

# ÉTUDE

MARS 2018

# L'ÉDITION AU MEXIQUE

---



DÉPARTEMENT ÉTUDES

---

AUTEUR Claire MAUGUIÈRE

## REMERCIEMENTS

*Nathalie Ferreira, chargée de mission culturelle à l'ambassade de France au Mexique et sa collaboratrice María Sánchez, m'ont apporté une aide précieuse pour la réalisation de cette étude. Qu'elles en soient ici remerciées.*

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

## TABLE DES MATIÈRES

---

Synthèse .....	4
Éléments de contexte.....	7
> Contexte général .....	7
Aperçu de la situation politique et sociale.....	7
Quelques données économiques.....	8
> Environnement du secteur du livre.....	9
La loi de promotion du livre et de la lecture (« Ley del libro ») : ambition, genèse et application.....	9
La TVA sur le prix du livre .....	14
Le droit d’auteur.....	15
Chiffres clés et enjeux du secteur .....	17
> La production .....	17
Le nombre d’exemplaires produits .....	17
Le nombre de titres .....	20
> Les ventes .....	24
Évolution du chiffre d’affaires.....	24
Répartition du chiffre d’affaires par secteur.....	25
Prix et tirages.....	25
L’édition de poche.....	26
L’édition numérique .....	26
> Les échanges internationaux.....	28
Importations et exportations .....	28
Les échanges de droits .....	30

Le paysage éditorial mexicain .....	34
> Les éditeurs – Données générales.....	34
Données chiffrées.....	34
Les grandes catégories d'éditeurs.....	35
> Les secteurs éditoriaux.....	40
L'édition scolaire .....	40
L'édition de littérature .....	43
L'édition Jeunesse et de Bande dessinée.....	46
L'édition de sciences humaines et sociales.....	52
L'édition d'art et pratique .....	54
L'édition en langues indigènes .....	55
Commercialisation et promotion .....	56
> La commercialisation.....	56
La diffusion-distribution .....	56
Les canaux de commercialisation.....	57
> La promotion .....	63
Les moyens de communication et de promotion .....	63
Les foires et salons .....	63
Annuaire .....	64
> Maisons d'édition.....	64
> Institutions / Interprofession / Autres .....	71

## SYNTHÈSE

---

### > Éléments de contexte

Comparé à de nombreux autres pays latino-américains, le Mexique bénéficie d'une situation politique stable et d'un taux de croissance positif : 2,3 % de croissance du PIB en 2016, 1,7 % en 2017. La population mexicaine, qui compte près de 130 millions d'habitants, est largement alphabétisée (93 %) et 27 % des Mexicains ont moins de 15 ans. Cependant, le Mexique doit faire face à trois importants défis :

- des relations tendues avec son voisin et premier partenaire commercial : les États-Unis ;
- des inégalités sociales importantes, puisque plus de la moitié de la population vit en dessous du seuil de pauvreté ;
- une augmentation des violences et du sentiment de défiance de la population pour sa classe dirigeante.

Le secteur du livre est encadré par une loi sur le prix unique, bénéficie d'une TVA à taux zéro et fait l'objet de politiques publiques très importantes. Mais ce contexte législatif et institutionnel bienveillant connaît de nombreux effets pervers pour le développement de l'industrie du livre et n'est que partiellement mis en application en ce qui concerne le prix unique.

La réalité des pratiques de lecture des Mexicains est par ailleurs difficile à cerner, car les études réalisées autour de cette question sont parfois contradictoires. Néanmoins on sait que seulement la moitié de la population mexicaine se considère lectrice et que les Mexicains sont peu nombreux à fréquenter les librairies.

### > Les chiffres clés

Le chiffre d'affaires de l'édition mexicaine est de 485 millions d'euros en 2016 et connaît une baisse constante depuis 2013. La production mexicaine diminue également, en nombre d'exemplaires produits comme en nombre de titres publiés, et se resserre sur un noyau de nouveautés de plus en plus restreint, signe d'un secteur extrêmement frileux face à des perspectives de ventes incertaines. Le secteur privé a produit, en 2016, 137 millions d'exemplaires et a édité 25 000 titres, dont 5 800 nouveautés.

Les secteurs clés de l'édition mexicaine sont le scolaire et, pour l'édition *trade*, la littérature et la jeunesse.

### > Les grandes problématiques du secteur

#### *Le secteur public*

L'implication du secteur public, tout d'abord, est particulièrement remarquable au Mexique. L'État a en effet souhaité se donner les moyens de sa politique de promotion de la lecture et d'inclusion sociale :

- l'État édite, massivement dans le secteur scolaire, mais de façon également importante dans l'édition *trade*, notamment par l'intermédiaire du Fondo de Cultura Economica (FCE), et il est fréquemment coéditeur de structures privées ;
  - l'État commercialise les ouvrages, grâce au réseau de librairies Educal et au réseau de librairies du FCE et il distribue gratuitement les manuels ;
  - l'État achète des ouvrages en direct aux éditeurs : des manuels, mais aussi des ouvrages généralistes pour les bibliothèques publiques et les écoles.
- Une implication critiquée par les acteurs du secteur privé

Selon certains, l'État a ainsi pris la place de l'industrie éditoriale privée et est entré en concurrence avec elle. Certains professionnels reprochent en effet à l'État éditeur et coéditeur de retirer certains marchés aux éditeurs privés et de s'imposer comme un concurrent déloyal sur le terrain des prix de vente et sur celui de l'achat de droits étrangers. D'après eux, l'État acheteur prive les librairies de ventes qui contribueraient à améliorer l'attractivité de ce type de commerces et crée une trop forte dépendance vis-à-vis de ses programmes d'achats publics.

- Une implication recherchée par les acteurs du secteur privé

Mais les relations entre professionnels du secteur privé et acteurs publics sont très ambivalentes : ces derniers sont parfois accusés d'entraîner des dysfonctionnements dans la chaîne du livre, mais, dans le même temps, leur action est indispensable à la survie de nombreux éditeurs qui ne pourraient maintenir leurs politiques éditoriales sans les coéditions avec les organismes étatiques ou sans les achats publics.

### *La faiblesse du réseau de librairies*

La faiblesse du nombre de points de vente est le deuxième élément frappant. Il n'y aurait, d'après les estimations les plus optimistes, que quelque 1 200 librairies pour vendre des ouvrages à 130 millions de Mexicains. La faiblesse de ce réseau fait entrer le secteur dans un cercle vicieux. En effet, les librairies ne pouvant constituer un débouché suffisant pour les ouvrages publiés au Mexique, les éditeurs recherchent des ventes directes. Ce faisant, ils écartent les librairies du circuit du livre et les privent de ventes, ce qui est très défavorable à la création de nouveaux points de vente. Ces ventes directes, qui représentent 45 % du chiffre d'affaires de l'édition mexicaine, éloignent également les lecteurs – notamment les jeunes – du « réflexe de la librairie » : les manuels scolaires sont distribués gratuitement, les autres ouvrages sont souvent vendus aux élèves au sein des écoles.

### *Un paysage éditorial très concentré et segmenté*

Par ailleurs, la prédominance des grands groupes internationaux sur le marché est très nette. Le paysage éditorial mexicain est divisé en trois grandes catégories d'éditeurs : les éditeurs publics, les grands groupes transnationaux et les éditeurs indépendants. Selon les données chiffrées disponibles, les 16 plus grandes des 225 maisons d'édition recensées au Mexique réalisent 70 % du chiffre d'affaires de l'édition, ce qui laisse peu de place aux petits éditeurs indépendants.

Les meilleures ventes émanent d'ailleurs presque toutes de ces grands groupes transnationaux qui disposent de tous les best-sellers internationaux provenant du groupe et peuvent capter les

droits étrangers de nombreux titres à succès, du fait de l'existence de succursales dans les pays d'Amérique latine.

Ceci étant, les politiques éditoriales de certains de ces groupes font aujourd'hui la part belle aux auteurs mexicains, qui peuvent ainsi bénéficier des services de droits étrangers des maisons mères pour leur promotion.

### *Les droits étrangers*

Enfin, la problématique des droits mondiaux est centrale au Mexique : les grands groupes obtiennent souvent ces droits pour l'ensemble des marchés hispanophones. Ce faisant, ils confisquent certains titres aux éditeurs implantés exclusivement dans les différents pays concernés. Or, la circulation des titres entre les filiales des grands groupes n'est, en réalité, pas toujours assurée.

Récemment, les éditeurs indépendants mexicains ont observé que les éditeurs étrangers sont plus enclins à leur accorder ces droits pour l'ensemble de la langue espagnole, du fait, sans doute, des difficultés qu'ont connues les éditeurs espagnols ces dernières années.

Le Mexique est le pays d'Amérique latine qui exporte le plus de livres ; c'est aussi celui qui en importe le plus et, à ce titre, sa balance commerciale est déficitaire.

## > Le Mexique : un partenaire de choix en Amérique latine

Le secteur éditorial mexicain est traversé par des problématiques structurelles d'envergure qui le rendent, à bien des égards, fragile. Néanmoins, le Mexique est le premier marché de langue espagnole en Amérique latine et les filiales des groupes internationaux y disposent, dans l'ensemble, d'une plus grande marge de manœuvre que dans les autres pays du continent. Les maisons indépendantes sont, quant à elles, des structures souvent équilibrées, anciennes pour certaines, et qui sont très intéressées par les projets de traductions. Ainsi, le Mexique est-il un partenaire de choix pour les éditeurs français en Amérique latine : il compte nombre d'interlocuteurs fiables et abrite, par ailleurs, la plus importante foire du livre du monde hispanophone, à Guadalajara.

## ÉLÉMENTS DE CONTEXTE

---

PIB : 1 063 milliards de dollars / PIB par habitant : 8 201 dollars  
Taux de croissance de l'économie : 2,3 % en 2016 ; 1,7 % en 2017 (prévision)  
Population : 127 millions d'habitants  
27 % de la population a moins de 15 ans, 7,2 % a plus de 65 ans  
Taux d'alphabétisation : 93 %  
Superficie : 2 millions de km<sup>2</sup> (France : 644 000 km<sup>2</sup>)

### > Contexte général

L'économie mexicaine est relativement stable, bien que fragilisée par les récentes évolutions politiques des États-Unis. Cependant, le Mexique est marqué par de fortes inégalités, un contexte social très violent et une vive défiance de la population vis-à-vis de ses dirigeants.

#### *Aperçu de la situation politique et sociale*

Le Mexique est une république fédérale composée de trente-deux états. Le président est le chef de l'exécutif, élu pour une période de six ans non renouvelable, au suffrage universel direct. L'année 2018 est une année d'élection : celle du président de la République ainsi que celle du congrès (députés et sénateurs). Le président Peña Nieto, élu en 2012 grâce à un pacte rassemblant les trois principaux partis mexicains – le PRI (Partido revolucionario institucional, le parti présidentiel), le PAN (Partido acción nacional, de droite) et le PRD (Partido de la revolución democrática, de gauche) – devra tenter de porter à nouveau son parti vers la victoire, alors que le PRI a connu une lourde défaite lors des élections locales de juin 2016 et une victoire en demi-teinte lors des élections des états de Mexico et de Coahuila en juin 2017. Enrique Peña Nieto a fait adopter durant les deux premières années de son mandat d'importantes réformes, dont notamment celle du secteur énergétique qui a mis fin au monopole d'État et ouvert le secteur aux investissements privés étrangers.

Le mandat du Président Nieto a été marqué par de nombreuses affaires de corruption et d'enrichissement illicite des élus politiques : plusieurs gouverneurs ont été arrêtés pour détournement de fonds publics, l'un d'eux est encore aujourd'hui recherché par Interpol. Enrique Peña Nieto a dû faire des excuses publiques à la télévision suite à l'achat d'une somptueuse villa construite par une entreprise ayant bénéficié d'importants contrats publics. La classe politique mexicaine est donc l'objet d'une grande défiance de la part de la population. Selon certains observateurs, le Mexique a atteint, avec la présidence actuelle, « un niveau de corruption jamais atteint au Mexique<sup>1</sup> ».

La question des violences a également pris des proportions inégalées dans le pays : enlèvements et homicides ont atteint de sombres records. Ces violences sont liées au narcotrafic, mais la collusion entre les cartels et la sphère politique a été pointée du doigt à de nombreuses reprises,

---

<sup>1</sup> Elisabeth Malkin, « Corruption at a level of audacity “never seen in Mexico” », *The New York Times*, 19 avril 2017.



ainsi que la violation par les pouvoirs publics de la liberté de la presse et des droits de l'homme pour les opposants politiques et les ONG.

### *Quelques données économiques*

Au plan économique, le Mexique est la quinzième économie mondiale, le pays est membre du G20 et de l'OCDE ; c'est la deuxième puissance économique en Amérique latine après le Brésil, devant l'Argentine et la Colombie. Il continue de se distinguer dans un continent en crise par une croissance régulière, bien que modérée (2,3 % en 2016, prévisions de 1,7 % de croissance pour 2017). Le PIB du Mexique est 1 063 milliards de dollars (2016), pour une population de 127 millions d'habitants, soit 8 201 dollars par an et par habitant (PIB/habitant en France : 41 000 dollars). Les défis d'inclusion sont très importants dans le pays puisque 53,2 % de la population vit en dessous du seuil de pauvreté (chiffre 2014) et que près de 57 % de la population active vit de l'économie informelle.

Le modèle de croissance du Mexique repose sur une économie ouverte, fortement liée à l'économie américaine. Les États-Unis sont en effet de loin le premier client du Mexique (81,2 % des exportations en 2015) et le premier fournisseur (47,4 % des importations), ainsi que le premier investisseur (avec 53,1 % du total des investissements directs en 2015). En outre, les transferts des Mexicains vivant aux États-Unis (*remesas*) constituent une source très importante de revenus pour de nombreux foyers (ils représentent 95,4 % du total des transferts reçus en 2016 soit 25,7 milliards de dollars) et de financement de l'économie mexicaine. Si le Mexique cherche à préserver un dialogue constructif et privilégié avec son voisin, le changement radical dans la politique étrangère américaine, amorcé dès la campagne électorale par le président Trump, alimente les crispations. Dans le but de sortir d'une relation trop exclusive avec les États-Unis, la diplomatie mexicaine s'emploie ainsi à diversifier ses partenaires extérieurs.

L'élection de Donald Trump aux États-Unis a ouvert une période d'incertitude accrue pour le Mexique, compte tenu des prises de position du nouveau président en matière commerciale (remise en cause de l'ALENA) et migratoire. Cette situation a également entamé une période d'instabilité monétaire avec une forte dépréciation de la monnaie (-20 % en moyenne sur l'année 2016) : le taux de change moyen entre le peso mexicain et le dollar américain est passé d'environ 17 pesos pour 1 dollar en avril 2016 – dans le courant des primaires – à plus de 22 pesos pour 1 dollar immédiatement après la prise de fonction de Donald Trump en janvier 2017. Le taux de change entre les deux monnaies est aujourd'hui d'environ 19 pesos pour un dollar, mais il connaît des fluctuations fréquentes au fil des tensions qui prennent forme entre les deux pays et des déclarations du président américain.

## > Environnement du secteur du livre

Le secteur du livre bénéficie d'un cadre législatif favorable (prix unique, TVA à taux zéro) et d'une forte implication des pouvoirs publics. Mais les modalités d'application de la législation semblent problématiques à bien des égards.

*La loi de promotion du livre et de la lecture (« Ley del libro ») : ambition, genèse et application*

Cette loi poursuit un double objectif :

- établir un système de prix unique pour le livre au Mexique ;
- affirmer la nécessité d'actions publiques en faveur du livre et de la lecture en obligeant l'administration à définir un programme de soutien sur ce terrain. Ce programme est établi selon les orientations politiques et les priorités définies par les gouvernements – et est donc susceptible d'être modifié d'une mandature à l'autre – mais chaque gouvernement est confronté à l'obligation de développer un tel programme.

- Le prix unique du livre

### **Genèse de la loi concernant la mise en place d'un prix unique**

Une première version de cette loi a été proposée au congrès en 2005 : les deux chambres – celle des députés, celle des sénateurs – ont successivement voté la loi en mars et avril 2006, à une très large majorité, non sans un important travail de lobbying de la part d'un certain nombre de professionnels du secteur : rares sont les lois, au Mexique, ayant fait l'objet d'un tel consensus. Une fois adoptée par les deux chambres, la loi a été soumise au président de l'époque, Vicente Fox, pour promulgation. Mais celui-ci a formulé plusieurs observations, constituant un véto, puisqu'elles contraignaient le pouvoir législatif à modifier la loi avant de la soumettre à nouveau au président. Les observations du président Fox se focalisaient sur la question du prix unique du livre en tant que disposition contrevenant au principe de libre concurrence et à l'interdiction constitutionnelle des pratiques monopolistiques (la fixation unilatérale du prix par les tenants de l'offre – les éditeurs – revenait pour lui à une pratique monopolistique, car elle aboutit, *in fine* pour le consommateur, au même résultat qu'une entente sur les prix entre libraires).

Dans le projet de loi initial, le prix unique était fixé pour une durée de 36 mois à partir de la date d'impression de l'ouvrage. Dans le cas d'une réimpression, même au-delà des 36 mois suivant la première impression, le prix du livre devait rester fixe pendant à nouveau 36 mois. Ainsi formulée, cette disposition permettait en réalité d'empêcher toute forme de remise sur les prix, à l'exception des ouvrages ne se vendant absolument pas.

Suite au véto du président Fox, la loi fut modifiée, votée à nouveau dans sa nouvelle version par les deux chambres (avril 2008), soumise à l'exécutif fédéral (le nouveau président Felipe Calderon), qui la promulgua en juillet 2008.

Dans sa nouvelle formulation, la loi dispose que toutes les nouveautés sont soumises au prix fixe établi par l'éditeur pour une durée de 18 mois. La durée d'application du prix fixe a donc été

réduite et, surtout, le point de départ pour le décompte de cette durée n'est plus la date d'impression, mais la date de première édition. Ainsi, le libraire a par exemple la possibilité de proposer une réduction sur le prix d'un titre réimprimé 19 mois après la date de première édition, ou sur un ouvrage à succès dont les ventes se maintiennent au-delà de 18 mois et pour lequel le libraire passe des commandes régulières (la loi française permet la remise sur le prix au-delà de deux années, seulement si le titre n'a pas fait l'objet d'une commande dans les 6 derniers mois). Le règlement d'application de la loi adoptée en 2009 ne prévoit aucune sanction en cas de fraude (car une telle disposition n'avait pas été évoquée dans la loi). Par ailleurs, pour l'heure, la loi ne concerne pas les livres numériques.

En 2015, la loi a subi un toilettage de pure forme, suite à la création du Secretaría de Cultura (Secrétariat d'État à la culture, qui remplace le Conseil national pour la culture et les arts – Conaculta). La création du Secretaría de Cultura est par ailleurs allée de pair avec la mise en ligne du site [www.librosmexico.mx](http://www.librosmexico.mx). Destiné aux professionnels du livre, ce site recense les métadonnées des ouvrages en vente au Mexique (informations enregistrées par les éditeurs) et signale, pour chaque titre, si le prix unique est toujours en vigueur. Cet outil se veut donc à la fois un moyen d'information et de contrôle du prix unique.

### **Application de la loi sur le prix unique**

Aujourd'hui, la loi sur le prix unique du livre reste assez largement inappliquée au Mexique. Des éditeurs exigent du libraire qu'il respecte la loi pour ses propres titres, et quelques librairies s'efforcent de ne pas proposer de réduction sur le prix de vente aux consommateurs – c'est notamment le cas des deux chaînes de librairies publiques que sont les librairies du Fondo de Cultura Economica et la chaîne de librairies Educal (cf. p [61](#)) – ; mais en visitant les librairies, ou leurs sites de vente en ligne, on ne peut que constater que les réductions et les offres promotionnelles existent bel et bien, même si elles ne concernent souvent qu'une partie des titres proposés à la vente. Les éditeurs confirment d'ailleurs que les négociations avec les libraires portent également sur le taux de réduction accordé au consommateur final.

Par ailleurs, les plus grandes chaînes de librairies proposent des programmes de fidélité permettant d'accumuler des points qui pourront être transformés en pourcentage de réduction sur des achats futurs, ce qui est une façon détournée d'accorder une réduction sur les prix de vente.

Enfin, selon certains, la réglementation sur le prix unique du livre est particulièrement pénalisante pour les librairies indépendantes, notamment hors de la capitale fédérale. Ainsi, pour le directeur général de la principale chaîne de librairie de l'état du Yucatan, Librerias Dante, « la loi sur le prix a été inventée par les éditeurs et quelques libraires de la région de Mexico qui ne connaissent pas le problème des coûts de transport des ouvrages ». Selon lui, cette loi est injuste pour les petites librairies éloignées de Mexico<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Yanet Aguilar Sosa, « Es injusta para los pequeños libreros de la provincia », *El Universal*, 17 mars 2015.

- Indices de lecture et programmes de promotion de la lecture

### Les indices de lecture au Mexique

Le sujet du niveau de lecture au Mexique est sans doute l'une des premières préoccupations du Secretaría de Cultura et, précédemment, de la Conaculta. De nombreuses études ont été réalisées sur le sujet.

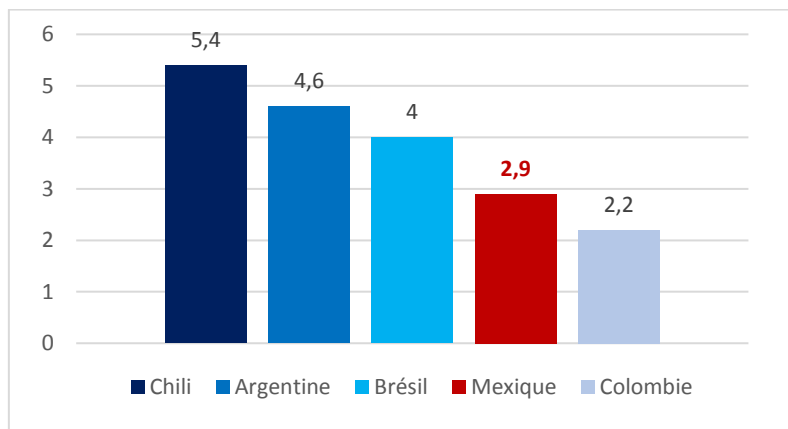
En 2006, une première enquête sur les habitudes de lecture au Mexique fut publiée et révéla des taux de lecture particulièrement bas :

- à peine 56,4 % de la population mexicaine déclarait lire des livres ;
- le nombre moyen de livres lus par an et par habitant était de 2,9.

En 2012, le Cerlalc (Centro regional para el fomento del libro en America latina y el Caribe) a compilé les enquêtes consacrées aux taux de lecture dans plusieurs pays latino-américains. Cette comparaison est sujette à caution puisque les enquêtes ne datent pas toutes de la même année – elles ont été effectuées entre 2006 et 2011, selon les pays – et les méthodologies utilisées diffèrent d'un pays à l'autre.

Néanmoins, l'évidence de la faiblesse des taux de lecture au Mexique est renforcée par les données issues du rapport du Cerlalc<sup>3</sup>, qui permettent de placer le débat dans un contexte régional.

Nombre moyen de livres lus par habitant sur une durée d'une année



Source : Cerlalc, 2012.

La même année, une nouvelle enquête nationale sur la lecture est réalisée par la fondation mexicaine pour la promotion de la lecture<sup>4</sup>. Le titre, éloquent, de ce rapport est le suivant : « De la pénombre à l'obscurité... » Il annonce en effet dès son introduction : « Les résultats ne sont pas encourageants. [...] Nous verrons qu'au Mexique on lit moins qu'auparavant, que la lecture reste

<sup>3</sup> *Comportamiento lector y hábitos de lectura. Una comparación de resultados en algunos países de América latina*, Cerlalc, 2012.

