

Étude



L'Édition en Inde



AUTEURS

Dorothée Gieux et Claire Mauguère

FÉVRIER 2020

BIEF
Bureau
International
de l'Édition
Française

en partenariat avec
**INSTITUT
FRANÇAIS**

TABLE DES MATIÈRES

Synthèse	5
> Contexte	5
> Données clés.....	6
> Plusieurs marchés.....	6
L'Édition en Inde : contexte et données d'ensemble.....	11
> Contexte général	11
Situation politique	11
Situation économique.....	13
Enjeux de société.....	13
Situation linguistique	15
> Environnement du secteur du livre	17
Le good and services tax (GST) Act	17
Le maximum retail price	17
Taxe sur les livres importés.....	18
Législation autour du copyright et question du piratage	18
Politiques publiques et aides au secteur	19
Pratique et taux de lecture	21
> Données clés et enjeux du secteur	23
Données clés.....	23
Le secteur scolaire et éducatif	28
Éléments généraux sur le paysage éditorial	29
Les canaux de ventes et la distribution.....	30
Promotion et commercialisation	38
Les échanges internationaux et interlinguistiques	41
L'édition numérique et le livre audio.....	49
L'autoédition et le print on demand.....	50

Le marché du livre en anglais	52
> Paysage éditorial.....	53
> Tendances par secteur.....	54
Littérature générale.....	54
Non-fiction.....	59
Jeunesse et bande dessinée	63
Le marché du livre en hindi	66
> Paysage éditorial.....	68
> Tendances par secteur	70
Littérature.....	70
Non-fiction.....	76
Jeunesse et BD.....	77
Le marché du livre en bengali.....	78
> Paysage éditorial.....	81
> Tendances par secteur	82
Littérature générale.....	82
Serious literature	83
Jeunesse	83
Bande dessinée.....	84
Le marché du livre en malayalam	85
> Paysage éditorial.....	88
> Tendances par secteur	89
Fiction	89
Ouvrages religieux/spiritualité.....	90
Non-fiction.....	90
Jeunesse	91
Dictionnaires.....	92

Le marché du livre en tamoul	93
> Paysage éditorial.....	96
> Tendances par secteur	98
Littérature générale.....	98
Non-fiction	99
Cinéma.....	100
Jeunesse	100
Bande dessinée.....	100
Annuaire	102
> Langue principale de publication : anglais.....	102
> Langue principale de publication : bengali	110
> Langue principale de publication : hindi.....	113
> Langue principale de publication : malayalam.....	115
> Langue principale de publication : tamoul.....	117

REMERCIEMENTS

Christine Cornet, attachée Débat d'idées et livre à l'Institut français d'Inde, ainsi que Victoria Dobritz, adjointe au département Débat d'idées et livre de l'Institut français d'Inde et Sumit Kumar, chargé de mission au département Débat d'idées et livre de l'Institut français d'Inde, ont apporté une aide très précieuse pour la réalisation de cette étude, qu'ils en soient tous ici remerciés, de même que Bertrand de Hartingh, Conseiller de Coopération et d'Action Culturelle.

Tous les éditeurs, libraires et professionnels du livre rencontrés par les auteurs de cette étude – plus de cinquante personnes au total – à la fois à New Delhi et dans les autres villes indiennes, qui ont eu l'amabilité de leur consacrer un peu de leur temps pour partager leur savoir et leur expérience au profit de cette étude doivent également tout particulièrement être remerciés ici.

SYNTHESE

> Contexte

Pays immense (3,2 millions de kilomètres carrés, cinq fois la France) avec un nombre d'habitants qui devrait dépasser la Chine dans deux ou trois ans, deux langues officielles mais vingt-deux langues régionales, une situation politique très tendue avec un Premier ministre qui mène une politique nationaliste, un net ralentissement de la croissance économique et une société traversée par de nombreuses fractures..., l'Inde est incontestablement un pays d'une grande complexité.

On pourrait croire au premier coup d'œil que compte tenu du nombre d'habitants (et malgré un revenu par habitant très faible – 6 fois inférieur à la France) et l'émergence d'une très importante classe moyenne, le livre connaîtrait des chiffres de vente spectaculaires. Ce n'est aujourd'hui pas encore vraiment le cas.

Est-ce que le livre en Inde connaîtra d'ici quelques années un boom spectaculaire à l'image du marché chinois il y a vingt ans ? Le marché s'ouvrira-t-il plus qu'aujourd'hui à la création internationale ? Cette étude publiée par le Bureau international de l'édition française, avec l'aide de l'Institut français d'Inde, ne prétend pas répondre à ces questions mais donne aux professionnels de l'édition un éclairage unique pour mieux comprendre et appréhender le livre en Inde dans sa formidable diversité et son incroyable vitalité. Elle est sans doute incontournable pour tous ceux qui veulent développer leur activité avec des partenaires indiens.

Le secteur éditorial bénéficie de certaines dispositions favorables (pas de TVA sur le livre, soutien public à travers le National book trust), mais il est dans le même temps pénalisé par des pratiques de lecture peu homogènes et de nouvelles mesures dont l'application est sujette à caution, comme une récente harmonisation fiscale qui entraîne un resserrement des marges des éditeurs et la création d'une taxe sur les livres importés.

L'Inde ne dispose pas d'un système de prix unique du livre, mais les éditeurs indiquent un prix maximum sur la couverture de leurs ouvrages. Les vendeurs en ligne proposent régulièrement des remises sur ce prix ce que les points de vente physiques ne font que très peu. Les ventes en ligne représentent aujourd'hui une part croissante des ventes et les librairies physiques sont en difficulté. Les deux principaux vendeurs en ligne – Amazon et Flipkart (société indienne) – proposent un système de paiement à la livraison qui permet d'éviter les blocages liés à la possession (ou non) d'une carte bancaire ou à la méfiance des transactions sur le net.

Le niveau de rémunération des auteurs est de l'ordre de 7 à 10 % en moyenne sur le *maximum retail price*. Face à l'amenuisement de leurs marges, de nombreux éditeurs cherchent aujourd'hui à modifier l'assiette de calcul des droits d'auteur à la faveur d'un pourcentage sur la part éditeur (ici pensée comme le prix du livre moins la part de la distribution, qui représente environ 50 % du prix).

> Données clés

Malheureusement, le secteur du livre en Inde ne dispose que de très peu de données statistiques et chiffrées. Ainsi, à la lecture de cette étude, certaines informations pourront paraître datées pour les professionnels, mais elles seront évoquées comme les seules références disponibles.

En 2017, le marché du livre en Inde était estimé à 6,7 milliards de dollars. Ce chiffre d'affaires représente l'ensemble du marché au prix de vente public et inclut donc les ventes d'ouvrages importés (depuis le Royaume-Uni et les États-Unis principalement) qui représentent un chiffre d'affaires de 57,7 millions de dollars. D'après les informations transmises par le directeur de Nielsen book India, le secteur éditorial a augmenté de 21 % en volume et de 22 % en valeur entre août 2018 et août 2019. À ce rythme, le chiffre d'affaires de l'édition indienne devrait avoir dépassé les 10 milliards de dollars sous peu.

Toujours d'après les données du rapport Nielsen de 2015, le chiffre d'affaires de l'édition indienne serait très majoritairement réalisé sur les ventes de titres en langue anglaise : ces dernières représentaient environ 55 % du chiffre d'affaires. Les ouvrages en hindi représenteraient 35 % des ventes en valeur, suivis par les ouvrages en malayalam (parlé au Kerala) et en bengali (parlé notamment au Bengale occidental).

Malgré l'importance de sa population (environ 1,4 milliard d'habitants), les tirages sont en général assez réduits, mais peuvent atteindre des chiffres impressionnants pour les genres les plus populaires. En effet, le tirage moyen pour les ouvrages de langue anglaise tourne vraisemblablement aux alentours de 2 000 exemplaires et ceux des autres langues indiennes sont inférieurs. Mais, dans le même temps, certains auteurs stars atteignent des chiffres de ventes qui flirtent avec le million d'exemplaires.

> Plusieurs marchés

Ce serait trop simple. Il n'y a pas un marché, mais plusieurs marchés éditoriaux en Inde ; près d'un marché par langue soit... plus d'une vingtaine. Cette étude traite des principales.

Le marché en langue anglaise

- Le lectorat/la langue
- Un nombre de locuteurs en langue maternelle très réduit (250 000 personnes environ), mais une langue comprise par une grande partie de la population bien que la pratique de l'anglais soit en perte de vitesse aujourd'hui par rapport et à la progression des autres langues indiennes, hindi en tête.
- Une population sociologiquement plus aisée et plus encline à s'intéresser au livre car plus éduquée que la moyenne.

- Les professionnels
- Les éditeurs sont de nature très variée, avec de grands groupes internationaux, mais également de nombreuses maisons indépendantes.
- Il n'y a pas de distributeur couvrant réellement la totalité du territoire et les maisons doivent généralement travailler avec plusieurs distributeurs. Certains grands groupes ont leur propre équipe de diffusion-distribution, qui représente parfois également de plus petites maisons.
- Flipkart et Amazon, vendeurs en ligne, sont les principaux canaux de vente du livre en anglaise, avec plus de 50 % de parts de marché.
- Les tendances
- Il s'agit d'un marché de best-sellers, avec des titres à rotation rapide. La non-fiction grand public, développement personnel et biographies, sont des secteurs clés.
- Le secteur jeunesse est en croissance et en transformation. Le prix élevé des ouvrages illustrés est souvent un problème et on observe une domination écrasante des ouvrages anglo-saxons sur le segment *young adults*.

Le marché en hindi

- Le Lectorat/la langue
- Le hindi est la langue la plus parlée comme langue maternelle (plus de 40 % de la population) et les dernières projections estiment qu'à horizon 2050 plus de 80 % de la population indienne comprendra cette langue.
- C'est, avec l'anglais, l'autre langue officielle de l'État indien qui est aujourd'hui politiquement très favorable à l'expansion de l'usage et de l'apprentissage de cette langue.
- Les professionnels
- Les grands groupes développent de plus en plus *d'imprint* en hindi, pour tirer profit de l'augmentation du lectorat dans cette langue, mais la plupart des éditeurs sont des maisons familiales, dont beaucoup sont très professionnelles et développent des catalogues de qualité.
- Les éditeurs en hindi ne travaillent pas avec des distributeurs externes, ils ont chacun leur propre force de vente et outils de distribution.
- Les revendeurs en ligne sont importants pour le marché en hindi, mais moins que pour le marché anglophone.
- Les tendances
- Dans l'ensemble et comparativement au marché en anglais, le marché en hindi n'est pas un marché de best-sellers, et les éditeurs comptent sur des succès de long terme.
- La fiction est sans doute le secteur clé du marché en hindi, avec un mélange de long-sellers classiques, de nouveautés souvent très littéraires et l'émergence d'un marché de romans populaires ancrés dans le quotidien des jeunes Indiens.

Le marché en bengali

- Le lectorat/la langue
- Calcutta est l'ancienne capitale du livre et la ville se considère toujours comme la capitale culturelle du pays.
- Pour autant, le taux d'alphabétisation au Bengale est assez bas : environ 77 %.
- Les professionnels
- Le paysage éditorial est très éparpillé, avec beaucoup de micro-éditeurs – souvent politiquement marqués par un engagement marxiste fort dans l'histoire du Bengale occidental – mais également des éditeurs de taille moyenne et une poignée d'éditeurs publiant entre 100 et 300 titres par an.
- Il existe un quartier névralgique, Collège Street, via lequel circule la grande majorité des achats de livres – y compris par les libraires. C'est le lieu de distribution du livre au Bengale, la plupart des éditeurs y ont des *showrooms*, c'est un véritable « marché aux poissons », selon l'expression utilisée par les professionnels locaux.
- Les ventes en ligne représenteraient environ 15 % des ventes seulement.
- Les tendances
- Importance de la fiction et, en non-fiction, des ouvrages de philosophie.
- Le secteur jeunesse est historiquement beaucoup plus développé au Bengale que dans les autres États indiens.

Le marché en malayalam

- Le lectorat/la langue
- Le malayalam est la langue de l'État du Kerala (33 millions d'habitants) où le taux d'alphabétisation est proche de 100 % et où l'indice de développement humain est plus élevé que partout ailleurs dans le continent.
- Les professionnels
- Importance des éditeurs publics qui proposent des ouvrages de grande qualité et qui disposent de leur propre organisme de promotion.
- On trouve beaucoup d'éditeurs de taille moyenne et un éditeur, DC books, qui représente plus de 50 % du marché, plusieurs éditeurs sont également distributeurs.
- Il existe un réseau de bibliothèques publiques particulièrement dense et puissant.
- Les ventes en ligne représenteraient moins de 10 % et les foires du livre ne sont pas très développées, notamment du fait de la forte présence des bibliothèques, qui rendent le livre accessible partout dans l'État du Kerala.
- Tendances
- Le marché est très axé sur la fiction, même si l'on constate également l'importance des ouvrages de spiritualité.
- Le secteur du livre jeunesse est peu développé malgré une attente forte du lectorat.

Le marché en tamoul

- Le lectorat/la langue
 - On dénombre environ 74 millions de locuteurs.
 - La langue tamoule est l'une des plus anciennes au monde et le Tamil Nadu est régulièrement vent debout contre la volonté de renforcer le rôle du hindi – langue avec laquelle le tamoul n'a aucune racine commune – à l'échelle de l'ensemble du pays.
 - La langue tamoule est marquée par une dichotomie entre la langue écrite, dite classique, et la langue parlée, moderne.
- Paysage éditorial
 - On dénombre environ 150 maisons d'édition professionnelles, souvent des structures familiales et on observe ces dernières années un développement particulièrement important de l'autoédition.
 - Les éditeurs assurent eux-mêmes leur diffusion-distribution.
 - Les ventes en ligne représenteraient entre 10 et 20 % des ventes et les foires du livre constituent un canal de vente très important.
- Tendances
 - On constate un succès notable des ouvrages de poésie au sein d'un secteur de la fiction qui est sans doute très majoritaire.
 - Il existe un important secteur correspondant à des ouvrages sur le cinéma (l'industrie tamoule du cinéma, florissante, est appelée Tollywood et permet de nombreuses interactions entre édition et audiovisuel).

La longueur exceptionnelle de cette étude - complétée de son annuaire – est le reflet de la complexité et des multiples défis de l'édition indienne.

Si, pour des raisons historiques bien compréhensibles, l'édition en langue anglaise a une très nette longueur d'avance sur le marché indien, il n'en reste pas moins que les éditeurs locaux manifestent un intérêt toujours croissant pour le reste de l'édition internationale.

Si l'on entend quelquefois que « L'Inde apprend la patience à ceux qui n'en ont pas et la fait perdre à ceux qui en ont », il faut prendre le temps d'installer de nouvelles collaborations : trouver les bons partenaires et manifester son intention de travailler dans la durée.

Le marché indien offre assurément de belles opportunités pour les prochaines années.

> Contexte général

Superficie : 3 287 263 km² (près de six fois la France).

Langues officielles :

- 2 langues officielles nationales : anglais et hindi.

- 22 langues constitutionnelles : assamais, bengali, bodo, dogri, gujarati, hindi, kannada, cachemiri, konkani, maithili, malayalam, manipuri (ou meitei), marathi, népalais, oriya, ourdou, pendjabi, sanskrit, santali, sindhi, tamoul, télougou.

Population : 1 339 millions (2017, Banque mondiale).

Croissance démographique : 1,1 % (2017, Banque mondiale).

Taux d'alphabétisation : 72 % (2015).

Religions : hindouisme (79,8 %), islam (14,2 %), christianisme (2,3 %), sikhisme (1,7 %), bouddhisme (0,7 %), jaïnisme (0,4 %), zoroastrisme, judaïsme (recensement 2011).

Indice de développement humain : 0,624 ; 130^e rang mondial (rapport 2018 du PNUD ; à titre de comparaison : Chine 86^e, Pakistan 150^e, Bangladesh 136^e).

La situation politique est très tendue en Inde, avec un Premier ministre qui mène une politique nationaliste. À ceci s'ajoutent un net ralentissement de la croissance économique et une société traversée par de nombreuses fractures.

Situation politique

Des élections législatives ont eu lieu en mai 2019 et ont conforté au pouvoir, pour le second mandat consécutif, le Bharatiya Janata Party (BJP) parti nationaliste hindou, et son leader, Narendra Modi. Le score réalisé par ce parti est historique : le BJP a obtenu 45 % des voix et améliore encore son résultat par rapport à 2014.

« Jamais, depuis l'indépendance de l'Inde en 1947, un autre parti que celui du Congrès [dont le Mahatma Gandhi fut une figure de proue] n'avait réussi à remporter une majorité au Parlement pour la deuxième élection consécutive¹. »

¹ Julien Bouissou, « En Inde, le nationaliste Narendra Modi emporte une victoire historique », *Le Monde*, 23 mai 2019.

La situation devient de plus en plus difficile pour la communauté musulmane du pays et les relations entre l'Inde et le Pakistan sont très tendues depuis la révocation surprise, début août, de l'autonomie du Cachemire par Narendra Modi.

Pour de nombreux observateurs, Modi est en train de mettre en place une redéfinition de la nationalité indienne fondée sur la religion hindoue.

« Lors de la campagne pour les législatives, en avril, Amit Shah, président du BJP, devenu depuis ministre de l'Intérieur avait promis d'«éliminer tous les infiltrés du pays à l'exception des bouddhistes, des hindous et des sikhs». Le même avait qualifié plus tard les immigrés bangladais de "termites"². »

Le gouvernement Modi a annoncé le 5 août la révocation de l'autonomie constitutionnelle dont jouissait le Cachemire depuis 1947, et la rétrogradation de cette région du statut d'État fédéré à simple « territoire de l'union », ce qui revient à placer le Jammu-et-Cachemire sous tutelle directe de Delhi. Cette décision a entraîné une extrême tension entre l'Inde et le Pakistan, allant jusqu'à la menace de remettre en cause la doctrine de non-recours à l'arme nucléaire. La présence militaire et les arrestations au Cachemire entraînent par ailleurs un climat d'oppression sans précédent au Cachemire.

→ Dans ce contexte, la question de la liberté d'expression se pose avec de plus en plus de force pour les éditeurs indiens publiant des ouvrages sur l'actualité ou des ouvrages de sciences humaines sur l'histoire de l'Inde, par exemple. Le sujet de la liberté d'expression a d'ailleurs été le sujet central du festival de Jaipur (Litt Fest) qui s'est déroulé en janvier 2019, suite aux intimidations dont ont été victimes certains éditeurs indiens et aux assassinats, ces dernières années, de plusieurs journalistes dans le pays.

Dernièrement, une forte pression de groupes extrémistes hindous comme le Shiksha Bachao Andolan Samiti (SBAS) – émanation du Rashtriya Swayamsevak Sangh (RSS), mouvement paramilitaire d'extrême droite lié à de nombreuses violences envers les minorités religieuses et, historiquement, au meurtre du Mahatma Gandhi –, très proches du gouvernement en place, ont amené Penguin India à cesser la distribution de l'ouvrage de l'historienne Wendy Doniger *The Hindus: An Alternative History* et Orient BlackSwan à abandonner l'édition de l'ouvrage *Communalism and Sexual Violence in India* de Megha Kumar. L'ouvrage de Wendy Doniger a depuis été accueilli au sein du catalogue de la maison indienne Speaking Tiger, dont l'éditeur Ravi Singh a déclaré :

² Sophie Landrin, « En Inde, près de deux millions de citoyens, la plupart musulmans, déchus de leur nationalité », *Le Monde*, 31 août 2019.

« Si nous devons nous battre au tribunal, nous le ferons. Si la justice décide que nous n'avons pas le droit de continuer la publication de l'ouvrage, alors nous n'aurons pas d'autre choix que de retirer le livre, mais nous ne céderons pas sous la pression et ne passerons pas de marchés secrets avec ceux qui veulent interdire. S'il y a des menaces de violences, nous prendrons des précautions – nous ne voulons surtout pas faire courir de risque à nos équipes, mais c'est vers la police que nous nous tournerons en premier car ce devrait être leur responsabilité d'assurer notre sécurité. »

Ravi Singh, *Speaking Tiger*³

Situation économique

La croissance indienne est moins forte depuis un peu plus d'un an : elle n'a pas dépassé 5 % ces derniers mois, alors qu'en 2018, elle était de près de 8 %. La consommation des ménages est également en très forte baisse et le pays enregistre le taux de chômage le plus élevé depuis les années 1970.

→ Ainsi le secteur éditorial est en phase de repli, extrêmement inquiet pour les perspectives de ventes dans un marché unanimement considéré comme étant très sensible au facteur prix (*price sensitive*).

Enjeux de société

- Les castes

Rédigée par Bhimrao Ramji Ambedkar, lui-même intouchable (ou *dalit*), la Constitution de 1950 a aboli d'intouchabilité. Mais les castes sont, aujourd'hui encore, les bases des partis politiques qui représentent chacun, de façon presque clientéliste, telle ou telle caste. Ainsi, le parti du Congrès (celui du Mahatma Gandhi) est historiquement associé aux intouchables et aux basses castes, même si un certain corporatisme élitiste des hautes castes anglicisées en a fait un parti dynastique à bien des égards. Le BJP est plutôt associé aux classes moyennes, aux marchands et à certaines élites. Il existe par ailleurs en Inde un système de *reservation*, de quotas, pour favoriser l'accès des personnes issues des basses castes à des postes administratifs. Le BJP a récemment fait évoluer ce système en créant des *reservations* pour les représentants les plus pauvres des castes supérieures.

Par ailleurs, force est de constater que l'actualité indienne est le signe que la discrimination sur la base des castes est encore une réalité dans l'esprit d'une part importante de la population : les

³ Nitasha Devasar, *Publishers on Publishing*, All about book publishing.

cas de violences envers des personnes ayant transgressé les interdits imposés par leur caste sont fréquents...

