłowicz
Description
Depuis les années 1990, la maison publie de la littérature de divertissement et de genre, dont des romans d'amour. Le nombre de titres publiés annuellement, près de 200, en fait une des maisons les plus actives en Pologne.

BLACK PUBLISHING
Ul. Kołłątaja 14 p. 23
38–300 Gorlice - Pologne
Tél. : +48 18 353 58 93
Email : redakcja@blackpublishing.pl
http://blackpublishing.pl
Description
Récemment fondée par l'équipe de la maison Czarne, cette maison se spécialise dans la littérature de divertissement.

CZARNA OWCA
Ul. Alzacka 15a
03-972 Warszawa - Pologne
Tél. : +48 22 616 29 20
Email : redakcja@czarnaowca.pl
www.czarnaowca.pl
Contact
Éditrice, droits étrangers : Mme Anna Jędrzejczyk
anna.jedrzejczyk@czarnaowca.pl
Description
Cette maison publie de la littérature de divertissement et des ouvrages qui n'hésitent pas à aborder des sujets difficiles.

CZARNE
Wołowiec 11
38–307 Sękowa - Pologne
Tél. : +48 504 564 086
Email : redakcja@czarne.com.pl
www.czarne.com.pl
Contact
Éditrice en chef : Mme Monika Sznajderman
redakcja@czarne.com.pl
Éditeur, littérature étrangère : M. Konrad Nowacki
konrad@czarne.com.pl
Description
Cette maison, spécialisée, à l'origine dans la littérature, publie aujourd'hui principalement des œuvres de non-fiction. Avec près de 100 titres publiés annuellement, Czarne est devenue une maison influente en Pologne.

CZERWONE I CZARNE
Rynek Starego Miasta 5/7 m. 5
00-272 Warszawa - Pologne
Tél. : +48 22 636 02 66
Fax : +48 22 636 02 66
czerwone.czarne@czerwoneiczarne.pl
www.czerwoneiczarne.pl
Description
La maison Czerwone i Czarne basée à Varsovie attire de grands auteurs de la capitale polonaise. Elle publie aussi des biographies et des essais.

CZYTELNIK

ul. Wiejska 12A
00-490 Warszawa - Pologne
Tél. : +48 22 58 31 400
Fax : +48 22 628 31 78
Email : sekretariat@czytelnik.pl
www.czytelnik.pl

Contact

Directrice, droits étrangers : Mme Anna Rucińska
redakcja@czytelnik.pl
Éditrice : Mme Magdalena Kolmus
redakcja@czytelnik.pl

Description

Ancienne maison de l'époque communiste, elle publie actuellement des auteurs classiques polonais et étrangers.

DODO EDITOR

Ul. Urzędnicza 55/7
30-040 Kraków - Pologne
Tél. : +48 880 377 056
Email : studio@dodoeditor.pl
www.dodoeditor.pl

Description

Cette maison indépendante est connue pour la qualité du design. Son offre comprend aussi de la fiction étrangère.

ISKRY

al. Wyzwolenia 18
00-570 Warszawa - Pologne
Tél. : +48 22 827 94 15
Email : iskry@iskry.com.pl
http://iskry.com.pl

Contact

Directeur : M. Krzysztof Obłucki
k.oblucki@iskry.com.pl
Éditrice : Mme Agnieszka Dziewulska
a.dziewulska@iskry.com.pl

Description

La maison Iskry publie principalement des essais et des œuvres d'auteurs classiques polonais.

KARAKTER

ul. Grabowskiego 13/1
31-126 Kraków - Pologne
Tél. : +48 608 417 270
Email : redakcja@karakter.pl
www.karakter.pl

Contact

Éditrice en chef : Mme Małgorzata Szczurek
szczurek@karakter.pl

Description

La maison est réputée pour sa collection de la littérature francophone qui comprend, entre autres, des ouvrages d'Alain Mabanckou et de Kamel Daoud.

MARGINESY

Ul. Forteczna 1a
01-540 Warszawa - Pologne
Tél. : +48 22 839 91 27
Email : marginesy@marginesy.com.pl
http://marginesy.com.pl

Contact

Éditrice en chef : Mme Hanna Mirska-Grudzińska
h.grudzinska@marginesy.com.pl
Éditeur, acquisitions : M. Adam Pluszka
a.pluszka@marginesy.com.pl

Description

Bien que spécialisée, à ses débuts, dans les biographies, la maison commence à inclure des œuvres de fiction dans son offre.

MUZA

Ul. Marszałkowska 8
00-590 Warszawa - Pologne
Tél. : +48 22 621 17 75
Fax : +48 22 629 23 49
Email : liter@muza.com.pl
http://muza.com.pl

Contact

Éditrice en chef : Mme Małgorzata Burakiewicz
liter@muza.com.pl

Directrice, droits étrangers : Mme Ewelina Osińska
liter@muza.com.pl
Description
Un des acteurs incontournables sur le marché de la littérature de divertissement en Pologne.