<sup>4</sup> *Encuesta nacional de lectura. De la penumbra a la oscuridad...*, Fundación mexicana para el fomento de la lectura, 2012. Enquête disponible sur le site [www.observatorio.librosmexico.mx](http://www.observatorio.librosmexico.mx)

une activité strictement éducative et que l'accès à la culture écrite est très limité pour la majorité de la population ».

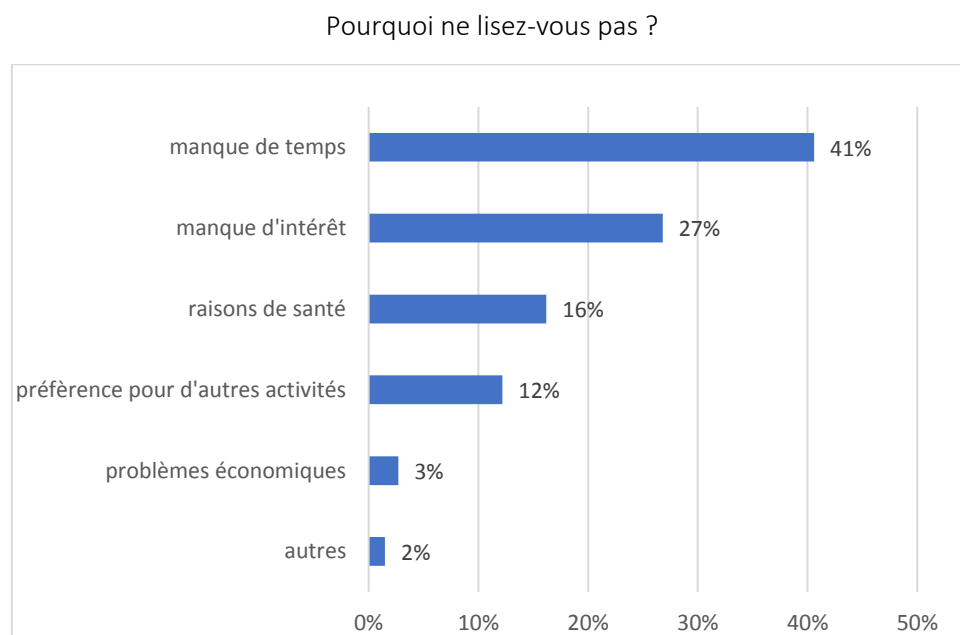
Et pour cause, selon cette nouvelle étude :

- le pourcentage des personnes se déclarant lecteurs de livres est passé à 46,2 %, soit moins de la moitié de la population mexicaine (âgée de plus de 12 ans) ;
- le nombre moyen de livres lus par an et par habitant s'est maintenu à 2,9.

En 2015, une nouvelle enquête a été réalisée par la Conaculta<sup>5</sup>. Elle utilise une méthodologie élaborée en partenariat avec le Cerlalc, ce qui permet des comparaisons plus ajustées entre pays latino-américains. Le principal résultat de cette nouvelle enquête est que les Mexicains auraient lu, en moyenne, 5,3 livres par an en 2015 : 3,5 par goût, 1,8 par nécessité.

Beaucoup de professionnels du livre accueillent ce résultat avec prudence : l'évolution très (trop ?) importante comparativement à l'étude réalisée en 2012 s'explique sans doute essentiellement par les modifications dans la méthodologie utilisée. D'autant qu'une étude portant sur l'année 2016, réalisée par l'institut national des statistiques<sup>6</sup> (INEGI), rapporte que seulement 45 % de la population mexicaine (âgée de plus de 18 ans) a lu un livre sur l'année en question.

Cette même étude interroge les motifs des non-lecteurs.



Source : INEGI, 2016.

La principale raison invoquée pour ne pas lire est donc le manque de temps. Cette réponse s'interprète de façon objective ou subjective : il peut en effet être difficile de trouver du temps pour lire ; néanmoins, si une personne apprécie cette activité, elle trouvera sans doute le temps

<sup>5</sup> *Encuesta nacional de lectura*, Conaculta, 2015. Enquête disponible sur le site [www.observatorio.librosmexico.mx](http://www.observatorio.librosmexico.mx)

<sup>6</sup> *Modulo sobre lectura*, INEGI, février 2017. Enquête disponible sur le site [www.beta.inegi.org.mx](http://www.beta.inegi.org.mx)

de le faire. Dans une certaine mesure, cette réponse recoupe donc celles du « manque d'intérêt » et de la « préférence pour d'autres activités ».

Il est intéressant de noter que la question économique – et donc celle du prix du livre – n'est mentionnée que par 3 % des personnes enquêtées.

### Le plan de promotion du livre et de la lecture

Le Mexique compte actuellement :

- 7 400 bibliothèques publiques (7 200 en 2007), réparties dans 2 282 villes et villages, qui proposent des services à plus de 30 millions d'utilisateurs par an ;
- environ 6 000 bibliothèques scolaires et universitaires ;
- environ 3 000 salles de lecture.

Les efforts des pouvoirs publics pour développer la lecture publique ont été considérables ces dernières années, et ces chiffres révèlent effectivement un réseau d'ampleur.

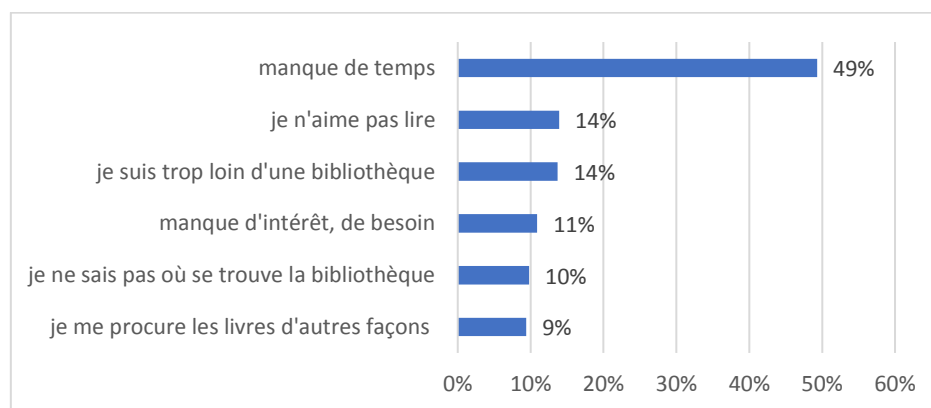
Néanmoins, certains observateurs ont pu apporter des nuances à ce constat globalement positif, notamment concernant les bibliothèques scolaires. En 2010, par exemple, l'organisation des états ibéro-américains publie un rapport<sup>7</sup> sur les bibliothèques scolaires mexicaines. Ce dernier met en évidence que :

- seulement une bibliothèque scolaire sur dix serait coordonnée par une personne dédiée et formée au travail en bibliothèque ;
- dans les trois quarts de ces bibliothèques, les livres ne sont pas classés et sont bien souvent exposés dans des étagères non adaptées, par exemple des meubles fermés à clé.

Par ailleurs, l'enquête sur les pratiques de lecture réalisée en 2015 par la Conaculta révèle :

- qu'un tiers de la population mexicaine ne s'est jamais rendu dans une bibliothèque ;
- que parmi ceux qui ont déjà fréquenté une bibliothèque « une fois dans leur vie », 60 % n'ont pas renouvelé l'expérience durant les cinq dernières années.

Pourquoi ne fréquentez-vous pas les bibliothèques ?



Source : Conaculta, 2015.

<sup>7</sup> *Las bibliotecas escolares en Mexico*, Organización de estados ibero-americanos, 2010.

Le programme de salles de lecture est un aspect clé et original du plan de promotion de la lecture. Créé en 1995, ce programme fait toujours l'objet d'une attention particulière et de perspectives de développement importantes.

Les salles de lecture sont des espaces aménagés par des particuliers, dans leur maison, dans la salle d'attente d'un cabinet de santé, dans des bureaux, dans un parc, etc. Ces particuliers sont des volontaires qui souhaitent participer au développement de la lecture dans leur pays et qui s'engagent à dédier au moins deux heures par semaine de leur temps à cette activité. Chaque personne souhaitant créer une salle de lecture reçoit cent titres pour assurer le lancement du projet, bénéficie d'une formation et de l'appui des experts du Secretaría de Cultura pour réaliser au mieux sa mission de médiateur de la lecture. Le dernier plan de promotion de la lecture prévoit l'ouverture de mille salles de lecture supplémentaires.

Enfin, de nombreux programmes sont également développés pour promouvoir la lecture auprès de publics spécifiques :

- programme de lecture au sein des espaces de distribution de repas pour les publics marginalisés ;
- programme de lecture dans les hôpitaux et les centres de soin ;
- programme de lecture au sein des espaces de « réadaptation sociale », avec un effort particulier pour rendre disponibles des ouvrages en langues indigènes ;
- programme de lecture pour les migrants ;
- programme « femmes et lecture » ;
- programme « caravanes culturelles » pour atteindre les lecteurs des zones les plus reculées géographiquement.

### *La TVA sur le prix du livre*

Le taux de TVA général au Mexique est de 16 % ; le livre, lui, bénéficie d'une TVA à taux zéro. Cette situation avantageuse pour le livre est pourtant problématique pour les libraires, qui ne sont pas intégrés au système de TVA, à la différence des éditeurs. Ainsi, les maisons d'édition et les librairies paient la TVA sur l'ensemble de leurs achats (impression, électricité, matériel, etc.). Mais elles ne la récoltent pas, puisqu'elles ne la facturent pas (TVA à taux zéro). Comme toute entreprise, les maisons d'édition – qui sont intégrées au régime fiscal de la TVA – se voient rembourser par l'État de la TVA qu'elles paient. Mais les librairies, elles, sont hors du système de TVA et ne sont pas remboursées. Le régime fiscal des librairies les assimile en quelque sorte à un client final. Ainsi les librairies paient l'ensemble de leurs achats 16 % plus cher que le reste des entreprises mexicaines.

Dès décembre 2015, lors de la foire internationale de Guadalajara, l'association des librairies mexicaines (cf. p 62) a porté avec force la revendication d'un changement de régime fiscal pour les librairies en demandant un « vrai » système de TVA à taux zéro qui leur permettrait d'être remboursées de la TVA qu'elles paient. Les représentants de l'association des librairies soutiennent qu'un tel changement de régime fiscal permettrait d'augmenter le nombre de points de vente en rendant l'activité de libraire plus rentable et en permettant aux chaînes de dégager de meilleures marges et d'ouvrir davantage de succursales. José Achar, président des librairies

Gandhi (cf. p 60), assure qu'un nouveau régime fiscal à taux zéro pourrait permettre à son entreprise de doubler le nombre de ses points de vente très rapidement<sup>8</sup>.

### *Le droit d'auteur*

Le Mexique est signataire de la convention de Berne depuis 1967. Le droit d'auteur est protégé par la loi fédérale sur le droit d'auteur.

### *Le piratage*

Le piratage – reproduction quasi à l'identique de livres – est considéré comme un délit par l'article 424 bis du Code pénal fédéral, et passible d'une peine allant de six mois à dix ans d'emprisonnement ainsi que d'une amende.

Il est très difficile d'estimer l'ampleur du piratage de livres, au Mexique comme ailleurs. Mais, au Mexique, tout éditeur a, semble-t-il, déjà fait l'expérience de retrouver des exemplaires piratés de ses propres ouvrages. Les livres piratés sont en effet distribués à tous les coins de rue : dans les kiosques, les *puestos* (des kiosques ambulants), sur les marchés. Les autorités de la ville de Mexico sont de plus en plus actives dans le démantèlement des réseaux de contrefaçon et dans la saisie de copies pirates. Malheureusement, leurs efforts sont dérisoires face à l'ampleur du phénomène. En effet, le piratage serait organisé, selon certains professionnels du livre, par une véritable « mafia ». En 2015, la justice mexicaine a saisi plus de 60 tonnes de livres piratés, auxquelles il faut ajouter les quelque 88 millions de téléchargements illégaux estimés sur la même année.

Le Centre mexicain pour la protection et la promotion du droit d'auteur (CeMPro) estime que la production de livres piratés est sans doute aujourd'hui supérieure à la production de livres « légaux » (elle était estimée à 145 millions d'exemplaires en 2013, pour une production légale du secteur privé mexicain de 147 millions d'exemplaires la même année). Le président du CeMPro considérait, dans un article publié fin 2015<sup>9</sup>, que devant une telle situation « il faut réveiller les consciences, et éduquer la population. Nous avons obtenu que le sujet du droit d'auteur soit abordé dans les manuels scolaires et que les élèves soient sensibilisés sur la nécessité de respecter ce droit ».

Une enquête pour l'évaluation du piratage des biens culturels au Mexique a été publiée en avril 2017 par la Coalition pour un accès légal à la culture<sup>10</sup>. Les principaux résultats de cette enquête sont les suivants :

- environ 50 % des personnes ayant lu des livres ont eu recours à des ouvrages piratés soit sous forme papier, soit sous forme digitale ;
- la principale raison qui pousse les consommateurs à se tourner vers la production d'ouvrages piratés en version papier est le prix (43 % des personnes interrogées) ;

---

<sup>8</sup> Mariana Ampudia, « Librerías buscan cambiar el régimen fiscal para expandirse », *El Economista*, 30 novembre 2016. Article disponible sur le site [www.economista.com.mx](http://www.economista.com.mx).

<sup>9</sup> Jesus Alejo, « Producción de libros pirata es mayor a la legal », *Milenio*, 11 novembre 2015. Article disponible sur le site [www.milenio.com](http://www.milenio.com).

<sup>10</sup> *Encuesta para la medición de la piratería en México*, Coalición por el acceso legal a la cultura, avril 2017.



- la principale raison qui pousse les consommateurs à se tourner vers la production d'ouvrages téléchargés illégalement en version numérique est la facilité d'acquisition (51 % des personnes concernées) ;
- 10 % seulement des jeunes de 18 à 24 ans n'ont jamais consommé des biens culturels piratés, contre près de 50 % des 60 ans et plus ;
- Les Mexicains au plus faible niveau d'éducation scolaire sont ceux qui consomment le moins de biens piratés.

Selon Carlos Anaya Rosique, président de la Caniem (Cámara nacional de la industria editorial mexicana – équivalent du Syndicat national de l'édition), l'achat d'ouvrages piratés est la conséquence d'une demande non satisfaite du fait du nombre insuffisant de points de vente de livres. Carlos Anaya Rosique plaide pour que l'effort investi dans la lutte contre le piratage soit – en partie au moins – alloué à une politique de création de librairies, car « le piratage occupe les espaces où nous [les éditeurs] ne sommes pas », estime-t-il.

D'après le magazine *El Financiero*<sup>11</sup>, les dix livres les plus piratés en 2014 (en format papier) étaient les suivants (tous des best-sellers) :

- Paulo Coelho, *Adultère* : prix de vente : 249 pesos / édition piratée : 70 pesos ;
- Suzanne Collins, *Hunger Games. La révolte* : 275 / 100 pesos ;
- Cassandra Clare, *Le Guide du chasseur d'ombres* : 328 / 150 pesos ;
- Markus Zusak, *La Voleuse de livres* : 199 / 120 pesos ;
- John Katzenbach, *L'Analyste* : 280 / 140 pesos ;
- James Dashner, *Le Labyrinthe* : 240 / 70 pesos ;
- E.L. James, *Cinquante nuances de Grey* : 290 / 100 pesos ;
- Noah Gordon, *Le Médecin d'Ispahan* : 199 / 80 pesos ;
- Ken Follett, *Aux portes de l'éternité* : 400 / 150 pesos ;
- John Green, *Nos étoiles contraires* : 239 / 50 pesos.

### *Le photocopillage*

La photocopie illégale, quant à elle, consiste en la reproduction partielle ou totale d'œuvres protégées par la loi fédérale sur le droit d'auteur. Le CeMPRo estimait (chiffres 2007) que 20 à 28 millions de livres – de 250 pages en moyenne – sont photocopiés chaque année au Mexique. Ce type de contrefaçon concerne majoritairement le livre universitaire et représenterait une perte annuelle pour les éditeurs de 175 millions d'euros (2,8 milliards de pesos).

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

À ce sujet, Jaime Labastida, président de l'Académie des lettres mexicaines et directeur des éditions Siglo XXI, milite pour l'instauration d'une taxe sur la copie privée prélevée sur les propriétaires de photocopieurs, qui serait reversée aux éditeurs. Mais pour l'heure, ce dispositif n'existe pas.

---

<sup>11</sup> « Los 10 libros más pirateados en México », *El financiero*, 30 décembre 2014.

## CHIFFRES CLÉS ET ENJEUX DU SECTEUR

---

Chiffre d'affaires : 485 millions d'euros  
Nombre d'exemplaires produits par le secteur privé : 137 millions  
Nombre de titres édités : 25 000 dont 5 800 nouveautés  
Principaux secteurs : le scolaire et le parascolaire, puis la littérature et les ouvrages jeunesse  
(données 2016)

### > La production

**La production mexicaine est marquée par la forte présence des acteurs étatiques. Le nombre de titres publiés par le secteur éditorial privé est par ailleurs en baisse et se resserre sur un noyau de plus en plus restreint de nouveautés. Le secteur du scolaire et du parascolaire représente 56 % des exemplaires produits et 36 % des titres édités.**

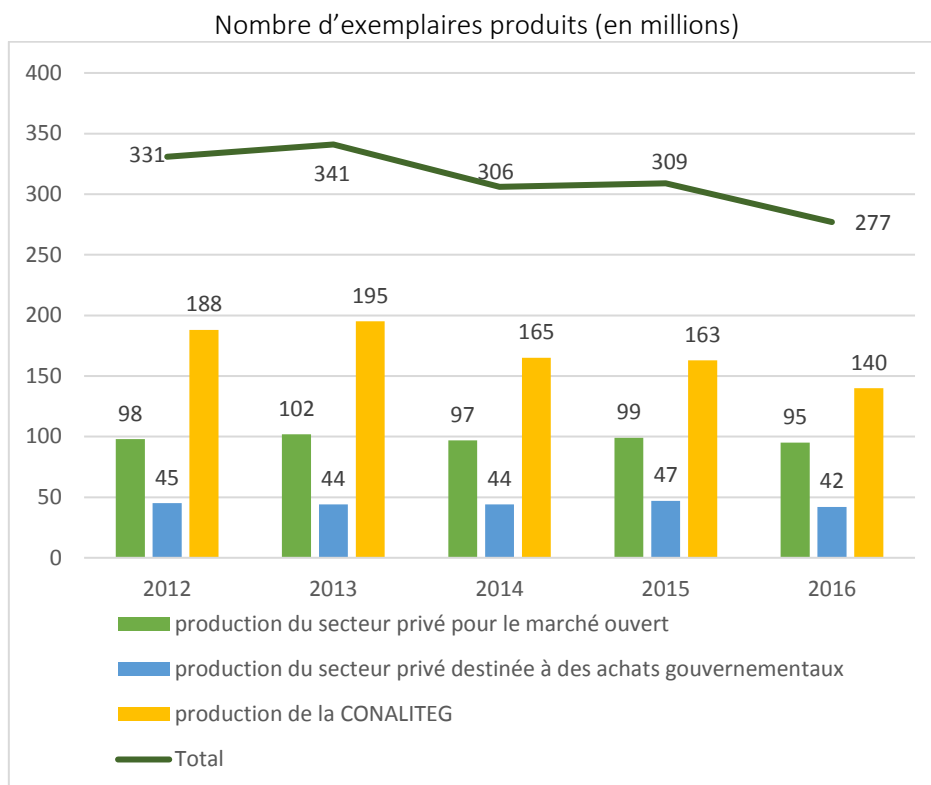
#### *Le nombre d'exemplaires produits*

- Importance du secteur public dans la production éditoriale et baisse globale du nombre d'exemplaires produits

D'après les chiffres de la Caniem, le Mexique a produit 277 millions d'exemplaires de livres en 2016. Mais ce chiffre comprend la production de la Conaliteg, qui est l'organisme d'État en charge de la production de l'ensemble des manuels scolaires pour les écoles primaires (cf. p 40).

La production d'exemplaires du secteur dit « privé » (hors la production de la Conaliteg) est, elle, de 137 millions d'exemplaires. 68 à 69 % de cette production sont destinés au marché « ouvert », c'est-à-dire à la vente via les librairies, ou éventuellement à des ventes directes, mais hors achats par des acteurs étatiques. Le reste de la production est destiné à des ventes à l'État et principalement à la vente des manuels scolaires pour le secondaire et pour le programme d'anglais des écoles publiques : la Conaliteg produit elle-même les manuels pour le primaire, mais achète les manuels pour le secondaire et pour le programme d'anglais, puis les distribue gratuitement aux élèves.

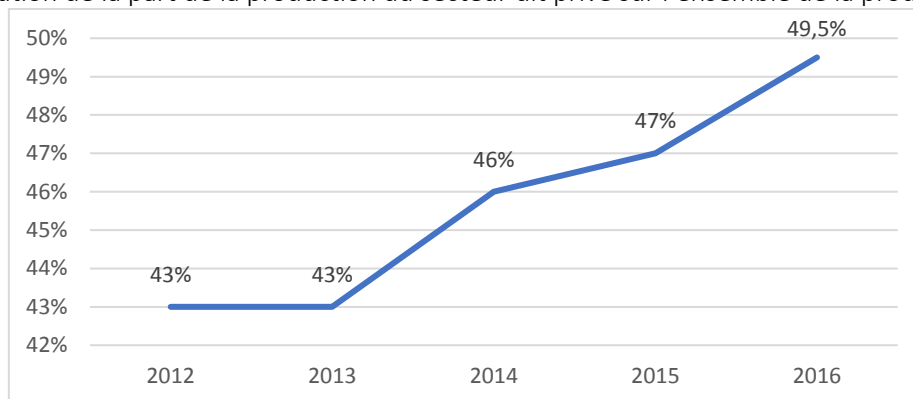
Par ailleurs, il faut préciser qu'aux chiffres du secteur dit « privé » tels que présentés par la Caniem, sont inclus les chiffres d'acteurs publics comme le Fondo de Cultura Economica ou les presses universitaires.



Source : Caniem, 2016.

La part que représente la production émanant du secteur privé a tendance à augmenter depuis quelques années.

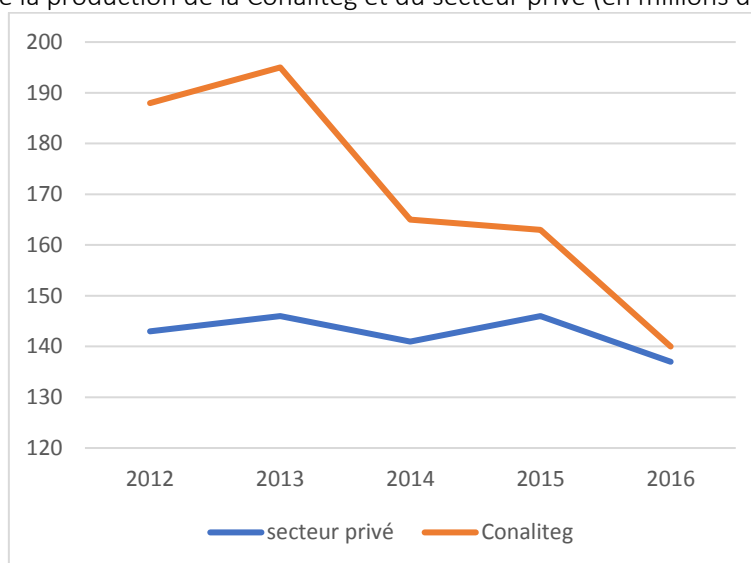
Évolution de la part de la production du secteur dit privé sur l'ensemble de la production



Source : Caniem, 2016.

Cependant, cette tendance est principalement due à une forte diminution de la production de la Conaliteg.

Évolution de la production de la Conaliteg et du secteur privé (en millions d'exemplaires)



Source : Caniem, 2016.