→ L'organisation de la société indienne est un sujet fort en sciences humaines et en non-fiction. C'est également le substrat de beaucoup d'ouvrages de fiction. L'accession progressive des castes les plus pauvres à la classe moyenne indienne génère, par ailleurs, un nouveau lectorat et de nouveaux auteurs.

- Les femmes

Sur ce sujet comme sur d'autres, l'Inde donne à voir un étonnant contraste. L'actualité porte son lot de violences envers les femmes, que ce soient des viols collectifs, des mutilations à l'acide sans parler des mariages forcés et, dans le même temps, Indira Gandhi accéda au poste de Premier ministre et des femmes ont incarné les plus hautes fonctions dans les autres pays du sous-continent (Pakistan, Bangladesh, Sri Lanka).

→ Parmi les thèmes clés du dernier festival de Jaipur comme de la foire de New Delhi, on trouve également la question de la place des femmes dans le secteur éditorial en Inde et le constat, ici comme ailleurs, est que le secteur est très largement féminin, mais que peu de femmes occupent des postes de direction. Les sujets de l'égalité femmes/hommes et de la condition des femmes en Inde font par ailleurs l'objet d'une importante production éditoriale.

- L'environnement

Après l'annonce du retrait des États-Unis de l'Accord de Paris sur le climat, Narendra Modi, le Premier ministre indien, a formulé de nouveaux engagements.

« Cet Accord de Paris est notre patrimoine commun. Il peut protéger des générations à venir, donner lieu à un nouvel espoir », a ainsi estimé Narendra Modi. « Pour moi, pour les Indiens, la protection de l'environnement, de la planète, est un acte de foi, car nous l'avons appris dans les Vedas [textes sacrés de l'hindouisme], qui existent depuis des millénaires », a-t-il ajouté⁴. »

La question environnementale est très présente en Inde, où la pollution est un souci majeur de santé publique et le traitement des déchets une problématique sociétale aiguë.

⁴ « Climat: l'Inde assure la France de son soutien à l'Accord de Paris », *L'express.fr*, 3 juin 2017.

Situation linguistique

Les langues officielles de l'administration centrale indienne sont l'hindi et l'anglais. Plusieurs centaines de langues ou dialectes sont parlés en Inde, dont 22 *scheduled languages* reconnues comme langues officielles dans leur aire géographique. L'anglais est toutefois la seule langue parlée du sud de l'Inde à l'Himalaya et sert donc de langue commerciale. Mais elle n'est parlée que par 10 % des habitants du pays.

La Constitution indienne permet aux États et territoires de l'Inde de choisir leur(s) langue(s) officielle(s) :

- le hindi est la langue officielle d'une grande partie du nord de l'Inde. Il est communément utilisé dans les États et territoires suivants : New Delhi, Uttar Pradesh, Rajasthan, Uttarkhand, Haryana, Himachal Pradesh, Jharkhand, Madhya Pradesh, Bihar, Chandigarh, Chhattisgarh, îles Andaman et Nicobar.
- le bengali, langue officielle du Bengale occidental et du Tripura.
- le télougou, langue officielle de l'Andhra Pradesh et de Yanam dans le territoire de Pondichéry. Il est parlé par plus de 7 % de la population.
- le marathi, langue officielle du Mahārāshtra (État comprenant Mumbai). Il est parlé par plus de 7 % de la population.
- le tamoul, langue officielle du Tamil Nadu, de Pondichéry et Karaikal dans le territoire de Pondichéry et des Andaman et Nicobar.
- l'ourdou, langue officielle du Jammu-et-Cachemire, de l'Uttar Pradesh et de l'Andhra Pradesh. Il est parlé par plus de 5 % de la population.
- le malayalam, langue officielle du Kerala, territoire de Pondichéry, des îles Laquedives et de Mahé dans le territoire de Pondichéry.
- le gujarati, langue officielle du Gujarat, Dadra et Nagar Haveli, Daman et Diu. Il est parlé par plus de 4,5 % de la population.
- le penjabi, langue officielle du Pendjab.
- l'assamais, langue officielle de l'Assam.
- le bodo, langue officielle de l'Assam.
- le dogri, la langue officielle du Jammu-et-Cachemire.
- le kannada, langue officielle du Karnataka.
- le cachemiri, langue officielle du Jammu-et-Cachemire.
- le konkani, langue officielle de Goa.
- le maïthili, langue officielle du Bihar.
- le meitei, langue officielle du Manipur.
- le népalais, langue officielle du Sikkim.
- l'oriya, langue officielle de l'Odisha.
- le sanskrit.
- le santali.
- le sindhi.

Le nombre de langues parlées et écrites dans le pays est évidemment un point d'attention majeur pour les éditeurs, qu'ils soient indiens ou étrangers. Il a en effet des répercussions sur la distribution géographique des ouvrages et il vient complexifier le travail des négociations de droits.

> Environnement du secteur du livre

Le secteur éditorial en Inde bénéficie traditionnellement de certaines dispositions favorables (pas de TVA, soutien public à travers le National Book Trust), mais il est dans le même temps pénalisé par des pratiques de lecture peu homogènes et de nouvelles mesures dont l'application est sujette à caution (GST, taxe sur les livres importés, etc.)

Le good and services tax (GST) Act

En 2017, dans une volonté d'harmoniser les différents taux de TVA existants et pour « ouvrir la voie à un marché unique dans le pays » (selon les termes employés par la correspondante du *Monde*), une réforme fiscale a été mise en place, créant la GST (*good and services tax*).

Le livre bénéficie d'un régime spécial et est exclu de cette GST, les lecteurs ne paient donc aucune taxe sur celui-ci. Cette exemption de GST est à première vue favorable au livre, puisqu'elle permet de le maintenir à un prix plus bas, mais les éditeurs ne peuvent pas récupérer cette taxe sur leurs ventes, alors qu'ils la payent à tous les postes budgétaires correspondant à la publication d'un ouvrage (papier, impression, etc.). Cette disposition a donc fortement augmenté le coût des ouvrages pour les éditeurs.

La GST est de 18 % sur l'ensemble des biens et services. Les éditeurs doivent également la payer sur les royalties qu'ils reversent à leurs auteurs, car ceux-ci n'ont pas de statut d'entreprise et ne peuvent donc pas être redevables de cette taxe. Sur les royalties, la GST est de 12 %.

→ Conséquences sur la rémunération des auteurs

Avec des marges amenuisées, de plus en plus d'éditeurs réévaluent les taux de rémunération de leurs auteurs : traditionnellement payés en moyenne entre 8 et 12 % du prix public, ceux-ci se voient de plus en plus proposer des rémunérations calculées sur une assiette correspondant à la part éditeur (à savoir le prix du livre moins la part de la diffusion-distribution), ce qui revient à diviser par deux la base de calcul des royalties. Or le pourcentage proposé reste le même : de l'ordre de 10 %.

Le maximum retail price

Il n'y a pas de prix fixe à proprement parler : les éditeurs inscrivent sur la couverture un prix maximum, qui ne peut donc pas être dépassé. Par contre, les points de vente peuvent proposer des prix plus bas, ce que font de façon presque automatique les plateformes en ligne (Amazon et Flipkart), mais ce qui n'est pas courant au sein des librairies physiques.

Taxe sur les livres importés

Le gouvernement a récemment voté une nouvelle taxe de 5 % sur les livres importés. L'objectif officiel de cette loi est d'avantager les professionnels et les auteurs indiens. Mais l'ensemble de la profession s'est montré très hostile à cette décision pour différentes raisons :

- Cette nouvelle loi n'atteint pas son but car beaucoup de livres étrangers sont en fait imprimés en Inde *via* les filiales des grands groupes notamment anglo-saxons et ne se verront donc pas taxés (voir plus bas, partie consacrée aux échanges internationaux, p. 42) ;
- L'accessibilité du lectorat à un large choix de livres, y compris étrangers, est importante aux yeux des professionnels ;
- Cette nouvelle taxe risque surtout de pénaliser les librairies qui sont essentielles à l'ensemble des acteurs du secteur ;
- certains éditeurs suggèrent qu'abaisser le taux de GST sur le papier serait une solution bien plus efficace pour soutenir l'industrie éditoriale indienne.

« L'Inde a toujours eu une politique d'importation de livres très ouverte – notamment quand il s'agit d'ouvrages avec une valeur éducative – cultivant l'idée que le savoir devait circuler librement.

Les lecteurs ont le droit d'avoir accès aux ouvrages étrangers à un prix bas.

Les libraires doivent par ailleurs aussi être pris en compte. »

Urvashi Butalia, éditions Zubaan⁵

Pour autant, la plupart des observateurs estiment que cette taxe n'aura qu'un effet extrêmement négligeable sur les ventes de livres importés et que les lecteurs ne remarqueront sans doute même pas ce surcoût... Il n'en reste pas moins que la logique invoquée par les décideurs politiques pour l'adoption de cette taxe est unanimement considérée comme mauvaise.

Législation autour du copyright et question du piratage

L'Inde est signataire depuis 1886 de la convention de Berne et le droit d'auteur est protégé en Inde par l'*Indian copyright law* de 1957. Mais, de plus en plus, les tribunaux ont tendance à accorder des exceptions, ce qui fragilise cette loi pourtant très ambitieuse, et crée une certaine insécurité juridique. L'Inde a en effet récemment été confrontée à plusieurs cas d'opposition juridique entre éditeurs d'une part et institutions éducatives d'autre part (principalement des universités). Le cas le plus emblématique a été une longue confrontation entre Oxford University Press, Cambridge University Press, Taylor & Francis d'une part, et la Delhi University, d'autre part, à propos des possibilités de reproduction de textes à destination des étudiants.

⁵ Témoignage publié dans *Times of India*, 6 juillet 2019.

La question du respect du copyright et celle, corollaire, du piratage revêtent par ailleurs une importance particulière en Inde, du fait des tirages spéciaux d'ouvrages en langue anglaise édités à prix réduit pour le marché indien (voir plus bas, la partie consacrée aux échanges internationaux, p. 42). Il faut en effet ainsi contrôler le nombre d'exemplaires en circulation correspondant à ces ouvrages à prix réduit pour qu'ils ne soient pas diffusés au-delà du territoire indien auquel ils sont destinés, ce qui engendrerait d'importantes pertes pour les éditeurs.

Quant au piratage sous forme de copies d'exemplaires papier, celui-ci existe, mais dans l'ensemble, les éditeurs ne semblent pas le craindre particulièrement. Certains évoquent même une sorte de *badge of honor* car si le livre est ainsi piraté, c'est qu'il rencontre un important succès !

Il faut néanmoins noter que pour les éditeurs en bengali, le piratage constitue un frein important aux exportations : le Bangladesh voisin avec ses 160 millions de locuteurs en bengali pourrait représenter un marché très important pour les éditeurs du Bengale, mais le piratage y est un fléau, et ceux-ci ont peu à peu renoncé à exporter leurs ouvrages sur ce territoire.

Politiques publiques et aides au secteur

- Le National book trust

Le National book trust (NBT) est l'organisme d'État pour le soutien à la lecture et au livre. La structure dépend du ministère de l'Éducation et des Ressources humaines et organise plusieurs foires du livre à travers le pays, dont la foire du livre de New Delhi. Depuis quelques années le NBT a également lancé un programme intitulé *Books on wheels* pour amener des livres dans des zones où il n'y a pas de librairies, il finance des ONG pour promouvoir la lecture et publie de nombreux livres, notamment en jeunesse, à la fois en anglais et dans les langues indiennes. Voué à développer les habitudes de lecture, le NBT travaille particulièrement en direction des jeunes notamment au travers de clubs de livres qu'il anime.

Le NBT est un partenaire institutionnel incontournable, mais son action est parfois critiquée par des éditeurs qui lui reprochent de promouvoir prioritairement ses propres publications à défaut de jouer le rôle d'un organisme travaillant pour le plus grand nombre.

- Les achats en bibliothèque

Les éditeurs, notamment d'ouvrages académiques, déplorent tous la baisse conséquente des budgets des bibliothèques universitaires depuis l'arrivée au pouvoir du BJP. Certains de ces éditeurs ont dû diviser leurs tirages par deux ces dernières années.

Il n'y a pas de système généralisé de gestion des bibliothèques publiques : elles sont financées au niveau de chaque État, qui organise et administre son réseau de bibliothèques en toute autonomie.

Au Bengale, le *West Bengal libraries act* a été conclu en 1979 pour régir le statut des bibliothèques publiques d'État, suivi par la création en 1980 du Directorate of library services. Celui-ci acquiert les livres en gros puis les transmet aux bibliothèques. Par ailleurs, le Directorate organise une foire du livre dans les 26 districts entre novembre et février, mène des formations de bibliothécaire et numérise les données des bibliothèques publiques pour les proposer sur un portail commun. Les bibliothèques se fournissent également grâce à leur budget propre (souvent mince) pendant les foires du livre locales ou directement auprès des éditeurs à College Street (voir plus bas, partie consacrée aux canaux de vente, p. 31). Malgré le nombre important de bibliothèques et les missions affichées par les instances locales et nationales, peu d'éditeurs comptent sur des commandes régulières.

Les bibliothèques sont particulièrement développées au Kerala et jouent un rôle fondamental dans la vie quotidienne. L'essor des bibliothèques publiques pendant la première moitié du xx^e siècle découle d'une véritable initiative de citoyens désireux de libérer la population du joug britannique par l'alphabétisation, l'éducation et les valeurs de la nouvelle nation en formation, telles que la laïcité, l'égalité et le socialisme. Cette initiative, connu sous le nom de Public library movement, s'est concrétisé par la création d'associations de bibliothèques qui, par la suite, ont fusionné sous le nom de Kerala Granthasala Sangam, dont le comité dirigeant est élu par les bibliothécaires de l'État. En 1989, une législation étatique appelée Public library act entérine les aspects liés aux bibliothèques publiques et renomme l'organisme en Kerala state library council. Cet organisme se distingue des autres institutions publiques régionales en charge des bibliothèques par sa direction élue démocratiquement. Les bibliothèques au Kerala continuent de jouer un rôle politique et social majeur : elles sont une façon de vivre, un lieu de rassemblement. Aujourd'hui, 8 182 bibliothèques sont sous l'autorité du Council : elles reçoivent des subventions en fonction de leurs performances et de leur rapport d'activité (une note leur est attribuée chaque année). Le Council est quant à lui financé par le gouvernement kéralais (de tendance communiste) et par la redevance sur les taxes foncières. 2018 a été une année record pour le budget des bibliothèques, relève Rubin D'Cruz, éditeur pour le malayalam au National book trust. Par ailleurs, depuis la loi Right to education act, les écoles publiques ayant désormais l'obligation de maintenir une bibliothèque (du moins en théorie), le gouvernement centralise les commandes pour le compte des écoles. Le système est très efficace et particulièrement apprécié par les éditeurs, notamment l'éditeur jeunesse Tulika qui publie en de multiples langues, dont le malayalam. À l'initiative de Rubin D'Cruz, le gouvernement local a également lancé en 2011 un programme appelé Classroom libraries, afin d'aider les écoles publiques à créer des coins lecture au sein des classes, que les élèves entretiennent eux-mêmes. Ce programme a connu un vrai développement en 2018.

Le Tamil Nadu (environ 68 millions d'habitants) compte 4 634 bibliothèques publiques et a été le premier État à établir sa propre législation sur les bibliothèques publiques, ce qui explique le nombre impressionnant de ces établissements (en comparaison, l'Uttar Pradesh compte

75 bibliothèques publiques pour... 200 millions d'habitants). Le Tamil Nadu est censé acheter à chaque éditeur un nombre fixe d'exemplaires par an pour les bibliothèques, sur des fonds spécifiques. Mais dans les faits, de nombreux problèmes sont soulignés par les éditeurs : manque de transparence, soupçons de corruption... Tous les éditeurs rencontrés indiquent qu'ils ne reçoivent presque plus de commandes depuis quelques années. Autre particularité : le prix des livres achetés par les bibliothèques est fixe depuis une réglementation de 1975, et dépend du format de l'ouvrage. Il a peu évolué au cours des dernières années.

Pratique et taux de lecture

La classe moyenne en Inde est estimée entre 100 et... 320 millions de personnes, ce qui constitue à la fois un formidable potentiel de lecteurs et en même temps un chiffre somme toute assez décevant par rapport à la population totale (de près d'1,4 milliard de personnes).

D'après la plupart des éditeurs, si les ventes de livres en Inde continuent d'augmenter, c'est en grande partie grâce aux livres scolaires et parascolaires. En 2015 – mais le constat reste largement partagé aujourd'hui – Chiki Sarkar, directrice de la maison Juggernaut estimait dans un entretien pour le *Hindustan* (grand quotidien indien) :

« La façon dont la classe moyenne indienne envisage le livre n'est pas suffisante pour tirer les ventes. En effet, les Indiens ne lisent pas pour le plaisir, ils lisent pour trouver un travail, ils lisent dans un objectif très précis, de façon très utilitariste. Du coup, ce sont les livres d'éducation dont la production et les ventes augmentent le plus. »

Chiki Sarkar, Juggernaut⁶

Selon Kapish Mehra, directeur de la maison Rupa, l'une des plus grandes et anciennes maisons indiennes en langue anglaise, la seule perspective pour un éditeur indien d'améliorer ses ventes est de créer de nouveaux lecteurs. Et c'est surtout vers une nouvelle classe d'Indiens que les éditeurs dirigent leurs efforts, avec plus ou moins de succès. Il s'agit de jeunes Indiens – entre 20 et 40 ans – nouvellement urbanisés, qui ont eu accès à l'éducation alors que leurs parents n'ont pas eu cette possibilité. Ils sont nés entre le début des années 1980 et le milieu des années 1990 et ont grandi dans une Inde libéralisée et économiquement globalisée. Mais ces nouveaux lecteurs n'ont, pour le moment, pas de pratiques de lecture stables.

⁶ Chiki Sarkar, citée dans *Hindustan*, novembre 2015.

« La plus grosse erreur est de croire que n'importe quelle sorte de lecture peut élargir le marché et entraîner plus de lecture. Les nouveaux lecteurs indiens lisent certains livres comme on lirait des magazines, parce que ces titres font le buzz ou par effet d'entraînement vis-à-vis de leur entourage.

Mais après ça, ils retournent à Internet ou à toute autre occupation qui captera plus facilement leur attention. »

Thomas Abraham, Hachette India⁷

D'après Thomas Abraham (patron d'Hachette India), cette volatilité du nouveau lectorat indien est en partie la responsabilité des professionnels du livre qui n'ont rien fait collectivement pour ancrer les pratiques de lecture.

⁷ Thomas Abraham, cité dans *Hindustan*, novembre 2015.

> Données clés et enjeux du secteur

Le secteur est en croissance depuis plusieurs années et s'appuie très largement sur l'édition scolaire. Les difficultés liées à la distribution constituent par ailleurs un frein important ; les ventes en ligne représentent aujourd'hui une part croissante des ventes et les librairies physiques sont en difficulté. Enfin, un mouvement de traduction entre langues indiennes est en train de se concrétiser, alors que les traductions depuis les langues étrangères restent relativement limitées.

Données clés

Remarque liminaire

Malheureusement, le secteur du livre en Inde ne dispose que de très peu de données statistiques et chiffrées. Aussi, au long de cette étude, certaines informations pourront paraître datées pour les professionnels, mais elles seront évoquées comme les seules références disponibles.

Les impressions des très nombreux professionnels indiens rencontrés lors de la réalisation de cette étude seront présentées comme autant d'indices permettant de dessiner une réalité du secteur, mais il est bien souvent impossible de les confronter avec des chiffres. Quelques contradictions peuvent ainsi quelquefois apparaître mais les lecteurs pourront souvent, grâce aux informations recueillies, se faire leur propre avis.

« Ce n'est pas un secret que l'industrie du livre est en manque absolu de données et que les quelques statistiques existantes sont bien souvent des estimations ou des extrapolations. »

Aditi Maheshwari, Vani Prakasahn⁸

- Chiffre d'affaires

La principale source de données chiffrées consacrées au secteur éditorial en Inde est le rapport édité par Nielsen en 2015⁹. D'après ce rapport, l'Inde est le plus grand marché éditorial au monde et le deuxième plus important pour les livres en anglais, après les États-Unis. Le taux de croissance du secteur devrait avoisiner, toujours d'après Nielsen, les 20 % par an, alors qu'une précédente estimation (2009) faisait état d'un taux de croissance de 30 % par an.

En 2017, le marché du livre en Inde était estimé à 6,7 milliards de dollars. Ce chiffre d'affaires représente l'ensemble du marché au prix de vente public et inclut donc les ventes d'ouvrages

⁸ Aditi Maheshwari, cité dans *Book review*, numéro spécial : *Celebrating hindi*, 5 mai 2019. Vani Prakashan est l'une des principales maisons en hindi du pays.

⁹ *The Nielsen India book market report 2015: Understanding the India book market.*

importés (depuis le Royaume-Uni et les États-Unis) qui représentent un chiffre d'affaires de 57,7 millions de dollars.