OFICYNA LITERACKA NOIR SUR BLANC

Ul. Frascati 18
00-483 Warszawa - Pologne
Tél. : +48 22 625 19 55
Email : redakcja@noir.pl
Email : info@noir-sur-blanc.ch
www.noir.pl
Contact
Éditeur : Mme Joanna Gorecka
Email : joanna.gorecka@noir.pl
Droits étrangers : M. David Bosc
Email : david.bosc@noir-sur-blanc.ch
Description
Cette maison varsovienne, qui appartient au groupe éditorial dirigé par Vera Michalski-Hoffmann, est spécialisée en littérature étrangère et publie de nombreux auteurs français (P. Assouline, F. Beigbeder, J. Echenoz, C. Jacq, Amanda Sthers, Blaise Cendrars, Albert Cohen, etc.)

OLESIEJUK

Fax : + 48 22 733 51 31
Email : wydawnictwo@olesiejuk.pl
www.wydawnictwoolesiejuk.pl
Description
La maison est oriente sa production pour les ventes dans les hypermarchés. Elle est étroitement liée au grossiste Olesiejuk.

PRÓSZYŃSKI I SPÓŁKA

Ul. Rzymowskiego 28
02-697 Warszawa - Pologne
Tél. : +48 22 278 17 40
Fax : +48 22 843 52 15
proszynskimedia@proszynskimedia.pl
www.proszynski.pl
Contact
Éditrice : Mme Monika Kalinowska
monikakalinowska@proszynskimedia.pl
Éditrice : Mme Joanna Maciuk
joannamaciuk@proszynskimedia.pl
Description
C'est l'une des maisons leader sur le marché du livre orienté vers le grand public. Dans son offre, on retrouve beaucoup d'ouvrages de développement personnel.

REBIS

ul. Żmigrodzka 41/49
60-171 Poznań - Pologne
Tél. : +48 61 867 81 40
Fax : +48 61 867 37 74
Email : rebis@rebis.com.pl
www.rebis.com.pl

Contact
Éditeur en chef : M. Tomasz Sponder
rebis@rebis.com.pl
Description
Installée à Poznan, la maison Rebis propose aux lecteurs une offre variée de littérature de divertissement, d'ouvrages historiques et de développement personnel.

SŁOWO/OBRAZ/TERYTORIA

Ul. Pniewskiego 4/1
80-246 Gdańsk - Pologne
Tél. : +48 58 345 47 07
Fax : +48 58 520 80 63
Email : slowo-obraz@terytoria.com.pl
http://terytoria.com.pl
Contact
Directeur, droits étrangers : M. ŁUkasz Strachota
l.strachota@terytoria.com.pl
Éditrice : Mme Daria Majewska
redakcja@terytoria.com.pl
Description
Bien que l'offre de cette maison soit constituée d'essais et d'ouvrages de

sciences humaines, elle n'hésite pas à publier des œuvres littéraires de qualité.

SONIA DRAGA

pl. Grunwaldzki 8–10
40-127 Katowice - Pologne
Tél. : +48 32 782 64 77
Fax : +48 32 253 77 28
Email : info@soniadraga.pl
www.soniadraga.pl

Contact

Éditrice en chef : Mme Sonia Draga
info@soniadraga.pl

Description

La maison Sonia Draga a réussi à rejoindre le groupe des plus grandes maisons polonaises grâce à quelques best-sellers, dont particulièrement *Cinquante nuances de Grey*.

ŚWIAT KSIĄŻKI

Ul. Hankiewicza 2
02-103 Warszawa - Pologne
Tél. : +48 22 46 00 610
http://wydawnictwoswiatksiazki.pl

Contact

Éditrice en chef : Mme Daria Kielan
iwona.denkiewicz@swiatksiazki.pl
Éditrice, littérature étrangère : Mme Agnieszka Koszałka
agnieszka.koszalka@swiatksiazki.pl

Description

Par le passé, cette maison jouissait d'un riche catalogue de littérature étrangère. Aujourd'hui, des difficultés financières l'obligent à limiter son offre, mais elle publie toujours.

W.A.B. (GRUPA WYDAWNICZA FOKSAL)

Ul. Foksal 17
00-372 Warszawa - Pologne
Tél. : +48 22 826 08 82
Fax : +48 22 380 18 01
Email : biuro@gwfoksal.pl
www.gwfoksal.pl/wydawnictwo/w-a-b

Contact

Directeur : Mme Anita Musioł
anita.musiol@gwfoksal.pl
Éditeur, littérature étrangère : Mme Magdalena Gołdanowska
magdalena.goldanowska@gwfoksal.pl

Description

Récemment intégrée au sein du groupe éditorial Foksal la maison W.A.B. possède un riche catalogue de littérature étrangère. Le groupe Foksal qui comprend plusieurs maisons d'édition publie plus de 500 titres annuellement.