La production du secteur privé (y compris celle destinée aux achats gouvernementaux) connaît quelques variations, mais reste plutôt stable sur le moyen terme, voire en légère baisse : 143 millions d'exemplaires en 2012, 137 millions en 2016.

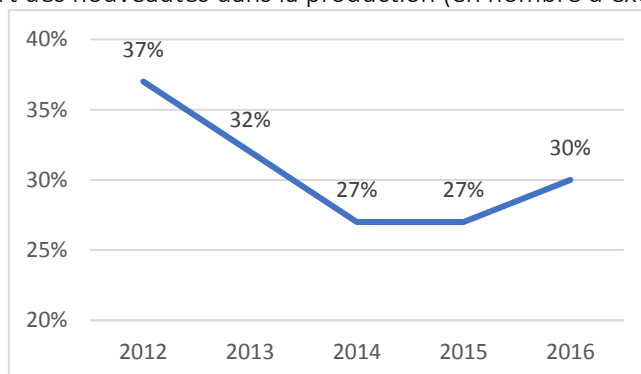
**⇒ N.B. : Nous étudierons désormais exclusivement les données relatives à la production du secteur dit « privé ».**

- L'importance des réimpressions par rapport à la production des nouveautés

En 2016, sur les 137 millions d'exemplaires produits en 2016 par le secteur privé mexicain, moins de 42 millions d'exemplaires sont des nouveautés, le reste correspondant aux tirages des réimpressions.

Si l'on note en 2016 une augmentation de la part des nouveautés (en nombre d'exemplaires produits) sur la production totale, il n'en reste pas moins que la tendance est plutôt à la diminution de cette production de nouveautés.

Évolution de la part des nouveautés dans la production (en nombre d'exemplaires produits).

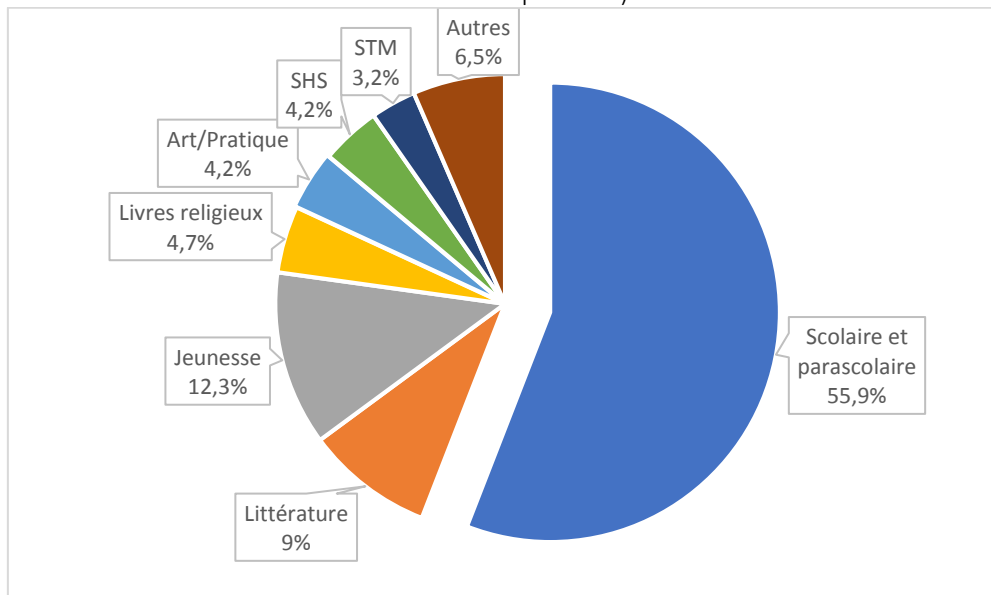


Source : Caniem, 2016.

- Répartition de la production du secteur privé par secteur

Le principal secteur éditorial mexicain en nombre d'exemplaires produits est le secteur du livre scolaire et parascolaire (qui inclut les méthodes d'anglais qui sont majoritairement destinées à un public scolaire) : près de 6 ouvrages produits sur 10 entrent dans cette catégorie. Sur ces 6 ouvrages, environ 3 sont destinés à des achats gouvernementaux, les autres seront vendus sur le « marché ouvert », notamment en vente directe auprès des écoles privées. Les ouvrages de jeunesse (environ 12 % des exemplaires produits) puis de la littérature générale (environ 9 %) sont ensuite les plus représentés.

Répartition de la production éditoriale par secteur (pourcentages en nombre d'exemplaires produits)

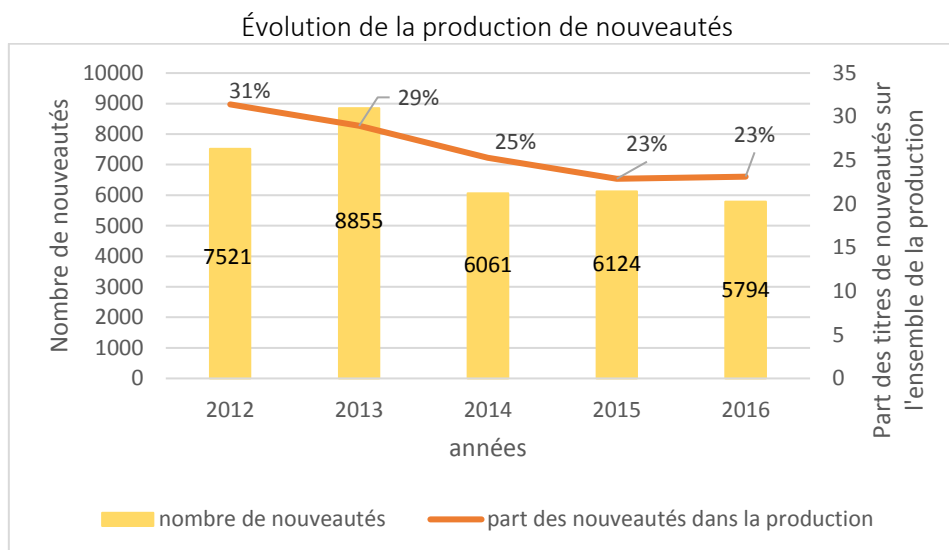


Source : Caniem, 2016.

### *Le nombre de titres*

- Baisse du nombre de titres produits et faiblesse du nombre de nouveautés

En nombre de titres, la production du secteur privé de l'édition mexicaine enregistre une nette baisse en 2016 : 25 000 titres environ publiés cette année, contre 26 700 titres en 2015. Là aussi, la part des nouveautés paraît relativement faible : seulement 5 800 titres sur ces 25 000 sont des nouveautés.



Source : Caniem, 2016.

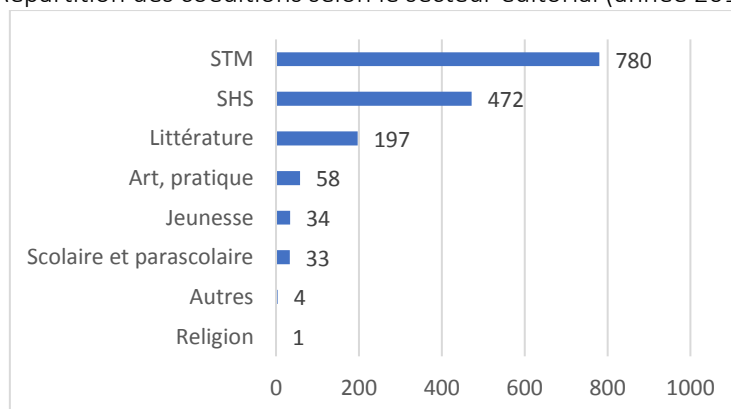
Cette tendance au repli des éditeurs mexicains sur des titres en réimpression correspond à une grande frilosité des acteurs du secteur qui n'entrevoient que difficilement des débouchés pour les ouvrages qu'ils éditent.

- Le rôle des coéditions

L'État est également coéditeur de nombreux ouvrages publiés par les éditeurs privés. Cette politique est envisagée par les pouvoirs publics comme une forme d'aide de l'État au secteur éditorial, puisqu'en coéditant avec les éditeurs privés, l'État prend en charge une partie des frais de production de l'ouvrage et achète une certaine quantité de chaque tirage pour une diffusion via ses propres canaux de vente (principalement le réseau Educal, cf. p 61).

Les opérateurs étatiques de ces coéditions sont le plus souvent la Secretaría de Cultura et la Secretaría de Educación Pública (SEP). Ces opérateurs publient des appels d'offres et sélectionnent les projets. Sur l'ensemble de la production mexicaine, la part des coéditions n'est pas négligeable. En 2016, sur les 25 031 titres publiés, près de 1 600 étaient le fruit d'une coédition avec les organismes étatiques.

Répartition des coéditions selon le secteur éditorial (année 2016)

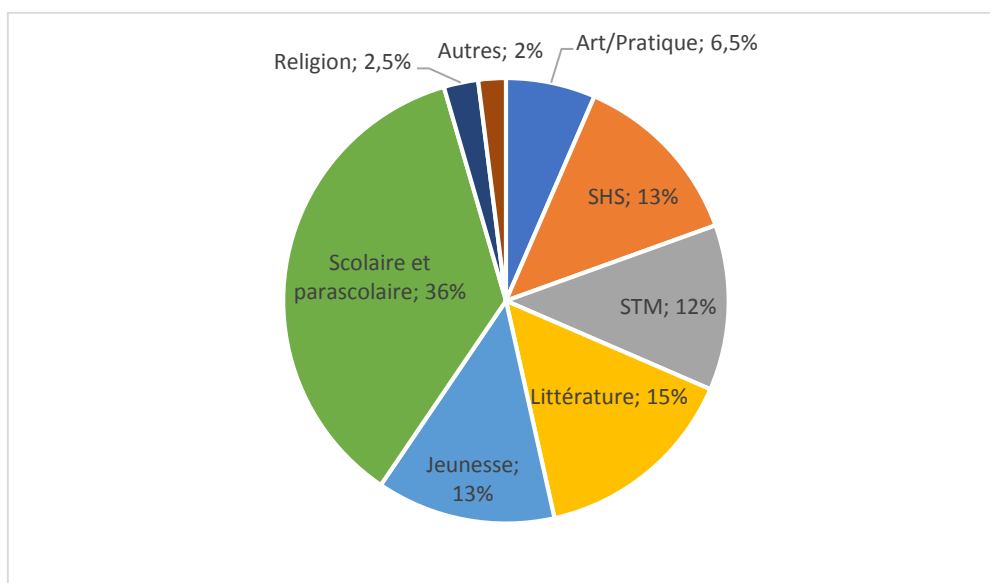


Source : Caniem, 2016.

La Secretaría de Cultura diminue considérablement depuis quelques années le nombre d'ouvrages en coédition : environ 230 ouvrages étaient coédités en 2013, contre 70 seulement en 2017.

- Répartition des titres par secteur éditorial

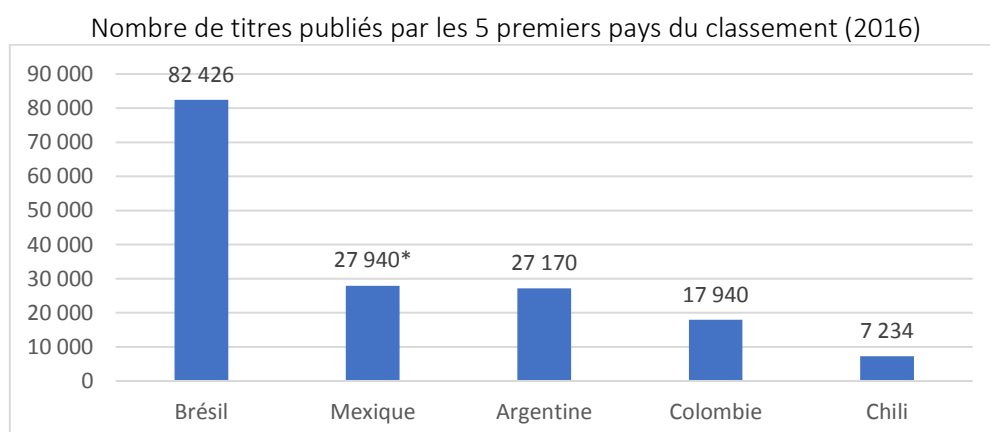
En nombre de titres, la répartition de la production éditoriale est la suivante :



Source : Caniem, 2016.

On retrouve ici la domination du secteur scolaire déjà évoquée quant au nombre d'exemplaires produits, mais très atténuée, car les manuels scolaires sont imprimés en très grande quantité. Les secteurs de la littérature et des sciences humaines et sociales (SHS) sont ici bien mieux représentés : ce sont des secteurs dynamiques en nombre de titres, mais les tirages sont faibles.

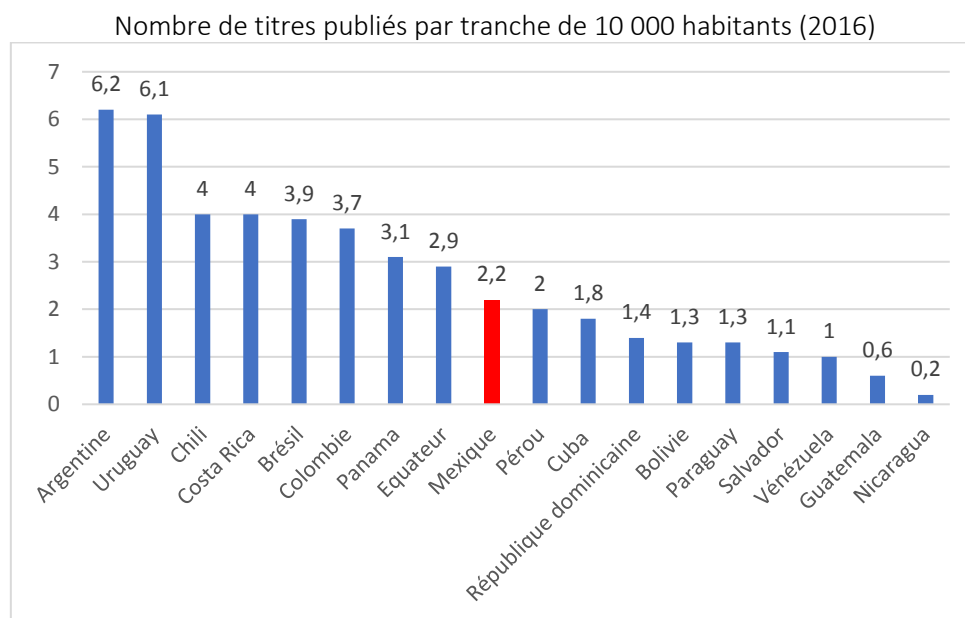
- Situation du Mexique comparativement aux autres pays latino-américains



\* Les chiffres utilisés par le Cerlalc proviennent du registre du dépôt légal mexicain qui intègre certaines publications qui ne sont pas destinées à être diffusées. Ils restent néanmoins assez proches de ceux présentés par la Caniem.

Source : Cerlalc, 2017.

D'après un rapport du Cerlalc<sup>12</sup>, le Mexique est le deuxième pays d'Amérique latine en nombre de titres publiés, après le Brésil, juste devant l'Argentine et loin devant la Colombie. Cependant, si l'on rapporte le nombre de titres publiés par les pays d'Amérique latine au nombre d'habitants dans chacun de ces pays, le Mexique se situe en 9<sup>e</sup> position, ce qui semble corroborer les faibles taux de lecture du pays et la relativement faible appétence pour le livre au sein de la population mexicaine.



Source : Cerlalc, 2017.

Il faut par ailleurs mentionner ici que si nous avons pu constater que la production mexicaine en nombre de titres a tendance à diminuer, la même observation peut être faite sur l'ensemble du continent. En effet, en moyenne, entre 2015 et 2016, le nombre de titres publiés sur l'ensemble du continent latino-américain a diminué de près de 4 %, une diminution de 2,5 % ayant déjà été enregistrée entre 2014 et 2015.

<sup>12</sup> *El Libro en cifras*, Cerlalc, août 2017. Rapport disponible sur le site [www.cerlalc.org](http://www.cerlalc.org).

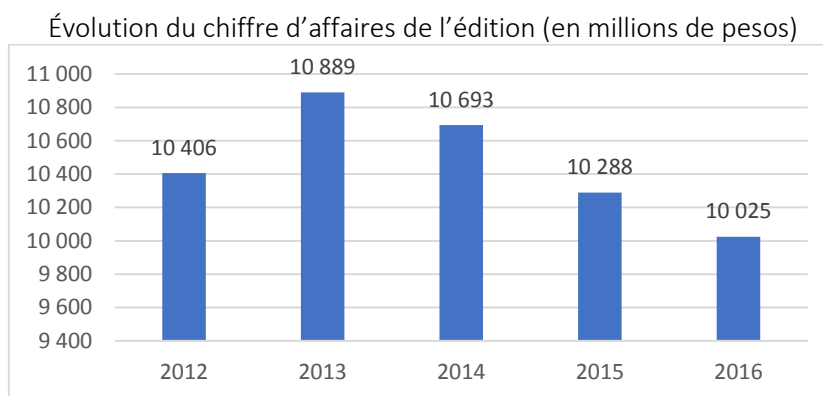


## > Les ventes

Le chiffre d'affaires de l'édition mexicaine est en baisse depuis 2013, malgré de bons résultats enregistrés par les ouvrages en format poche et les ventes d'e-books – même si ces dernières restent encore marginales en valeur absolue. Le scolaire et le parascolaire constituent, là encore, le principal secteur de l'édition mexicaine.

### *Évolution du chiffre d'affaires*

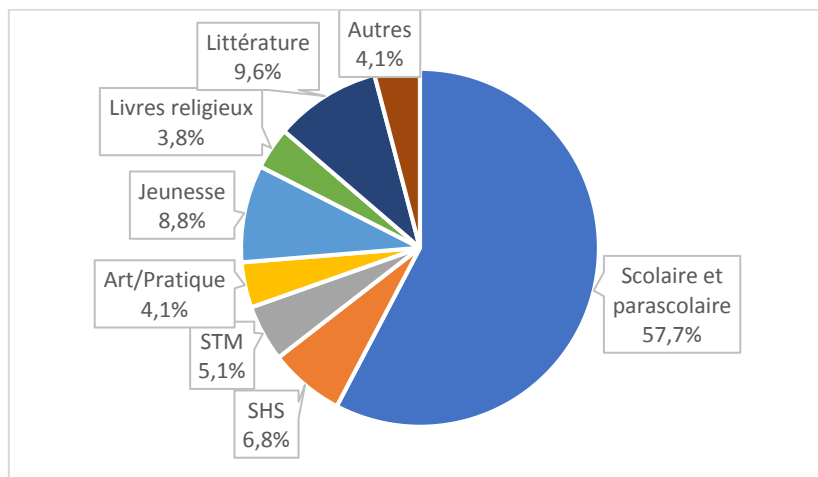
En 2016, le chiffre d'affaires de l'édition dite « privée » s'élevait à 10 milliards de pesos, soit un peu plus de 485 millions d'euros. Il s'agit là d'un chiffre d'affaires calculé au prix de cession éditeur et non au prix de vente public. Ce chiffre d'affaires suit assez logiquement les courbes précédemment évoquées en nombre d'exemplaires produits et de titres publiés : il diminue de façon constante depuis 2013 (diminution de l'ordre de 8 % en 2013 et 2016).



Source : Caniem, 2016.

## Répartition du chiffre d'affaires par secteur

La répartition du chiffre d'affaires selon les secteurs éditoriaux fait apparaître des équilibres semblables à ceux observés précédemment.



Source : Caniem, 2016.

## Prix et tirages

Les statistiques fournies par la Caniem ne donnent pas d'indication sur les prix de vente des livres au public : elles sont toutes basées sur le prix de cession éditeur-libraire. Ceci étant, elles permettent néanmoins de faire ressortir des ordres de grandeur : les ouvrages religieux sont ceux qui sont vendus au plus bas prix, alors que les livres de sciences et techniques sont les plus chers.

Le prix catalogue d'un roman ou d'un essai se situe entre 130 et 300 pesos selon le nombre de pages (entre 6 € et 14 €), celui d'un album pour enfants est davantage de l'ordre de 80 à 250 pesos (de 4 à 12 € environ).

Certains éditeurs calculent le prix de vente de leurs ouvrages en utilisant un ratio coûts de fabrication/prix de vente de l'ordre de 6 ou 6,5. D'autres, comme les éditions Herder, utilisent des équivalences prix/page (en l'occurrence : 1 page/1 peso). Mais la plupart des éditeurs fixent les prix de leurs livres en fonction du prix d'ouvrages équivalents déjà en circulation.

Par ailleurs, les éditeurs mexicains sont également souvent importateurs et diffuseurs de livres étrangers (cf. p 28). Les prix de cession éditeur de ces ouvrages importés sont généralement plus de deux fois supérieurs au prix de cession éditeur des ouvrages édités localement.

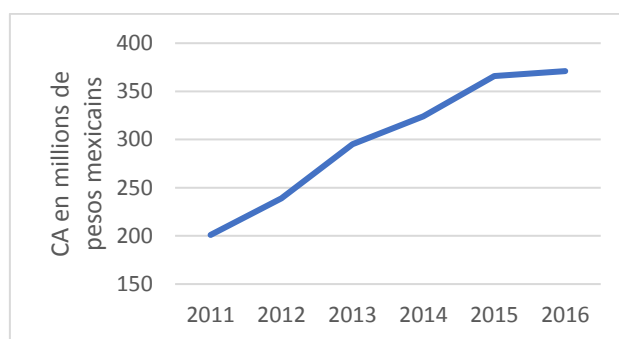
Les prix des ouvrages coédités avec un acteur étatique ou édités par des éditeurs publics, sont par ailleurs plus bas que ceux provenant de l'industrie privée : l'État poursuit ainsi une politique d'inclusion sociale en proposant des livres à un prix plus accessible. Mais, ce faisant, l'État contribue à créer une pression sur les prix pour les éditeurs du secteur privé, peu supportable aux vues des marges déjà faibles réalisées par ces éditeurs. Le ratio coûts de fabrication/prix de vente utilisé par la Secretaría de Cultura pour les coéditions est, par exemple, de 2,5.

Concernant les tirages, des différences existent selon les catégories éditoriales ; mais, le scolaire et le parascolaire mis à part, les tirages initiaux des éditeurs sont en moyenne de 3 000 à 4 000 exemplaires. Un ouvrage atteignant 10 000 exemplaires vendus est considéré comme un best-seller.

### *L'édition de poche*

L'édition de poche a pris un essor considérable ces dernières années. Aujourd'hui, presque tous les éditeurs ont développé leur propre collection, au sein de laquelle sont publiés les ouvrages qui ont connu un certain succès en grand format. En moyenne, les prix sont 20 % plus bas que ceux de l'édition originale. Le CA des ventes en poche a presque été multiplié par deux entre 2011 et 2016. En 2016, il représente environ 18 millions d'euros.

Évolution du chiffre d'affaires du format poche



Source : Caniem, 2016.

### *L'édition numérique*

Aujourd'hui, la très grande majorité des éditeurs proposent leurs ouvrages en format numérique et les vendent (à environ 50 % du prix de la version papier) à la fois sur leurs propres sites et *via* des plateformes marchandes. Rares sont les éditeurs qui déclarent réaliser plus de 1 % de leur chiffre d'affaires sur la vente de ces e-books.

D'après une étude publiée en 2015 par Ibbey Mexico<sup>13</sup>, 43 % de la population âgée de 12 à 29 ans est habituée à lire des ouvrages ou des extraits d'ouvrages sur Internet, mais 86 % de cette population se procure ces ouvrages de façon gratuite.

Le chiffre d'affaires généré par les ventes de livres numériques est en augmentation constante : entre 2014 et 2016, ce chiffre d'affaires a augmenté de plus de 177 %, pour atteindre une valeur de près de 6 millions d'euros en 2016. Néanmoins, malgré cette remarquable progression, les ventes d'ouvrages numériques ne représentent que 1,2 % des ventes totales du secteur.