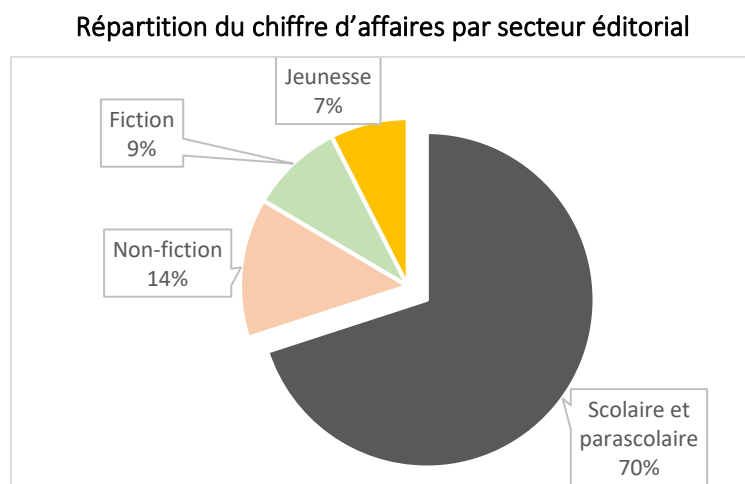
D'après les informations transmises par le directeur de Nielsen book India, le secteur éditorial a augmenté de 21 % en volume et de 22 % en valeur entre août 2018 et août 2019. À ce rythme, le chiffre d'affaires de l'édition indienne devrait avoir dépassé les 10 milliards de dollars sous peu. Mais d'après de nombreux éditeurs indiens, l'augmentation du chiffre d'affaires global de l'édition décrite par Nielsen n'est due qu'à l'augmentation des ventes d'ouvrages scolaires.

Par secteur

De fait, le secteur scolaire représente une écrasante majorité du CA total : près de 70 %. Parmi les 30 % d'ouvrages restants (le *trade*), le rapport Nielsen de 2015 précisait que :

- 45 % sont des ouvrages de non-fiction adulte (religion, développement, autobiographie, actualité, philosophie) ;
- 30 % sont des ouvrages de fiction adulte ;
- 25 % sont des ouvrages jeunesse.

Ainsi, si l'on combine ces données sur l'ensemble du secteur éditorial (*trade* + scolaire), cela nous amène à la répartition suivante :

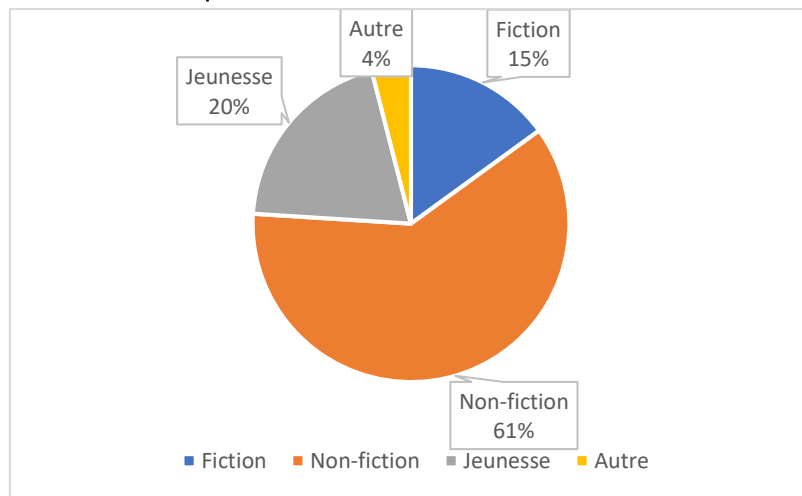


Source : Nielsen, 2015.

Cette répartition a probablement évolué depuis le rapport Nielsen, avec notamment un développement du secteur jeunesse ; de plus, elle varie vraisemblablement d'un marché linguistique à l'autre.

Sans qu'il soit possible de comparer terme à terme cette répartition avec celle précédemment établie en 2015, car les contours de chaque catégorie éditoriale diffèrent, l'ensemble du marché de *trade* serait, en 2019, réparti comme suit :

Répartition du chiffre d'affaires du *trade*

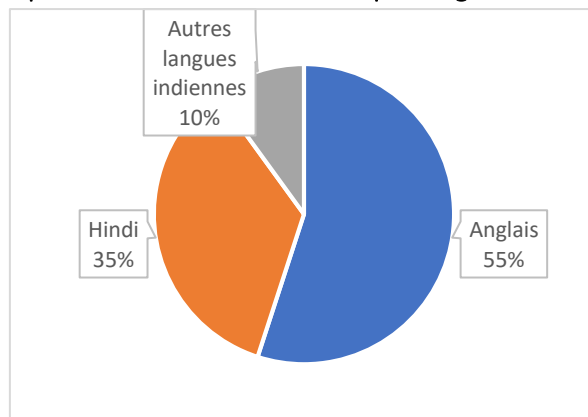


- Non-fiction : 61 %. La non-fiction est largement dominée par les ventes d'ouvrages de la catégorie « éducation et enseignement », suivis par les ouvrages de développement personnel et par la psychologie grand public.
- Jeunesse : 20 %. Le secteur est très largement dominé par les auteurs étrangers et les licences. Les ouvrages de *early learning* ainsi que les BD jeunesse connaissent un certain succès.
- Fiction : 15 %. Le secteur serait majoritairement composé de littérature générale, suivi par la catégorie intitulée « crime, aventure et thriller », puis par les romans historiques et mythologiques.

Par langue

Toujours d'après les données du rapport Nielsen de 2015, le chiffre d'affaires de l'édition indienne serait très majoritairement réalisé sur les ventes de titres en langue anglaise : ces dernières représentaient environ 55 % du CA. Les ouvrages en hindi représenteraient 35 % des ventes en valeur, suivis par les ouvrages en malayalam (langue au Kerala) et en bengali.

Répartition du chiffre d'affaires par langue d'édition



Source : Nielsen, 2015.

On peut, là encore, supposer que les équilibres de 2015 ont évolué depuis à la faveur de l'édition en langues indiennes [hors anglais, donc, ce que les Indiens désignent en anglais par le terme *languages*]. Ces *languages* semblent en effet bénéficier d'un lectorat renouvelé. Plusieurs éditeurs traditionnellement en langue anglaise ont d'ailleurs initié récemment des *imprints* en langues indiennes (voir plus bas, partie consacrée aux échanges de droits, p. 42). Le Publicicon 2018¹⁰, organisé par la FICCI à New Delhi, avait d'ailleurs pour thème : « Publier en langues indiennes ».

- Prix de vente

Le prix moyen d'un ouvrage sur l'ensemble du marché est de 250 roupies¹¹, soit un peu plus de 3 euros, mais il y a d'importantes diversités selon les marchés linguistiques. D'une façon générale, le livre en anglais coûte plus cher que le livre en langues indiennes. Ceci s'explique principalement par des raisons sociologiques : les lecteurs en langue anglaise sont généralement ceux qui sont allés le plus loin dans les études. Logiquement, cette population est la plus aisée du pays, donc celle pour qui le prix du livre ne constitue pas une barrière importante à l'achat.

Les éditeurs indiens considèrent tous leur marché comme extrêmement sensible au prix, particulièrement les marchés en langues indiennes qui, de façon très schématique évidemment, s'adressent a priori plus à un lectorat ayant un plus faible pouvoir d'achat et un plus faible niveau d'éducation.

¹⁰ Séminaire professionnel.

¹¹ En 2019, 1 € = 79 roupies indiennes (INR).

« Le livre est sans doute l'un de premiers achats que les Indiens vont supprimer de leur liste de course en cas de difficulté financière. L'idée que la lecture est quelque chose d'important, voire qu'il s'agit d'une priorité en ce qui concerne l'éducation des enfants, n'est pas très répandue, et encore moins parmi le lectorat en hindi auquel s'adresse notre imprint. »

Vaishali Mathur, Hind Pocket book/Penguin¹²

Du fait de cette grande sensibilité au prix de vente, les prix des ouvrages sont souvent fixés davantage en fonction de la demande qu'en fonction des coûts réels de production : un best-seller très attendu qui pourra faire l'objet d'un tirage important et dont les coûts unitaires de fabrication seront relativement plus faibles sera pourtant vendu cher, car les éditeurs savent que pour ce type de titres les lecteurs sont prêts à déboursier plus d'argent.

Aussi, d'une façon générale les éditeurs indiens ne déterminent pas leur marge en fonction d'un ratio entre coûts de fabrication et prix de vente. C'est essentiellement en observant les prix pratiqués sur le marché que le prix de vente du livre sera déterminé, quitte à ce que les marges soient réduites à peau de chagrin dans certains cas.

C'est donc bien l'ensemble du marché qui est très sensible au prix : le lectorat, mais aussi les éditeurs qui sont très exposés à la concurrence sur le prix de vente.

- Tirages

C'est souvent une énorme surprise pour les professionnels qui découvrent ce marché : bien que l'Inde soit un des pays les plus peuplés du monde, les tirages demeurent très faibles. S'il est difficile de déterminer un tirage moyen tous secteurs et toutes langues confondus, une moyenne de 1 500/2 000 exemplaires semble réaliste. Ces tirages sont sensiblement plus faibles en langues indiennes qu'en anglais.

D'après Ashok Chopra, éditeur et auteur indien ayant commencé sa carrière dans l'édition au début des années 1970, ce tirage n'a pas évolué en cinquante ans d'édition. Le lectorat s'est pourtant développé mais, sur ce moyen terme, c'est le nombre de titres et d'éditeurs qui a augmenté, non le tirage. Aujourd'hui, pour la plupart des éditeurs, vendre en 3 000 exemplaires d'un titre en une année est le début d'un best-seller – même si certains titres atteignent par ailleurs plusieurs centaines de milliers d'exemplaires vendus.

¹² Entretien mené en septembre 2019.

- Nombre de titres publiés

En 2016, les éditeurs indiens auraient publié 120 000 titres (nouveau titres et réimpressions), mais ce chiffre est sujet à caution, car l'enregistrement, pourtant obligatoire, de toute nouveauté au registre ISBN est encore assez largement ignoré par bon nombre d'éditeurs. Ce chiffre est d'ores et déjà supérieur de près de 30 % par rapport au nombre réel de titres disposant d'un ISBN. Est-ce suffisant ? Il y a là une part d'incertitude qui ne peut être ignorée.

Le secteur scolaire et éducatif

- L'enseignement des langues

Dans la majorité des cas, les élèves indiens apprennent trois langues : l'anglais, leur langue régionale et une autre langue. Dans le cas des États du nord de l'Inde dont la langue maternelle est le hindi, la troisième langue sera souvent une langue étrangère (français, allemand) ou le sanskrit. Dans les autres États indiens, les élèves auront souvent tendance à choisir le hindi comme troisième langue, en plus de l'anglais et de leur langue maternelle, car c'est la langue indienne la plus parlée.

- L'édition scolaire

On compte environ 1,5 million d'écoles en Inde et 250 millions d'élèves. L'école est obligatoire jusqu'à 14 ans. Le secteur est donc très attractif et, pour de nombreuses maisons, c'est le secteur le plus rentable. Les livres scolaires sont publiés par les éditeurs privés, mais aussi par l'État au travers du National Council of Educational Research and Training (NCERT). Toutes les écoles peuvent choisir les manuels qu'elles souhaitent utiliser et faire des commandes soit via les librairies de livres spécialisées, soit en direct auprès des éditeurs. Les écoles sont visitées avant chaque rentrée par les éditeurs de livres scolaires qui présentent leurs ouvrages aux professeurs et laissent quelques exemplaires aux directeurs d'école.

La remise accordée par l'éditeur aux libraires spécialisés est généralement de 50 % du prix du livre. Si l'école commande directement à l'éditeur, elle bénéficiera d'une remise de 40 %, mais, dans ce cas, les 10 % de différence doivent généralement être déboursés par l'éditeur pour financer un projet de l'école. L'école revend par la suite les ouvrages aux élèves.

Les éditeurs privés qui sont présents sur ce segment éditorial reprochent régulièrement au gouvernement la concurrence inéquitable que celui-ci leur livre en vendant lui-même ses propres manuels scolaires, à des prix plus bas que ceux du secteur privé et sans être soumis aux mêmes enjeux d'équilibres budgétaires.

Depuis plusieurs années et particulièrement depuis 2017, l'État incite en effet très fortement les écoles à utiliser les manuels publiés par le NCERT de façon à ne pas renchérir le coût de l'éducation pour les enfants. En mai 2019, une décision de justice a été rendue en ce sens, qui

oblige les écoles publiques gouvernementales à acheter les manuels produits par le NCERT si ceux-ci sont disponibles pour les matières et les sujets recherchés, à l'exclusion des manuels publiés par des éditeurs privés. Ces écoles publiques gouvernementales ne représentent pas l'ensemble des écoles publiques ; ce sont des écoles situées uniquement à Delhi, qui font l'objet d'une reconnaissance spécifique de la part de la direction de l'Éducation. On dénombre néanmoins près de 1 400 établissements concernés par cette décision, ce qui n'est pas négligeable et ce qui constitue, quoi qu'il en soit, un signal très inquiétant pour les éditeurs de livres scolaires. Pour les écoles des milieux les plus défavorisés – soit environ 190 000 écoles – le gouvernement fournit également gratuitement des manuels.

Le prix moyen d'un manuel est de 200 roupies (2,50 €) pour un manuel d'une centaine de pages.

Éléments généraux sur le paysage éditorial

Jusqu'à l'indépendance de l'Inde, le centre éditorial du pays était Calcutta qui, petit à petit, s'est déplacé à Mumbai, jusqu'au courant des années 1970, puis à Delhi par la suite.

On dénombre plus de 19 000 maisons d'édition en Inde, dont plus de la moitié publie exclusivement du livre scolaire.

- Le rôle des agents

Depuis une dizaine d'années, l'Inde a vu émerger de nombreux agents d'auteurs, devenus aujourd'hui des interlocuteurs incontournables du secteur. Ce phénomène s'est vraisemblablement accentué ces dernières années du fait de plusieurs phénomènes distincts :

- Un mouvement d'externalisation des fonctions éditoriales au sein des maisons, notamment des grands groupes qui a pu créer un certain vide dans la relation auteur-éditeur. Ce vide est parfois comblé par l'agent qui va suivre et soutenir le travail de création ;
- Une volatilité des auteurs surtout depuis l'installation des groupes internationaux en Inde (voir plus bas, partie consacrée au paysage éditorial du marché de langue anglaise, p.53). En effet, l'arrivée des groupes à partir de la fin des années 1990 a engendré une plus grande concurrence entre éditeurs pour attirer les auteurs. Avances, montants des royalties et budgets marketing sont mis sur la table pour les attirer. Ainsi, les auteurs ont de plus en plus besoin de conseil pour négocier leurs contrats. Par ailleurs, le fait de changer souvent d'éditeur fragilise là encore la relation auteur-éditeur et l'agent peut, de ce fait, faire figure de repère ;
- Une montée en puissance des cessions audiovisuelles en Inde. L'activité audiovisuelle est concentrée à Mumbai et elle est extrêmement dynamique. Avec l'arrivée de Netflix et d'Amazon Prime, les producteurs sont de plus en plus en recherche de contenus et les cessions de droits audiovisuels représentent désormais un enjeu important pour les auteurs. Le festival de Mumbai, le MUMA, accueille notamment un marché des adaptations audiovisuelles. Beaucoup de maisons d'édition ne sont pas en mesure de gérer les droits audiovisuels pour leurs auteurs qui se tournent alors vers des agents.

Généralement, les agents cherchent à représenter l'auteur pour l'ensemble des transactions : contrat d'édition initial, cessions en langues indiennes, cessions à l'international, cessions audiovisuelles, etc.

La principale difficulté pour ces agents est de garder les auteurs sur la durée : ceux-ci, de même que les éditeurs, sont heureux de travailler avec un agent pour le premier contrat, mais cherchent parfois à supprimer cet intermédiaire par la suite, une fois la relation éditoriale créée.

Les agents se rémunèrent avec des commissions. Elles sont généralement :

- de 15 à 20 % sur la part auteur, pour un contrat entre un éditeur indien et un auteur local ;
- de 15 % pour une cession à l'international lorsque celle-ci se fait sans autres intermédiaires ;
- de 20 à 25 % pour une cession à l'international s'il y a également un co-agent à rémunérer.

Parmi les principales agences citons l'agence Red Ink, Labyrinth Literary Agency, Writers Side, Jacaranda Literary Agency, Writer's Side, etc.

- La formation des professionnels

Il existe plusieurs structures qui offrent des formations continues pour les éditeurs ou des formations pour les étudiants qui se destinent à travailler pour le secteur éditorial. C'est le cas, par exemple, du Institute of book publishing, créée à Delhi à la fin des années 1980 ou, plus récemment, de la Seagull school of publishing, créée à Calcutta par Naveen Kishore, directeur de la maison d'édition Seagull.

Les canaux de ventes et la distribution

- La distribution

Pour la langue anglaise

En raison de la taille du pays (3,5 millions de kilomètres carrés) et de ses subdivisions linguistiques, il n'existe pas de structure de distribution couvrant l'ensemble du territoire et c'est – à l'unanimité des professionnels du livre – un des problèmes majeurs du secteur. Les distributeurs préfèrent travailler dans des régions et sur des zones linguistiques bien définies. De ce fait, les éditeurs qui publient en anglais et qui ont besoin d'être distribués dans tout le pays font appel à plusieurs distributeurs différents. Il n'y a généralement pas de contrat d'exclusivité et certaines maisons d'édition peuvent avoir jusqu'à une centaine de distributeurs-relais disséminés dans tout le pays.

Les distributeurs bénéficient en général d'une remise moyenne se situant entre 50 et 60 % du prix de vente et d'une échéance de quatre mois. Cependant, il n'est pas rare que les paiements correspondants prennent une année entière. En fait, les retards de paiement s'accumulent tout

au long de la chaîne et engendrent une gestion extrêmement délicate pour les éditeurs qui doivent, eux, payer les imprimeurs et tous les frais généraux avant d'avoir reçu le moindre centime issu de la vente du livre. Le distributeur fait ensuite une remise qui se situe aux alentours de 40 à 45 % auprès des librairies. Tous les livres sont susceptibles d'être retournés.

Les grands groupes disposent souvent de leur propre distribution. C'est le cas de Penguin, de HarperCollins mais aussi de Sage dans l'édition spécialisée. Mais ceux-ci vont néanmoins travailler avec des grossistes pour rendre les titres disponibles partout sur le territoire. Ils distribuent souvent d'autres éditeurs : Penguin distribue les ouvrages de Zubaan, Harper, ceux de Seagull, etc. Pour les éditeurs distribués par ces grands groupes, l'intérêt est d'une part d'avoir un seul interlocuteur qui gère l'ensemble des relations avec les grossistes et les points de vente, mais aussi – et surtout – de dépendre d'un acteur tellement important sur le marché qu'il peut faire pression sur les revendeurs pour obtenir les paiements dus. En effet, si Penguin menace de retirer ses titres d'un point de vente en cas de non paiement, alors celui-ci aura vite tendance à exécuter ses obligations.

Dernièrement, les éditeurs distribués par certains de ces groupes se voient confrontés à une augmentation des frais liés à la distribution puisque certains, comme Penguin, cherchent à ne plus prendre en charge le stockage des éditeurs distribués, ce qu'ils faisaient jusque-là.

Pour les langues indiennes [hors anglais]

Il n'y a pas de distributeur pour les langues indiennes hors anglais (ce que les éditeurs appellent les *languages*), chaque maison gère son propre réseau de clients librairies et/ou grossistes. Les éditeurs en hindi gèrent cette distribution au sein même de la maison, avec des équipes de vente qui animent un portefeuille clients qui représente souvent entre 500 et 1 500 contacts. Pour que les livres soient présents dans tout le pays, les éditeurs travaillent avec des grossistes régionaux.

Le Bengale dispose, quant à lui, d'un centre névralgique unique en Inde, qui permet d'assurer la circulation des livres dans toute la région : le quartier de College Street à Calcutta. Véritable « marché aux poissons », comme l'appellent certains professionnels, il s'agit d'un gigantesque quartier pittoresque regroupant maisons d'édition, showrooms d'éditeurs et minuscules librairies qui s'étalent par centaines sur les trottoirs. C'est auprès de ces petites échoppes pleines à craquer que viennent s'approvisionner les Bengalis, mais aussi toute une myriade d'intermédiaires, appelés parfois agents, qui achètent des livres pour une librairie de district, des bibliothèques d'école ou d'universités privées. Elles sont souvent spécialisées : elles proposent parfois une offre thématique (sciences, médecine, fiction) ou alors le catalogue de quelques éditeurs sélectionnés, mais la pratique veut que votre libraire aille vous chercher l'ouvrage que vous demandez, quel qu'il soit, auprès d'une librairie voisine ou de l'éditeur (dans son showroom le cas échéant). À chaque niveau, une commission est prélevée par l'intermédiaire. Ainsi, si l'éditeur accorde 30 % de rabais sur le prix de vente au premier point de vente (de College Street par exemple), ce dernier accordera à son tour un rabais de 27,5 % à l'intermédiaire, qui à son tour vendra l'ouvrage avec 25 % de rabais à la librairie de district.

Le point fort du Kerala réside dans sa taille (relativement petite) qui permet aux éditeurs de couvrir une large partie des 14 districts composant l'État. Parmi ces éditeurs qui portent la casquette de distributeur/libraire, les plus importants sont DC Books, mais aussi Poorna, Mathrubhumi, Green Books, Chintha Publishers, Current Books Thrissur et Prabhat Books. Ils distribuent les livres de leurs concurrents (la sélection la plus populaire bien souvent), que ce soient des livres en malayalam (la langue locale) et en anglais, dans leurs points de vente. Par ailleurs, des intermédiaires, parfois appelés coursiers ou agents par les professionnels, achètent des stocks contre une remise de l'ordre de 40 % et les distribuent vers d'autres points de vente de l'État (librairies de campagne, stations de train, de bus, etc.) ou les vendent eux-mêmes sur les marchés.

Concernant le marché du livre en tamil (parlé notamment dans le Tamil Nadu), la très grande majorité des éditeurs acheminent leurs livres sur les points de vente par leurs propres moyens. Ceux qui en ont les ressources placent leurs propres représentants dans les villes majeures (Madurai, Coimbatore). Toujours désireuse de tester de nouvelles solutions, la maison New Horizon Media a lancé son propre réseau de distribution au Tamil Nadu, piloté par deux « superstockistes », qui paient comptant et acheminent ses livres auprès de cinquante petits distributeurs locaux. New Horizon Media remarque qu'aucun autre éditeur n'a voulu rejoindre son réseau, selon lui tout autant par conservatisme que pour ne pas avoir à partager leur marge.