WYDAWNICTWO A5

Ul. Stawarza 16/3
30-540 Kraków - Pologne
Tél. : +48 12 656 01 43
Fax : +48 12 656 01 43
Email : kontakt@wydawnictwoa5.pl
www.wydawnictwoa5.pl

Contact

Éditeur en chef : M. Ryszard Krynicki
kontakt@wydawnictwoa5.pl
Droits étrangers : Mme Patrycka Kujawska
foreignrights@wydawnictwoa5.pl

Description

C'est l'un des plus grands éditeurs de poésie en Pologne.

WYDAWNICTWO LITERACKIE

Ul. Długa 1
Kraków - Pologne
Tél. : +48 12 619 27 40
Fax : +48 12 422 54 23
Esekretariat@wydawnictwoliterackie.pl
www.wydawnictwoliterackie.pl

Contact

Droits étrangers : Mme Joanna Dąbrowska
j.dabrowska@wydawnictwoliterackie.pl
Éditeur : M. Pawel Ciemniewski
p.ciemniewski@wydawnictwoliterackie.pl
Éditrice : Mme Jolanta Korkuć
j.korkuc@wydawnictwoliterackie.pl

Description
Comme son nom l'indique, la maison Literackie s'oriente surtout vers la production littéraire. Son catalogue comprend entre autres des ouvrages d'Orhan Pamuk, Cormac McCarthy et Eleanor Catton.

WYDAWNICTWO MG

Ul. Pruszkowska 29/188
02-119 Warszawa - Pologne
Tél. : +48 603 176 030
Email : kontakt@wydawnictwomg.pl
www.wydawnictwomg.pl
Description
La maison MG déclare se concentrer surtout sur les auteurs polonais. Elle publie pourtant les classiques étrangers.

WYDAWNICTWO OTWARTE

Ul. Smolki 5 lok. 302
30-513 Kraków - Pologne
Tél. : +48 12 427 12 00
Fax : +48 12 427 12 00
Email : otwarte@otwarte.eu
http://otwarte.eu

ZNAK

Ul. Kościuszki 37
30-105 Kraków - Pologne
Tél. : +48 12 619 95 00
Fax : +48 12 421 98 14
Email : kontakt@znak.com.pl
www.wydawnictwoznak.pl
Contact
Directeur : Mme Barbara Kęsek-Bardel
kesek@znak.com.pl
Droits étrangers : Mme Magdalena Nowicka
nowicka@znak.com.pl
Description
La maison Znak reste la maison principale du groupe éditorial Znak. À côté des maisons W.A.B. et Literackie, c'est l'un des piliers de la production littéraire en Pologne, avec un catalogue riche et de qualité.

ZNAK HORYZONT

Ul. Kościuszki 37
30-105 Kraków - Pologne
Tél. : +48 12 619 95 00
Fax : +48 12 421 98 14
Email : kontakt@znak.com.pl
www.wydawnictwoznak.pl/wydarzenia/wydawnictwo/znak-horyzont
Contact
Directeur : M. Maciej Gablankowski
gablankowski@znak.com.pl
Acquisition : M. Krzysztof Chaba
chaba@znak.com.pl
Description
Récemment créée, Znak Horyzont fait partie du groupe éditorial Znak. Sa production comprend, en grande partie, des œuvres de non-fiction et historiques.

ZNAK LITERA NOVA

ul. Kościuszki 37
30-105 Kraków - Pologne
Tél. : +48 12 619 95 00
Fax : +48 12 421 98 14
Email : kontakt@znak.com.pl
www.wydawnictwoznak.pl/wydarzenia/wydawnictwo/znak-literanova
Contact
Directeur : Mme Sylwia Wcisło
wcislo@znak.com.pl
Acquisition : Mme Agata Pieniążek
pieniazek@znak.com.pl
Description
La maison Znak Litera Nova fait partie du groupe éditorial Znak. En comparaison avec la maison mère Znak, son catalogue est tourné vers le grand public.

ZYSK I SPÓŁKA
Ul. Wielka 10
61-774 Poznań - Pologne
Tél. : +48 61 853 27 51
Fax : +48 61 852 63 26
Email : sekretariat@zysk.com.pl
www.zysk.com.pl
Contact
Droits étrangers : Mme Aleksandra Basińska
aleksandra.basinska@zysk.com.pl
Description
Depuis de nombreuses années, la maison Zysk est considérée comme un pilier de l'édition de littérature de divertissement en Pologne.