En 2016, 33 % des ventes de livres numériques ont été générées par des ventes de nouveautés, alors que celles-ci représentaient 45 % des ventes en 2015. L'augmentation du CA du livre

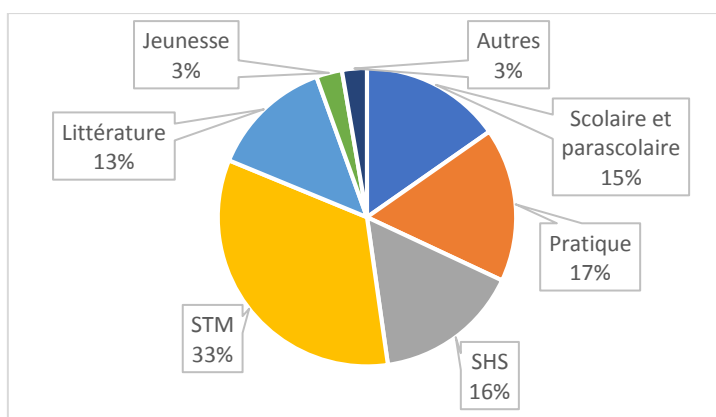
<sup>13</sup> *Primera encuesta nacional sobre consumo de medios digitales y lectura*, IBBY, 2015. Étude disponible sur le site [www.ibbymexico.org.mx](http://www.ibbymexico.org.mx)

numérique entre les deux années est uniquement générée par l'augmentation des ventes de titres en fonds, alors que les ventes de nouveautés ont diminué en valeur absolue.

70 % des ventes d'e-books sont réalisées via des plateformes étrangères (essentiellement Amazon et l'iBooks store d'Apple), 23 % sont des ventes provenant des sites Internet des maisons d'édition et les 7 % restant proviennent de plateformes mexicaines de vente en ligne. À noter que les librairies Gandhi et Porrúa (deux des principales chaînes de librairies) ont récemment fait une alliance avec Kobo pour créer la plateforme de vente Orbile, mise en service au mois de septembre 2015. Il s'agit de la principale plateforme mexicaine de vente d'e-books.

Les ventes d'e-books concernent majoritairement les ouvrages de sciences, technique et médecine (STM) ; de développement personnel, ainsi que le scolaire et parascolaire (notamment les méthodes de langues).

Répartition du CA du e-book selon le secteur éditorial



Source : Caniem, 2016.

## > Les échanges internationaux

Le Mexique est un acteur clé des échanges internationaux en Amérique latine : il est à la fois le principal exportateur et le principal importateur de livres dans la région. C'est, par ailleurs, un pays très francophile, qui est un partenaire important pour les achats de droits français. La promotion à l'étranger des auteurs mexicains est par contre assez peu développée.

### *Importations et exportations*

- Données générales

Le Mexique est le principal pays exportateur de livres en Amérique latine : les exportations mexicaines représentent environ 57 % des exportations de livres de l'ensemble des pays latino-américains et s'élèvent à 174,6 millions de dollars (chiffres 2015<sup>14</sup>). À titre de comparaison, le deuxième pays latino-américain exportateur de livres est la Colombie, avec des exportations qui s'élèvent à 41 millions de dollars environ.

Entre 2014 et 2015, les exportations se sont maintenues à un niveau relativement stable (-1,3 %) après avoir enregistré une hausse significative entre 2013 et 2014.

Le Mexique est également le principal importateur de livres de la région, qui représentent un montant de 360 millions de dollars. Les principaux fournisseurs du Mexique sont les États-Unis (environ 160 millions de dollars), puis l'Espagne (67 millions de dollars). Viennent ensuite la Chine, la Corée du Sud et la Colombie.

Les importations mexicaines ont diminué, en valeur, de 7,2 % entre 2014 et 2015.

Les chiffres évoqués ci-dessus sont ceux communiqués par le service des douanes mexicaines. Ils ne permettent pas de faire la distinction entre travaux d'impression délocalisés et les livres importés ; ils incluent également les feuillets ainsi que tout type de brochures. Aussi, la Caniem privilégie-t-elle d'autres chiffres, basés sur le déclaratif des éditeurs. Ceux-ci indiquent avoir exporté en 2016 environ 9,5 millions d'exemplaires (7 % des exemplaires vendus) pour un montant total de 37,7 millions d'euros (7,7 % du CA total de l'édition).

Beaucoup d'éditeurs assurent par ailleurs la diffusion au Mexique de maisons d'édition étrangères (espagnoles ou d'autres pays latino-américains) et se font ainsi importateurs de livres. Cette activité d'importation et de diffusion est souvent occasionnelle et limitée : il peut s'agir, par exemple, d'une maison d'édition mexicaine qui conserve et diffuse le stock qu'une maison d'édition colombienne avait acheminé pour le salon du livre de Guadalajara. Mais cette activité peut aussi prendre une forme beaucoup plus structurée et représenter une part non négligeable du chiffre d'affaires des maisons mexicaines.

Ainsi, sur les 485 millions d'euros de chiffre d'affaires réalisés en 2016, environ 74,5 millions d'euros ont été réalisés par des ventes de livres importés par des maisons mexicaines, soit environ 15 % du chiffre d'affaires de l'édition. Le chiffre d'affaires que représentent ces ventes est en

---

<sup>14</sup> Source : *El Espacio iberoamericano del libro*, Cerlalc, 2016.

nette augmentation entre 2015 et 2016 alors que, comme nous l'avons vu précédemment (cf. p 24), le chiffre d'affaires global du secteur est en diminution sur cette période. Peut-être, là encore, faut-il y voir un signe de repli.

Les grands groupes internationaux au Mexique impriment aujourd'hui majoritairement sur place et ne font donc pas appel à l'importation pour permettre la circulation des livres au Mexique. Mais selon les groupes, les stratégies diffèrent. Le groupe Penguin Random House, par exemple, n'a plus du tout recours à l'importation et imprime tous les ouvrages au Mexique. La moitié des titres édités par PRH Mexico sont des titres locaux. À l'inverse, la filiale du groupe Urano au Mexique importe les titres édités par la maison mère espagnole.

- La francophonie

Le Mexique est membre observateur de l'Organisation internationale de la francophonie depuis 2014. La communauté française au Mexique est importante : en 2014, près de 18 000 Français étaient inscrits au registre des Français vivant au Mexique (dont 66 % sont des binationaux) et le consulat général évalue la population française au Mexique à 30 000 personnes environ. Il s'agit de la deuxième communauté étrangère la plus importante sur le territoire, après la communauté espagnole. Elle est l'une des plus anciennes : les premiers immigrants français sont arrivés dans les années 1800-1850.

On dénombre environ 1 500 étudiants français\*, ce qui constitue la première population étudiante étrangère dans le pays. Il existe environ 420 accords interuniversitaires entre les deux pays. La France, quant à elle, accueille plus de 2 000 étudiants mexicains. Aujourd'hui, environ 400 entreprises françaises sont implantées au Mexique.

L'apprentissage de la langue française est relativement développé au Mexique :

- 250 000 étudiants de français : 40 % dans l'enseignement supérieur, 30 % dans l'enseignement scolaire et 25 % dans les institutions culturelles ou spécialisées ;
- 4 lycées franco-mexicains (2 à Mexico, 1 à Guadalajara et 1 à Cuernavaca), soit 5 000 étudiants ;
- 34 alliances françaises et un centre culturel (l'Institut français d'Amérique latine, IFAL), soit 30 000 étudiants ;
- 18 universités proposent une licence ou une maîtrise pour les spécialistes du français langue étrangère ;
- plus de 2 000 étudiants inscrits dans des classes bilingues ;
- en 2017-2018 : 134 assistants universitaires mexicains en France et 84 assistants universitaires français au Mexique.

D'après les chiffres du SNE, le Mexique est le 26<sup>e</sup> pays destinataire des exportations de livres français. Celles-ci représentent, en 2016, un montant total de près de 3 millions d'euros.

Il existe deux librairies françaises à Mexico : la Libreria francesa et la Libreria Temps de lire, mais on trouve également des rayons de livres français au sein des grandes chaînes de librairies, telles les librairies du Fondo de Cultura Economica ou les librairies Gandhi.

## *Les échanges de droits*

- Les acquisitions de droits étrangers

Les institutions mexicaines ne produisent pas de données chiffrées sur les traductions publiées par les éditeurs mexicains.

D'après les statistiques du SNE, on dénombre quatre-vingt-onze cessions de droits d'ouvrages français effectuées par des éditeurs mexicains – dont 22 sont des cessions de droits mondiaux pour la langue espagnole – et 19 coéditions. En tendance, la part des titres français dont les éditeurs mexicains ont acquis les droits mondiaux est en augmentation. De nombreux éditeurs mexicains signalent en effet acquérir les droits mondiaux pour la langue espagnole plus facilement aujourd'hui qu'il y a quelques années. Ce phénomène est sans doute lié à la grave crise économique qu'a connue l'Espagne et qui a durement touché le secteur de l'édition, contribuant ainsi, par un effet de « vases communicants », à ouvrir des possibilités pour les éditeurs mexicains.

De plus, les grands groupes ont, semble-t-il, donné au fil des années davantage d'autonomie à leurs filiales concernant l'achat de droits. De fait, au sein du groupe Penguin Random House, par exemple, les acquisitions de droits étrangers pour la non-fiction sont désormais centralisées à Mexico ; les acquisitions pour la littérature restant entre les mains de l'Espagne. Ces grands groupes disposent de filiales dans d'autres pays d'Amérique latine ce qui est un argument souvent avancé pour obtenir les droits mondiaux d'un titre étranger au moment de l'acquisition. Cependant, la commercialisation d'un titre par toutes les filiales n'est pas automatique et les services de l'ambassade de France au Mexique semblent confirmer que, bien souvent, les titres français traduits en espagnol par la maison mère ne se retrouvent pas sur les linéaires des librairies mexicaines.

Outre la concurrence des grands groupes pour l'acquisition des droits de traduction, les éditeurs indépendants mexicains reprochent également parfois la concurrence – déloyale à leurs yeux – du Fondo de Cultura Economica. En effet, le FCE, avec ses filiales en Amérique latine et en Espagne, dispose d'un avantage certain pour négocier les droits mondiaux de titres étrangers. Or le financement du FCE est public (cf. p 35). Ainsi, certains titres étrangers semblent hors de portée des éditeurs indépendants lorsque le FCE se déclare également acquéreur. C'est par exemple de FCE qui a obtenu les droits mondiaux en langue espagnole pour le titre *Le Capital au XXI<sup>e</sup> siècle* de Thomas Piketty.

Par ailleurs, les lecteurs mexicains sont tous très habitués à lire des ouvrages écrits en « espagnol d'Espagne », l'inverse n'étant pas vrai. Ainsi, les éditeurs mexicains travaillent souvent avec des traducteurs espagnols de façon à pouvoir diffuser sans obstacle les ouvrages dans le reste du monde hispanophone. Ils éditent parfois des versions différentes selon les territoires. Certains éditeurs, comme CIDCLI (maison d'édition jeunesse) accordent une importance particulière aux différences linguistiques entre le Mexique et l'Espagne, mais aussi entre les différents pays d'Amérique latine, et proposent des glossaires dans le but d'enrichir le vocabulaire des lecteurs.

- Les cessions de droits d'auteurs mexicains à l'étranger

Peu de maisons d'édition mexicaines assurent la promotion de leurs auteurs à l'étranger. Pour les grands groupes, cette activité est généralement centralisée par les services de droits étrangers de la maison mère. Le fait que les auteurs mexicains édités par des filiales mexicaines de grands groupes puissent bénéficier d'une promotion à l'internationale via la maison mère est un argument de poids pour capter les auteurs les plus prometteurs au détriment des maisons indépendantes. Les éditeurs indépendants n'ont, quant à eux, généralement ni le temps ni le personnel nécessaire pour mettre en place une réelle activité de prospection et de cession de droits à l'international. Ainsi, le plus souvent, les auteurs mexicains passent par des agents, généralement espagnols, pour promouvoir leurs ouvrages à l'étranger.

Il faut néanmoins mentionner l'existence de l'agence littéraire mexicaine **Véronica Flores agencia literaria**, créée en 2015. Ancienne directrice littéraire chez Tusquets Editores Mexico, Verónica Flores a créé cette agence pour représenter à l'étranger les auteurs mexicains de littérature. C'est la seule agence actuellement dédiée presque exclusivement à ces auteurs.

Le FCE dispose quant à lui d'un service de cession de droits qui représente ses auteurs, essentiellement dans le domaine de la littérature. Les cessions sont réalisées vers le français, l'anglais, le portugais et, de plus en plus, vers le chinois.

- Les programmes d'aide

#### Aides publiques mexicaines

Il existe un programme de soutien à la traduction coordonné par la Secretaría de Cultura et mis en place par le Fonca (Fondo nacional para la cultura y las artes). Le programme apporte des aides aux projets de traductions d'ouvrages d'auteurs mexicains en langues étrangères (la demande doit émaner des éditeurs étrangers acheteurs des droits) et aux projets de traduction en espagnol, par des éditeurs mexicains, d'ouvrages d'auteurs étrangers (la demande d'aide émane alors de l'éditeur mexicain).

La question de la promotion des auteurs mexicains à l'étranger est actuellement au centre des préoccupations de la Secretaría de Cultura et pourrait aboutir à de nouveaux programmes de soutien ou à de nouvelles formes de représentation collective des éditeurs et auteurs mexicains. L'ouverture de la période des élections au Mexique ne permet pas une très grande visibilité sur ce sujet, mais le fait que cette préoccupation prenne une place croissante aussi bien au sein des institutions mexicaines que des maisons d'édition du pays est d'ores et déjà un signal intéressant.

#### Aides publiques françaises

Il n'y a plus de bureau du livre à l'ambassade de France à Mexico depuis 2009 ; le budget consacré au livre est donc intégré dans celui plus généralement consacré à la culture (musique, spectacles, etc.) Néanmoins, l'action de l'ambassade en direction du secteur éditorial mexicain est restée importante et est essentiellement tournée vers les éditeurs indépendants.



La liste des titres soutenus – prise en charge d’une partie des frais de traduction et d’édition – par les services de l’ambassade dans le cadre du Programme d’aide à la publication Alfonso Reyes sur les deux dernières années (2016-2017) est la suivante :

<b>titre</b>	<b>auteur</b>	<b>éditeur français</b>	<b>éditeur mexicain</b>
<i>René Magritte vu par...</i>	Collectif	Actes Sud	Turner Mexico
<i>Le Royaume</i>	Florent Ruppert et Jérôme Mulot	L’Association	Crater Invertido
<i>Quand j’étais photographe</i>	Félix Nadar	<i>Domaine public</i>	Canta Mares
<i>Sur écoute. Esthétique de l’espionnage</i>	Peter Szendy	Minuit	Canta Mares
<i>Messages</i>	Ramon Fernandez	Grasset	Ai Trani
<i>Troisième branche à gauche</i>	Alexandra Pichard	Les fourmis rouges	Leetra
<i>Cinq mouches et une trompette</i>	Ingrid Chabbert et Raul Nieto Guridi	Frimousse	Leetra
<i>Fugitive éternité</i>	Jean-Claude Xuereb	<i>Domaine public</i>	Universidad Veracruzana
<i>Les Hommes oubliés de Dieu</i>	Albert Cossery	Gallimard	La Caja de Cerillos
<i>L’Écharpe rouge</i>	Yves Bonnefoy	Mercure de France	Sexto Piso
<i>Quand mourut Jonathan</i>	Tony Duvert	Minuit	Canta Mares
<i>La Phrase urbaine</i>	Jean-Christophe Bailly	Le Seuil	Deleatur
<i>Mégapolis</i>	Régine Robin	Stock	Deleatur
<i>Les Mots et les sons. Un archipel sonore</i>	François Bonnet	Éditions de l’éclat	Buro Buro
<i>Les nouveaux blessés : De Freud à la neurologie, penser les traumatismes contemporains</i>	Catherine Malabou	Bayard	Paradiso
<i>Terminus radieux</i>	Antoine Volodine	Le Seuil	Sur Plus
<i>Le Livre de Perle</i>	Timothee de Fombelle	Gallimard	FCE
<i>Deviner pour agir. Regards comparatifs sur des pratiques divinatoires anciennes et contemporaines</i>	Jean-Luc Lambert et Guilhem Olivier (Coords.)	Centre d’études mongoles et sibériennes - EPHE	CEMCA
<i>Souvenirs de l’empire de l’atome</i>	Alexandre Clerisse et Thierry Smolderen	Dargaud	La Cifra editorial
<i>Cinq minutes et des sablés</i>	Stéphane Servant et Irène Bonacina	Didier Jeunesse	CIDCLI
<i>Couac</i>	Émilie Vast	MeMo	Leetra
<i>Zone</i>	Guillaume Apollinaire	<i>Domaine public</i>	Universo Literario

<i>Ferme ton bec</i>	Pierre Delye /Magali Le Huche	Rageot/Didier Jeunesse	CIDCLI
<i>Album primo-avrilesque</i>	Alphonse Allais	Paul Ollendorff	C'est un livre
<i>Le Chercheur fantôme</i>	Robin Cousin	FLBLB	La Cifra editorial
<i>La Bible. Les récits fondateurs</i>	Frédéric Boyer et Serge Bloch	Bayard	Sexto Piso
<i>Gestes d'air et de pierre</i>	Georges Didi-Huberman	Minuit	Canta Mares
<i>Petits traités</i>	Pascal Quignard	Gallimard	Sexto Piso
<i>Nuits sans nuit et quelques jours sans jour</i>	Michel Leiris	Gallimard	Sexto Piso
<i>Retour à Vienne</i>	Roland Jaccard	Léo Scheer	Moho
<i>Le Cheval</i>	Claude Simon	Les éditions du Chemin de fer	Canta Mares
<i>Allah n'est pas obligé</i>	Ahmadou Kourouma	Le Seuil	Elefanta
<i>Choir</i>	Éric Chevillard	Minuit	Sexto Piso

*NB : les titres surlignés sont en attente de publication au Mexique, les autres ont déjà été publiés.*

Ce soutien local de l'ambassade de France est parfois couplé avec un soutien centralisé de l'Institut français pour la prise en charge du montant du coût de la cession de droits.

Le CNL, bien entendu, contribue également à soutenir des projets de traduction entre le Mexique et la France.

## LE PAYSAGE ÉDITORIAL MEXICAIN

---

### > Les éditeurs – Données générales

Le nombre d'éditeurs « privés » au Mexique est assez réduit (225 en 2016, dont seulement 100 éditeurs d'ouvrages *trade*). Le paysage éditorial est divisé en trois grandes catégories : les éditeurs publics, les filiales de grands groupes et les éditeurs indépendants.

#### *Données chiffrées*

En 2016, la Caniem dénombre 225 maisons d'édition privées au Mexique. 44 % de ces maisons réalisent la majeure partie de leurs chiffres d'affaires avec des ouvrages *trade* (littérature, sciences humaines, jeunesse, pratique), 24 % sont des maisons de sciences techniques et médecine, 22,6 % sont spécialisées en scolaire et 8 % en livres religieux.

Il faut néanmoins préciser qu'un certain nombre de petits éditeurs indépendants ne faisant pas partie de la Caniem, ils ne sont vraisemblablement pas comptabilisés dans ces chiffres et ne font d'ailleurs pas partie du panel des éditeurs ayant répondu aux enquêtes réalisées la Caniem sur le secteur.

La Caniem répertorie les maisons selon leur chiffre d'affaires annuel :

- les « macros » : CA supérieur à 9,7 millions d'euros (200 millions de pesos mexicains) ;
- les « grandes » : CA compris entre 3,9 et 9,7 millions d'euros ;
- les « moyennes » : CA compris entre 1 et 3,9 millions d'euros ;
- les « petites » : CA compris entre 290 000 et 1 million d'euros ;
- les « micros » : CA compris entre 48 000 et 290 000 euros ;
- les « auto-éditeurs » : CA compris entre 12 000 et 48 000 euros.

Répartition des maisons d'édition mexicaines selon la taille et la spécialité éditoriale

	scolaire	trade	STM	religieux	total
macros	9	4	3	0	16
grandes	6	1	2	1	10
moyennes	4	8	12	3	27
petites	10	12	7	3	32
micro	16	28	11	5	60
auto-éditeurs	6	48	20	6	80
Total	51	101	58	19	225

Source : Caniem, 2016.

Il est intéressant de noter que près de 80 % des maisons d'édition (76,4 %) sont des petites à très petites structures. C'est dans le domaine de l'édition *trade* qu'elles occupent la plus importante part du paysage éditorial : 88 % des maisons de *trade* sont de petites structures.

À l'inverse, et sans surprise, le secteur scolaire est celui où ces petites maisons sont le moins représentées (16 % seulement) : l'édition scolaire nécessite souvent de plus grandes entreprises, capables de débloquer une trésorerie importante et d'assurer un suivi avec les enseignants.

Le secteur éditorial est concentré : les 16 maisons « macros » (7 % des maisons d'édition), réalisent 70 % du CA global de l'édition, alors que les maisons petites à très petites (près de 80 % des maisons mexicaines) ne totalisent que 7 % du CA du secteur (chiffres 2015).

Répartition des maisons d'édition selon la taille et leur participation à la production éditoriale ainsi qu'au CA de l'édition

	nb de maisons	titres publiés		nouveautés éditées		exemplaires produits		% CA total
		nb	%	nb	%	nb *	%	
<b>macros</b>	16	11 741	44 %	2 672	44 %	98	68	70
<b>grandes</b>	10	2 758	10 %	760	12 %	15	10	12
<b>moyennes</b>	31	6 137	23 %	1 217	20 %	25	17	12
<b>petites</b>	33	1 372	5 %	501	8 %	5	3,5	4
<b>micros et auto-éditeurs</b>	138	4 752	18 %	975	16 %	2	1,5	3
<b>Total</b>	<b>228</b>	<b>26 760</b>	<b>100</b>	<b>6 125</b>	<b>100</b>	<b>145</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

\* en millions

Source : Caniem, 2015.

NB : nous ne disposons pas des données 2016 ; ce tableau est établi sur la base des données 2015 qui sont, selon toute vraisemblance, assez proches.

On observe ici que, si le tirage moyen des titres publiés par les maisons « macros » est de plus de 8 300 exemplaires par titre – sans doute gonflé par le scolaire – celui des « petites » maisons (sans prendre en compte la production des micros et l'autoédition qui titrerait encore ce chiffre vers le bas) est, lui, de 3 600 exemplaires par titres.

D'après la Caniem, de petites maisons d'édition se créent tous les ans, mais d'autres mettent la clé sous la porte en proportion à peu près équivalente. Les personnes qui créent ces petites structures éditoriales ont souvent une vision assez romantique du travail d'éditeur et ne parviennent pas, une fois l'activité lancée, à assurer la survie de la structure. C'est pourquoi la Caniem a mis en place un important dispositif de formations, notamment dans les domaines de la gestion, à destination des professionnels.

### *Les grandes catégories d'éditeurs*

Trois types d'éditeurs structurent le paysage éditorial mexicain :

- Les éditeurs publics

L'édition publique occupe une place très importante dans le paysage éditorial. Ces acteurs sont éditeurs et, bien souvent, coéditeurs avec des partenaires privés. Ces coéditions poursuivent souvent plusieurs objectifs : soutenir l'édition privée en partageant les coûts d'édition et en achetant une partie du tirage, proposer des titres avec des prix bas pour favoriser la lecture et

l'inclusion sociale, permettre une plus large diffusion des ouvrages qui pourront circuler à la fois au sein des réseaux publics (Educal, librairies des universités – cf. p. 61) et des points de vente traditionnels.

La **Conaliteg** est la commission pour la gratuité des manuels scolaires qui a publié à elle seule 140 millions d'exemplaires en 2016. En effet, depuis 1959, l'élaboration des contenus des manuels du primaire est entre les mains de l'État. La Conaliteg est l'organisme chargé de la création et de la publication des ouvrages. D'autre part, les manuels scolaires étant gratuits également dans le secondaire, la Conaliteg achète les exemplaires nécessaires auprès des éditeurs privés et les distribue gratuitement aux élèves.