- Les canaux de vente

Les ventes en ligne

Les réalités sont très variables d'un marché linguistique à l'autre

- Pour les ouvrages en anglais : elles représentent aujourd'hui le plus gros canal, sans doute 50 à 60 % des ventes en moyenne ;
- Pour la plupart des éditeurs en hindi : les ventes en ligne représentent environ la moitié du CA, entre 40 et 50 %.

Pour les autres langues, l'importance des ventes en ligne semble moindre :

- La diaspora bengalie étant très importante, les ventes en ligne ne cessent d'augmenter pour les éditeurs publiant en bengali et se situent pour beaucoup aux alentours de 15 % des ventes. Pour certains éditeurs bengalis sans accès au réseau de librairies, les ventes en ligne deviennent cruciales, comme c'est le cas pour Jadavpur University Press, dont la majorité des ventes se fait sur Internet.
- Les principaux éditeurs en tamoul indiquent réaliser le plus souvent entre 10 % et 20 % de leurs ventes par ce biais.
- Pour les éditeurs en malayam la moyenne se situerait aux alentours de 5 à 10 %.

Les raisons de cette diversité sont d'une part sociologiques : le taux de pénétration d'Internet en Inde est relativement bas (environ 35 %) et ce sont les ménages les plus aisés qui sont équipés. Parmi ces ménages, la proportion de personnes lisant en anglais est beaucoup plus importante

que dans les classes populaires (voir plus bas, introduction sur le marché en langue anglaise, p.53). Elles sont également culturelles : dans certains États, comme le Bengale ou le Kérala, les librairies sont relativement nombreuses et il est relativement facile de trouver un livre sans avoir besoin de le commander sur Internet.

Les deux principaux vendeurs en ligne sont Amazon et Flipkart. Flipkart est une entreprise indienne qui a commencé son activité en 2007. Amazon a lancé son activité en Inde en 2013 et elle a depuis largement devancé Flipkart pour la vente de livres. Ces deux plateformes de vente en ligne pratiquent le « *cash on delivery* », c'est-à-dire le paiement à la livraison. Ainsi chacun peut commander ses livres en ligne et régler la commande en espèces directement au livreur. Cette facilité, mise en place par Flipkart et reprise par Amazon, a sans doute fait sauter le dernier verrou à l'explosion des ventes en ligne. Le paiement en ligne apparaît en effet peu sécurisé, il rebute certains acheteurs et peut ainsi constituer un frein aux achats sur Internet. Les frais de livraison sont par ailleurs offerts. Notons qu'en Inde Amazon n'est qu'un *marketplace* : l'entreprise ne dispose pas de ses propres stocks, elle fait le lien entre acheteurs et vendeurs (éditeurs ou distributeurs).

Ces acteurs de la vente en ligne proposent des livres en anglais, mais également dans la plupart des langues indiennes. Il existe également des sites de vente en ligne spécialisés sur certaines langues telles boipattor.in, bengalibooksonline.in, boichoi.com, boimela.in pour le bengali. Pour le tamoul, on trouve tamilbooksonline.in, tamilbookshelf.com, noolulagam.com, de même que des sites appartenant à des librairies physiques (udumalai.com, panuval.com). L'éditeur tamoul New Horizon Media évoqué plus haut est quant à lui devenu distributeur en ligne pour Amazon en constituant un stock des livres physiques de nombreux éditeurs, et cette activité devrait bientôt générer plus de revenus que celle d'éditeur.

Les éditeurs posent un regard partagé sur les ventes en ligne. Pour eux, elles peuvent être bénéfiques :

- les livres sont désormais disponibles dans toutes les villes du pays, dont beaucoup ne disposent pas de librairies, ce qui constitue à la fois une avancée dans le sens de la démocratisation de la lecture et des perspectives d'accroissement des ventes ;
- les revendeurs en ligne paient en temps et en heure, ce qui n'est souvent pas le cas des librairies physiques.

Mais l'importance prise par ce canal de diffusion représente un risque :

- de disparition des librairies indépendantes, déjà peu nombreuses à l'échelle du pays ;
- de relais pour les pirates qui revendent via les plateformes en ligne ;
- d'amplification des phénomènes de best-sellerisation et, parallèlement, d'atteinte à la « biblio-diversité ».

« La mort des librairies physiques a de très importantes répercussions sur le marché et notamment l'incapacité à faire découvrir des livres. Les points de vente en ligne proposent d'importantes remises, mais n'offrent aucune attention personnalisée et ne contribuent pas à l'instauration d'un comportement d'acheteur de livres et de lecteur sur le long terme. »

Namita Gokhale, Jaipur literature festival¹³

Amazon demande une remise de 48 à 50 % sur le prix de vente du livre. Les sites de ventes en ligne proposent presque systématiquement des réductions sur le prix des livres, alors que les points de vente physiques ne le font pas.

Les librairies

Il n'y a qu'une grande chaîne de librairies à l'échelle de l'ensemble du pays. Il s'agit de la chaîne Crossword, qui dispose de quatre-vingt dix points de vente répartis sur tout le territoire indien, dont une douzaine de grandes surfaces. Les points de vente proposent également de la papeterie, des jouets et de la presse.

On trouve ensuite quelques petites chaînes, souvent au niveau de chaque État, qui disposent chacune de quelques points de vente (entre trois et quinze points de ventes, comme Starmark, Bahrrisons, Oxford bookshop, Full Circle, etc.)

Mais la grande majorité des points de vente physique de livres sont des librairies indépendantes. Les estimations du nombre de ces points de vente sont extrêmement variables : entre 5 000 et plus de 10 000. D'après les témoignages recueillis, on peut affirmer que le nombre de ces points de vente est en diminution depuis quelques années, notamment du fait de la concurrence d'Internet. Pour ces points de vente, la crainte de devenir de simples showrooms où les lecteurs viendront identifier les livres qu'ils achèteront ensuite avec un rabais sur Amazon est largement partagée.

Parmi les librairies les plus connues, pour la langue anglaise, à Delhi : Amrit book Company, à Connaught Place, Faqir chand & Sons à Khan Market, Midland Book Shop à Aurobindo Market, The Bookshop, May Day bookstore, etc. Plusieurs de ces points de vente sont situés dans des marchés couverts et sont adossés à des cafés ou des salons de thé. Au Bengale, pays de culture littéraire, les librairies sont relativement nombreuses par rapport au reste du pays, surtout dans les campagnes où l'association des professionnels du livre, la Booksellers and publishers guild (désignée par la suite la Guilde), indique que leur nombre augmente alors qu'il décline dans les grandes villes. Pour les livres en hindi, Anupam Bookseller est l'une des enseignes plus reconnues.

¹³ Namita Gokhale, citée dans *Hindustan*, novembre 2015.

« *Le business du livre de trade, en hindi, a considérablement chuté du fait de la gratuité des frais de livraison proposés par les plateformes de vente en ligne. Nous dépendons désormais totalement des ventes de livres scolaires* ».

Anupam Kumar, Anupam bookseller¹⁴

Pays de lecteurs, le cas du Kerala est à part. L'État abrite un grand nombre de librairies vendant des livres anglais et/ou en malayalam. Les éditeurs de taille importante s'appuient sur leur propre réseau de librairies, qui vendent tout leur fonds ainsi qu'une petite sélection des ouvrages concurrents (souvent de l'ordre de 20 % de l'offre globale). C'est le cas de DC Books (40 points de vente), Mathrubhumi (22), SPCS (10), Chintha Publishers (11), Green Books (4), Current Books Thrissur (4), Poorna (3), Olive publications (2). Pour les éditeurs qui dépendent moins des commandes gouvernementales (écoles, bibliothèques), les ventes en librairie sont une source majeure de revenus : DC Books réalise ainsi 70 % de ses ventes dans son propre réseau de librairies, Green Books réalise un tiers de son chiffre d'affaires dans ses quatre points de vente (la moitié provient de ses propres ouvrages et l'autre moitié d'ouvrages concurrents), tandis que Poorna et Current Books Thrissur, dont la production s'adresse plus aux institutions publiques, vendent 30 à 40 % de leurs ouvrages en librairie.

Cependant, les habitudes de consommation ayant changé, les Kéralais se rendent de plus en plus dans les centres commerciaux, ce qui met de nombreuses petites librairies en difficulté. Par ailleurs, les livres grand public, courts et peu chers sont vendus par la chaîne Higginbothams dans les stations de train, mais également par des vendeurs à la sauvette sur les marchés, près des stations de bus, etc.

Il existe également un important marché du livre d'occasion. Mais celui-ci est absolument impossible à quantifier, d'autant qu'il n'a généralement pas pour cadre des magasins, mais des stands éphémères sur les marchés comme le marché du dimanche à Daryaganj (Dehli).

Les festivals et salons

Il y a beaucoup de festivals et de foires du livre en Inde, dans toutes les régions du pays, dans chaque ville. Ce phénomène s'est considérablement développé depuis une dizaine d'années et aujourd'hui certains éditeurs établissent leurs plannings de parution en fonction des grands rendez-vous littéraires du pays. Ces festivals constituent, à des degrés divers, une importante source de revenus pour les éditeurs, notamment pour ceux en langues indiennes qui peuvent ainsi toucher leur lectorat dans les moyennes et petites villes indiennes qui ne disposent souvent pas de points de vente de livres. Les festivals et foires sont à la fois des outils de promotion et de commercialisation.

¹⁴ Anupam Kumar, cité dans *Book review*, numéro spécial : *Celebrating hindi*, 5 mai 2019.

Parmi les foires et festivals les plus connus à l'international, citons d'abord la foire du livre de New Delhi. Cet événement, organisé par le National book trust, existe depuis bientôt cinquante ans et rassemble chaque année beaucoup d'exposants. Cette foire se tenait initialement tous les deux ans, mais depuis 2012 elle est désormais annuelle, signe de son grand succès. Dans une formule de type festival littéraire, le plus reconnu internationalement est vraisemblablement le festival de Jaipur (Jaipur LitFest) qui a lieu tous les ans depuis 2006 au mois de janvier et qui rassemble des auteurs du monde entier. L'édition 2019 a vu affluer plus de 400 000 visiteurs qui ont assisté aux plus de deux cents tables rondes, présentations et débats organisés durant les quatre jours que dure le festival. Depuis 2008 est organisé par ailleurs le festival jeunesse Bookaroo qui se tient dans plusieurs villes indiennes (Delhi, Srinagar, Pune, Goa, Jaipur, Calcutta, Bengaluru, etc.) Il a été créé par deux anciens libraires spécialisés en littérature jeunesse. Enfin, le festival Hindu lit for life, émanation de la *Literary review*, supplément littéraire du quotidien *The Hindu*, existe depuis 2010 et se tient tous les ans à Chennai. Ce festival, bien que se tenant au Tamil Nadu, met principalement à l'honneur les auteurs anglophones.

Au niveau de chaque État indien, certains rendez-vous littéraires ont également pris de l'importance d'un point de vue de l'activité culturelle et commerciale. Au Bengale, pour permettre aux lecteurs de province de se procurer des livres, le gouvernement local et les autorités des districts organisent de très nombreuses foires du livre de novembre à mars : vingt-six par le gouvernement local (Directorate), et près de deux cent cinquante par les districts, avec le soutien du gouvernement. Ces foires sont un excellent moyen pour les éditeurs de pénétrer dans les campagnes, souvent dépourvues de points de vente ou de bibliothèques bien tenues. Les éditeurs en choisissent plusieurs (une bonne dizaine bien souvent, une cinquantaine pour les éditeurs pourvus d'importantes ressources commerciales), auxquelles ils se rendent directement avec leurs équipes de ventes. À Calcutta, la Guilde organise depuis 1976 la foire appelée Kolkata book fair, qui attire sur douze jours un public très nombreux (2,2 millions de visiteurs enregistrés en 2018 !). Les festivals qui font la part belle aux auteurs sont également très nombreux, mais mettent surtout en avant la littérature anglophone, avec notamment : Tata Steel Kolkata literary meet depuis 2012 et Apeejay literature festival depuis 2010, sponsorisés par les groupes industriels éponymes. Afin de protester contre l'appropriation de la culture par les groupes industriels, une poignée d'étudiants a fondé son propre festival, appelé People's literary festival, sans aucun soutien financier. À tendance communiste, ce festival convie des auteurs indiens, ici encore anglophones, dont les œuvres sont engagées politiquement. Pour la littérature en bengali, les initiatives ont été pendant longtemps le fait des autorités, avec des festivals comme Kobita utsab (pour la poésie), Kathasahitya utsab (pour la fiction). Depuis 2014, un festival littéraire de trois jours prend place au sein de la foire du livre de Calcutta, au cours duquel auteurs indiens et internationaux (en général du pays invité d'honneur de la foire) sont invités à parler autour de thèmes littéraires. Si la grande majorité des sessions sont en anglais, la plupart des livres ainsi promus sont bengalis. Pour combler le manque de plateformes mettant la littérature bengalie au premier plan, la librairie Oxford bookstore de Calcutta a créé la journée Apeejay bangla sahitya utsob. En quelques années seulement, ce rendez-vous d'octobre est devenu très populaire. Le Tamil Nadu est le terrain des foires du livre. L'État en compte une centaine, réparties sur tout le territoire et toute l'année (sauf durant la mousson). La foire incontournable pour les éditeurs

est la foire de Chennai, Chennai book fair, organisée par la Booksellers and publishers association of South India (BAPASI) depuis 1976 au mois de janvier. En janvier 2019, la 42^e édition a été allongée pour la première fois de 10 à 17 jours, et a atteint son record de fréquentation avec 200 000 visiteurs et 812 stands de professionnels. Parmi les autres foires privilégiées par les visiteurs et donc les éditeurs, il y a celle d'Erode ainsi que celle de Tirupur, organisée par l'éditeur Bharati Puthakalayam.

Au Kerala, il y a tant de points de vente et de bibliothèques que les Kéralais, même isolés, n'ont pas vraiment besoin d'une foire pour se procurer des livres, d'autant que ces derniers ne sont jamais bradés. Les seules foires cruciales pour les éditeurs sont celles organisées par le Council dans les quatorze districts de l'État. Ces foires ont pour but principal de fournir des ouvrages aux bibliothèques publiques et représentent donc une source de revenus majeurs pour les éditeurs, qui sont en revanche contraints de se déplacer régulièrement avec leurs équipes. Ces foires de districts mises à part, il existe deux rendez-vous internationaux (du moins, en théorie), l'un en déclin et l'autre en plein essor. La plus ancienne foire du livre au Kerala est organisée par le Darsana cultural centre, une institution culturelle créée par la congrégation des carmélites, à Kottayam. Autrefois très populaire, la Darsana international book fair a perdu de son attractivité selon les professionnels qui se tournent désormais vers la foire de Krithi. En effet, à la demande du gouvernement du Kerala, la SPCS (Sahitya pravarthaka cooperative society, une sorte de coopérative d'auteurs) a initié une foire du livre à Cochin en 2018 : Krithi, the international book fair of Kerala. En deux ans, cette foire du livre qui fait également office de festival littéraire sous la bannière Krithi knowledge festival est devenue très importante aux yeux des professionnels. Parmi les cent vingt éditeurs présents en 2019, la moitié étaient des éditeurs en malayalam, l'autre moitié des éditeurs anglophones indiens généralistes, académiques ou pour la jeunesse. Concernant les festivals littéraires, ils mettent régulièrement à l'honneur la langue régionale en invitant (au moins partiellement) des auteurs locaux à converser en malayalam. Les festivals se succèdent pendant la saison sèche, plus propice aux événements en plein air, entre novembre et mars. Certains sont des extensions de foires du livre préexistantes, comme le Kochi international book festival qui se tient fin novembre et accueille des discussions littéraires au sein de sa foire. L'événement est organisé par une association en charge de promouvoir la lecture, appelée Antharashtra pusthakotsava samithi (International bookfair committee) et affiliée au RSS (Rashtriya swayamsevak sangh), organisation paramilitaire d'extrême droite proche du pouvoir central en place, le BJP. Les festivals d'envergure internationale sont organisés par les éditeurs eux-mêmes, DC Books et Mathrubhumi. Le Mathrubhumi festival of letters accueille en février une centaine d'auteurs venus d'Inde et du reste du monde. Plus tard dans le mois, DC Books organise sur les plages de Calicut le Kerala literary festival (KLF) pendant quatre jours. Cinq cents auteurs indiens anglophones, malayalam et internationaux (soit deux fois plus qu'au festival de Jaipur) ont échangé devant 250 000 personnes en 2019.

Promotion et commercialisation

- Relations presse et promotion

Il n'existe pas d'émission de radio ou de télévision dédiées au livre. Par contre, nombreux sont les titres de presse, en ligne ou papier, à proposer des critiques de livres et à présenter les dernières parutions. En langue anglaise, les principaux journaux proposant des critiques de livres sont :

- *The Hindu*, qui propose un supplément littéraire de 8 pages : le *Hindu literary review*
- *The Hindustan*, qui publie chaque samedi la critique de trois nouveautés

Mais aussi : *Indian express*, *India today*, *Mint lounge*, etc.

En ligne, *scroll.in*, *thewise.in*, *business-standard.com* publient également régulièrement des critiques littéraires. Il existe également de nombreux blogs.

Au Bengale, la publication la plus connue et efficace pour relayer les nouvelles littéraires est le magazine bimensuel *Desh*, et son supplément trimestriel *Boier Desh*, tous deux édités par le groupe Anandabazar Patrika. Le magazine autrefois purement littéraire consacre maintenant une grande partie de ses articles aux affaires politiques et sociales, mais continue à publier des textes d'auteurs importants ainsi que des interviews. *Boier Desh*, quant à lui, est le premier magazine purement littéraire, aussi utile aux professionnels qu'aux particuliers avec la liste des nouveautés, des critiques de livres et des interviews. D'autres journaux, tels les quotidiens *Ananda Patrika* et *El Samay*, ont une rubrique littéraire. Les éditeurs achètent également de l'espace publicitaire dans les magazines et journaux, et leur budget augmente significativement pendant la foire de Calcutta (de 30 % chez Mitra & Gosh par exemple).

Le Kerala dispose de grands titres de presse, encore très lus au quotidien. Cependant, la place accordée à la culture et aux livres n'a cessé de diminuer. Les éditeurs privilégient plutôt la presse et les magazines qui ont des affinités avec la culture. Poorna consacre ainsi une partie de son budget à l'achat de publicités dans *Mathrubhumi weekly* et *Kalabukaimudi weekly*. Les éditeurs reconnaissent l'impact des critiques littéraires, qu'ils espèrent recevoir dans ces magazines très lus.

Au Tamil Nadu, les éditeurs regrettent que la critique culturelle consacre l'énorme majorité de son espace au cinéma. Si les quotidiens *The Hindu* (version tamoule), *Dinamani* et *Dina Thanthi* proposent des critiques littéraires, le futur se situe plutôt sur Internet et les réseaux sociaux selon les éditeurs.

La stratégie média des éditeurs diverge selon les cas. Certains sont très liés à la presse et il est fréquent que les éditeurs écrivent eux-mêmes les critiques des livres qu'ils publient et les envoient « prêtes à l'usage » aux journalistes. Ceci a le triple avantage de permettre à l'éditeur de maîtriser le contenu de la critique, de lui éviter l'envoi de services de presse et de convenir, souvent, aux titres de presse en allégeant leur tâche. Ainsi, selon une maison comme Juggernaut, par exemple, les campagnes médias sont décisives et il est préférable d'avoir la main sur les

contenus. Avec le succès des ouvrages de non-fiction grand public (voir plus bas la partie consacrée au marché de langue anglaise, p.52), il est également très fréquent que les auteurs soient également journalistes, ce qui représente un atout considérable pour les maisons.

Les réseaux sociaux prennent par ailleurs une place grandissante, avec notamment de nombreuses vidéos d'interviews *home made* des auteurs pour les lancements des nouveautés. DC Books, éditeur du Kerala (en malayalam) réalise quasiment toute sa promotion sur ses divers réseaux sociaux, Facebook en tête. La chaîne YouTube de la maison, qui compte 1,3 million de vues, lui permet de lancer des livres en ligne et de faire participer des auteurs des quatre coins de l'Inde.

Enfin, cas à part : la maison Westland (propriété d'Amazon) a investi dans la réalisation d'une bande-annonce pour la sortie du dernier titre de Chetan Bhagat – auteur best-seller incontesté du moment. Il s'agit d'une véritable bande-annonce de film, qui dure quelques minutes, plante l'intrigue de l'ouvrage, et se termine sur le visuel de la couverture du livre, la date de publication et la mention « *Preorder now on Amazon* » !

- Les prix littéraires

Dans toutes les langues indiennes y compris l'anglais

Le Jnanpith award

Le prix Jnanpith, remis par l'institution de recherche Bharatiya Jnanpith, est considéré comme le plus prestigieux. Il a été créé en 1961 et est remis chaque année avec un chèque de 11 lakhs (13 000 €) à un auteur indien pour l'ensemble de son œuvre. Le tout premier à l'avoir remporté est un auteur écrivant en malayalam, G. Sankara Kurup. Depuis, quatre auteurs kéralais ont également reçu ce prix : S. K. Pottekkatt (1980), Thakazhi Sivasankara Pillai (1984), M. T. Vasudevan Nair (1995), et O. N. V. Kurup (2007). Six auteurs écrivant en bengali l'ont reçu : Tarasankar Bandyopadhyay, Subhash Mukhopadhyay, Bishnu Dey, Ashapoorna Devi (la première femme à le recevoir), Mahasweta Devi, Shankha Ghosh. Le prix a également récompensé deux auteurs écrivant en tamoul, Akilan en 1975 et Jayakanthan en 2002, ainsi que onze auteurs en hindi : Sumitranandan Pant, Ramdhari Singh, dit Dinkar, Sachchidananda Vastyan, Mahadevi Varma, Naresh Mehta, Nirmal Verma, Kunwar Narayan, Amarkant, Sri Lal Sukla, Kedarnath Singh, Krishna Sobti.

En 2018, le premier auteur en langue anglaise a été récompensé par ce prix, il s'agit d'Amitav Ghosh.

Les Sahitya Akademi awards

Ce prix est remis chaque année à un auteur dans chacune des langues indiennes. Ce prix a tendance à récompenser les auteurs qui ont déjà une œuvre importante, bien que le prix soit attribué à un ouvrage particulier, que ce soit un roman, un recueil de nouvelles, un essai ou un recueil de poésie. En 2018, les lauréats sont : Sanjib Chattopadhyay pour le bengali, S. Ramesan

Nair pour le malayalam, S. Ramakrishnan pour le tamoul, Chitra Mudgal pour le hindi et Anees Salim pour l'anglais.

Pour les ouvrages en anglais

Le JCB prize

C'est l'un des derniers-nés des prix littéraires (2018), mais d'ores et déjà un des plus recherchés par les éditeurs, car le lauréat se voit remettre plus de 30 000 €, ce qui est la plus importante récompense de tous les prix littéraires. Il récompense un ouvrage en anglais (écrit originellement ou traduit en anglais depuis l'une des langues indiennes) de fiction d'un auteur indien. La sélection est mise en avant en librairie, et le vainqueur est ensuite identifié par un sticker. Les lauréats ont été *Jasmine Days* de Benyamin (ouvrage traduit en anglais depuis le malayalam, éd. Juggernaut) et *The Far Field "25 lac inr"* de Madhuri Vijay.

Le Crossword award

Créé en 1998, ce prix décerné par la chaîne de librairies Crossword récompense à la fois un ouvrage de fiction et un de non-fiction d'auteurs indiens, écrits ou traduits en anglais. Le prix s'est diversifié, puisqu'il récompense désormais également un auteur pour l'ensemble de son œuvre, ainsi qu'un livre sur le management.

Le Hindu literary prize

Ce prix a été créé en 2010 par la *Hindu literary review*. Il récompense un ouvrage de fiction écrit ou traduit en anglais d'un auteur indien. Depuis 2018, une catégorie non-fiction également été créée. Les derniers lauréats sont, pour la fiction, *Requiem in Rga Janki* de Neelum Saran Gour et, pour la non-fiction, *Interrogating my Chandal Life. An autobiography of a Dalit* de Manoranjan Byapari, traduit du bengali.

Ces prix sont importants pour les éditeurs indiens car ils sont valorisants pour leurs auteurs et ont un certain impact sur les ventes. Néanmoins, pour les éditeurs en langue anglaise, les prix littéraires les plus importants sont les grands prix anglophones tels le Booker Prize ou le Pulitzer.

Pour les langues indiennes hors anglais

Le Saraswati Samman

Ce prix a été créé en 1991 par la K. K. Birla Foundation. Il offre une récompense de 1 500 000 roupies (18 000 €) pour un ouvrage important, même si celui-ci n'est pas récent, écrit dans l'une des langues indiennes, à l'exclusion de l'anglais.

Le prix Ananda

Il s'agit du prix d'initiative privé le plus reconnu pour le bengali. Il est organisé depuis 1956 par le groupe média ABP et revient à tout auteur de livre bengali, tous genres confondus. Très médiatisé par le groupe de presse auquel il appartient, ce prix est peut-être le seul qui a un véritable impact sur les ventes.

Pour le bengali, le gouvernement local décerne également plusieurs prix, dont les prix Bankim Puraskar et Rabindra Puraskar, remis sous l'égide de l'académie Paschimbanga Bangla. Si le prix Bankim ne peut être décerné qu'aux œuvres de fiction en bengali, le prix Rabindra récompense les ouvrages de littérature et de non-fiction sur le Bengale, qu'ils soient écrits en bengali ou en toute autre langue.

Des prix privés pour les auteurs en malayalam

De nombreuses fondations privées ont institué leur propre prix, ainsi le Valayar award, remis par la fondation Vayalar Ramavarma Memorial Trust en mémoire du poète Vayalar Ramavarma (1928-1975). Il en va de même pour le Muttathu Varkey award, récompensant les contributions à la littérature malayalam en mémoire du romancier Muttathu Varkey (1913-1989), ou du Padmaprabha literary award en honneur du combattant pour la liberté du même nom. Le groupe média Mathrubhumi a créé son propre prix en 2001, qui distingue des auteurs majeurs, toutes catégories confondues. La maison DC Books a, elle, créé un prix du meilleur manuscrit pour dénicher de nouveaux talents.

Les prix gouvernementaux au Tamil Nadu

Au niveau local, le gouvernement du Tamil Nadu décerne tellement de prix que personne ne les connaît vraiment bien ! Les plus importants prix littéraires, appelés Chitirai awards, sont remis en janvier, à l'occasion du Nouvel An tamoul (Thiruvalluvar Day), avec lesquels le gouvernement récompense les contributions à la langue tamoule, à sa littérature et à sa grammaire. Parmi eux, le GU Pope award qui met à l'honneur un traducteur du tamoul vers une langue étrangère, le Amma literary award, le Thamizh Thalai award, le Kapilar award et le Llango Adigal award qui vient particulièrement récompenser la contribution à la littérature tamoule classique.

Les échanges internationaux et interlinguistiques

- Importations et exportations

Importations et tirages spéciaux pour les ouvrages en langue anglaise

Parmi l'offre proposée en librairie, on trouve de très nombreux ouvrages anglais et américains importés. La plupart du temps, les libraires effectuent des achats groupés de façon à faire diminuer les coûts de transport et à pouvoir revendre le livre sur place à un prix qui reste abordable. On retrouve en Inde les mêmes best-sellers que sur les autres marchés anglophones sans aucun décalage ou presque dans les dates de mise en vente. On estime que les importations représentent entre 20 et 25 % du marché du livre indien en langue anglaise.

Néanmoins, la plupart des ouvrages étrangers vendus en Inde ne sont pas des importations mais des livres publiés sur place par les grands groupes éditoriaux. Ceux-ci impriment les ouvrages des maisons mères localement, de façon à les proposer à un prix correspondant au marché indien.

Les ouvrages ainsi produits chez Hachette India sont, par exemple, vendus en moyenne à 300 roupies, soit moins de 4 euros, ce qui est souvent moins de la moitié du prix du livre dans le marché d'origine. Selon les groupes, la publication en Inde des titres étrangers est plus ou moins systématique et occupe une place plus ou moins importante dans les ventes et les catalogues des filiales indiennes. Chez Scholastic par exemple, sur 500 titres publiés par an, 80 sont d'auteurs indiens, alors que, chez Oxford University Press, on dénombre environ 120 titres d'auteurs indiens pour 25 à 50 titres étrangers. Souvent, les nouveautés internationales sont imprimées en même temps par la filiale indienne et aux États-Unis/Royaume-Uni, de façon à bénéficier des retombés en matière de promotion et de marketing. Chez Penguin India, la plupart des titres du groupe sont en réalité importés et Penguin India sert de distributeur. Il n'y a guère que les très gros tirages – comme les mémoires de Michelle Obama, par exemple – qui font l'objet d'une impression en Inde.

Cette passerelle entre les filiales des groupes joue également dans l'autre sens dans une stratégie à 360°, puisque souvent, les titres d'auteurs indiens publiés par les filiales sont distribués par le groupe dans les autres marchés anglophones.

Exportations

Avec le développement des ventes en ligne et principalement d'Amazon, la plupart des titres publiés en Inde sont disponibles partout dans le monde. Mais pour rendre ces titres visibles et les commercialiser avec succès, l'appui d'un groupe ou le travail avec un intermédiaire exportateur est un avantage énorme. Les pays destinataires des exportations d'ouvrages indiens sont d'abord les États-Unis, puis l'Europe – vraisemblablement surtout la Grande-Bretagne – où les diasporas indiennes sont très présentes.

La plupart des éditeurs en tamoul distribuent désormais pour la diaspora tamoule à Singapour et, dans une moindre mesure, au Sri Lanka où le tamoul est une des langues officielles et dont les bibliothèques publiques acquièrent des exemplaires.

- Les échanges de droits

Pour tenter de simplifier les explications présentées dans cette partie, nous identifierons les différents ensembles linguistiques de la façon suivante :

- *Langues indiennes : toutes les langues indiennes, y compris l'anglais ;*
- *Languages : les langues indiennes hors anglais (c'est ainsi que les professionnels indiens les désignent).*

Pour les ouvrages d'auteurs indiens : échanges entre langues indiennes

Éditions multilingues

Les échanges entre langues indiennes sont vraisemblablement de plus en plus importants, car les éditeurs prennent au fur et à mesure conscience de l'immense richesse, à portée de mains, de la production éditoriale.

Certains éditeurs ont fait de la publication en plusieurs langues leur spécialité. C'est le cas de Yatra books, par exemple, qui avait il y a quelques années un partenariat avec Penguin pour traduire dans plusieurs langues indiennes les best-sellers de la maison, puis qui a, par la suite, mené le même type d'échanges avec la maison Westland. Dans le domaine de la jeunesse, c'est également le cas de la maison jeunesse Tulika, qui publie régulièrement ses titres en huit langues indiennes.

Échanges entre langues

Les traductions sont assez rares entre les *languages*, car il y a peu de traducteurs et peu de visibilité des titres.

Les *languages* les plus traduits en malayalam sont le hindi, le bengali, le tamoul et le marathi. L'éditeur kéralais DC Books publie de très nombreux ouvrages depuis ces langues, que ce soit le tamoul (Perumal Murugan), le bengali (Bimal Mitra), le kannada (Gauri Lankesh), le marathi (Shivaji Sawant) ou même l'oriya (Pratibha Ray). Les traducteurs jouent le rôle d'apporteurs de projets et ce sont eux qui convainquent les éditeurs de publier la traduction qu'ils ont souvent déjà faite avant d'avoir le moindre engagement. Mais peu en font leur métier, faute de pouvoir en vivre. Les éditeurs en bengali constatent tous le manque de traducteurs qualifiés pour traduire une langue régionale à une autre. Ainsi Jadavpur University Press voulait acheter les droits bengalis du best-seller tamoul *One Part Woman* de Perumal Murugan, mais s'est vu contraint de renoncer à son projet, faute d'un traducteur capable de mener le projet à bien. Par ailleurs, les agents notent la difficulté de travailler sur les cessions nationales, car les montants des transactions sont souvent très faibles.

Pour cette raison, et également parce que les titres anglophones indiens sont bien plus susceptibles de se faire remarquer, les acquisitions se font quasiment toujours depuis l'anglais, surtout les titres très populaires ou classiques.

Échanges entre l'anglais et les autres langues indiennes

Les groupes ou les grandes maisons développent de plus en plus leurs propres *imprints* en *languages* pour rendre disponibles leurs meilleurs titres dans la plupart des langues du pays, en rachetant des maisons ou en créant de nouvelles entités éditoriales. Ils mettent également en place de plus en plus de partenariats avec des éditeurs en *languages*. Cependant, la plupart du temps, ces *imprints* ne se contentent pas de rendre les ouvrages d'auteurs indiens édités initialement en anglais disponibles en *languages*, mais elles proposent également des titres originaux. Harper et Vani Prakashan ont signé un partenariat pour que les titres d'Harper soient disponibles en hindi. Penguin avait un accord du même type avec la maison en hindi Manjul et a, depuis, racheté l'une des plus importantes maisons en hindi : Hind Pocket books. Sage, l'éditeur d'ouvrages académiques, a créé en 2015 une *imprint* (Sage Bhasha imprint) qui propose des traductions en hindi et en marathi de titres édités initialement en anglais par la maison. À l'inverse, certaines maisons, comme Oxford University Press ou Juggernaut ont abandonné les publications en langues indiennes, notamment du fait de problèmes de distribution : les distributeurs en langue anglaise n'atteignent pas forcément les bons points de ventes pour les ouvrages en *languages*. La maison spécialisée en beaux livres et livres de cuisine – une des seules maisons indiennes à être présente sur ce segment éditorial – Niyogi books a créé en janvier 2019 un *imprint* en hindi : Bahuvachan. Cette création a beaucoup fait parler, car les ouvrages de Niyogi books sont des ouvrages plutôt chers, car illustrés, et beaucoup d'observateurs doutent que le lectorat en hindi puisse être la cible de ce type de livres.

Au sein de ces groupes, le choix des titres qui sont proposés en *languages* est souvent simple : il s'agit des meilleures ventes en anglais. Les titres ainsi produits sont généralement vendus à un prix inférieur à leur prix en version originale anglaise (de l'ordre de 30 à 50 % moins cher) pour correspondre à la réalité du marché.

Les échanges depuis l'anglais vers les *languages* se concentrent en majorité vers le hindi, d'une part parce que la langue est très largement parlée et permet d'envisager des ventes importantes et, d'autre part, du fait des politiques menées actuellement qui sont très favorables au développement de l'usage du hindi (voir plus bas, introduction de la partie consacré au marché en hindi, p. 67). Ainsi la maison d'édition du Indira Gandhi national centre for the Arts, institution qui dépend du ministère de la Culture, a-t-elle entamé, à la demande de son ministre de tutelle, la traduction en hindi de l'ensemble des ouvrages qui constituent son catalogue, alors que celui était principalement édité jusqu'alors principalement en anglais.

Outre la création d'*imprints* et les partenariats, il existe également des échanges de droits entre éditeurs indiens mais ils sont limités. Ainsi, la Jadavpur University Press a par exemple acquis les droits de publication en bengali du best-seller *The Adivasi will not Dance* de Hansda Sowvendra Shekhar (éd. Speaking Tiger) et de *Emayana* d'Ambedkar (éd. Navayana). *Ghachar Ghochar* de Vivek Shanbhag, qui a été écrit en kannada (langue du Karnataka, État du sud de l'Inde), mais publié d'abord en anglais chez HarperCollins India, a été traduit par Patra Bharati depuis l'anglais et non depuis le kannada.

À l'inverse, il y a peu d'exemples de maison d'édition initialement en *languages* qui développent leur activité en proposant des traductions de leurs ouvrages en anglais. Vani Prakashan (hindi) a développé la marque Vani Book Company, pour publier des traductions des meilleurs ouvrages en langues indiennes vers l'anglais (pas exclusivement de sa propre maison), mais aussi des ouvrages écrits initialement en anglais. Parce que l'anglais est la marche presque indispensable pour atteindre le marché national dans son ensemble puis l'international, certains éditeurs bengalis publient par ailleurs eux-mêmes la traduction en anglais de leurs titres phares. C'est le cas chez Patra Bharati qui, avec la marque Bee books, est entré sur le marché anglophone, mais également de Mitra & Gosh qui vient de commencer à traduire les plus grands succès de son catalogue.

Les ouvrages écrits en *languages* sont relativement peu traduits en anglais par les éditeurs indiens anglophones. Il y a un certain nombre de contre-exemples, bien entendu mais, d'une façon générale, les éditeurs en *languages* déplorent le manque d'intérêt que leur montrent les éditeurs anglophones même si la situation est en train d'évoluer fortement ces derniers temps.

Entre les langues étrangères et les langues indiennes

Remarque générale : lorsqu'un ouvrage étranger est d'ores et déjà disponible sur le continent indien dans l'une des langues indiennes – y compris l'anglais – l'édition vers une autre de ces langues se fait généralement via un nouveau contrat de cession avec l'éditeur d'origine. Il est assez rare qu'il y ait une sous-cession entre éditeurs indiens.

Dans le cas des groupes qui éditent en plusieurs langues, les best-sellers étrangers feront parfois l'objet d'une traduction au sein de la filiale dans une autre langue d'édition, mais pas de façon systématique, tant s'en faut, car les marchés sont regardés comme étant très différents. Ainsi, le best-seller incontesté des éditions Scholastic – la série *Geronimo Stilton* – n'est pas édité en hindi alors même que Scholastic India édite en hindi certains ouvrages. La raison de ce choix est relative à l'univers de Geronimo Stilton, trop éloigné de la réalité de la plupart des potentiels lecteurs en *languages*.

Concernant les traductions depuis des langues étrangères vers l'anglais, la marge de manœuvre des filiales des groupes est souvent limitée, mais elle n'est pas inexistante. Ainsi, Penguin India est l'acquéreur en direct des droits pour la langue anglaise sur le continent indien de l'ouvrage de Peter Wohlleben, *La Vie secrète des arbres*.

D'une façon générale, à part pour les auteurs étrangers anglophones, les éditeurs indiens reconnaissent qu'il est très difficile d'intéresser le lectorat indien aux auteurs et ouvrages étrangers.

Lorsqu'il y a des traductions vers l'anglais, les éditeurs indiens achètent généralement les droits pour le continent indien, et non les droits mondiaux.

Au Bengale, après un âge d'or dans les années 1960 à 1980 pendant lesquelles la Russie et la Chine, amis communistes, sponsorisaient de nombreuses traductions, le Bengale a de l'avis de tous les professionnels perdu la culture de la traduction des langues étrangères. Si de nombreuses traductions ont été faites sans aucune autorisation, les pratiques des éditeurs indiens se régularisent progressivement. On trouve aujourd'hui des traductions étrangères à hauteur de 5 % à peu près dans les grandes maisons telles qu'Ananda (éditeur en bengali d'Amartya Sen et Jhumpa Lahiri notamment) ou Patra Bharati, qui les a relancées au cours des trois dernières années, notamment depuis l'anglais, le français et l'allemand. Certains éditeurs en revanche en ont fait leur marque de fabrique, comme chez Sampark qui a 50 % de sa production bengalie en traduction (français, norvégien, chinois, allemand, coréen).

Notons qu'au Tamil Nadu, le coût des traductions est d'autant plus important, selon New Horizon Media, que l'écriture tamoule prend de la place, et augmente le nombre de pages d'à peu près 50 % par rapport à l'original, alors que le prix du papier a été multiplié par trois au cours des quinze dernières années.

Les grands groupes indiens disposent par ailleurs généralement de services de droits étrangers même si ce sont parfois les départements de ventes de droits de la maison mère qui prennent en charge la prospection à l'international, en faisant une sélection souvent drastique. Certaines maisons indiennes prennent également en charge ce travail et, de plus en plus souvent, les auteurs travaillent avec un agent. Au Tamil Nadu, la maison Kalachuvadu est un cas à part : elle vend les droits de traduction d'une vingtaine d'ouvrages par an – au niveau national et international.

Plusieurs éditeurs déplorent le ralentissement des cessions vers les pays occidentaux ces dernières années. Mais dans le même temps, les cessions vers les pays asiatiques sont en hausse pour nombre d'entre eux.

Les échanges avec la France et le rôle de l'Institut français

Les éditeurs indiens achètent régulièrement des droits aux éditeurs français, aussi bien pour la langue anglaise que pour le hindi, notamment en jeunesse et bande dessinée.

L'Institut français dispose d'un programme d'aide à la publication, indispensable pour soutenir ces projets de traduction.