Le **département des publications de la Secretaría de Cultura** ne publie plus que quelques titres de façon exclusive et a considérablement diminué le nombre de coéditions réalisées avec les éditeurs privés.

Les **presses universitaires** sont d'importants acteurs au Mexique. Parmi les grands noms de l'édition universitaire, on trouve les presses de l'UNAM (l'Université nationale autonome du Mexique) : c'est le principal éditeur de revues du pays (près de 200 titres) et un groupe éditorial de poids qui publie près de 2 000 titres par an ; mais on peut également citer le Colegio de México et l'Université autonome métropolitaine (UAM) ainsi que de nombreuses petites maisons issues d'universités privées ou d'instituts universitaires.

Les tirages moyens des ouvrages publiés par les presses universitaires sont bas : environ 750 exemplaires par titres pour les presses de l'UNAM. Ces structures n'ont pas de vocation commerciale, elles sont construites sur une économie de l'offre et non de la demande : beaucoup de titres publiés sont les résultats des travaux effectués par les chercheurs, ou encore des actes de colloques dont le lectorat est extrêmement limité. Les presses de l'UNAM réfléchissent d'ailleurs actuellement à proposer ce type de titres uniquement en impression à la demande. De plus, ces presses sont très mal distribuées : les livres ne sont presque pas présents dans les librairies commerciales du fait d'une bureaucratie très lourde et sont essentiellement vendus au sein de l'université.

L'un des classiques, *long-seller*, édité par l'université de l'UNAM, est l'ouvrage *Visión de los vencidos* (« La vision des vaincus ») de l'anthropologue et historien Miguel León-Portilla. Ce livre recense et propose une traduction en espagnol de textes dans lesquels des auteurs indigènes racontent la *Conquista* de Mexico. C'est un ouvrage clé : la *Conquista* était jusqu'alors racontée exclusivement « du point de vue espagnol ». Depuis sa première édition dans les années 1960, cet ouvrage est réimprimé deux à trois fois par an, à hauteur de 10 000 exemplaires par tirage.

Le **Fondo de Cultura Economica** (FCE) a publié, durant les quarante années de régime franquiste en Espagne, tous les grands noms de la littérature, des sciences sociales et de la philosophie contemporaines. Ces titres, qui ont donné au FCE une force de frappe culturelle importante, sont toujours vivants au catalogue et continuent de le nourrir.

La vocation première du FCE était, comme son nom l'indique, de publier les grands textes fondamentaux de l'économie. Créé en 1934, il a ensuite ouvert son catalogue aux sciences humaines et sociales (afin de publier les textes au programme dans les bibliographies universitaires) puis à la littérature pour constituer un fonds réunissant les grands noms de la littérature.

Depuis le début des années 1990, le FCE développe un catalogue de titres jeunesse, entamé avec la collection de livres pour enfants « A la orilla del viento », dont on peut dire qu'elle a donné l'impulsion au secteur du livre de jeunesse au Mexique. 50 % de ce catalogue de livres pour

enfants est constitué de titres achetés à des éditeurs étrangers. Aujourd'hui, le chiffre d'affaires du FCE est réalisé à hauteur de 40 % par la vente d'ouvrages jeunesse.

Les traductions représentent 33 % des titres de l'ensemble des collections : 61 % proviennent de l'anglais, 22 % du français, 8 % de l'allemand.

Le FCE est financé par de l'argent public. Cette particularité lui permet de proposer des prix généralement légèrement inférieurs aux prix proposés par les éditeurs privés. En contrepartie, le FCE prend en charge l'édition d'ouvrages difficiles à publier pour des acteurs privés : des œuvres complètes, par exemple, des ouvrages très pointus. Mais le catalogue du FCE est également composé d'ouvrages plus commerciaux.

Le FCE représente aussi un important réseau de librairies au Mexique (cf. p 61) et des filiales en Argentine, au Brésil, en Colombie, au Guatemala, au Pérou, au Venezuela, aux États-Unis et en Espagne.

- Les filiales de groupes internationaux

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

Les groupes implantés au Mexique ont trois types d'activités :

- constitution d'un catalogue propre soit par la recherche d'auteurs, soit par le rachat de petites maisons mexicaines indépendantes ;
- importation de titres du groupe ;
- impression sur place de titres du catalogue du groupe.

Parmi ces groupes, citons, pour les plus grands : **Penguin Random House, Planeta, Santillana** (pour la partie scolaire). **Herder, Urano** ou **Océano** (dont la direction éditoriale est à Mexico) pour les groupes moins importants.

- Les éditeurs mexicains indépendants

Bien que ne contribuant que dans une moindre proportion au chiffre d'affaires global de l'édition, les maisons d'édition indépendantes n'en sont pas moins majoritaires dans le paysage éditorial. Elles ont souvent des politiques éditoriales innovantes et mettent en valeur les auteurs mexicains.

Parmi ces maisons, citons :

**Siglo XXI**, important éditeur de SHS, qui dispose de deux filiales, en Argentine et en Espagne : Anthropos (depuis 2010). Il existe également une maison espagnole appelée Siglo XXI, qui a été créée par des républicains espagnols à la fin de la période franquiste, mais la maison n'a aucun lien légal avec l'entreprise mexicaine.

**Era** existe depuis 1960 et publie aujourd'hui entre vingt et vingt-cinq titres par an. Les principaux domaines de la maison sont le roman, les nouvelles, les chroniques (cf. p 44), la poésie, l'histoire, l'anthropologie, l'art et les livres pour enfants.

**Sexto Piso** est un modèle de création plus récente pour de nombreux éditeurs indépendants mexicains. Sexto Piso existe depuis quinze ans au Mexique, publie environ quarante titres par an et dispose d'une filiale en Espagne depuis 2005. La production éditoriale de la maison se répartit sur cinq collections : romans, essais, journalisme, romans graphiques, livres pour enfants et poésie.

**Trilce est une** maison d'édition qui publie principalement des ouvrages illustrés consacrés à la culture populaire mexicaine, qui vont généralement de pair avec des expositions, des cycles de conférences, etc. L'un des best-sellers de la maison est un ouvrage intitulé *Tacopedia*, livre illustré consacré à l'univers des tacos (leur fabrication, les restaurants et lieu de vente...).

La toute jeune maison **Canta Mares** a été créée en 2014 par deux anciens étudiants en français. La maison édite uniquement des traductions du français (Claude Simon, Pascal Quignard, etc.) Les créateurs de Canta Mares assurent eux-mêmes la traduction des ouvrages qu'ils publient.

La maison **La Cifra editorial** a été créée en 2006 avec comme premier titre une traduction de *L'Adieu au Corps* de David Le Breton, suivi par la traduction de Pascal Quignard – sans doute l'un des auteurs français les plus connus au Mexique, présent aux catalogues de nombreuses maisons. Après quelques années de pause, la maison entame une « nouvelle vie » depuis 2011, en inscrivant sa ligne éditoriale autour de trois grands types d'ouvrages : les romans graphiques et bandes dessinées (auteurs mexicains ou traductions), des romans (auteurs mexicains uniquement), des ouvrages de sciences humaines dédiés à la question du corps (auteurs mexicains ou traductions). La maison publie aujourd'hui environ dix titres par an.

La maison **Textofilia** édite principalement des romans, des nouvelles, de la poésie et des titres plus commerciaux (développement personnel). Elle existe depuis 2008 et publie entre dix et quinze titres par an. La stratégie de la maison en matière de commercialisation a été de développer des lignes éditoriales très commerciales pour « mettre un pied » dans le réseau des Sanborns, ces grandes surfaces généralistes de type Monoprix (cf. p 57), pour saisir l'opportunité d'y proposer d'autres catégories d'ouvrages.

**CIDCLI** s'est spécialisée en littérature jeunesse depuis trente-six ans. Elle publie aujourd'hui environ huit titres par an, dont une traduction.

La maison **Almadia**, installée à Oaxaca, est, selon de nombreux observateurs, l'une des maisons les plus prometteuses de l'édition mexicaine. Créée en 2005, elle publie des romans, des essais, de la poésie, des chroniques, des romans policiers et des livres pour enfants.

**Grano de Sal a été** créée en 2017 par l'ancien directeur éditorial du FCE. La maison est spécialisée sur les ouvrages de sciences humaines et sociales susceptibles d'influencer le débat public et publie exclusivement des traductions.

**Artes de México** est la principale maison indépendante de livres d'art au Mexique. Initialement, Artes de México est une revue d'art, mais aujourd'hui la maison édite également onze à dix-sept titres par an, entre livres d'art, ouvrages académiques consacrés à l'art, collection d'ouvrages de photographies contemporaines, etc.

Il existe bien d'autres maisons d'édition indépendantes qui sont, pour certaines, regroupées sein de l'AEMI – Alianza de editoriales mexicanas independientes (l'alliance des éditeurs mexicains indépendants) – association qui cherche à promouvoir de manière collective les catalogues des éditeurs mexicains indépendants.



## > Les secteurs éditoriaux

Outre le secteur scolaire, les ouvrages de littérature et les ouvrages jeunesse sont les deux principaux secteurs éditoriaux au Mexique. Dans chacun de ces deux cas, l'influence des succès cinématographiques est très nette et la prédominance des grands groupes parmi les meilleures ventes est indéniable.

### *L'édition scolaire*

- Présentation du marché

Depuis 1959, l'État publie, par l'intermédiaire de la Conaliteg, tous les manuels de primaire des écoles publiques (et les distribue gratuitement), ce qui avait, à l'époque, porté un coup fatal à l'édition mexicaine : nombre d'éditeurs avaient dû fermer leurs portes. Néanmoins, cette décision avait alors été assortie d'une exonération d'impôts sur le revenu pour les entreprises éditoriales privées qui réinvestissaient leurs bénéfices. Cet avantage fiscal a été supprimé en 2006. En 1998, l'État a également décidé d'offrir gratuitement les manuels aux élèves du secondaire, tout en laissant à l'industrie privée le soin de les éditer.

Les éditeurs privés peuvent donc produire des manuels pour les vendre à la Conaliteg, mais aussi sur le marché dit « ouvert », c'est-à-dire en librairie ou en vente directe auprès des établissements scolaires privés.

#### **Éducation préscolaire (4-6 ans)**

La scolarité en maternelle est obligatoire depuis la rentrée scolaire 2008-2009. L'État (la Conaliteg) partage le marché des ouvrages pour le préscolaire avec les éditeurs privés.

⇒ Production d'ouvrages par la Conaliteg et par le secteur privé uniquement pour le marché ouvert.

#### **Éducation primaire (6-12 ans)**

95 % des enfants de cette classe d'âge sont scolarisés dans des écoles publiques. L'État est le seul fournisseur de manuels scolaires pour le primaire public. Il produit les livres et les distribue gratuitement dans les écoles. Tous les élèves d'un même niveau scolaire ont des manuels identiques dans toutes les écoles du pays. Les maisons d'édition privées ne disposent d'un marché que pour les 5 % d'élèves inscrits dans des écoles privées.

⇒ Production d'ouvrages par la Conaliteg et par le secteur privé uniquement pour le marché ouvert.

#### **Éducation secondaire (12-15 ans)**

Comme pour le primaire, les manuels sont distribués gratuitement aux élèves par le gouvernement, mais ils sont produits par l'industrie privée. Le gouvernement fixe les programmes et les éditeurs proposent leurs ouvrages. La SEP (Secretaría de educación pública) choisit les ouvrages conformes au programme et les inscrit sur une « liste » ; chaque école effectue son choix dans cette liste, puis passe commande à la Conaliteg qui se charge de leur distribution. L'État est l'unique acheteur de ces ouvrages pour les écoles publiques.

⇒ Production d'ouvrages par le secteur privé pour le marché ouvert et pour la Conaliteg.

### Cycle préparatoire d'entrée à l'université ou *bachillerato* (15-18 ans)

Les trente-deux États du Mexique ont chacun leur propre université autonome avec un programme d'entrée spécifique qui se prépare en trois ans. Des manuels sont édités par l'industrie privée pour ces lycéens (près de 300 programmes différents dans tout le pays et autant de manuels potentiels).

⇒ Production d'ouvrages par le secteur privé pour le marché ouvert.

### Le programme national d'anglais

La Conaliteg achète également aux éditeurs du secteur privé les manuels distribués tout au long de la scolarité pour le programme national d'apprentissage de l'anglais.

⇒ Production d'ouvrages par le secteur privé pour le marché ouvert et pour la Conaliteg.

- Chiffres clés

Le marché de l'édition scolaire peut se décomposer en deux grandes catégories : le marché de l'édition publique (la Conaliteg), le marché de l'édition privée. À l'intérieur du marché de l'édition privée, on trouve deux types de débouchés : les achats publics (de la Conaliteg) et les achats pour le marché ouvert (ventes aux écoles privées, ventes en librairies).

### La production publique de la Conaliteg

La production de la Conaliteg, pour l'année 2016, est de 140 millions d'exemplaires environ. Elle se décompose de la façon suivante :

Production de la Conaliteg

types de manuels	exemplaires produits (en millions)
préscolaire	7,3
primaire	107,4
secondaire	19
<i>bachillerato</i>	1,5
éducation indigène	4,4
éditions en braille	0,1

Source : Caniem, 2016.

Cette production n'a pas de valeur marchande, ces manuels n'ont pas de prix, ils sont produits par la Conaliteg et distribués gratuitement aux écoles.

### La production du secteur privé

La production du secteur privé de manuels scolaires et d'ouvrages parascolaires s'élève à près de 9 000 titres, 77 millions d'exemplaires produits et plus de 280 millions d'euros de CA (soit près de 58 % du CA total de l'édition mexicaine [chiffres 2016]). Ces ouvrages sont répartis entre les ouvrages d'enseignement de la langue anglaise achetés par la Conaliteg pour le programme d'anglais ou vendus sur le marché « ouvert » et les manuels scolaires à proprement parler.

Le marché scolaire représente le plus important secteur éditorial au Mexique, quels que soient les indicateurs observés.

Principaux indicateurs de la production scolaire et parascolaire du secteur privé

	langue anglaise	manuels scolaires				total	total
		préscolaire	primaire	secondaire	bachillerato	manuels scolaires	manuels et langue anglaise
titres	1 952	1 021	2 859	2 067	1 059	7 006	8 958
exemplaires (en millions)	20,3	3,4	13,5	36,8	3	56,7	77
CA (en millions d'€)	76	16,6	74	93,5	19,7	204	280

Source : Caniem, 2016.

Parmi ces grandes catégories, celle des manuels de langue anglaise et des manuels pour le secondaire font l'objet d'achats publics de la part de la Conaliteg.

Répartition des ventes des ouvrages d'enseignement de la langue anglaise et des manuels du secondaire selon les débouchés

	marché ouvert		achats publics (Conaliteg)	
	exemplaires (en millions)	titres	exemplaires (en millions)	titres
langue anglaise	7,6	1 741	12,6	211
manuels de secondaire	7,8	1 648	29	419

Source : Caniem, 2016.

On voit donc ici très nettement que les ouvrages destinés aux achats de la Conaliteg font l'objet de tirages très élevés : en moyenne 59 700 exemplaires pour les manuels de langue anglaise et 69 200 exemplaires pour les manuels du secondaire. On comprend donc que les achats de la Conaliteg sont un enjeu majeur pour les éditeurs de scolaire.

- Les éditeurs

Parmi les principaux éditeurs d'ouvrages scolaires du secteur privé, on retrouve principalement de grands groupes mais également quelques éditeurs indépendants.

Les grands groupes sont **Santillana** et **Nuevo Mexico** (qui fait partie du groupe Santillana), **Ediciones SM**, **Pearson**, **Terracota Cengage**, **Ediciones Larousse**, **MacMillan**, **Norma Ediciones** (groupe colombien), **Editorial Progreso** (qui fait partie du groupe espagnol Edelvives depuis 2013), **Oxford University Press**, etc.

Parmi les éditeurs indépendants mexicains : **Fernandez Educacion**, **Siglo XXI**, **Grupo editorial Patria**, **Editorial Limusa**, etc.

## L'édition de littérature

- Chiffres clés

L'édition de littérature est le deuxième secteur le plus important au Mexique en chiffre d'affaires (9,6 %). Au total, en 2016, près de 4 000 titres de littérature ont été édités, pour environ 12,5 millions d'exemplaires produits et un chiffre d'affaires d'un peu plus de 46 millions d'euros.

La production en littérature est relativement stable d'une année sur l'autre, mais on note néanmoins en tendance une légère augmentation du nombre de titres produits depuis 2014 (3 400 titres en 2014, 3 606 en 2015, 3 863 en 2016).

Les statistiques de la Caniem distinguent trois sous-segments qui peuvent se rattacher à ce secteur : celui des biographies et « histoires vraies », où l'on retrouve les « chroniques » (cf. p 44), celui de la fiction et celui des études littéraires. La production sur chacun de ces trois segments est la suivante :

Détail de la production de littérature (2016)

	nombre de titres publiés	exemplaires produits (en millions)	CA (en millions d'euros)
biographies et « histoires vraies »	272	1,3	27,3
fiction	2 873	8,3	35,8
études littéraires	718	2,7	76,2
<b>total</b>	<b>3 863</b>	<b>12,3</b>	<b>46,1</b>

Source : Caniem, 2016.

- Tendances et meilleures ventes

Meilleures ventes : la domination des best-sellers internationaux

Pour la première fois en 2017, Nielsen publie des listes de meilleures ventes au Mexique. Voici la liste des dix premiers en fiction :

- Dan Brown, *Origine*, éd. Planeta ;
- William Paul Young, *La Cabane*, éd. Booket (marque de poche du groupe Planeta) ;
- Isabel Allende, *Más allá del invierno*, éd. Plaza y Janes (Penguin Random House) ;
- Arturo Pérez-Reverte, *Eva*, éd. Alfaguara (PRH) ;
- Viktor Frankl, *Découvrir un sens à sa vie avec la logothérapie*, éd. Herder ;
- Ken Follett, *Une colonne de feu*, éd. Plaza y Janes ;
- Paula Hawkins, *Au fond de l'eau*, éd. Planeta ;
- Stephen King, *Ça*, que l'on retrouve une seconde fois au classement dans une autre version (éditions Delbolsillo – PRH) ;
- W. Bruce Cameron, *Mes vies de chien*, Roca editorial (groupe PRH)

Cette liste est révélatrice de la prédominance des best-sellers américains sur le marché mexicain de la littérature et de la forte influence des succès cinématographiques sur les ventes de livres, comme on le verra à nouveau concernant les ouvrages jeunesse.

Les best-sellers sont essentiellement dans les mains de grands groupes : ces derniers éditent les traductions des succès internationaux et publient les auteurs mexicains qui proposent des ouvrages dans les genres les plus commerciaux (thrillers, *feel-good*, etc.) Parmi les meilleures ventes d'auteurs mexicains, on trouve par exemple : *Y colorín colorado este cuento aún no ha acabado / La vida no se acaba... hasta que se acaba* de Odin Dupeyron chez **Diana editorial** (marque de littérature commerciale du groupe Planeta). Ce titre *feel-good* est un véritable succès national qui a été réédité de nombreuses fois depuis sa première publication en 2001.

Les éditeurs indépendants proposent généralement peu d'ouvrages correspondant à ces segments éditoriaux et se consacrent à une production plus littéraire, au sein de laquelle on retrouve également, bien entendu, les marques les plus littéraires des grands groupes. Parmi les succès, on peut citer les ouvrages de Haruki Murakami, ou dans les auteurs espagnols, le succès de *Patria* de Fernando Aramburu, qui porte pourtant sur une réalité très espagnole et qui a connu un immense et inattendu succès en Espagne. L'ouvrage *Cadres noirs*, de Pierre Lemaitre, les ouvrages de David Foenkinos, ceux de Pascal Quignard, sont quelques exemples de très bonnes ventes d'auteurs français.

- Les chroniques (*crónicas*)

Les chroniques constituent un genre typiquement mexicain. Il s'agit d'ouvrages que l'on pourrait aujourd'hui désigner comme étant de la *narrative non-fiction*, souvent assez courts, écrits par des auteurs connus (journalistes, intellectuels, etc.) qui décrivent des événements politiques ou culturels mexicains de façon subjective et littéraire, ou des anecdotes personnelles qui s'inscrivent dans une perspective plus globale. C'est un genre que l'on pourrait rapprocher du « journalisme gonzo », qui a pour centre son narrateur. Sara Sefchovich, sociologue mexicaine, a récemment publié un ouvrage intitulé *Vida y milagros de la crónica en México* (Vie et miracles de la chronique au Mexique). Elle l'assure, « la chronique fait partie de la littérature et c'est le genre littéraire le plus important au Mexique ; celui qui plaît et parle le plus aux lecteurs. [...] [Les auteurs de chroniques] cherchent à écrire de la littérature, à parler bien et à raconter, d'une belle manière, une histoire au lecteur [...]. C'est pour cela que je dis que certaines chroniques sont de bien meilleure qualité littéraire que des romans, ou poèmes dont nous faisons l'éloge. Et c'est pour cette raison que [je pense] que c'est le meilleur genre de la littérature mexicaine<sup>15</sup>. »

De fait, le genre de la chronique est une tradition au Mexique depuis la fin du XIX<sup>e</sup> siècle. C'est un genre apprécié pour ces qualités littéraires, et parce qu'il est réputé dire de vraies choses sur le Mexique – contrairement aux discours officiels qui sont accueillis avec scepticisme – sur un mode très personnel et souvent engagé politiquement. Avec le phénomène des *fake news*, et la profonde défiance des Mexicains envers leur classe politique, les chroniques connaissent encore un regain d'intérêt et elles représentent sans doute une importante partie des 272 titres répertoriés comme étant des biographies et « histoires vraies ».

De fait, cette catégorie d'ouvrages enregistre les tirages moyens les plus élevés du secteur de la littérature : environ 4 800 exemplaires par titre, alors que les romans, eux, sont en moyenne imprimés à un tirage inférieur à 3 000 exemplaires par titre.

Parmi les grands auteurs mexicains de chroniques, on peut citer Manuel Gutiérrez Nájera, Salvados Novo, Carlos Monsiváis, José Joaquín Blanco, Cristina Pacheco, Hermann Bellinghausen, Elena Poniatowska ou encore Juan Villoro.

---

<sup>15</sup> Sara Sefchovich, « México a través de sus cronistas », *Siempre*, 14 novembre 2017. Article en ligne sur [www.siempre.mx](http://www.siempre.mx).

On retrouve des chroniques chez de nombreux éditeurs de littérature :

Aux éditions **Almadia**, une collection entière est dédiée à ce genre avec des titres comme *Oaxaca Sitiada* de Diego Osorno qui raconte le siège de la ville d'Oaxaca en 2006 en dénonciation d'une vie politique corrompue et antidémocratique.

Aux éditions **Era**, avec des ouvrages *long-sellers* de Carlos Monsiváis ou d'Elena Poniatowska. Citons par exemple, de cette dernière auteure, *La Noche de Tlatelolco*, dont Era a publié la quatrième édition en 2016. Ce livre relate le massacre de Tlatelolco en octobre 1968, durant lequel l'armée mexicaine ouvrit le feu sur un rassemblement étudiant (environ 300 morts, implication possible de la CIA). Ce livre a dépassé le million d'exemplaires vendus depuis sa première publication dans les années 1970.

Les éditions **Cal y Arena** consacrent également une collection entière aux chroniques, avec par exemple la publication en 2009 d'un recueil intitulé *Crónicas mexicanas* et, plus récemment, un ouvrage de Héctor de Mauleón consacré à la ville de Mexico et intitulé *La Ciudad que nos inventa. Crónicas de seis siglos*.