Voici une liste – non exhaustive – des titres aidés par l’Institut français ces dernières années :

Auteur	Titre	Éditeur indien
Augé, Marc	<i>Quelqu'un cherche à vous retrouver</i>	Seagull
Beaulieu, Baptiste	Plusieurs titres	Rajpal
Ben Jelloun, Tahar	<i>Le Mariage de plaisir</i>	Thadagam
Bensimon, Fabrice	<i>L'Empire britannique</i>	Sampark
Bercegol, Rémi de	<i>Petites villes et décentralisation en Inde</i>	Springer
Bert, Jean-François	<i>Introduction à Michel Foucault</i>	Sampark
Bonnefoy, Yves	Plusieurs titres	Seagull
Borie, Alain et al.	<i>Jaipur, ville nouvelle du XVIII^e siècle au Rajasthan</i>	Altrim publishers
Bourdieu, Pierre	<i>Sur la télévision</i>	Cre-A publishers
Bouvier, Nicolas	<i>L'Usage du monde</i>	Yoda press
Cabanes, Valérie	<i>Un nouveau droit pour la terre</i>	Natraj publishers
Camus, Albert	<i>L'Homme révolté</i>	Kalachuvadu
Carrère, Emmanuel	<i>L'Adversaire</i>	DC Books
Chauvin, Sébastien	<i>Sociologie de l'homosexualité</i>	Sampark
Cheng, Anne	<i>Histoire de la pensée chinoise</i>	SSP
Clémenceau, François	<i>Hillary Clinton de A à Z</i>	Sampark
Clément, Catherine	<i>La Reine des cipayes</i>	Sampark
Condé, Maryse	<i>Mets et merveilles</i>	Seagull
Dantzig, Charles	<i>Pourquoi lire ?</i>	Yoda press
Daoud, Kamel	<i>Meursault, contre-enquête</i>	Cre-A publishers
Daudet, Alphonse	<i>Lettres de mon moulin</i>	Sampark
Debray, Régis	Plusieurs titres	Green pooks
Delecroix, Hanieh	<i>Mon petit papa fait des cauchemars</i>	Natraj
Donnio, Sylviane et Monfreid, Dorothee de	<i>Je mangerais bien un enfant</i>	Full Circle
Douzelet, Jérôme et Seralini, Gilles-Éric	<i>Plaisirs cuisinés ou poisons cachés</i>	Natraj publishers
Dracius, Suzanne	<i>L'Autre qui danse</i>	Seagull
Dubet, François	Plusieurs titres	SSP
Dubuc, Marianne	Plusieurs titres	Full Circle/Tota books
Ferrier, Michaël	<i>Fukushima</i>	Thadagam
Foenkinos, David	Plusieurs titres	Rajpal
Foix, Alain	<i>Che Guevara</i>	Sampark
Frain, Irène	<i>La Forêt des 29</i>	Har Anand
Gaudrat, Marie-Agnès et Solé Vendrell, Carme	<i>Qu'est-ce qui rend heureux ?</i>	Natraj publishers
Haddad, Hubert	<i>Corps désirable</i>	Kalachuvadu
Husson, Michel	<i>Le Capitalisme en 10 leçons</i>	Kalachuvadu

Jaccottet, Philippe	Plusieurs titres	Seagull
Jaffrelot, Chirstophe et Mohammad-Arif, Aminah (dir.)	<i>Politique et religions en Asie du Sud</i>	Sampark
Jordis, Christine	<i>Gandhi</i>	Sampark
Jourdain, Anne et Naulin, Sidonie	<i>La théorie de Pierre Bourdieu</i>	Aakar books
Kerangal, Maylis de	<i>Réparer les vivants</i>	Thadagam
Khadra, Yasmina	<i>La Dernière Nuit du Rais</i>	Green books
Khoury-Ghata, Vénus	<i>Les Derniers Jours de Mandelstam</i>	Seagull
Kundera, Milan	<i>La Fête de l'insignifiance</i>	Green Books
La Rochefoucauld, François de	<i>Maximes</i>	Sanbun
Laurent, Sylvie	<i>Martin Luther King</i>	Sampark
Layaz, Michel	<i>Les Larmes de ma mère</i>	Seagull
Le Clézio, J.-M. G.	Plusieurs titres	Seagull
Leiris, Michel	<i>L'Afrique fantôme</i>	Seagull
Lesbre, Michèle	<i>Le Canapé rouge</i>	Seagull
Londres, Albert	<i>En Inde</i>	Sampark
Magnani, Clara	<i>Joie</i>	Seagull
Makine, Andreï	<i>La vie d'un homme inconnu</i>	Kalachuvadu
Malraux, André	<i>La Condition humaine</i>	DC Books
Martel, Frédéric	<i>Smart</i>	HarperCollins India
Miano, Léonara	Plusieurs titres	Seagull
Modiano, Patrick	Plusieurs titres	Rajpal
Nathan, Tobie	<i>Ce pays qui te ressemble</i>	Seagull
Naudet, Jules	<i>Entrer dans l'élite</i>	Oxford university press
Noiville, Florence	<i>L'Illusion délirante d'être aimé</i>	Seagull
Nothomb, Amélie	<i>Hygiène de l'assassin</i>	Rajpal
Orcel, Makenzy	<i>Les Immortelles</i>	Under the peapal tree
Orsenna, Erik	<i>La Vie, la mort, la vie</i>	Thadagam
Ortiz, Sébastien	<i>Portraits birmans</i>	Sampark
Perrier, Jean-Claude	<i>Dans les comptoirs de l'Inde</i>	Sampark
Piketty, Thomas	<i>Le Capital au XXI^e siècle</i>	Unicorns books
Pingeot, Mazarine	<i>Bouche cousue</i>	Kriti
Pirzad, Zoya	<i>C'est moi qui éteins les lumières</i>	Green books
Quignard, Pascal	Plusieurs titres	Seagull
Rahimi, Atiq	<i>Dessine-moi un dieu</i>	Natraj
Saint-Exupéry, Antoine de	<i>Terre des hommes</i>	Cre-A publishers
Saudo, Coralie et Di Giacomo, Kris	Plusieurs titres	Full Circle
Seksik, Laurent	<i>Albert Einstein</i>	Sampark
Sinha, Shumona	<i>Calcutta</i>	SSP

Slimani, Leila	<i>Chanson douce</i>	Rajpal
Van Hamme, Jean et Vance, William	<i>XIII (19 titres)</i>	Sunshine library
Velter, André	<i>Anthologie de poèmes</i>	Bingsha Shatabdi
Waberi, Abdourahman A.	Plusieurs titres	Seagull

L'institut français d'Inde a également créé en 2017 un prix de la meilleure traduction d'un ouvrage francophone vers une langue indienne – y compris vers l'anglais. Ce Prix Romain Rolland est annoncé lors du festival de Jaipur. L'éditeur lauréat est, par la suite, invité au salon du livre de Paris et le traducteur bénéficie d'un mois de résidence d'écriture en France. Le jury est composé de professionnels du livre et de la traduction indiens et français.

L'édition numérique et le livre audio

Ces deux supports représentent des parts extrêmement limitées du chiffre d'affaires du secteur, quelle que soit la langue dont il est question. Ce sont, néanmoins, des secteurs en hausse et au sein desquels certaines initiatives méritent d'être soulignées.

- Le livre numérique

Seulement 34,4 % de la population indienne dispose d'un accès à Internet (données fin 2017). Cela représente tout de même plus de 420 millions d'Indiens connectés.

Les gros acteurs tels qu'Amazon sont présents sur le secteur. Amazon a récemment étendu le nombre de langues indiennes disponibles sur le kindle (hindi, tamoul, marathi, gujarati et malayalam) et propose un forfait illimité de son offre ebooks pour 150 roupies/mois (moins de 2 €). Google play est également présent sur le territoire, mais de façon relativement marginale.

Il faut noter quelques initiatives indiennes :

Penguin India, par exemple, a lancé en 2018 une *imprint* de livres numériques en format très court : Penguin Petit. Penguin Petit devrait également proposer des ouvrages de *développement personnel* et de littérature jeunesse sous cette forme. Les fichiers sont téléchargeables sur téléphone portable.

L'un des acteurs indiens très présent sur le livre numérique est la maison Juggernaut. Il s'agit d'une maison de taille moyenne, qui ne publie qu'en anglais, l'une des premières à s'être lancée dans les développements numériques. Juggernaut a su tisser des partenariats stratégiques avec d'autres acteurs. Par exemple, HarperCollins a rendu disponible ses contenus sur l'application de Juggernaut en 2018 et cela concerne aussi bien les grands auteurs indiens de la maison que les grands noms occidentaux de son catalogue (Agatha Christie, Paulo Coelho, etc.). Juggernaut a également scellé en 2019 un partenariat avec Bharti Airtel, l'une des plus importantes compagnies de téléphonie mobile en Inde. La maison propose des formats innovants : résumé

des best-sellers, extraits d'ouvrages qui servent à l'apprentissage de nouveaux mots de vocabulaires en anglais, plateforme d'écriture, etc.

Par ailleurs, notons que l'université IIT de Kharagpur, au Bengale, a été choisie par le gouvernement central pour mettre en place la National digital library of India, la bibliothèque digitale nationale. L'université a conclu un accord avec Google books pour la transformation en e-pub des fichiers, qui seront également disponibles sur Google books.

- Le livre audio

Storytel, le géant suédois du livre audio en streaming, existe en Inde depuis 2017 et Amazon a lancé Audible fin 2018. Chez Storytel, un forfait de 299 roupies (2,50 €) par mois donne accès à tout le catalogue alors qu'Audible propose un forfait qui, pour 199 roupies par mois donne accès à un titre par mois. Par ailleurs, Audible ne propose encore que des titres en anglais alors que Storytel investit massivement le marché indien, non seulement pour les livres en anglais, mais aussi en de nombreuses langues régionales, dont le bengali. Les éditeurs bengalis Dev Sahitya Kutir, Mitra & Gosh et Patra Bharati ont déjà signé pour la sortie de leurs livres sur la plateforme tandis que de nombreux autres sont en négociation. Sur un marché certes de plus en plus équipé de smartphones mais pas du tout habitué à écouter des livres ou des podcasts, Storytel mise sur une catégorie de lecteurs éduqués en anglais, mais à l'aise à l'oral en bengali sans pour autant pouvoir le lire aisément. L'entreprise est confiante dans le potentiel de ce marché, une fois que les utilisateurs en auront fait l'expérience.

Deux éditeurs du Tamil Nadu, Kannadasan et New Horizon Media, ont été des pionniers pour le livre audio il y a plus de dix ans, alors sous forme de CD. Les résultats ont été mitigés pour New Horizon Media qui a depuis interrompu sa production mais l'entreprise mise sur un développement prochain de l'audiobook sous l'impulsion conjointe de Google, d'Amazon-Audible et de Storytel qui essaie de conquérir le marché indien, notamment en *languages*.

L'autoédition et le print on demand

- Autoédition

C'est un phénomène qui a pris une ampleur phénoménale en Inde ces dix dernières années. L'un des éditeurs leaders de ce marché est la maison Notion Press, basée à Chennai. Tout un ensemble de service s'est ainsi développé autour de cette activité d'auto-édition pour proposer aux auteurs intéressés de la mise en page, de la relecture, du marketing, etc.

Un certain nombre d'auteurs autoédités ont, face au succès de leurs ouvrages, été par la suite édités par des maisons traditionnelles. C'est même le cas de certains auteurs best-sellers comme Amish Tripathi, Ashwin Sanghi ou Savi Sharma... Ces parcours représentent bien entendu autant d'arguments de choix pour les plateformes d'auto-édition.

- POD

Le *print on demand* est très largement utilisé par les éditeurs pour faire vivre leurs ouvrages sur le long terme. C'est une pratique assez globalement partagée par les éditeurs indiens, qu'il s'agisse de grandes maisons ou de petits éditeurs et quelle que soit la langue d'édition.

LE MARCHÉ DU LIVRE EN ANGLAIS

L'anglais est, avec le hindi, l'une des deux langues officielles de l'État indien. La Constitution indienne prévoyait que l'anglais cesse d'être langue officielle quinze ans après son entrée en vigueur, pour laisser place au hindi seul. Mais face à la contestation des États du sud de l'Inde dont les langues, dravidiennes, n'ont aucun lien avec le hindi, l'usage de l'anglais est maintenu pour les besoins officiels de l'État indien.

D'après le dernier recensement (2011), l'anglais est la première langue de 256 000 personnes, ce qui est assez peu. En revanche, c'est la deuxième et troisième langue de 83 millions et 46 millions de personnes. Ainsi ce sont environ 129 millions d'Indiens qui parlent anglais, ce qui fait du pays le second marché en langue anglaise après les États-Unis... À la différence près que la part de cette population anglophone qui maîtrise complètement la langue, à l'écrit comme à l'oral, est en réalité assez réduite.

Selon une récente étude (mai 2019) réalisée par Oxford University en partenariat avec la Lok Foundation, seulement 6 % de la population indienne se considère en mesure de parler l'anglais, contre 10 % de la population en 2011.

De plus, la pratique de l'anglais en Inde est fortement liée au niveau d'éducation et, partant, au niveau de richesse et à l'urbanité. Ainsi, d'après cette dernière étude :

- seulement 3 % des Indiens des zones rurales estiment pouvoir s'exprimer en anglais, contre 12 % de la population urbaine ;
- 41 % des Indiens définis comme riches parlent l'anglais, contre 2 % des populations pauvres.

Selon une autre étude réalisée par KPMG Inde sur l'usage des langues indiennes – hors l'anglais – sur Internet : le nombre de personnes consultant des contenus en langues indiennes sur Internet a augmenté de 41 % annuellement, entre 2011 et 2016, et devrait atteindre les 540 millions de personnes en 2021, alors que les usagers de sites en anglais n'augmentent qu'au rythme de 3 % par an.

Il apparaît ainsi que le livre en langue anglaise est, tout à la fois :

- un marché dont le nombre de locuteurs est très restreint relativement à l'ensemble de la population indienne ;
- un marché en phase de tassement ;
- mais un marché qui s'appuie sur une composition sociologique favorable à la lecture et sur un pouvoir d'achat permettant l'achat de livres.

> Paysage éditorial

Le paysage éditorial du marché du livre en anglais est très divers, puisqu'il compte à la fois :

- des filiales de grands groupes internationaux
 - o généralistes : Penguin, HarperCollins, Bloomsbury, Hachette, Westand (Amazon), Pan McMillan, Simon and Schuster
 - o ou spécialisés : Scholastic, Routledge, Pearson education, Sage, etc.
- de grandes et moyennes maisons indiennes généralistes : Rupa, Om Books, Aleph (qui appartient à Rupa), Jaico, Juggernaut, Speaking Tiger, Fingerprint, Shrishti Publishing
 - des maisons plus petites ou plus spécialisées : Yoda press, Yatra books, Zubaan, Navayana, Full Circle, Tulika, Sanbun, Seagull, Social science press, Niyogi, Popular Prakashan, etc.

La majorité des éditeurs en langue anglaise est basée à New Delhi. Il faut néanmoins remarquer quelques exceptions notables qui contribuent à l'existence d'autres pôles, telle la maison Seagull basée à Calcutta. Cette maison bien que de taille moyenne, est, de part ces choix atypiques mais réussis, un acteur important de l'édition en langue anglaise : la maison a créé, avec succès, des bureaux à Londres et est à l'origine d'une école de formation pour les métiers de l'édition (voir plus haut, partie consacrée à la formation p. 31).

→ Les présentations de ces maisons et d'autres acteurs de l'édition en langue anglaise sont proposées dans l'annuaire (publié séparément).

Remarque sur les filiales des groupes internationaux

Les investissements étrangers en Inde, dans le secteur éditorial comme dans l'ensemble de l'économie, a connu une impressionnante croissance à partir de 1991, date à laquelle l'Inde entame un processus de libéralisation économique et s'ouvre aux investissements directs étrangers. Ainsi, la plupart des filiales des grands groupes commencent leur activité en Inde dans le courant des années 1990, voire au début des années 2000, soit assez récemment. Certaines sont néanmoins implantées depuis plus longtemps, sous la forme de joint-ventures ou via des sociétés ad hoc.

L'arrivée de ces grands groupes dans le paysage éditorial indien a eu, selon les points de vue, des effets contrastés.

→ Selon certains, ces acteurs ont considérablement développé le marché éditorial indien et ont impulsé de nouvelles méthodes bienvenues pour dynamiser le secteur qui, jusqu'alors, était principalement dominé par des maisons familiales.

→ Pour d'autres, l'arrivée de ces groupes a été un peu comme l'arrivée d'un chien dans un jeu de quille : elle a fragilisé les équilibres délicats de l'édition en langue anglaise et a soumis les principaux acteurs à de nouvelles pratiques considérées comme inadaptées au marché indien. Les critiques se font même dans certains cas plus acerbes, qualifiant la stratégie des groupes de purement prédatrice, les accusant d'avoir déstructuré le marché et marginalisé les éditeurs présents initialement.

En s'insérant dans le marché indien, ces groupes auraient ainsi contribué à faire augmenter sensiblement le taux de remise moyen accordé aux points de vente pour occuper massivement les linéaires – quitte à ne faire que peu ou pas de bénéfice dans un premier temps – ce qui aurait entraîné une baisse d'activité très difficile à soutenir pour beaucoup d'éditeurs indiens. La production de best-sellers de ces groupes aurait, par ailleurs, fait augmenter la vitesse de rotation des titres et raccourci la vie du livre ce qui est difficilement compatible avec une production d'auteurs indiens qui nécessite du temps pour se vendre.

Quoiqu'il en soit, d'une façon générale, ces acteurs font aujourd'hui partie intégrante de la sphère éditoriale indienne et, s'ils font circuler sur le sous-continent les best-sellers internationaux produits par les groupes, ils ont également tous développé une production locale conséquente.

> Tendances par secteur

Littérature générale

D'après Nielsen, les cinq best-sellers, en fiction, pour l'année 2018-2019 sont les titres suivants :

- *The Girl in the Room 105* de Chetan Baghat, éditions Westland
- *Raavan: Enemy of Aryavarta – Ram Chandra Series* d'Amish Tripathi, éditions Westland
- *L'Alchimiste* de Paulo Coelho, éditions Harper
- *Gatsby le magnifique* de F. Scott Fitzgerald, éditions Fingerprint
- *Life is What You Make it* de Preeti Shenoy, éditions Shrishti

- Fiction générale

Quelques données clés

Les ouvrages de fiction littéraire sont, le plus souvent, publiés d'abord en relié (*hardback*), puis en poche (*paperback*), sauf s'il s'agit d'ouvrages avec une pagination très importante qui seraient, de ce fait, vendus à un prix trop élevé en version reliée. Le rythme de passage d'un format à un autre a longtemps été assez fixe (un an environ entre chaque format). Aujourd'hui, il est beaucoup plus aléatoire et les éditeurs préfèrent observer les ventes de l'édition reliée. Dès que celle-ci entame une baisse, ils éditent la version *paperback* pour que les ventes prennent le relais du relié. Par ailleurs, avec la baisse des commandes des bibliothèques qui portent sur des

ouvrages reliés, beaucoup d'éditeurs sont tentés de publier directement en version brochée, mais avec une fabrication plus qualitative que celle du *paperback* classique.

Entre les deux versions, la différence sur le prix de vente est d'environ 40 %. Le prix moyen pour un livre en *hardcover* se situe entre 500 et 800 roupies, et entre 250 et 400 roupies pour un ouvrage en *paperback*.

Les plus grands groupes impriment un premier tirage de 5 000 exemplaires et estiment qu'aux alentours de 10 000 exemplaires le titre est un vrai best-seller. Mais pour la plupart des éditeurs, le tirage moyen est plutôt de l'ordre de 2 000 exemplaires. Et à 5 000 exemplaires l'ouvrage est considéré comme un véritable succès commercial ; la plupart des professionnels s'accordent pour dire que les ventes sur ce segment sont plutôt en baisse ou, pour le moins, en stagnation.

« Depuis deux ou trois ans environ, même les très grands noms de la littérature vendent moins. Il est très rare qu'un titre de fiction littéraire dépasse les 5 000 exemplaires. »
Pouloumi Chaterjee, Hachette India¹⁵

Les analyses sur la fiction commerciale de qualité – ce que les professionnels indiens désignent par le terme littérature *middlebrow* – d'auteurs indiens, sont plus contrastées en anglais. Certains estiment que ce segment est amené à prendre de l'ampleur dans les prochaines années alors que d'autres, au contraire, envisagent le marché de la fiction indienne en langue anglaise comme de plus en plus polarisé avec de la fiction très grand public qui continuera de très bien fonctionner, de la fiction littéraire qui, bon an mal an, se maintiendra et un milieu de gamme qui sera de moins en moins présent. Ainsi, le journaliste du site scroll.in interrogeait en 2017 Thomas Abraham (Hachette India) en ces termes : « Somme nous d'accord que la fiction de milieu de gamme est morte ? ». Sa réponse est sans appel :

« Les best-sellers sont plus importants maintenant et une ou deux catégories de fiction commerciale ont explosé, mais si nous n'avons pas un bon marché de milieu de gamme alors l'industrie est en réel danger de se vider et de perdre sa "biblio-diversité".
Nous risquons de finir avec des livres scolaires, quelques best-sellers et des "livres d'aéroport" ! »
Thomas Abraham, Hachette India¹⁶

¹⁵ Entretien mené en septembre 2019.

¹⁶ Thomas Abraham, interview parue dans Scroll.in, 28 mai 2017.

Les ouvrages de fiction commerciale de genre – notamment les romans historiques et mythologiques – atteignent quant à eux régulièrement plusieurs centaines de milliers d'exemplaires et les ventes sont en forte hausse. Ce segment est par ailleurs marqué par l'édition de livres en séries.

« Personne n'aurait osé imaginer, il y a vingt ans, que la fiction commerciale se vendrait si bien, avec des premiers tirages à 100 000 exemplaires dans certains cas et des auteurs indiens en tête des listes de best-sellers. »
Kar Hazar, Pan MacMillan India¹⁷

Ces ouvrages très commerciaux ne font par ailleurs généralement pas l'objet d'une édition en *hardcover* et sont vendus à des prix compris entre 130 et 300 roupies.

La fiction littéraire

« *Les poids lourds* »

Une écrasante majorité des grands noms de la littérature indienne se retrouve au sein du catalogue de Penguin. Et pour cause : le groupe s'est implanté en Inde dans le milieu des années 1980 sous l'impulsion d'Aveek Sarkar, éditeur indien qui a lancé Penguin India via une joint-venture. Ainsi Penguin est peut-être le plus indien des groupes étrangers généralistes présents sur le continent.

C'est via la marque Penguin press que le groupe Penguin publie la plupart des auteurs de fiction littéraire et ce, à hauteur d'environ 120 titres par an uniquement pour les auteurs indiens.

Dernièrement, les titres ayant connu les plus grands succès, au catalogue de cette maison, sont *Gun Island* d'Amitav Ghosh, *Quichotte* de Salman Rushdie, qui a obtenu le Booker prize en 2019 et *My Seditious Heart*, d'Arundhati Roy par l'éditeur Amish Hamilton (*imprint* de Penguin).

Des ouvrages en prise avec la réalité quotidienne des Indiens

Parmi les meilleures ventes en fiction littéraire, on remarque beaucoup d'ouvrages qui font rimer épopées personnelles et transformations sociétales et politiques du pays, le tout dans une ambiance très réaliste. Il s'agit là d'un trait saillant si l'on observe les best-sellers récents dans cette catégorie.

Chez HarperCollins, l'un des best-sellers du moment est un premier roman d'une jeune auteure, Madhuri Vijay, intitulé *The Far Field*. L'ouvrage mêle quête personnelle d'une jeune femme après la mort de sa mère et contexte politique du Cachemire.

Josada de l'auteur Kiran Nagarkar, également chez Harper, a lui aussi enregistré de très bonnes ventes en relatant le parcours d'une jeune mère et son enfant depuis leur petit village natal jusqu'à Mumbai, sous forme de roman d'apprentissage.

¹⁷ Kar Hazar, cité dans *Hindustan*, novembre 2015.

Toujours chez Harper, *Le Tigre blanc* d'Aravind Adiga, qui a reçu le Booker prize en 2008 – et qui est publié en France chez Buchet&Chastel – est devenu une valeur sûre de la maison. Le livre retrace le parcours d'un intouchable prêt à tout pour s'extraire de sa condition miséreuse et injuste.