Les éditions **Miguel Angel Porrúa** proposent également plusieurs titres de chroniques. Parmi les plus récents (2016) on note par exemple l'ouvrage *Tesoros y secretos de la ciudad de México y algunas más* de Ángeles Gonzáles Gamio.

Mais on trouve également des chroniques aux catalogues des grands groupes : chez **Aguilar** (Penguin Random House), par exemple, les ouvrages de Valdez Cárdenas consacrés aux violences du narcotrafic, ou chez **ediciones B** des ouvrages comme *Lucha Libre : sin límite de sangre*, de l'auteur mexicain Ricardo Guzmán Wolfffer sur l'univers du catch et l'importance de ce sport au Mexique.

Certains éditeurs remarquent que les auteurs contemporains de chroniques se rapprochent de plus en plus d'un style de type « enquête journalistique », alors que les grands noms de la chronique mexicaine développaient un style beaucoup plus littéraire.

Certaines biographies historiques connaissent aussi un important succès. C'est le cas par exemple des ouvrages de l'historien Carlos Tello Díaz, avec son récent ouvrage consacré à Maximilien de Habsbourg : *Maximiliano, emperador de México*, aux éditions **Debate** (groupe Penguin Random House).

- La poésie

La poésie est un genre qui, de l'aveu des éditeurs eux-mêmes, se vend très peu. Pourtant, on trouve des collections de poésie contemporaine chez presque tous les éditeurs indépendants mexicains de littérature (**Era, Sexto Piso, Almadia, Textofilia, Cal y Arena, Arlequin**, etc.), ce qui est révélateur d'une sensibilité littéraire très forte chez les éditeurs mexicains et chez certains lecteurs. C'est aussi, sans doute, une volonté pour ces éditeurs d'afficher clairement un positionnement moins commercial que celui des grands groupes. La renommée et l'aura de la poésie d'Octavio Paz ont également contribué à ancrer la poésie comme un genre mexicain à part entière.

- Peu de polars

Dans la production des éditeurs indépendants mexicains, on trouve assez peu de polars. On remarque néanmoins une importante collection chez **Almadia**.

- Les nouvelles

Appelées *cuentos*, les nouvelles constituent un genre important au Mexique : la plupart des éditeurs en publient, dont tous ceux cités précédemment, et ces ouvrages s'insèrent beaucoup plus facilement dans la production littéraire mexicaine que dans la production française.

- Les classiques

Les classiques mexicains et latino-américains (Juan Rulfo, Gabriel García Márquez, Carlos Fuentes, etc.) sont régulièrement réédités et connaissent un succès soutenu. Penguin Random House México a d'ailleurs entamé depuis le printemps 2017 la réédition d'une série de classiques de la littérature mexicaine (Penguin clásicos).

### *L'édition jeunesse et de bande dessinée*

- Chiffres clés

L'édition jeunesse représente environ 9 % du CA global de l'édition, soit plus de 42 millions d'euros, pour 3 000 titres publiés et 16 millions d'exemplaires produits. Le chiffre d'affaires du secteur jeunesse a augmenté de près de 60 % entre 2013 et 2016. Entre 2015 et 2016, on observe pourtant un léger tassement de la progression du secteur, tant en nombre de titres publiés qu'en chiffre d'affaires, ce qui annonce peut-être que le marché est arrivé à maturité.

Principaux indicateurs du secteur de l'édition jeunesse

	nombre d'ex. produits	nombre de titres publiés	CA (en millions d'euros)
livres pour enfants - non-fiction	878 731	259	2,2
livres pour enfants - littérature	7 051 496	1 463	18
<b>total livres pour enfants</b>	<b>7 930 227</b>	<b>1 722</b>	<b>20,5</b>
livres pour adolescents - non-fiction	1 926	5	0,2
livres pour adolescents - littérature	3 714 205	877	16
<b>total livres pour adolescents</b>	<b>3 716 131</b>	<b>882</b>	<b>16</b>
livres « didactiques »	4 436 983	429	5,2
<b>total général du secteur</b>	<b>16 083 341</b>	<b>3 033</b>	<b>42,3</b>

Source : Caniem, 2016.

Le chiffre d'affaires réalisé par les ouvrages pour les enfants (*libros infantiles*, jusqu'à 10-12 ans) et celui des ouvrages destinés davantage aux adolescents (*libros juveniles*) sont assez similaires : 20 millions d'euros pour la première catégorie, 16 millions pour la seconde, le reste (un peu plus de 5 millions d'euros) correspondant à des ouvrages didactiques, tous âges confondus.

En revanche, le nombre de titres pour enfants publié est deux fois plus important que le nombre de titres pour adolescents. On retrouve ce même rapport presque du simple au double en nombre d'exemplaires produits et vendus (7,5 millions pour enfants contre 4 millions pour adolescents). Ainsi, on peut dire que les ouvrages pour les plus jeunes sont presque deux fois moins chers que les ouvrages pour les adolescents.

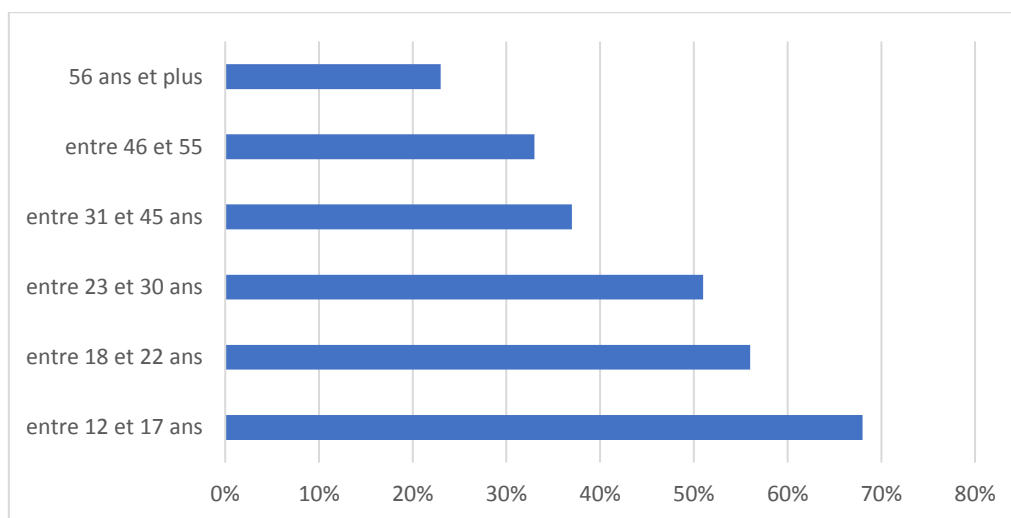
Il est difficile d'en tirer des conclusions précises en ce qui concerne les prix de vente puisque le chiffre d'affaires indiqué par la Caniem s'appuie sur le prix de cession des éditeurs aux libraires et n'inclut pas le montant de la remise libraire.

On observe également un très important décalage entre les ouvrages de non-fiction (dit de *divulgación*) et les ouvrages de littérature. En effet, sur les 1 700 titres publiés pour le plus jeune public, seuls 260 à peine sont des ouvrages de non-fiction et parmi les 882 titres publiés pour les adolescents, seuls 5 sont des titres de non-fiction.

Par ailleurs, le tirage moyen des ouvrages jeunesse est de 5 300 exemplaires par titre. C'est un tirage élevé, révélateur de l'engouement des jeunes – ou de celui de leurs parents – pour la lecture. En effet, les professionnels estiment que si le succès des ouvrages jeunesse est dû au fait que l'impulsion d'achat pour un livre jeunesse est beaucoup plus immédiate que pour l'achat de tout autre type d'ouvrage, il doit aussi beaucoup à l'envie des parents, très largement partagée, de faire de leurs enfants des lecteurs – alors qu'eux-mêmes lisent, en moyenne, assez peu.

Les enquêtes consacrées à la lecture montrent d'ailleurs très clairement que les jeunes générations de parents encouragent davantage leurs enfants à lire (des ouvrages autres que les manuels scolaires) que ne le faisaient les générations précédentes : près de 70 % des jeunes âgés de 12 à 17 ans ont été – et sont – incités à lire par leurs parents, alors que les personnes âgées aujourd'hui de plus de 56 ans n'ont été que 23 % à bénéficier d'une telle incitation dans leur enfance.

Incitation parentale à la lecture, durant l'enfance, selon l'âge des personnes interrogées



Source : Conaculta, 2015.



- Les problématiques du secteur

### **L'importance des achats publics**

C'est à partir de 2002 qu'une véritable évolution s'est produite dans le secteur du livre jeunesse. En l'espace de cinq ans, le secteur a connu un essor sans précédent. Il le doit en partie au programme impulsé cette année-là par le président Vicente Fox et intitulé Hacia un país de lectores (vers un pays de lecteurs).

Ce vaste plan de soutien à la lecture comporte un volet important dans le domaine du livre jeunesse : le programme « Biblioteca escolar y de aula » (bibliothèque scolaire et bibliothèque de salle de classe). Ce programme, organisé par la SEP, dote chaque année en ouvrages jeunesse les 800 000 salles de classe du Mexique. Le but est de constituer, au sein de chaque classe de maternelle, primaire et secondaire, une petite bibliothèque. Le programme vise également à renforcer les fonds des bibliothèques scolaires.

Pour approvisionner ces bibliothèques et ces salles de classe en livres, la SEP lance chaque année un appel d'offres auprès des éditeurs. L'enjeu est de taille, car chaque livre sélectionné est assuré de bénéficier d'une commande minimale de 15 000 exemplaires (jusqu'à 100 000). Ce programme a fait évoluer de manière sensible le paysage éditorial mexicain. En effet, tous les éditeurs ont souhaité profiter de cette opportunité. Cela a été le cas des éditeurs spécialisés en jeunesse, mais aussi d'éditeurs qui ne publiaient pas de livres jeunesse auparavant, ou encore de maisons d'édition qui ont été créées pour l'occasion. Cependant, ce programme a peut-être fait gonfler artificiellement le secteur et a entraîné, pour bon nombre d'acteurs, une extrême dépendance vis-à-vis des achats publics.

Or, le volume de ces achats a progressivement diminué et en 2017, aucun achat public n'a été réalisé par la SEP. Une réforme est en cours et l'année 2017, année charnière, a été une année blanche. À partir de 2018, ce programme devrait prendre une nouvelle forme : la SEP ne sera plus l'acheteur direct des ouvrages, mais chaque école bénéficiera d'un budget dédié au développement de ses bibliothèques et salles de lecture. Ce nouveau processus est redouté par nombre de petits éditeurs, qui ont peur de ne pas pouvoir « lutter à armes égales » avec les grands groupes transnationaux. De plus, le budget alloué aux écoles pourrait ne pas être spécifiquement fléché pour l'achat de livres, mais être également utilisable pour des achats de matériel, de mobilier, etc.

### **Les ventes aux écoles**

Une part non négligeable des ventes d'ouvrages jeunesse est réalisée en direct avec les écoles. En effet, tous les éditeurs jeunesse proposent un catalogue pour le *plan lector*. Il s'agit d'une sélection de livres en lien avec les programmes scolaires, proposée par chaque éditeur. Les livres y sont présentés selon le niveau scolaire et les thématiques abordées, et sont accompagnés de « livres pour les maîtres » qui guident les enseignants dans l'utilisation qu'ils peuvent faire de ces ouvrages pendant la classe. Les écoles peuvent choisir les titres qui les intéressent ; elles les achètent directement aux éditeurs et les revendent aux élèves. Les prix de vente des livres aux écoles, puis aux élèves, sont relativement bas par rapport à l'offre en librairies puisqu'il s'agit d'une vente directe et parfois en quantité importante.

Ces ventes pour le *plan lector* sont difficilement accessibles pour les plus petits éditeurs, car elles s'accompagnent d'un suivi avec les enseignants qui nécessite une logistique importante ainsi que du personnel.

Par ailleurs, la plupart des écoles privées organisent des foires du livre au sein des écoles. Ces foires sont encore un moyen de réaliser des ventes directes, mais elles demandent là aussi d'importantes capacités d'organisation qui excluent souvent les plus petits éditeurs.

- Tendances et meilleures ventes

### Meilleures ventes

D'après le classement Nielsen, on trouve parmi les dix meilleures ventes dans la catégorie jeunesse :

- Sept titres édités par Planeta, deux par le groupe Hachette (dont un de la marque Mega ediciones de Larousse), un du groupe Penguin sous la marque Altea ;
- Sept ouvrages dérivés de succès audiovisuels ou liés à des succès musicaux :
  - o Trois ouvrages adaptés de la série animée pour enfants *Gravity Falls* ;
  - o Trois autres qui sont des dérivés du dessin animé *Coco* ;
  - o Un titre édité chez Altea – seul ouvrage « mexicain » de la liste – qui est une biographique du *boys band* mexicain CD9 ;
- Un ouvrage édité originellement par Planeta Colombie, de l'auteure colombienne Amalia Andrade, intitulé *Uno siempre cambia al amor de su vida* qui se veut être un « manuel pour survivre à une peine de cœur ».

On retrouve ici l'influence des succès audiovisuels sur les ventes d'ouvrages, de même que la présence presque exclusive des grands groupes dans les listes de meilleures ventes.

### Albums pour les petits

C'est dans cette catégorie que les éditeurs produisent le plus de titres, et beaucoup de petites maisons sont présentes sur ce segment du marché. Les textes et les illustrations de ces albums sont particulièrement soignés et les univers développés sont à la fois oniriques et poétiques. Ils s'inspirent parfois des légendes et contes des civilisations précolombiennes mais sont également très en prise avec le quotidien des enfants (l'école, la famille, les peurs, etc.) Parmi les maisons indépendantes mexicaines très présentes sur ce secteur : **FCE**, **CIDCLI**, **El Naranjo**, **Tecolote**, **Libros para imaginar**, **3 Abejas** (qui publie exclusivement des albums pour les plus jeunes), **Petra ediciones** (maison basée à Guadalajara).

### Romans pour adolescents

Les éditeurs mexicains développent de plus en plus de collections de romans pour adolescents et jeunes adultes, secteur aujourd'hui largement dominé par les best-sellers nord-américains. On retrouve par exemple une collection de ce type au **FCE** (collection « A traves del Espejo »), au sein du catalogue de la maison **CIDCLI** avec la collection « Delta 3 », ou encore chez **El Naranjo** qui a publié en 2017 plusieurs ouvrages dans ce segment.

### Non-fiction

Les éditions **Ariel** (groupe Planeta) publient de nombreux livres de vulgarisation scientifique, de même que la maison de livres scolaires **Limusa**. Le groupe **Océano** – dont la direction éditoriale est à Mexico – propose également une importante collection de livres d'art pour les enfants : « Descubriendo el magico mundo de... » (« À la découverte du monde magique de... »).

Les thématiques plus psychologiques en lien avec le monde des enfants et des adolescents sont également traitées par certains éditeurs : le harcèlement scolaire avec l'ouvrage *Yo te pego, tu me pegas* des éditions **3 Abejas**, un ouvrage consacré à l'enfant bipolaire au **FCE**, etc.

### **Forte exigence sur les qualités littéraires des ouvrages jeunesse**

D'une façon générale, les éditeurs mexicains d'ouvrages pour la jeunesse sont très attentifs et attachés aux qualités littéraires des ouvrages. Le **FCE** et **CIDCLI** sont deux maisons qui ont développé, par exemple, des collections autour d'auteurs adultes reconnus, mobilisés pour écrire des ouvrages jeunesse : le FCE pour sa collection de romans pour adolescents, CIDCLI pour ses albums.

Cette démarche traduit un souci de qualité et une volonté de ne pas proposer des ouvrages « mal écrits » à de jeunes lecteurs « parce qu'ils sont jeunes ». Elle est également le signe d'une préoccupation très présente chez les éditeurs : amener les enfants, dès le plus jeune âge, à poser un regard exigeant et critique sur la qualité littéraire des textes qu'ils lisent et éveiller leur sensibilité. On trouve d'ailleurs également plusieurs collections de poésie pour les enfants au sein des maisons d'édition mexicaines.

- La bande dessinée

Les chiffres du secteur ne permettent pas d'isoler la part que les ouvrages de bandes dessinées occupent au sein du secteur jeunesse. Par ailleurs, certaines bandes dessinées mexicaines sont davantage destinées à un public adulte, ce qui complique encore la vision chiffrée que l'on pourrait avoir de ce secteur.

Néanmoins, on peut s'avancer et supposer que ce genre est en progression. En effet, en 2017, la foire du livre de Guadalajara a ouvert un espace entièrement dédié à la bande dessinée et, depuis 2012, une coopération entre la Communauté de communes du Grand Angoulême et la ville de Zapopan (qui jouxte celle de Guadalajara) a donné lieu à de nombreux échanges entre artistes français et mexicains sur le terrain de la bande dessinée et de l'image animée. Cette coopération a également abouti, en novembre 2017, à la création d'un master bande dessinée à l'université de Guadalajara, formation calquée sur celle proposée par l'École européenne supérieure de l'image de l'université de Poitiers. Par ailleurs, la Secretaría de Cultura a récemment intégré la bande dessinée à son programme Tierra Adentro qui vise à faire émerger de jeunes auteurs mexicains.

La bande dessinée au Mexique s'est initialement exprimée au travers de magazines. La maison historique, en la matière, est la maison **Novaro** qui a publié sous cette forme, entre le début des années 1950 et 1982 – année de la cessation de son activité – les *comics* américains (*Tarzan*, *Superman*, etc.) La revue-série *Karmatron*, de l'auteur mexicain Oscar González Loyola, s'inspirant des superhéros américains, a connu par la suite un important succès et fut éditée à un rythme hebdomadaire sans interruption de 1986 à 1991. Dans un genre plus humoristique, les revues mexicaines *El Transas*, *El Mil Chistes* et surtout *Sensacionales* (revue à forte connotation érotique, de type *L'Écho des Savanes* ou *Actuel*) ont été les piliers de la création mexicaine en bande dessinée jusqu'au début des années 1990. En 1998, plusieurs auteurs mexicains créèrent un collectif : *Taller del Perro*, engagé dans la publication de BD mexicaines. De ce collectif est née la

BD *Operacion Bolívar*, d'Edgar Clément (auteur mexicain, malgré son nom à consonance française), considérée comme « le premier roman graphique mexicain<sup>16</sup> ».

Longtemps, les maisons d'édition ne se sont pas risquées à publier des auteurs locaux, préférant éditer les succès américains et les auteurs mexicains étaient souvent amenés à s'autoéditer. Aujourd'hui encore, la BD mexicaine est caractérisée par beaucoup d'autoédition et une distribution souvent restreinte de type fanzine (faible présence dans les points de vente traditionnels, peu d'exemplaires en circulation, etc.)

Dans ces conditions, les auteurs mexicains de BD se sont assez logiquement tournés vers la publication sur Internet, avec la *webcomic* et certaines maisons d'édition se sont spécialisées sur ce type de publications, comme **Momentum Comics**, qui édite aujourd'hui également certains titres en version papier. Plusieurs *webcomics* ont d'ailleurs été publiés récemment en versions papier comme *Bunsen* ([www.busencomics.com](http://www.busencomics.com)) dont certains titres sont édités chez **La Cifra editorial**, ou *Cindy y la Regia* de Ricardo Cucamonga ([www.ricardocucamonga.com](http://www.ricardocucamonga.com)), série qui a donné lieu à quelques titres papier édités chez **Grijalbo** (Penguin Random House México).

Dans la production locale de BD papier se trouvent les titres de la série *Cristobal el Brujo* publié par le collectif Ensemble Comic, qui relate les aventures de Cristobal, sorcier-aventurier qui s'attelle à résoudre les conflits entre le monde des humains et celui de créatures fantastiques issues des légendes mexicaines. **Resistencia**, **Jus ediciones**, **La Cifra editorial**, **Producciones Balazo**, **Aztecas**, sont autant de maisons qui publient aujourd'hui des bandes dessinées au Mexique, souvent de façon confidentielle, mais avec la volonté de donner à ce genre un support de qualité et une meilleure visibilité.

Si ces éditeurs s'inscrivent dans une lignée très alternative, voire contestataire, on trouve également des bandes dessinées plus classiques chez d'autres éditeurs. Ainsi, le groupe **Océano** propose un important catalogue, avec par exemple la série *Greg* de Jeff Kinney ou *Calvin et Hobbes* de Bill Watterson. On retrouve également au catalogue de cet éditeur *Le Petit Prince* et *Petit Vampire*, de Joann Sfar, de même que Bef, alias Bernardo Fernández, l'un des auteurs mexicains les plus reconnus dans le secteur.

Depuis quelques années, certains éditeurs généralistes ont par ailleurs publié des romans graphiques. C'est le cas de **Sexto Piso**, par exemple, qui a entamé l'édition d'une série graphique consacrée à Che Guevara. Les trois tomes parus sont illustrés par José Hernández, un caricaturiste très connu. L'une des meilleures ventes 2017 de cet éditeur est par ailleurs la Bible de Frédéric Boyer et Serge Bloch. **La Cifra editorial** publie également des bandes dessinées : *Grito de victoria* de Augusto Mora, *Salón destino* de Carlos Vélez – deux auteurs mexicains – *Le Chercheur fantôme*, de Robin Cousin, traduit du français (éditions FLBLB).

---

<sup>16</sup> Pour plus d'information sur la bande dessinée mexicaine, lire l'article de Rodrigo Vidal Tamayo « Actualidad del comic mexicano : una revision », [Yucatancultura.com](http://Yucatancultura.com), 28 septembre 2017.

## L'édition de sciences humaines et sociales

- Chiffres clés

Si l'on y associe les ouvrages de droit, le secteur des sciences humaines et sociales représente un peu moins de 7 % du chiffre d'affaires de l'édition, soit environ 33,2 millions d'euros en 2016.

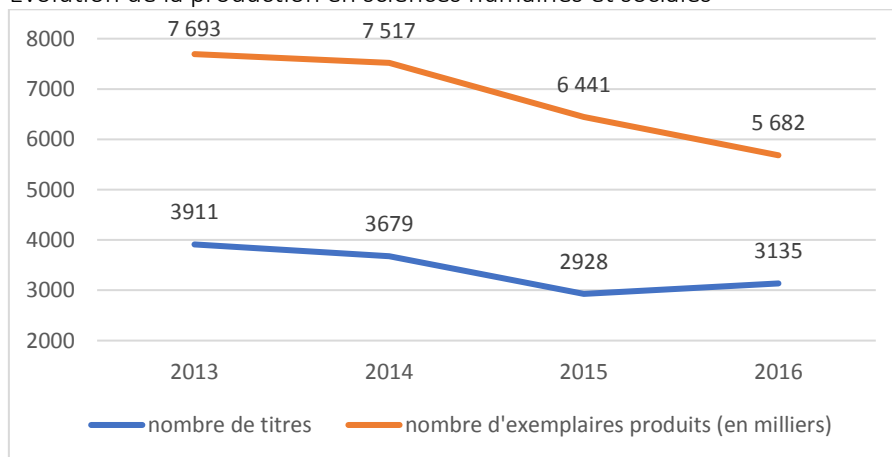
La production en sciences humaines et sociales se répartit comme suit :

	nombre de titres	nombre d'ex. produits (en millions)	CA (en millions d'euros)
sciences humaines et sociales	1 194	3	13,2
économie, finance, entreprise	1 038	1,3	13
droit	903	1,4	7
<b>Total</b>	<b>3 135</b>	<b>5,7</b>	<b>33,2</b>

Source : Caniem, 2016.

La production en sciences humaines a tendance à diminuer, aussi bien en nombre de titres qu'en nombre d'exemplaires produits ; le chiffre d'affaires du secteur a chuté de plus de 11 % entre 2013 et 2016.

### Évolution de la production en sciences humaines et sociales



Source : Caniem, 2016.

- Tendances et enjeux du secteur

La production de ce secteur se décline sur un large spectre allant de la production académique jusqu'à une production très grand public, voire des ouvrages proches du secteur pratique.