Chez Zubaan, les ouvrages d'Easterine Kire correspondent tout à fait à cette catégorie de livres ; ils ont reçu de nombreux prix et rencontré un important succès. Le dernier publié s'intitule *A respectable Woman* et retrace l'histoire récente du Nagaland (État du Nord-Est de l'Inde) au travers du récit d'une mère et de sa fille.

Les nouvelles

Les nouvelles rencontrent un certain succès en Inde. Le genre est vraisemblablement encore plus répandu dans les langues indiennes (dont le hindi par exemple) qu'en anglais, mais certains titres en langue anglaise ont néanmoins fait parler d'eux.

Parmi eux :

- *Lady Driver*, recueil édité chez Zubaan, racontant les aventures d'une femme taxi ;
- *The Assassination of Indira Gandhi* d'Upamanyu Chatterjee chez Speaking Tiger dont les droits ont été cédés à Robert Laffont (déjà éditeur d'autres romans du même auteur) ;
- *Looking for miss Sargam* de Shubha Mudgal, chez Speaking Tiger encore, qui rassemble plusieurs histoires se déroulant dans l'univers de la chanson et du spectacle ; Shubha Madgal est une très célèbre chanteuse indienne.

La fiction commerciale de genre

Les feel good

Le genre *feel good* n'est pas identifié comme tel par les éditeurs indiens. Sans doute que le succès en non-fiction du développement personnel et des « gourous », explique que le terme n'ait pas été adopté et que le genre lui-même ne fasse pas l'objet d'une catégorisation ad hoc en fiction. Néanmoins, certains titres – et, parmi eux, des best-sellers – correspondent tout à fait à ce genre :

- *Life is What You Make it* de Preeti Shenoy, chez Srichti, qui est à la fois une romance et un ouvrage sur le courage et la volonté.
- *Pyjamas are Forgiving* et les autres titres de Twinkle Khanna – actrice et auteur –, chez Juggernaut, peuvent également être assimilés à cette catégorie. L'ouvrage de Twinkle Khanna *Mrs Funnybones* (Penguin) a remporté le prix Crosswords en 2016 après avoir été vendu à plus de 100 000 exemplaires.

Les romans historiques ou mythologiques

Les ouvrages qui explorent l'histoire et, encore plus, la mythologie indienne avec un style et une ambiance proches du livre de *fantasy*, rencontrent un immense succès. Ils font souvent l'objet d'édition en séries, en *paperback*.

Le maître inégalé du genre est Amish Tripathi, édité chez Westland. Cet auteur a publié sept livres, répartis au sein de plusieurs ensembles (la trilogie *Shiva* et la série *Ram Chandra*). Ces sept titres ont été vendus à plus de 5 millions d'exemplaires en Inde ; Six d'entre eux se sont

retrouvés, au même moment, dans la liste des meilleures ventes en Inde publiée par Bookscan/Nielsen.

D'autres auteurs ont également tiré leur épingle du jeu sur ce segment éditorial, comme Kevin Missal (publié chez Fingerprint), Razi, Vineet Bajpai, Anand Neelakantan, etc.

Les romances

Les romances sont un genre très populaire en Inde. L'une des maisons les plus reconnues pour ce type d'ouvrages est Srishti, mais on trouve également des romances chez la plupart des éditeurs de fiction.

Parmi les titres ou les auteurs à succès :

- You are my Reason to Smile* d'Arpit Vageria, chez Srishti, de même que les ouvrages d'Ajay K. Pandey ;
- *Wish I Could Tell you* de Durjoy Datta, ou *Will you still Love me?* de Ravinder Singh, chez Penguin (et Harper pour le dernier titre de Ravinder Singh).

Dans ce secteur, l'auteur best-seller est sans doute Chetan Baghat, qui a écrit une dizaine de livres, chez Rupa d'abord, puis chez Westland. Tous ces titres sont des succès commerciaux et se sont vendus à plusieurs centaines de milliers d'exemplaires chacun. Certains de ces titres sont édités en France, aux éditions Le cherche-midi, Stock et 10/18. Plusieurs ont également fait l'objet d'une adaptation cinématographique en Inde. Chetan Baghat est souvent désigné comme l'auteur indien de langue anglaise le plus vendu de tous les temps. De fait, il aurait vendu sur l'ensemble de ses titres plus de 12 millions d'exemplaires ! Il explique vouloir, grâce à une écriture simple, amener à la langue anglaise des personnes qui ne lisent pas traditionnellement dans cette langue. Malgré son succès populaire, il est souvent boudé par la critique et adopte régulièrement une position « anti-élite » dans ses interviews.

Le dernier ouvrage de Chetan Baghat, édité chez Westland (*The Girl in Room 105*) est un mélange entre romance et thriller.

Les thrillers et policiers

Les auteurs étrangers sont très présents dans les listes de meilleures ventes de thrillers. Néanmoins, Chetan Baghat, avec son dernier titre *The Girl in Room 105*, a connu de très bonnes ventes. Dans cet interstice entre romance et thriller, on peut également signaler le succès de l'ouvrage *The Girl who knew too much* de Vikrant Khanna, chez Penguin.

Ashwin Sanghi, édité chez Westland, a également édité plusieurs ouvrages qui ont atteint le million d'exemplaires vendus. Ces ouvrages sont souvent désignés par l'expression « thrillers théologiques », puisqu'ils mêlent trames policières et intrigues religieuses, un peu à la façon du *Da Vinci Code*.

Non-fiction

Le marché du livre en anglais est très orienté non-fiction et centré sur les problématiques indiennes.

« *N'importe quel titre de non-fiction avec le mot Inde dans le titre devient un best-seller.* »
Ananth Padmanabhan, HarperCollins India¹⁸

D'après Nielsen, les cinq best-sellers en non-fiction pour l'année 2018-2019 sont :

- Un livre de préparation aux concours administratifs ;
- *The 5 AM Club*, de Robin Sharma (livre de développement personnel pour optimiser ses performances au travail et devenir un leader), chez Jaico. L'auteur est Canadien ;
- *Life's Amazing Secrets: How to Find Balance and Purpose in your Life*, de Gaur Gopal Das, chez Penguin. Gaur Gopal Das est un gourou indien ;
- *L'Art subtil de s'en foutre* de Mark Manson, chez HarperCollins ;
- *Sapiens* de Yuval Noah Harari, chez Penguin.

- La non-fiction commerciale

Les biographies et mémoires de personnalités indiennes

De nombreux sportifs, personnalités politiques ou du monde du spectacle publiant leurs mémoires connaissent un important succès. La plupart de ces ouvrages sont des commandes des éditeurs et font généralement l'objet d'avances très élevées.

Le Premier Ministre Modi est sans doute l'une des personnalités qui suscite le plus de ventes. Mémoires, entretiens journalistiques, beaucoup de livres lui sont dédiés ; presque toutes les maisons ont leur « titre Modi ». Les angles varient de simples biographies *mainstream* à des ouvrages proposant davantage de mise en perspectives et d'analyse, en passant par les « leçons de leadership » de Narendra Modi. Modi lui-même est l'auteur de plusieurs ouvrages, y compris d'un recueil de poèmes.

Chez Juggernaut, l'un des best-sellers est un ouvrage intitulé *A Century is not Enough*, qui est l'autobiographie d'un joueur de cricket très connu en Inde, Sourav Ganguly. Édité il y a environ un an et demi, ce titre s'est vendu à plus de 50 000 exemplaires.

Chez Om Books, éditeur reconnu notamment pour ces ouvrages sur le cinéma, le best-seller est un ouvrage consacré à la star incontesté de Bollywood : Shah Rukh Khan.

¹⁸ « India's book buying habits say a lot about the country economy », publié sur le site livemint.com, 23 mai 2017.

Le développement personnel, le *self-empowerment* et les « gourous »

Les professionnels du livre sont unanimes : les Indiens sont en recherche de réponses face à un monde de plus en plus incertain. Ils sont inquiets, ils ont besoin d'être rassurés.

L'Inde est mondialement connue pour sa tradition de grande spiritualité et ses lieux de méditation. La production éditoriale de ceux que certains éditeurs désignent comme les « Gurus of India » a toujours été importante. Ces auteurs s'appuient sur une base de fidèles qui achètent massivement leurs titres mais le lectorat de ces ouvrages s'est fortement élargi ces dernières années.

« La nouveauté avec les gurus of India, c'est qu'avec les réseaux sociaux, ils sont devenus mainstream ! Leur lectorat s'est considérablement ouvert, ce ne sont plus uniquement les disciples, mais tout le monde qui achète et lit ce type de livres pour répondre aux angoisses, aux questionnements suscités par le monde d'aujourd'hui. »

Karthika Vk, Westland¹⁹

Les réseaux sociaux et leur capacité à démultiplier tout phénomène explique cette plus large audience, mais elle est aussi dans « l'air du temps » : le gouvernement actuel met en avant les pratiques traditionnelles ayurvédiques ou le yoga. Depuis 2014 par exemple, l'Inde dispose d'un ministère chargé des médecines et pratiques traditionnelles telles que l'ayurvéda, le yoga, l'unani, le siddha et l'homéopathie.

L'une des plus grandes stars sur ce terrain, auteur pléthorique qui a vendu des millions d'exemplaires, n'est autre qu'Osho, le célèbre gourou qui avait implanté sa secte dans un petit village de l'Oregon et qui a fait l'objet d'une série qui fut l'un des grands succès de Netflix en 2018 (la série s'intitule : *Wild Wild Country*). Il est édité par de nombreuses maisons (Penguin, Rupa, Jaico, etc.). Osho est décédé en 1990 – donc ces titres ne sont pas des nouveautés –, mais ils sont continuellement réédités et assurent à ses éditeurs des revenus réguliers et importants.

D'autres auteurs à succès sont également présents sur ce terrain, tels Gaur Gopal Das par exemple (best-seller en 2019).

Outre ces gourous « traditionnels », les ouvrages de développement personnel et notamment ceux qui prennent l'angle de la réussite professionnelle connaissent un franc succès, comme ceux de Robin Sharma ou, chez Bloomsbury, l'ouvrage best-seller *You can achieve more* de Shiv Kera.

Les livres illustrés (pratique/beaux livres)

C'est un secteur peu développé en Inde car les livres de ce type sont trop chers pour une grande partie du lectorat indien. Les éditeurs Niyogy books et Roli books sont les deux principaux acteurs

¹⁹ Entretien mené en septembre 2019.

dans le secteur des beaux livres. Les ouvrages de cette catégorie sont vendus à des prix compris entre 1 000 et 2 000 roupies. Les tirages sont souvent inférieurs à 1 000 exemplaires.

On trouve davantage d'éditeurs sur le segment des livres de régime, qui fonctionnent très bien en Inde et peuvent atteindre parfois les 100 000 exemplaires de ventes pour les plus grands succès. Les auteurs de ces livres de régime sont très majoritairement indiens, c'est un secteur assez peu ouvert aux ouvrages étrangers car les titres qui fonctionnent proposent des régimes en accord avec les pratiques culinaires indiennes : *The Great Indian Diet*, *The Baby Elephant Diet: a Modern Indian Guide to Eating Right*, *Yoga and Diet for Ailments*, *30 Days Indian Keto Recipes: Lose Weight with Delicious Indian Keto Food*, etc. On retrouve ici des éditeurs comme Westland, Om Books, Rupa, HarperCollins, etc.

Les livres d'art représentent un secteur très limité. Citons cependant les ouvrages de la maison Mapin, très reconnus pour leur qualité, ou encore ceux des éditions du Indira Gandhi national centre for the Arts.

- Les essais et les sciences humaines

La politique et la société indienne

Il y a une importante production d'essais pointus et souvent critiques, notamment chez de petites maisons spécialisées et principalement sur des thématiques sociétales et politiques indiennes.

« Ces dernières années, les lecteurs s'intéressent de plus en plus en aux questions sociales et sociétales indiennes. [...] Il y a beaucoup de demandes pour des livres sur l'identité musulmane, les questions de genre, le sujet des dalits. Les livres d'éditeurs comme Navayana, Zubaan, Women Unlimited sont devenus très populaires. Ce constat nous a d'ailleurs poussé à créer une nouvelle section sur ces sujets dans notre librairie. »

Abhinav Bahmi, Librairie Faqir Chand & sons, Delhi, Khan Market²⁰

Sur les questions sociales et de castes

La maison Navayana, par exemple, publie presque exclusivement des ouvrages dédiés au système des castes en Inde, à hauteur de six titres par an. L'un des auteur phare de la maison est Ambedkar, auteur de la Constitution indienne et *dalit* (intouchable). Fin novembre, la maison a publié un titre très controversé sur la consommation – ou non – de viande de bœuf en Inde. Cet ouvrage est imprimé à 3 000 exemplaires, tirage particulièrement élevé pour ce type de livres.

La maison Yoda press édite quant à elle de nombreux essais de type académique, consacrés notamment à la psychologie. Parmi ces ouvrages : *Love and Rage*, consacré à la psychologie des enfants, l'un des seuls ouvrages d'un auteur indien sur ce sujet.

²⁰ Vartika Rastogi, « How Delhi's reading habits are changing », The citizen.in, 5 juin 2019.

Sur les questions politiques, le nationalisme hindou

C'est un sujet très fort et beaucoup de maisons publient des ouvrages consacrés à ces sujets, y compris Yoda press et Navayana, évoquées plus haut. Mais on trouve également des essais sur ces thèmes chez de plus grandes maisons, comme Juggernaut : *Early Indians*, du journaliste indien Tony Joseph est un *best-long-seller* de la maison et porte sur les origines « génétiques » des Indiens. C'est un ouvrage très controversé. On trouve également des titres sur ces sujets au sein du catalogue des éditions Speaking Tiger (avec les ouvrages de Wendy Doniger) ainsi qu'au sein des groupes (l'un des *best-sellers* chez Bloomsbury est un essai sur le populisme en Inde : *India after Modi: Populism and the Right* d' Ajay Gudavarthy).

On trouve également de nombreux essais sur la place des musulmans dans la société indienne. Chez HarperCollins, l'ouvrage de Rahshanda Jalil *But you Don't Look Like a Muslim* publié en mai 2019 est un véritable succès.

Les questions de genre et le féminisme

La maison Yoda press a développé un important catalogue dédié aux questions LGBT et, plus largement, aux questions liées à la sexualité. La condition des femmes est également un sujet central de cette maison et c'est également le sujet qui relie tous les livres publiés chez Zubaan et Women Unlimited, deux maisons d'édition féministes à la production très reconnue. Le sujet de la condition des femmes est également présent au sein de catalogues plus généralistes.

Le rôle de la bande dessinée de non-fiction

Le format BD est de plus en plus utilisé pour aborder les sujets de société. Yoda press a lancé la publication de bandes dessinées sur les sujets clés de la maison (l'exclusion sociale, les questions LGBT, etc.) mais aussi l'histoire indienne avec un titre consacré à la partition de l'Inde. Ces BD sont des commandes et représentent un travail considérable, certains titres comptant plus de 300 pages, imprimées en couleur sur un grand format broché. Elles sont vendues à 650 roupies environ, soit moins de 8,50 €. Pour pouvoir pratiquer ces prix très bas compte tenu de l'importance de l'ouvrage et des spécifications de fabrication, Yoda press met en place des partenariats avec des ONG, des centres d'études, etc. Ces titres ont été de vrais succès : certains ont atteint plus de 5 000 exemplaires vendus.

La maison Navayana a également utilisé un format illustré dans un ouvrage consacré aux castes, de même que Zubaan avec un ouvrage comme *Drawing the lines* (pour jeunes adultes), qui évoque les manifestations populaires qui ont eu lieu en Inde en 2012, suite au viol collectif et au meurtre d'une jeune étudiante en médecine à Delhi.

« La BD est un excellent moyen de parler de sujets sérieux, comme celui des castes, à un grand nombre de personnes, y compris à l'étranger où ces sujets sont mal connus. »

S. Anand, Navayana²¹

Les ouvrages académiques

Les tirages moyens de ce type d'ouvrages sont très bas, et de plus en plus bas avec les coupes budgétaires au sein des bibliothèques : de l'ordre de 300 à 600 exemplaires.

Au sein de la production académique, on trouve deux types d'acteurs : des petites maisons très pointues et spécialisées, comme Social science press, Tulika, Yoda press, Zubaan d'une part, et des filiales de groupes internationaux, notamment de presses universitaires (Oxford, Cambridge, Sage).

Les premiers acteurs mettent parfois en place des partenariats avec les seconds, de façon à rendre leur production « supportable » économiquement, pour leurs structures qui sont fragiles. C'est en tout cas le cas de Yoda press, dont la production académique est aujourd'hui publiée sous la marque Sage/Yoda press, fruit d'une joint-venture avec Sage (en 2015).

De façon plus ponctuelle, la maison Social science press ou Zubaan nouent parfois des partenariats avec des centres de recherches ou des instituts.

Jeunesse et bande dessinée

- Jeunesse

Le secteur du livre jeunesse en langue anglaise est largement dominé par les blockbusters américains ou anglais et les livres d'activités. Dans la dernière liste des meilleures ventes publiée par Nielsen, on trouve Harry Potter, Peppa pig, *Le Journal d'un dégonflé* ainsi qu'un carnet de dessin et un coffret de dix petits titres de type cartonnés sur des thèmes d'apprentissage (les couleurs, les lettres, les formes, etc.)

Beaucoup de professionnels indiens estiment avoir « loupé quelque chose » avec l'édition jeunesse en Inde, en termes de créations locales et d'ancrage des pratiques de lecture des jeunes Indiens.

Aujourd'hui, le secteur est en train de se transformer avec de nouveaux entrants, comme Westland qui lance une *imprint* dédiée, mais aussi des sortants comme Speaking Tiger qui cesse la production de nouveautés en jeunesse (publiées sous la marque Talking club). On trouve par

²¹ Entretien mené en septembre 2019.

ailleurs sur le terrain de l'édition jeunesse en langue anglaise, aussi bien des filiales de grands groupes généralistes (Puffin pour Penguin, par exemple), spécialisés (Scholastic étant l'un des plus importants éditeurs jeunesse du pays), que de petites maisons spécialisées, comme la maison Tulika, ou généralistes développant également un catalogue jeunesse (Zubaan, par exemple).

Le développement d'une production d'albums d'auteurs locaux se heurte au problème du prix du livre qui, avec des tirages relativement limités (le tirage moyen se situe aux alentours de 2 000 à 3 000 exemplaires) devient trop élevé pour le lectorat indien dans le cas d'ouvrages avec beaucoup d'illustrations, imprimés en couleur. Ainsi, une maison comme Zubaan qui avait publié certains albums – dont plusieurs en coédition, comme *Le Tigre de miel* en coédition avec Hélium – se consacre désormais, pour ce qui est de la production jeunesse, uniquement au *young adult*. Pour limiter ce problème du prix, les albums sont d'ailleurs la plupart du temps brochés, voire façonnés avec une piqûre à cheval ; il est très rare de voir des albums reliés.

D'une façon générale, le secteur illustré jeunesse est par ailleurs confronté à un réflexe de « rentabilité de lecture », chez les parents-acheteurs : un album jeunesse d'une quarantaine de pages coûtera sensiblement le même prix qu'un roman adulte mais sera lu en quelques minutes... Beaucoup de parents indiens jugeront un tel achat inutile, mais accepteront plus facilement d'acheter un livre d'activités ou de *early-learning* qui représente un bénéfice plus immédiat, plus pragmatique (occuper l'enfant, l'aider dans ses apprentissages).

Sudha Mutry est sans doute l'auteure indienne de jeunesse la plus connue : elle a publié de nombreux ouvrages de contes qui sont devenus des best-sellers, principalement chez Penguin et HarperCollins. Mais citons également Paro Anand, Anushka Ravishankar, Ruskin Bond, etc. Outre les contes traditionnels régulièrement revisités, les éditeurs indiens n'hésitent pas à publier des ouvrages pour enfants sur des thématiques d'actualité (l'environnement, le sexisme, les religions, les castes, etc.)

Le secteur du *young adult* se heurte, quant à lui, à l'écrasante domination de la production anglo-saxonne, rendue disponible en Inde via les filiales, Harry Potter en tête (publié chez Bloomsbury), mais aussi Twilight ou Hunger Games. Les adolescents indiens font par ailleurs l'objet d'une très forte pression sur leur réussite scolaire dans un système éducatif très concurrentiel. Les enseignants et les parents n'encouragent ainsi pas forcément la lecture loisir.

- Bande dessinée

La BD est par ailleurs un secteur en plein développement, comme en témoigne le succès croissant du Delhi Comic Con.

Créée en 1967, *Amar Chitra Katha* (« histoires illustrées immortelles ») est, sans aucun doute, la série de bandes dessinées la plus connue en Inde. Chaque épisode de la série est dédié à un personnage ou à un événement de l'histoire, de la religion ou de la mythologie indienne.

Dessinées par Anant Pai – considéré comme le père de la bande dessinée en Inde – elles ont été publiées dans un magazine hebdomadaire pendant quarante ans par Indrajal Comics puis par India book house. Lues par des générations de jeunes lecteurs indiens, cette série est sans aucun doute le plus gros succès commercial d'ouvrages destinés à la jeunesse avec plus de 90 millions exemplaires vendus dans vingt langues indiennes.