Ce sont sans doute les thématiques économiques qui dominent la production en SHS ; elles sont très représentées, notamment avec des ouvrages très critiques des politiques économiques mexicaines (chez **Era** et **Siglo XXI** par exemple). Les ouvrages d'histoire sont dans l'ensemble

focalisés sur l'histoire mexicaine récente ; quant aux ouvrages d'anthropologie, ils sont presque exclusivement consacrés aux civilisations précolombiennes.

### Les ouvrages les plus grand public

On trouve par exemple, dans le registre de la non-fiction commerciale, un ouvrage comme *Pequeño cerdo capitalista. Finanzas personales para hippies, yuppies y bohemios* (titre que l'on pourrait traduire par : « Petit cochon capitaliste : finances personnelles pour les hippies et les bobos », faisant référence ici au conte des *Trois petits cochons*) de l'auteure mexicaine Sofía Macías, paru chez **Aguilar** (2011, groupe PRH). Cet ouvrage a atteint des ventes supérieures à 100 000 exemplaires en moins de deux ans d'exploitation et a été suivi par *Pequeño cerdo capitalista : inversiones personales para hippies, yuppies y bohemios*.

### Problématiques contemporaines traitées sous un angle académique

La jeune maison **Grano de Sal** a pour ambition de combler l'espace entre ouvrages académiques de recherche et ouvrages journalistiques sur des thèmes d'actualité en proposant des ouvrages portant sur des problématiques contemporaines, écrits par des universitaires, et susceptibles d'alimenter les débats qui traversent la société mexicaine. Cette maison, créée par l'ancien directeur du Fondo de Cultura Economica, a publié ses quatre premiers titres fin 2017. Parmi ceux-ci, *Ingreso Basico (Allocation universelle, La Découverte)* de Philippe Van Parijs et Yannick Vanderborght, sur la question du revenu universel. La maison Grano de Sal accorde une importance particulière à la promotion de ses ouvrages et organise d'importantes tournées d'auteurs, avec de nombreux débats.

On trouve également des ouvrages pouvant se rapprocher de ce type de publications au **FCE**, ou bien chez **Debate** et **Taurus**, par exemple.

### Les coéditions et les préventes pour les ouvrages académiques

Les éditeurs de sciences humaines académiques s'appuient souvent sur des coéditions avec les presses universitaires ou avec le FCE pour mener à bien leurs projets éditoriaux. Mais certains d'entre eux renoncent à ces alliances, notamment avec les presses universitaires. C'est le cas par exemple des éditions **Herder** – succursale d'une maison allemande implantée au Mexique depuis 2002 et développant son catalogue propre – qui estime que les coéditions avec les presses universitaires sont désavantageuses pour l'éditeur privé. En effet, dans certains cas, les presses universitaires paient une partie des frais d'édition avec l'éditeur privé, mais distribuent gratuitement aux étudiants l'ouvrage coédité. Or, le lectorat de ces ouvrages académiques étant précisément le public étudiant – de façon presque exclusive – une telle démarche ruine presque tout espoir de ventes.

Certains éditeurs d'ouvrages de sciences humaines et sociales recherchent par ailleurs des préventes (auprès d'ONG, d'instituts de recherche, etc.) C'est le cas, par exemple, des jeunes éditions **Grano de Sal** qui préventent la totalité du premier tirage d'un ouvrage avant publication en proposant une remise de l'ordre de 50 %.

## L'édition d'art et pratique

- Quelques chiffres

Les principaux chiffres du secteur sont les suivants :

	exemplaires produits		titres		CA	
	nb. d'ex*	% du total	nb. titres	% du total	CA (M€)	% du total
art	0,1	0,1	34	0,1	0,8	0,2
style de vie	1,8	1,4	641	2,6	4,9	1
santé et dev. perso.	3,7	2,7	942	3,8	14,3	2,9
<b>Total</b>	<b>5,6</b>	<b>4,2</b>	<b>1 617</b>	<b>6,5</b>	<b>20</b>	<b>4,1</b>

\* en millions

Source : Caniem, 2016.

- Quelques tendances

### Les livres d'art

Les livres d'art sont très peu présents dans les rayons des librairies. La production fait très majoritairement l'objet de ventes directes, auprès d'entreprises privées qui demandent des personnalisations et en font cadeaux, ou auprès des musées.

La maison d'édition **Artes de México** est sans doute la plus reconnue du secteur. Sa revue connaît une renommée telle que les encarts publicitaires y figurant sont créés spécifiquement par les entreprises pour correspondre au sujet traité dans le numéro de la revue. Les thématiques abordées par les ouvrages de Artes de México sont des thématiques mexicaines et les livres d'art font tous l'objet d'un partenariat avec un commanditaire (*patrocinador*).

On trouve également des livres d'art aux éditions **Era** (principalement de la photo), dans le catalogue des éditions **Siglo XXI** (essentiellement sur la peinture mexicaine), aux éditions **Trilce**, ou chez **Caja de cerillos**, qui propose surtout des livres d'artistes. Le secteur est également composé d'un certain nombre de studios graphiques qui se consacrent exclusivement aux ventes directes et aux partenariats, sans développer d'activité en tant qu'éditeur commercial.

### Les ouvrages de développement personnel

Ces ouvrages constituent la composante majeure du secteur Art/Pratique : 66 % des exemplaires produits, 64 % des titres publiés et 70 % du CA du secteur. On les retrouve au sein des catalogues des grands groupes, même si certains éditeurs indépendants en publient, comme **Textofilia**. Les auteurs mexicains sont assez bien représentés et connaissent souvent un franc succès parce qu'ils sont très médiatisés.

De nombreux ouvrages de développement personnel font appel à des références religieuses. Parmi les meilleures ventes récentes, la série *Una vida con ángeles* de Tania Karam (auteure mexicaine) chez **Alamah** (groupe Penguin Random House). Il s'agit d'ouvrages qui, en s'appuyant sur des préceptes catholiques, recensent de petites phrases à lire chaque matin pour être guidé dans sa journée par les « anges ». Un nouveau titre de la série est publié chaque année, avec de nouvelles phrases, et il existe d'autres déclinaisons. On trouve également dans cette même lignée, mais sous un autre angle, le best-seller des éditions **Urano** : *Los Cuatros acuerdos* de Miguel Ruiz, qui propose un guide de vie en accord avec les croyances toltèques (le peuple

tolèque est un peuple précolombien dont la civilisation a pour territoire la région de Teotihuacan, à côté de Mexico).

### **Les ouvrages de cuisine**

Il y a assez peu d'ouvrages de cuisine. **Larousse**, le **FCE** ou **Artes de Mexico** proposent des livres dédiés aux traditions culinaires mexicaines.

### *L'édition en langues indigènes*

Plus de soixante-huit langues indigènes sont parlées au Mexique et plusieurs maisons mexicaines proposent des titres en version bilingue (avec l'espagnol). C'est le cas, par exemple des éditions **Pluralia** qui ont récemment lancé une collection d'ouvrages de poèmes contemporains en langue indigène accompagnés de leur traduction en espagnol. On trouve également des ouvrages en langues indigènes aux éditions **3 Abejas** (jeunesse), ou aux éditions **Resistencia**. Ces ouvrages bénéficient souvent du soutien du gouvernement et font fréquemment l'objet d'acquisitions par les écoles ou les bibliothèques implantées dans les régions où ces langues sont parlées.



## COMMERCIALISATION ET PROMOTION

---

### > La commercialisation

L'une des grandes faiblesses de la chaîne du livre au Mexique est sans doute le manque de points de vente. Les ventes directes représentent plus de la moitié des exemplaires vendus, ce qui est à la fois une cause et une conséquence du faible nombre de librairies.

#### *La diffusion-distribution*

Les maisons d'édition mexicaines assurent généralement elles-mêmes la diffusion-distribution de leurs ouvrages : les maisons d'édition indépendantes qui avaient par le passé recours à un diffuseur ont pour la plupart abandonné ce système, car les diffuseurs conservaient des marges importantes pour des résultats décevants. Or, étant donné le faible nombre de points de vente, une internalisation de la diffusion-distribution est envisageable au Mexique. Néanmoins, certains nouveaux éditeurs peinent parfois à placer leurs ouvrages en librairies et font appel, au démarrage de leur activité, à un diffuseur-distributeur qui retiendra environ 65 % du prix de vente du livre (incluant la remise libraire). Le principal diffuseur-distributeur est la société Colofón. Les grands groupes, comme Penguin, ont leurs propres équipes de diffusion, mais font appel à une entreprise externe pour la distribution.

Le système mexicain le plus fréquent est celui de la consignation : les livres sont laissés en dépôt chez les librairies et ne sont payés aux éditeurs qu'au moment où ils sont vendus. Les invendus sont retournés à l'éditeur dans un délai moyen de trois mois. La remise libraire est de 40 % en moyenne, mais varie en fonction de l'éditeur et de la librairie : les grandes chaînes de librairies demandent souvent une remise supérieure, les grands éditeurs ont souvent la possibilité de proposer des remises libraires inférieures et négocient parfois des ventes fermes. Le taux de retour moyen est de 45 %, mais peut être beaucoup plus élevé, notamment concernant les nouveautés en romans. Les ventes à l'export sont des ventes fermes, donc les taux de remise sont plus élevés.

Il n'existe pas de plateforme mutualisée pour la distribution des ouvrages (de type Prisme), notamment vers les librairies des états les plus éloignés de Mexico, villes où sont situés les entrepôts de stockage des éditeurs. Ainsi, ces librairies éloignées de Mexico doivent absorber des coûts de transport parfois très élevés et ne peuvent, en théorie, plus les répercuter sur les prix de vente des ouvrages depuis la loi sur le prix unique.

## *Les canaux de commercialisation*

- Répartition des ventes selon le canal de commercialisation

L'une des particularités de la chaîne du livre au Mexique est l'importance des ventes directes : ventes au gouvernement, ventes aux écoles, ventes durant les foires du livre, etc. Le premier acheteur de livres en nombre d'exemplaires est le gouvernement : il a acheté, en 2016, 32 % des exemplaires vendus. Ces achats concernent en premier lieu les ouvrages scolaires, mais aussi les ouvrages *trade* pour les bibliothèques publiques. Si l'on ajoute aux achats du gouvernement les ventes aux écoles, les ventes aux entreprises privées et les foires du livre (la plupart des éditeurs participant aux foires du livre y commercialisent directement leurs ouvrages), alors le nombre d'exemplaires vendus en direct par les éditeurs représente plus de la moitié de l'ensemble des exemplaires vendus sur l'année (53 %).

Ces ventes directes sont très recherchées par les éditeurs qui réussissent ainsi à écouler une part importante de leur production de façon définitive (ce sont des ventes fermes). Mais elles sont, dans le même temps, autant de ventes qui échappent aux librairies. Or, si les éditeurs recherchent ces ventes directes, c'est précisément parce que le réseau de libraires est peu dense et qu'ils ne peuvent compter sur ce seul canal de commercialisation. Mais comment espérer que de nouvelles librairies voient le jour si plus de la moitié des exemplaires vendus le sont sans leur intermédiaire ? La question de l'achat des manuels scolaires et celle des programmes d'achat pour les bibliothèques en direct aux éditeurs est notamment pointée du doigt par de nombreux acteurs du livre : elles représenteraient des ventes importantes et régulières pour les librairies, et constitueraient une ressource sûre pour ces points de vente, ce qui pourrait encourager la création de nouvelles librairies dont le Mexique a tant besoin. Les ventes aux écoles, qui se font soit via les foires organisées par les écoles elles-mêmes, soit via le *plan lector* (cf. p 48) sont également des ventes directes. Non seulement elles échappent aux librairies, mais elles ancrent l'habitude que le livre vient aux écoliers et éloignent ces futurs lecteurs du « réflexe de la librairie ».

En chiffre d'affaires, la répartition entre canaux de commercialisation est un peu différente. Les ventes au gouvernement ne représentent que 12 % du CA du secteur, car il achète les manuels à un prix très bas ; c'est sur les quantités que les éditeurs scolaires réalisent leurs marges. Les ventes aux librairies représentent, elles, 35,5 % du chiffre d'affaires total.

Répartition des ventes en nombre d'exemplaires selon le canal de commercialisation

canal de commercialisation	nb d'ex. vendus (en millions)	% du total des ex. vendus	CA (millions d'euros)	% du CA total
librairies	32,7	24	172,3	35,5
grands magasins, supermarchés	9,1	6	32,4	6,7
foires du livre	1,2	1	6,6	1,4
ventes au gouvernement	43,8	32	57,7	11,9
ventes aux écoles	23,3	17	138,4	28,5
ventes aux entreprises privées	2,6	2	15,7	3,2
ventes <i>via</i> des points de vente propres	8,5	6	15	3,1
ventes par Internet	0,2	0	1,5	0,3
exportations	9,5	7	37,3	7,7
autres	6,2	5	8,5	1,7
<b>Total</b>	<b>137,4</b>	<b>100</b>	<b>485,4</b>	<b>100</b>

Source : Caniem, 2016.

### La librairie

- Données clés

D'après l'enquête réalisée par l'INEGI, seulement 17,8 % de la population de plus de 18 ans s'est rendue dans une librairie durant l'année 2016. C'est une proportion très faible qui met en évidence le manque d'habitude de la population, mais aussi – les deux éléments étant liés – la faiblesse du nombre de librairies au Mexique.

En effet, selon le dernier rapport statistique consacré aux points de vente de livres publiés en 2014 par la Caniem, le Mexique compterait 1 204 points de vente de livres pour près de 130 millions d'habitants. Sont comptabilisés dans ce rapport, outre les points de vente exclusivement dédiés au livre :

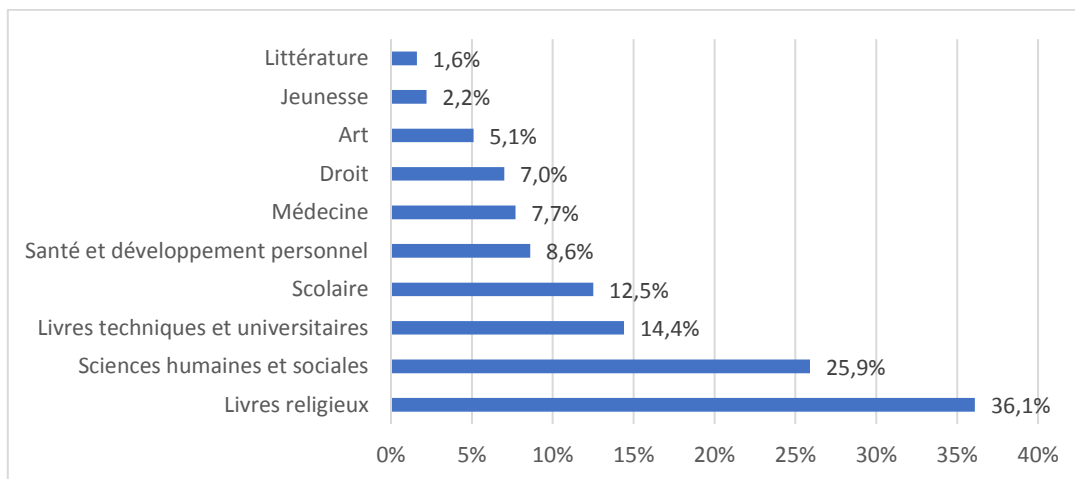
- les papeteries-librairies qui réalisent entre 30 et 70 % de leur chiffre d'affaires avec la vente de livres ;
- les magasins de vente de produits culturels (musique, DVD, revues, artisanat, etc.) dont la vente de livres représente moins de 50 % du chiffre d'affaires.

En réalité, rares sont les éditeurs, y compris parmi les grands groupes les mieux diffusés, qui déclarent être présents dans plus de 900 points de vente à travers le pays.

Parmi les chiffres clés présentés dans le rapport précité, nous pouvons retenir que :

- 31 % des points de vente recensés dans le rapport de la Caniem sont situés dans la ville de Mexico, de même que 48 % des librairies dites traditionnelles (hors librairies universitaires, librairies de maisons d'édition, papeteries-librairies et magasins de vente de produits culturels) ;

- 19 % de ces points de vente sont des librairies de maisons d'édition (Siglo XXI, Herder sont, par exemple, des éditeurs qui disposent des points de vente propres, spécialisés en SHS dans ces deux cas) ;
- 43 % de ces points de vente sont situés dans des centres commerciaux ;
- la taille moyenne de ces points de vente est de 180 m<sup>2</sup> environ, 33 % des points de vente recensés disposent d'une surface inférieure à 50 m<sup>2</sup> ;
- 23 % des librairies sont des librairies spécialisées. La répartition des spécialisations de ces librairies est la suivante :

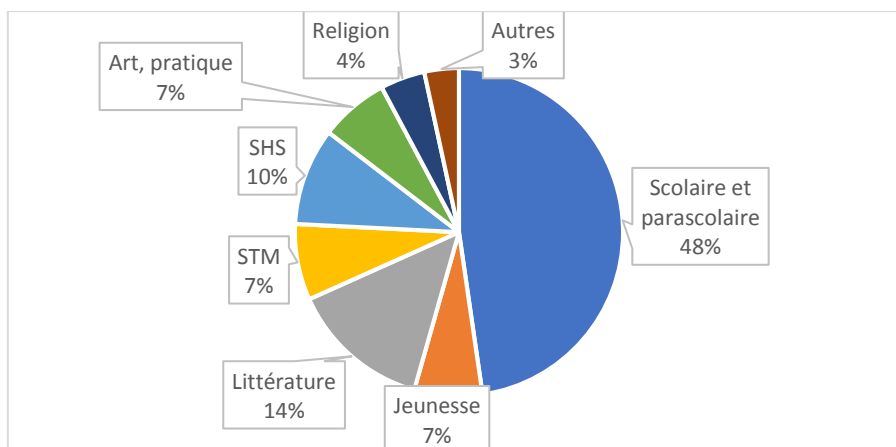


Source : Caniem, 2016.

Le nombre d'exemplaires vendus via les librairies est en baisse constante depuis plusieurs années : 39 millions d'exemplaires en 2012, 32,7 millions en 2016. Parallèlement, la part du chiffre d'affaires réalisée par les librairies a connu des variations en dents de scie durant les cinq dernières années, sans que cela permette une réelle analyse. On peut néanmoins noter une diminution de 9 % de la part du CA librairies entre 2015 et 2016.

Près de 50 % des ventes réalisées en librairies concernent des ouvrages scolaires et parascolaires, contre à peine 14 % pour la littérature.

Répartition de ventes réalisées en librairies, par thématique éditoriale



Source : Caniem, 2016.

Les librairies proposent généralement de répondre aux demandes spécifiques des clients et peuvent obtenir les titres recherchés s'ils ne sont pas en rayon. Mais les temps de commande sont souvent assez longs : entre 5 et 10 jours. Beaucoup de clients préféreront effectuer la commande auprès d'Amazon qui les livrera à domicile, sans surcoût de frais de transport (pour la ville de Mexico) et plus rapidement.

Enfin, il faut préciser qu'il n'existe pas au Mexique de système de type Dilicom qui centralise toutes les données bibliographiques des ouvrages pour les commandes librairies : chaque chaîne, chaque librairie ayant son propre système, les éditeurs doivent multiplier les saisies.

Face à ce problème de pénurie de librairies, deux options sont aujourd'hui avancées, soit de façon complémentaire et concomitante, soit de façon successive – la priorité étant donnée alternativement à l'une ou à l'autre – selon les interlocuteurs interrogés :

- renforcement et optimisation de l'application de la loi sur le prix unique avec mise en place d'une sanction en cas de non-observation ; élaboration d'une réglementation sur les taux de remise éditeurs-libraires et création de solutions de distribution mutualisées. Selon les tenants de cette option, c'est la « bonne » application du prix unique du livre qui est déterminante pour la création de points de vente ;
- ouverture de points de vente par les pouvoirs publics pour créer les conditions de naissance d'un marché. Selon les professionnels réclamant cette mesure, il faut avant tout créer un marché ; sa réglementation viendra dans un second temps.

### *Les principales chaînes de librairies*

Les principales chaînes de librairies au Mexique sont les suivantes :

chaînes de librairies	nb de points de vente	localisation des points de vente
Educal	108	Partout au Mexique
Porrúa	69	Dans 16 états (dont 25 points de vente dans la ville de Mexico)
Trillas	52	Dans 23 états
Gandhi	37	Dans 13 états
Gonvill	27	Principalement dans l'état de Jalisco
Fondo de Cultura Economica	28	Dans 11 états
Librairies Casa del Libro	22	Ville de Mexico et état de Mexico
Sotano	22	Dans 6 états
Iztacihuatl	21	Pour moitié dans l'état du Nuevo León
Dante	17	Principalement dans l'état du Yucatan
Michoacán	9	Dans l'état du Michoacán
El Péndulo	7	Uniquement dans la ville de Mexico

Au total, ces chaînes représentent environ 420 points de vente. Si l'on estime que le nombre de points de vente est d'environ 900 – chiffre avancé par les éditeurs –, elles représentent environ la moitié. La répartition du CA réalisé via les chaînes de livres et *via* les librairies indépendantes

n'est pas connue, mais on peut supposer qu'elle est totalement déséquilibrée en faveur de ces grandes chaînes.

Selon de nombreux éditeurs, le nombre de points de vente au Mexique n'a pas diminué ces dernières années : ce résultat aurait été atteint grâce à l'ouverture, par les chaînes, de magasins compensant la fermeture de librairies indépendantes. Mais, de cette façon, le nombre d'interlocuteurs-libraires s'est resserré, limitant les marges de négociation des éditeurs.

D'après certains professionnels du livre, la loi sur le prix unique aurait paradoxalement entraîné la montée en puissance des chaînes de librairies comparativement aux librairies indépendantes. En effet, certains affirment que la fin, ou la baisse des réductions accordées aux clients finaux par les grandes chaînes de librairies depuis l'adoption de la loi ne se serait pas accompagnée d'une renégociation des conditions de remises entre éditeurs et librairies. De fait, il n'y a aucune réglementation sur la question des remises éditeurs-libraires, ce que certains professionnels appellent pourtant de leurs vœux afin de ne pas donner une importance excessive aux remises quantitatives – favorisant les grandes chaînes – par rapport aux remises qualitatives. Ainsi, avec la loi sur le prix unique, les grandes chaînes auraient vu leurs marges augmenter considérablement, leur permettant d'ouvrir de nouveaux points de vente et d'intensifier la concurrence avec les librairies indépendantes. Les librairies indépendantes, qui n'étaient pas (ou peu) en mesure d'accorder de réductions aux clients finaux n'auraient pas bénéficié de cet appel d'air.

- Le réseau d'État Educal

Le réseau de librairies Educal est un réseau d'État qui compte plus de cent librairies disséminées dans tout le pays. C'est le plus fort maillage du pays. Les librairies Educal commercialisent les livres publiés ou coédités par les organismes publics ainsi que les livres de l'industrie privée. Souvent, les gouvernements locaux souhaitent l'ouverture d'une librairie Educal dans leur région. Même si les librairies Educal répondent aux commandes particulières de leurs clients, la majorité de leurs fonds est achetée de manière centralisée par le siège, qui se charge de la comptabilité et du règlement des fournisseurs. Malgré leur potentiel – et notamment le fait qu'elles soient réparties sur tout le territoire –, ces librairies semblent ne pas répondre aux attentes de l'industrie éditoriale privée et ne pas être suffisamment réactives à la demande.

En 2017, le réseau Educal a connu de grandes difficultés financières. Beaucoup d'éditeurs ne parvenaient pas à obtenir le paiement des livres vendus par la chaîne, à tel point que la Caniem a dû mettre en place une concertation et un moratoire pour échelonner les paiements.

- Les librairies El Péndulo

C'est la dernière-née des chaînes de librairies : premier magasin ouvert en 1993, sept points de vente aujourd'hui, tous à Mexico. Les librairies El Péndulo se distinguent des autres points de vente de livres en proposant également de la restauration, de la vente de DVD, de CD et d'objets artisanaux. Elles organisent régulièrement des événements culturels : présentations d'ouvrages, mais aussi concerts, expositions, etc.

- Les librairies universitaires

Les universités disposent généralement de leurs propres librairies. Il existe par exemple six librairies de l'UNAM : trois installées sur le campus même de l'université, trois en dehors. Dans ces librairies, on trouve la production des presses de l'UNAM et une sélection de titres d'autres éditeurs. Les étudiants bénéficient d'une réduction de 50 %.

- L'association de librairies mexicaines (ALMAC)

Depuis 2015, l'association des librairies mexicaines, jusque-là très peu active, entend défendre les intérêts de libraires dans la chaîne du livre. La première revendication de cette association est le changement de régime fiscal (cf. p 14). Le président de l'association est Rodrigo Perez Porrúa, directeur de la chaîne de librairies Porrúa.

- Les grands magasins et les supermarchés

La place qu'occupent les grandes surfaces généralistes dans la vente de livres est plutôt stable – voire en légère baisse – en termes de part du CA sur les cinq dernières années. On distingue deux types de grandes surfaces :

- les *tiendas de autoservicio* : ce sont les supermarchés en périphérie des villes (Walmart par exemple) ;
- les *tiendas departamentales* : ce sont les grands magasins installés en centre-ville. Les deux principales chaînes de ce type sont les Sanborns (équivalent de Monoprix, qui disposent de plus de 300 points de vente dans le pays) et les magasins Liverpool (ressemblant davantage aux Galeries Lafayette).

Ces grandes surfaces proposent peu de titres à la vente (uniquement les best-sellers), mais les commandent en grande quantité. La remise demandée aux éditeurs par ces magasins est généralement supérieure à celle demandée par les librairies. Ce sont des magasins qui n'offrent aucun service de conseil et qui diluent le livre dans une logique d'achat plus large (alimentation, habillement, décoration, etc.). Ces points de vente sont presque inaccessibles pour les éditeurs indépendants. Or, étant donnée la faiblesse du réseau de librairies, les Sanborns sont souvent les seuls points de vente de livres dans de nombreuses villes. Près de 31 % des ventes réalisées par ces points de vente concernent la littérature, 17 % sont des titres de développement personnel et de *self-help*, 14 % sont des ouvrages jeunesse.

## > La promotion

Le Mexique est « un pays de foires du livre » : ces événements sont essentiels à la circulation des ouvrages dans le pays et à la promotion des auteurs.

### *Les moyens de communication et de promotion*

Les grands groupes achètent des encarts publicitaires dans les journaux et font des campagnes d'affichage, à la différence des éditeurs indépendants qui ne disposent pas des fonds nécessaires. Il n'existe, par ailleurs, pas de média spécialisé sur le livre : aucune émission de radio, de télévision, aucun supplément de journal n'est dédié exclusivement à l'actualité éditoriale. C'est par le détour des sujets d'actualité abordés par les médias que les éditeurs parviennent à organiser des interviews de leurs auteurs. Par ailleurs, les réseaux sociaux constituent désormais un moyen de communication incontournable. Enfin, certains éditeurs publient leur propre revue, comme les éditions Sexto Piso qui éditent une revue mensuelle présentant leurs ouvrages, mais aussi certains ouvrages d'autres éditeurs, et qui est distribuée gratuitement en librairie. Pour les éditions Sexto Piso, cette revue est le principal outil marketing.

Les éditeurs organisent par ailleurs régulièrement des présentations d'ouvrages, soit en librairie, soit dans leurs propres locaux lorsqu'ils disposent de salles pouvant accueillir ce genre d'événements, comme c'est le cas des éditions Era, par exemple.

Les prix littéraires ayant un impact sur les ventes sont les prix littéraires de l'industrie espagnole.

### *Les foires et salons*

Il y a beaucoup de foires du livre organisées au Mexique : foire du livre d'art, foire du livre de théâtre, foire du livre jeunesse, du livre indépendant, foire des éditeurs universitaires, etc. Chaque ville, chaque région organise sa propre foire, avec souvent le soutien de la Secretaría de Cultura.

Certains éditeurs organisent eux-mêmes des foires du livre, comme Almadia qui est organisateur de la foire du livre de Oaxaca – où se trouve le siège de la maison.

Ces foires sont essentielles pour que les Mexicains aient accès aux ouvrages, mais elles représentent pour les éditeurs des coûts importants et demandent énormément de temps d'organisation.

Les deux plus importantes foires du livre sont sans doute la foire de Guadalajara – qui est la plus importante du monde hispanophone – et la Feria internacional de libro Infantil y juvenil (FILIJ, organisée par la Secretaría de Cultura). La France a été invitée de la FILIJ en 2015 et le BIEF est présent tous les ans à la foire du livre de Guadalajara.



## ANNUAIRES

---

### > Maisons d'édition

NB : cet annuaire ne recense que quelques-unes des maisons d'édition mexicaines. Pour des annuaires plus complets, on consultera avec profit le répertoire des adhérents de la Caniem ([www.caniem.com/es/directorio-de-afiliados](http://www.caniem.com/es/directorio-de-afiliados)) et le catalogue des maisons d'édition affiliées à l'AEMI ([aemimx.com](http://aemimx.com)).

#### **Aldus Editorial**

*La maison Aldus est née en 1989 et publie principalement des ouvrages de poésie, des romans, des essais, de la philosophie et quelques livres d'art. Ces dernières années, la production de la maison a considérablement diminué.*

[www.alduseditorial.wordpress.com](http://www.alduseditorial.wordpress.com)

Mexico

Contact : Gerardo González, éditeur  
[editorial\\_aldus@hotmail.com](mailto:editorial_aldus@hotmail.com)

#### **Alias**

*Maison d'édition de livres d'art, dédiés principalement à l'art contemporain.*

[www.aliaseditorial.com](http://www.aliaseditorial.com)

Mexico

Contact : Damián Ortega, directeur  
[informes@aliaseditorial.com](mailto:informes@aliaseditorial.com)

#### **Almadía**

*Après une petite quinzaine d'années d'existence, Almadía s'est imposée comme l'une des maisons d'édition de littérature les plus prometteuses au Mexique. On retrouve au catalogue des romans, de la poésie, des essais, des chroniques.*

[www.almadia.com.mx](http://www.almadia.com.mx)

Oaxaca

Contact : Guillermo Quijas-Corzo, directeur  
[guillermoquijas@almadia.com.mx](mailto:guillermoquijas@almadia.com.mx)

#### **Amaquemecan**

*L'une des plus anciennes maisons d'édition jeunesse (création en 1982), qui propose notamment beaucoup d'albums.*

[https://es-](https://es-la.facebook.com/EditorialAmaquemecan/)

[la.facebook.com/EditorialAmaquemecan/](https://es-la.facebook.com/EditorialAmaquemecan/)  
Mexico

Contact : Juan José Salazar Embarcadero,  
directeur

[amaquemecan@telmexmail.com](mailto:amaquemecan@telmexmail.com)

#### **Arlequin**

*Fondée en 1994 à Guadalajara, cette maison, aujourd'hui très reconnue, publie principalement de la littérature contemporaine.*

[www.arlequin.mx](http://www.arlequin.mx)

Guadalajara

Contact : Felipe Ponce, directeur

[arlequin@arlequin.mx](mailto:arlequin@arlequin.mx)

#### **Artes de Mexico**

*Il s'agit de la principale maison indépendante de livres d'art. Initialement une revue d'art, la maison édite aujourd'hui des livres d'art et des ouvrages académiques consacrés à l'art.*

[artesdemexico.com](http://artesdemexico.com)

Mexico

Contact : Margarita de Orellana, directrice  
[direccion@artesdemexico.com](mailto:direccion@artesdemexico.com)

### **Bonilla Artigas Editores**

*Il s'agit d'une maison d'édition d'ouvrages académiques. Les auteurs sont des chercheurs/universitaires mexicains et, depuis quelques années, étrangers. Bonilla est également une librairie spécialisée dans les SHS, qui propose essentiellement des ouvrages importés.*

[www.libreriabonilla.com.mx](http://www.libreriabonilla.com.mx)

Mexico

Contact : Juan Benito Artogas Albarelli,  
directeur  
editorial@bonillaartigaseditores.com.mx

### **Cal y Arena**

*Depuis environ trente ans, la maison publie surtout des romans mexicains, des chroniques et, plus récemment, des essais politiques.*

[www.edicionescalayarena.com.mx](http://www.edicionescalayarena.com.mx)

Mexico

Contact : Rafael Pérez Gay, directeur  
lucirene@edicionescalayarena.com.mx

### **Canta Mares**

*Créée en 2014 par deux anciens étudiants en français, la maison édite uniquement des traductions d'ouvrages français.*

*Les fondateurs assurent eux-mêmes la traduction des ouvrages qu'ils publient.*

[www.cantamares.mx](http://www.cantamares.mx)

Mexico

Contact : Pedro Hugo Alejandrez Muñoz,  
directeur  
pedroh.alejandrez@cantamares.mx

### **CIDCLI**

*Une des maisons pionnières dans le secteur jeunesse, CIDCLI (créée en 1980) publie aujourd'hui environ huit titres par an, dont une traduction. CIDCLI propose aussi bien des albums que des romans pour adolescents et de la non-fiction.*

[www.cidcli.com](http://www.cidcli.com)

Mexico

Contact : Elisa Castellanos, directrice  
adjointe  
elisa@cidcli.com

### **Colegio de México**

*Les presses universitaires du Colegio de México publient plus de cent titres par an. La collection « Historias mínimas » rencontre un certain succès commercial : elle propose de retracer en un ouvrage synthétique l'histoire de différents pays, des phénomènes historiques, sociaux, culturels (ex. : La Russie, Israël, La guerre civile espagnole, La littérature mexicaine au XX<sup>e</sup> siècle, etc.)*

[libros.colmex.mx](http://libros.colmex.mx)

Mexico

Contact : Gabriela Said Reyes, directrice des publications  
gsaid@colmex.mx

### **Editorial Ítaca**

*Maison d'édition spécialisée en sciences humaines et sociales, Ítaca coédite de nombreux ouvrages avec des presses universitaires.*

[editorialitaca.com.mx](http://editorialitaca.com.mx)

Mexico

Contact : David Moreno Soto, directeur  
ed.itaca.mex@gmail.com

### **Editorial Praxis**

*Créée en 1981, la maison Praxis est spécialisée dans l'édition de poésie, mais édite également des nouvelles, du théâtre, des chroniques, etc.*

[www.editorialpraxis.com](http://www.editorialpraxis.com)

Mexico

Contact : Carlos López, directeur  
carloslopez@editorialpraxis.com

### **El Ermitaño**

*La maison publie des ouvrages jeunesse ainsi que des titres de poésie, des nouvelles, des romans et des essais. Elle est équipée en interne pour réaliser des travaux d'impression numérique et développe des services d'impression à la demande pour d'autres maisons d'édition mexicaines.*

[www.edicionesdelermitano.com](http://www.edicionesdelermitano.com)

Mexico

Contact : Alejandro Zenker, directeur  
az@edicionesdelermitano.com

### **El Naranjo**

*Maison d'édition d'ouvrages jeunesse.*

[www.edicioneselnaranjo.com.mx](http://www.edicioneselnaranjo.com.mx)

Mexico

Contact : Ana Laura Delgado, directrice  
paulina.elnaranjo@gmail.com

### **Elefanta editorial**

*La maison publie des essais, des romans, ainsi que quelques livres d'art.*

[www.elefantaeditorial.com](http://www.elefantaeditorial.com)

Mexico

Contact : Emiliano Becerril Silva, directeur  
info@elefantaeditorial.com

### **Era**

*La maison existe depuis 1960 et publie aujourd'hui vingt à vingt-cinq titres par an. C'est l'une des maisons indépendantes historiques qui édite romans, nouvelles, chroniques, ouvrages de poésie, d'histoire, d'anthropologie, d'art et livres pour enfants.*

[www.edicionesera.com.mx](http://www.edicionesera.com.mx)

Mexico

Contact : Marcelo Uribe, directeur  
edicionesera@edicionesera.com.mx

### **FCE**

*La vocation du FCE était de publier les grands textes fondamentaux de l'économie. Le FCE, créé en 1934, a ensuite ouvert son catalogue aux SHS puis à la littérature et, depuis 1990, aux ouvrages jeunesse dont les ventes représentent aujourd'hui 40 % du CA. Les traductions représentent 33 % des titres de l'ensemble des collections de la maison. Le FCE dispose d'un important réseau de librairies ainsi que de filiales en Argentine, au Brésil, en Colombie, au Guatemala, au Pérou, au Venezuela, aux États-Unis et en Espagne.*

[www.fondodeculturaeconomica.com](http://www.fondodeculturaeconomica.com)

Mexico

Contact : Karla López, responsable éditoriale secteur « adulte » ; Socorro Venegas responsable éditoriale secteur jeunesse  
klopez@fondodeculturaeconomica.com  
svenegas@fondodeculturaeconomica.com

### **Ficticia**

*Ficticia est une maison d'édition spécialisée dans la publication de nouvelles contemporaines. 90 % des auteurs du catalogue sont mexicains.*

[www.ficticia.com](http://www.ficticia.com)

Mexico

Contact : Marcial Fernández, directeur  
monica@ficticia.com

### **Grano de Sal**

*Maison créée en 2017 par l'ancien directeur éditorial du FCE, Grano de Sal est spécialisée dans les ouvrages de SHS susceptibles d'influencer le débat public et publie exclusivement des traductions.*

[granodesal.com](http://granodesal.com)

Mexico

Contact : Tomás Granados Salinas, directeur  
tomas.granados@granodesal.com

### **Herder**

*Herder est une maison d'édition allemande, implantée à Barcelone depuis 1943 et à Mexico depuis 2002. Il s'agit d'une maison d'édition de SHS, qui publie – au Mexique – environ dix titres par an notamment dans les domaines de la philosophie, de la sociologie et de la psychologie. Depuis 2011, Herder dispose également de sa propre librairie à Mexico.*

[herder.com.mx/es](http://herder.com.mx/es)

Mexico

Contact : Lizbeth Zaval Mondragón, éditrice  
lizbeth@herder.com.mx

### **Juan Pablos Editor**

*Maison d'édition académique de SHS, Juan Pablos Editor existe depuis 1971 et a reçu, en 2014, le prix de la trajectoire éditoriale délivré par la foire du livre indépendant.*

[www.juanpabloseditor.com](http://www.juanpabloseditor.com)

Mexico

Contact : Blanca Sánchez, directrice  
info@tintaroja.com.mx

### **La Caja de Cerillos**

*La maison publie principalement des ouvrages illustrés et des livres d'artistes dont la fabrication est très soignée.*

[www.lacajadecerillosediciones.com](http://www.lacajadecerillosediciones.com)

Mexico

Contact : Andrea Fuentes Silva et Alejandro Cruz Atienza, directeurs  
prensa@lacajadecerillosediciones.com

### **La Cifra**

*Maison créée en 2006, dont les premiers titres ont été des traductions d'auteurs français. Après quelques années de pause, la maison a inscrit depuis 2011 sa ligne éditoriale autour de trois grands types d'ouvrages : les romans graphiques et bandes dessinées, les romans mexicains, les ouvrages de sciences humaines dédiés à la question du corps. Elle publie aujourd'hui environ dix titres par an.*

[www.lacifraeditorial.com.mx](http://www.lacifraeditorial.com.mx)

Mexico

Contact : Carlos González Muñiz, directeur  
carlos@lacifraeditorial.com.mx

## **Larousse**

*La filiale du groupe Larousse édite des dictionnaires, des ouvrages pratiques, des manuels scolaires et des ouvrages jeunesse (principalement des licences).*

[www.larousse.mx](http://www.larousse.mx)

Mexico

contacto@larousse.mx

## **Les Presses de l'UNAM**

*Ces presses universitaires sont parmi les plus reconnues du Mexique. Elles publient près de deux cents titres de revues et environ deux mille ouvrages par an.*

[www.unam.mx/cultura/publicaciones](http://www.unam.mx/cultura/publicaciones)

Mexico

Contact : Joaquín Díez-Canedo Flores, directeur

joaquin.diezcanedo@libros.unam.mx

## **Libros Magenta**

*La maison est née en 2006 à l'initiative de deux auteurs mexicains. Magenta publie principalement de la littérature ainsi que quelques essais. On trouve au catalogue de cette maison de nombreuses traductions, mais également des auteurs mexicains et latino-américains.*

[www.librosmagenta.com](http://www.librosmagenta.com)

Mexico

Contact : Ana Rosa González Matute et Gabriel Bernal Granados, directeurs

librosmagenta@yahoo.com

## **Océano**

*La direction éditoriale du groupe Océano est à Mexico. La moitié de la production (sur environ deux cents titres par an) est composée d'ouvrages jeunesse. Océano propose de nombreuses traductions, notamment depuis le français.*

[www.oceano.com.mx](http://www.oceano.com.mx)

Mexico

Contact : Pablo Martínez Losada, directeur éditorial

pmartinez@oceano.com.mx

## **Petra ediciones**

*La maison propose des ouvrages de photographies, d'art ainsi que des livres pour enfants.*

[www.petraediciones.com](http://www.petraediciones.com)

Zapopan

Contact : Peggy Espinosa, directrice  
administracion@petraediciones.com

## **Planeta**

*Au Mexique sont implantées, en plus des marques internationales du groupe Planeta, les éditions Joaquín Mortiz, maison mexicaine rachetée par le groupe en 1985. Le groupe Planeta est présent au Mexique depuis les années 1960.*

[www.planetadelibros.com.mx](http://www.planetadelibros.com.mx)

Mexico

Contact : Gabriel Sandoval, directeur éditorial

gsandoval@planeta.com.mx

## **Pluralia**

*La maison Pluralia est née en 2001. Elle propose des ouvrages de tout type, consacrés à la diversité culturelle du Mexique et, souvent, édités en versions bilingues (espagnol + Nahuatl).*

[pluralia.com.mx](http://pluralia.com.mx)

Mexico

info@pluralia.com.mx

## **Penguin Random House**

*Penguin Random House Mexico publie environ six cents nouveautés par an, dont la moitié d'auteurs locaux, en particulier pour les ouvrages de journalisme, de développement personnel et de littérature.*

[www.megustaleer.mx](http://www.megustaleer.mx)

Mexico

Contact : Fernanda Alvarez, éditrice pour les ouvrages de fiction et de non-fiction littéraire ; David Gracia et Wendolín Perla, directeurs littéraires pour les ouvrages de fiction et non-fiction commerciale ; Elizabeth Rosales, directrice littéraire pour les ouvrages jeunesse  
fernanda.alvarez@penguinrandomhouse.com ; david.gracia@penguinrandomhouse.com ; wendolin.perla@penguinrandomhouse.com ; elizabeth.rosales@penguinrandomhouse.com

## **Resistencia**

*Depuis une quinzaine d'années, la maison se consacre à l'édition d'ouvrages de jeunes auteurs et artistes mexicains dans les domaines de la poésie, des nouvelles, des essais, des romans et des bandes dessinées.*

[www.editorialresistencia.com.mx](http://www.editorialresistencia.com.mx)

Mexico

Contact : Josefina Larragoiti, directrice  
resistenciaeditores@yahoo.com.mx

## **Sexto Piso**

*La maison est un modèle pour de nombreux éditeurs indépendants mexicains. Sexto Piso existe depuis quinze ans au Mexique, publie environ quarante titres par an et dispose d'une filiale en Espagne depuis 2005.*

*La production éditoriale de la maison se répartit sur cinq collections (romans, essais, journalisme, romans graphiques, livres pour enfants et poésie) et propose de nombreuses traductions, notamment depuis le français.*

[sextopiso.mx](http://sextopiso.mx)

Mexico

Contact : Diego Rabasa, directeur  
drabasa@sextopiso.com

## **Siglo XXI**

*C'est l'un des plus importants éditeurs de SHS, qui dispose d'un impressionnant catalogue de titres répartis sur toutes les disciplines des SHS : anthropologie, droit, économie, philosophie, histoire, psychologie, sociologie, etc.*

*Siglo XXI possède une filiale en Argentine (Siglo XXI Argentina) et une filiale en Espagne (Anthropos).*

<http://sigloxxieditores.com.mx/>

Mexico

Contact : José María Castro, directeur adjoint  
direcciongeneral@sigloxxieditores.com.mx

### **Tecolote**

*La maison compte aujourd'hui plus de cent cinquante titres à son catalogue, répartis entre littérature, histoire, art et ouvrages pour enfants.*

<http://issuu.com/edicionestecolote>

Mexico

Contact : María Cristina Urrutia, directrice  
alvarez@edicionestecolote.com

### **Textofilia**

*La maison, qui existe depuis 2008, édite principalement des romans, des nouvelles, de la poésie et quelques titres plus commerciaux (développement personnel). Textofilia publie entre dix et quinze titres par an.*

[www.textofilia.mx](http://www.textofilia.mx)

Mexico

Contact : Ricardo Sánchez Riancho,  
directeur général  
rsanchezriancho@gmail.com

### **Tomo**

*Tomo éditorial est une maison qui propose de nombreux titres dans le secteur pratique (développement personnel, cuisine, santé), mais également des ouvrages de littérature.*

[www.grupotomo.com.mx](http://www.grupotomo.com.mx)

Mexico

Contact : Silvia Morales, responsable des droits  
moralesvi@grupotomo.com.mx

### **Trilce**

*Maison d'édition spécialisée dans les ouvrages d'art et la poésie, Trilce met en avant la culture populaire mexicaine.*

[www.trilcecom.mx](http://www.trilcecom.mx)

Mexico

Contact : Déborah Holtz Cimet, directrice  
deborah@trilce.com.mx

### **Urano**

*Cette filiale mexicaine du groupe Urano existe depuis vingt-quatre ans. Elle importe et distribue au Mexique l'ensemble des ouvrages édités par la maison mère et édite des ouvrages d'auteurs mexicains mais en très faible proportion.*

[www.edicionesuranomexico.com](http://www.edicionesuranomexico.com)

Mexico

Contact : Larisa Curiel, directrice éditoriale  
larisacuriel@edicionesurano.com

## > Institutions / Interprofession / Autres

### **Ambassade de France au Mexique**

[mx.ambafrance.org](http://mx.ambafrance.org)

Contact : Nathalie Ferreira, chargée de mission culturelle  
nathalie.ferreira@ifal.mx

### **Secretaría de Cultura**

[www.gob.mx/cultura](http://www.gob.mx/cultura)

Contact : Marina Núñez Bernal, directrice générale des publications ;  
Juan Meliá, directeur général du Fonca  
marinanunez@cultura.gob.mx  
jmelia@cultura.gob.mx

### **Caniem**

[caniem.com](http://caniem.com)

Contact : Carlos Anaya Rosique, président  
direcciongeneral@caniem.com

### **Alianza de editoriales mexicanas independientes (AEMI)**

[aemimx.com](http://aemimx.com)

Contact : Mariela Calcagno et Lilia Barajas, responsables des relations internationales  
contacto@aemimx.com

### **Association des librairies mexicaines**

[almac.org.mx](http://almac.org.mx)

Contact : Rodrigo Pérez Porrúa, président ; Mario Nawy, trésorier  
mario.nawy@gandhi.com.mx  
rodrigo@porrua.com

### **Agencia Verónica Flores**

[www.vfagencialiteraria.com](http://www.vfagencialiteraria.com)

Contact : info@vfagencialiteraria.com

### **Garzón diffusion internationale**

<http://www.garzondi.com>

Contact : Salvador Garzón  
salvador@garzondi.com

### **Librería francesa**

<http://plazainn.mx/comercio/libreriafrancesa>

Contact : Julieta Salgado  
libreriafrancesaplazainn@gmail.com

### **Librairie Temps de lire**

<https://fr-fr.facebook.com/Temps-de-Lire-495121020530663/>





Cette publication bénéficie de l'appui du Centre national du livre