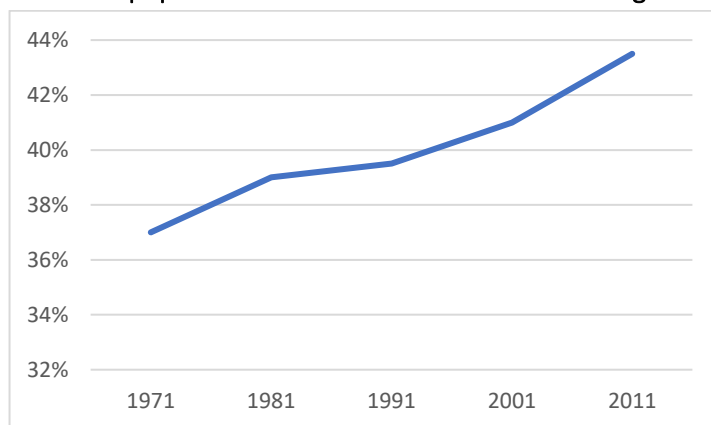
Les bandes dessinées indiennes s'inspirent également fortement des superhéros américains, mais dernièrement, c'est le roman graphique qui renouvelle profondément le secteur. Le *Persepolis* de Marjane Satrapi a, par exemple, eu un impact profond sur l'univers indien des bandes dessinées montrant que l'on pouvait réécrire les moments importants de l'Histoire sous forme d'illustrations fortes. En 2004, Sarnath Banerjee faisait office de pionnier avec un roman graphique intitulé *Corridor* (publié par Penguin Books en Inde et par Denoël en traduction française) ouvrant la voie à une multitude d'auteurs indiens comme Amruta Patil, Parismitha Singh, Aniruddha Sen Gupta, Priya Kuriyan, Srividya Natarajan et S. Anand. Il est intéressant de noter que la plupart des romans graphiques sont publiés par des éditeurs « généralistes » et non par des éditeurs spécialisés. Chez Penguin, le tirage moyen des romans graphiques est de 3 000 exemplaires environ. Les best-sellers sont *Vanni* de Benjamin Dix et Lindsay Pollock, *Corridor*, *The Barn Owl's Wondrous Capers* et *Doab Dil* de Sarnath Banerjee, *Vyaasa* de Sibaji Bandyopadhyay et Sankha Banerjee.

Les productions de Disney et les *Tintin* (chez Egmont), *Astérix et Obélix* (Hachette India), *Superman* ou *Calvin et Hobbes* enregistrent également des ventes importantes.

LE MARCHÉ DU LIVRE EN HINDI

La langue hindie est de plus en plus parlée depuis quelques années.

Part de la population indienne dont le hindi est la langue maternelle



Source : recensements

En 2001, 41 % de la population indienne a déclaré avoir le hindi (ou un de ses dialectes) comme langue maternelle. En 2011, les hindiphones de langue maternelle représentent 44 % de la population indienne, ce qui correspond à une population de plus de 528 millions de personnes. Le hindi serait parlé en deuxième langue par 20 à 25 % des Indiens, un chiffre qui continue d'augmenter.

Le hindi est parlé dans plusieurs États du Nord. Ces derniers forment un ensemble régional que l'on appelle la *Hindi belt* et dans laquelle le hindi peut être considéré comme la langue maternelle de la grande majorité des habitants. Une maîtrise suffisante du hindi est de plus en plus demandée dans tous les États pour le personnel administratif devant travailler localement avec le gouvernement ou les institutions fédérales, l'objectif étant d'évoluer graduellement vers un usage accru du hindi tout en préservant les besoins des populations locales. Aussi, certaines études estiment que, d'ici 2050, 85 % de la population indienne devraient parler le hindi, à des degrés divers.

Le gouvernement de Narendra Modi est très favorable au développement du hindi. En juin 2019, le projet de nouveau plan national pour l'éducation prévoyait par exemple de rendre l'apprentissage du hindi obligatoire dans tous les États indiens – au même titre que l'anglais. Ce projet a dû être retiré à cause de fortes protestations émanant des États du Sud de l'Inde.

Par ailleurs, à l'assemblée générale des Nations Unies, Narendra Modi s'est exprimé en hindi, comme l'avait fait l'ancien Premier Ministre issu du même parti quelques années auparavant, mais à la différence des autres premiers ministres indiens qui sont intervenus en anglais. Les Nations Unies disposent d'ailleurs depuis peu d'un compte twitter en

hindi, signe de l'importance que prend cette langue en Inde, mais également sur la scène internationale.

Entraînant des protestations de la part de nombreux représentants politiques, Amit Shah, le ministre de l'Intérieur indien, a également déclaré récemment :

« Il y a plusieurs langues en Inde et chacune a son importance, mais il est également important pour la Nation d'avoir une langue maîtrisée par tous. Aujourd'hui, si une langue peut faire nation, il s'agit du hindi, langue la plus largement parlée à travers le pays. »
Amit Shah, ministre de l'Intérieur²²

Les médias en hindi sont par ailleurs en pleine explosion, avec des journaux, comme *Dainik Bhaskar* ou *Dainik Jagran* dont les tirages dépassent de loin ceux des principaux journaux en anglais.

²² Amit Shah, cité dans *Hindustan*, 15 septembre 2019.

> Paysage éditorial

Le paysage éditorial des éditeurs en hindi s'est considérablement transformé ces dernières décennies avec une rapide professionnalisation des acteurs spécialisés dans cette langue.

« Nous étions vus il y a peu comme des éditeurs en langue régionale et sommes aujourd'hui de véritables global players. Nous produisons des livres lus partout dans le monde, traitant de sujets qui concernent toutes les classes d'âge, qui collent aux standards internationaux d'impression ou de formats digitaux. »

Arun Maheshwari, Vani Prakashan²³

Par ailleurs, contrairement à leurs homologues éditeurs de langue anglaise, les éditeurs en hindi constatent souvent une augmentation de leur lectorat et une progression de leurs tirages. Ainsi, la plupart des groupes internationaux ont investi ces dernières années le terrain des *languages* et du hindi en particulier et constatent des résultats très positifs (voir plus haut, partie consacrée aux échanges interlinguistiques, p. 42). Les mêmes éditeurs indiens publiant en langue anglaise ont également développé des collections en hindi mais, contrairement à ce qu'ont initié les filiales des groupes internationaux, ces éditeurs indiens proposent principalement des traductions en hindi de leurs best-sellers en langue anglaise et ne développent souvent pas de titres spécifiques.

Parmi les éditeurs spécialisés en langue hindie, citons : Vani Prakashan, Rajpal, Rajkamal, Prabhat Prakashan, Hind Yugm, Radhakrishna Prakashan, Samuh, Samwad Prakashab, Bharatiya Jnanpith, Kitabghar Prakashan, Rajmangal, etc.

Les trois premiers éditeurs de cette liste (Vani Prakashan, Rajpal et Rajkamal) sont sans doute les plus reconnus et les plus importants en nombre de titres produits avec en tête Rajkamal qui publie « près de quatre titres par jour, si l'on compte les réimpressions », d'après l'expression utilisée par Alind Maheshwari, directeur de la maison. Ce sont les trois acteurs historiques de l'édition en hindi. Les dirigeants de Vani Prakashan et Rajkamal sont issus de la même famille. Rajkamal est en phase d'expansion puisque l'entreprise a racheté quatre maisons en 2019 (toutes spécialisées en hindi) : Sahitya Bhawan Private Limited, Purvoday Prakashan, Saransh Prakashan et Remadhav Prakashan.

²³ Arun Maheshwari, , cité dans *Book review*, numéro spécial : *Celebrating hindi*, 5 mai 2019.

Hind Yugm est un nouvel acteur du marché en hindi et la maison connaît un incroyable succès notamment auprès des jeunes indiens urbains. La politique éditoriale de la maison rebat les cartes de l'édition de fiction en hindi en publiant des auteurs qui s'inspirent des codes de la littérature grand public anglophone.

Parmi les éditeurs indiens proposant une part importante de leur production en hindi – et souvent dans d'autres *languages* également –, citons : Yatra books, Westland, Manjul, Om Books, Diamond comics, Full Circle (jeunesse), Tulika (Jeunesse), etc.

→ Les présentations de ces maisons et d'autres acteurs de l'édition en hindi sont proposées dans l'annuaire (publié séparément).

> Tendances par secteur

Littérature

Depuis 2017, Nielsen, en partenariat avec le journal en hindi Dainik Jagran, publie une liste des best-sellers en hindi. La dernière liste publiée pour la fiction, en date de début août 2019, est la suivante :

- *Qahar* de Surender Mohan Pathak, Hind Pocket Books (Penguin)
- *Aughad* de Nilotpal Mrinal, Hind Yugm
- *October Junction* de Divya Prakash Dubey, Hind Yugm
- *Dark Horse: Ek Ankahi Dastan* de Nilotpal Mrinal, Hind Yugm/Westland
- *Gyarvin A ke Ladke* de Gaurav Solanki, Rajkamal Prakashan
- *Barnaras Talkies* de Satya Vyas, Hind Yugm
- *Chaurasi* de Satya Vyas, Hind Yugm
- *Dilli Darbaar* de Satya Vyas, Hind Yugm/Westland
- *Dehati Ladka Shashank Bhartiya* d'Ashutosh Garg, Hind Yugm/Westland
- *Ashwathama: Mahabharat ka shapit yodha* d'Ashutosh Garg, Manjul Publishing

- Remarques générales

La fiction : le principal secteur de l'édition en hindi

Selon de nombreux professionnels rencontrés, la part des ouvrages de fiction au sein du marché en hindi est beaucoup plus importante que pour le marché en langue anglaise. En l'absence de données chiffrées, cette information est invérifiable sur l'ensemble du marché.

On peut néanmoins se risquer à quelques recoupements logiques, même s'ils sont nécessairement très schématiques :

- les *languages* [selon le terme utilisé par les Indiens pour désigner les langues indiennes hors anglais] sont les langues du quotidien, de l'oral, de la maison et des loisirs. Alors que l'anglais, excepté pour la petite minorité d'Indiens dont c'est la langue maternelle, est la langue de la vie professionnelle, de l'apprentissage, de la technique.
- Les chiffres de Nielsen confirment que le marché de la non-fiction laisse une place beaucoup plus importante aux auteurs étrangers (principalement américains ou anglais) alors que les best-sellers en fiction sont surtout des ouvrages d'auteurs indiens. Bien entendu, ces auteurs indiens écrivent pour bon nombre d'entre eux en anglais, mais les ouvrages de non-fiction d'auteurs étrangers sont, quant à eux, principalement disponibles en langue anglaise sur le marché indien.

Ainsi, il ne semble pas illogique de penser que le marché en *languages* – et donc ici, en hindi – soit davantage orienté fiction que le marché en langue anglaise.

Un secteur traditionnellement très polarisé

La production de fiction en hindi a longtemps été marquée par une forte dichotomie :

- d'un côté, une fiction très littéraire, souvent poétique, avec beaucoup de travail sur la langue, le style ;
- d'autre part, la *pulp fiction*, très populaire et très bon marché, mêlant intrigues policières et romance kitsch.

La fiction très littéraire a trouvé un pendant plus accessible avec le nouveau roman en hindi né à la suite de l'indépendance du pays, qui propose une écriture plus simple, traite de sujets du quotidien, mais qui reste une écriture assez exigeante et sérieuse.

La *pulp* a perdu en importance notamment au profit de romans commerciaux en langue anglaise apparus après les années 1990 et l'installation des grands groupes en Inde (avec des auteurs comme Chetan Bhagat ou Amish Tripathi, voir plus haut, partie consacrée à la langue anglaise, p.57). Cette *pulp* semble néanmoins trouver un second souffle ces dernières années (voir plus bas, partie consacrée à la *pulp*, p. 76).

Surtout, l'une des grandes nouveautés pour la littérature en hindi est l'arrivée, ces dernières années, de jeunes auteurs (30-45 ans) qui écrivent dans un hindi simple et accessible des romans grand public destinés à des lecteurs de leur génération, urbains. En bref : les « Chetan Bhagat du hindi ». Parmi ces auteurs citons notamment Divya Prakash Dubey et Satya Vyas, tous deux édités chez Yugm. Ce phénomène existe depuis dix ans environ.

Pas de best-sellers

Par ailleurs, de nombreux éditeurs considèrent que le marché du roman en hindi est davantage un marché de long-sellers et que les titres ont besoin de rester longtemps disponibles au sein des points de vente.

De fait, les éditeurs en hindi sont très sceptiques face à la notion même de best-sellers qui ne leur correspond pas. La plupart d'entre eux ne se reconnaît pas dans cette idée : les meilleures ventes de ces maisons n'enregistrent pas de chiffres faramineux en quelques semaines, mais sont des livres qui se vendent bien, pendant longtemps.

*« La production en anglais est faite de succès sur du très court terme.
Si un livre ne se vend pas bien dans les premières semaines, il est très
rapidement retiré du marché. Le marché en hindi est beaucoup plus lent et
s'appuie sur des auteurs et des romans qui durent. »*

Pranav Jori, Rajpal & sons²⁴

*« Aujourd'hui, la technologie rend les données disponibles très facilement et
beaucoup se précipitent à déclarer un livre best-seller dans les toutes
premières semaines après la publication. Nous ne sommes pas de cet avis.*

Nous pensons que

*les best-sellers sont les livres que l'on va vendre sur le long terme, c'est
pourquoi nous les appelons top-sellers, et non best-seller. »*

Suman Parmar, Rajkamal Prakashan²⁵

- Les « classiques » et le nouveau roman

La littérature en hindi recouvre traditionnellement deux formes principales : la poésie (ou *kavita*) et la fiction sous la forme de romans, nouvelles ou contes (*kahani*). Ces formes littéraires sont souvent mélangées et utilisent fréquemment des ressorts satiriques ou parodiques ainsi que des éléments de la mythologie. Les auteurs d'ouvrages en hindi sont bien souvent des poètes et des dramaturges. Ils peuvent également écrire alternativement des nouvelles et des romans.

Chacune de ces formes littéraires a connu un renouvellement suite à l'indépendance du pays, dans les années 1950 ou au début des années 1960, en embrassant les bouleversements sociaux et économiques de l'Inde.

Les principaux représentants du nouveau roman en hindi sont les auteurs Nirmal Verma, Rajendra Yadav, Mohan Rakesh, Kamleshwar, Mannu Bhandari, Bhisham Sahni... Ce courant littéraire est souvent considéré comme progressiste, car il met en scène le quotidien des classes moyennes ou populaires qui subissent de plein fouet l'urbanisation et l'industrialisation avec leur lot de déracinement, de lutte, de désenchantement aussi. Les personnages féminins sont très présents dans ces romans : les femmes émergent dans les années 1950 en tant que force de travail, mais sont dans le même temps victimes de violences sexistes et d'inégalités sociales criantes.

²⁴ Entretien mené en septembre 2019.

²⁵ Site internet : allaboutbookpublishing.com, dossier du numéro de juin/juillet consacré à l'anniversaire des 70 ans de la maison Rajkamal

Certains de ces auteurs sont encore en vie aujourd'hui et continuent d'écrire ; ce courant littéraire a, en tous les cas, considérablement influencé la production littéraire en hindi, notamment concernant les thèmes abordés. Les ouvrages de ces auteurs représentent souvent des *steady sellers* qui sont réédités régulièrement.

« Parmi les classiques, nous avons Rashmirathi, Maila Anchal, Saye Mei Dhoop, Aadha Gaon, Sampurn Kahaniyan, Shivani, Tamas ainsi que des centaines d'autres titres qui en sont à leur trentième, quarantième réédition. Ils constituent nos top best-sellers. »
Alind Maheshwari, Rajkamal²⁶

Ils connaissent d'ailleurs un succès renouvelé ces dernières années grâce à une génération de lecteurs hindiphones de langue maternelle, jeunes quarantenaires ayant atteint les classes indiennes aisées après avoir poursuivi des études universitaires, qui avaient délaissé le hindi au profit de l'anglais et qui cherchent aujourd'hui à se rapprocher de leurs origines et à redécouvrir leur littérature.

Parmi les romans les plus reconnus dans le monde littéraire hindiphone, citons, par exemple (il s'agit là d'une très courte liste qui mêle littérature classique et nouveau roman) :

- *Chandrakanta* de Babu Devakinandan Khatri. Publié pour la première fois en 1888, cet ouvrage relate une histoire d'amour entre deux personnes appartenant à des royaumes rivaux, dans une ambiance fantastique qui revisite les grands mythes de l'Inde. C'est le premier tome d'une trilogie.
- *Nirmala* de Munshi Premchand (Rajpal and Sons). Cet ouvrage publié en 1923 retrace la vie d'une enfant de 15 ans, mariée à un homme dont le fils a un an de moins qu'elle. Munshi Premchand est sans doute l'un des auteurs en hindi les plus connus. Outre cet ouvrage, il est également l'auteur de nombreux autres romans devenus des classiques.
- *Gunahon ka Devta* de Dharamveer Bharti. Cet ouvrage publié pour la première fois en 1949 et a connu sa 55^e réédition. Il relate une histoire d'amour impossible entre un jeune étudiant et la fille de son professeur sur fond de pré-indépendance de l'Inde. Dharamveer Bharti a reçu le prix Padma Shree pour la littérature en 1972. Plusieurs de ses ouvrages ont été adaptés au cinéma.
- *Maila Anchal* de Phanishwar Renu (Rajkamal). De nombreux commentateurs considèrent que cet ouvrage édité en 1954 est l'un des plus importants romans en hindi de l'histoire du xx^e siècle. Ce livre dépeint les tensions dans un petit village indien juste avant

²⁶ Site internet : allaboutbookpublishing.com, dossier du numéro de juin/juillet consacré à l'anniversaire des 70 ans de la maison Rajkamal

- l'indépendance du pays, en étudiant notamment les rapports entre les castes, l'accumulation de richesse aux mains de certains, la corruption, etc.
- *Rag Darbari* de Shrilal Shukla (Rajkamal). Cet ouvrage initialement publié en 1968 est une satire sur l'éducation. Il en est à sa 36^e réédition et est vendu à 20 000 exemplaires par an. L'ouvrage est édité en anglais chez Penguin.
 - *Tamas* de Bhasham Sahni (Rajkamal, édité en français chez Gallimard). *Tamas* relate les émeutes et les heurts entre musulmans, Hindous et Britanniques dans une petite ville du Penjab au moment de la partition de l'Inde. Cet ouvrage édité en 1975, dont le titre signifie ténèbres, a été adapté en téléfilm en 1988 avec son auteur dans un des rôles-titres. Bhasham Sahni est en effet également acteur et dramaturge, très reconnu en Inde. L'ouvrage a été traduit en langue anglaise et publié chez Penguin India en 2018. Bhasham Sahni a reçu le prix Padma Bushan pour la littérature en 1998.
 - *Kitne Pakistan* de Kamleshwar (Rajpal). Ce titre est plus récent (2000), mais l'auteur est l'une des figures de proue du nouveau *kahani* et ce livre est dans la lignée de cette mouvance littéraire. Le livre a reçu le prix Sahitya Akademi en 2003.

- La poésie

La poésie est un genre très important de la littérature en hindi. Nielsen publie d'ailleurs un classement des meilleures ventes de poésie en hindi, ce qui n'existe pas pour la langue anglaise. La poésie connaît un renouveau ces dernières années, avec l'émergence de poésie slamée en public et des « insta-poètes » sur Instagram.

- Littérature dalit en hindi

La littérature dalit est la littérature d'auteurs dalits – c'est-à-dire issus des plus basses castes de la société indienne – qui met en scène les conditions de vie des intouchables au travers de romans, nouvelles et (auto)biographies. Elle n'est pas l'apanage de la langue hindie et les premiers ouvrages sur ces thèmes ont d'ailleurs été écrits en maharati, dans les années 1960, par des auteurs souvent proches des mouvements militants Dalit Panthers.

Néanmoins, la proximité de la langue maharati et du hindi – les deux langues s'écrivent dans le même alphabet – et l'émergence très rapide d'auteurs dalit en hindi (du fait notamment de cette proximité linguistique) explique que nous mentionnions ce courant littéraire ici.

Voici quelques ouvrages de cette mouvance littéraire :

- *Joothan. Autobiographie d'un intouchable* d'Omprakash Valmiki (en France chez L'asiathèque), édité chez Radhakishna Prakashan ;
- *Zakhm Humare* (notre blessure*) de Mohan Dass Namishray, chez Vani Prakashan ;
- Un recueil de nouvelles d'Ajay Navaria chez Vani Prakashan également ;
- *A Life Less Ordinary* de Baby Halder est publié chez Zubaan, en anglais. C'est un des best-sellers de la maison. L'ouvrage a été originellement publié en hindi de manière informelle et non

professionnelle ; c'est la version anglaise du titre qui a fait connaître cet ouvrage qui relate la vie d'une domestique.

- Les romans populaires

C'est la principale nouveauté de la littérature en hindi : des romans populaires avec des intrigues du quotidien (à la différence de la *pulp fiction* indienne qui fait évoluer ses personnages sur le terrain du roman d'espionnage ou policier), des histoires d'amour et souvent de l'humour. La grande différence entre les personnages de ces ouvrages et ceux du nouveau roman hindi est que les premiers expriment leurs émotions et, en l'occurrence, leur fragilité émotionnelle, alors que les personnages du nouveau roman étaient des héros réalistes, mais silencieux et « durs au mal ».

C'est la récente maison Hind Yugm qui a fait entrer ce type de roman dans la production éditoriale en hindi, avec de jeunes auteurs comme Satya Vyas ou Divya Prakash Dubey, dont les titres ont tous figuré dans les listes des meilleures ventes. Les auteurs de ces ouvrages ont souvent commencé par des nouvelles, et, avant cela, des blogs.

Ces ouvrages sont vendus à des prix très accessibles : autour de 100 roupies.

- Les nouvelles

La nouvelle est à la fois une forme littéraire traditionnelle en hindi et un genre revisité par les auteurs les plus actuels, comme Divya Prakash Dubey. Dernièrement, les *flash fiction* connaissent un important succès : ce sont des nouvelles extrêmement courtes (quelques centaines de mots) qui sont lues en version numérique ou sous forme de recueils.

- La *pulp fiction*

La *pulp fiction* en hindi a connu un incroyable succès à partir des années 1970 avec des ouvrages vendus à des prix extrêmement bas (entre 30 et 70 roupies), publiés en série. Ces titres mêlant romance et polar ou espionnage, à la façon des OSS 117 ou des SAS, étaient notamment vendus dans les gares et lus par un lectorat très féminin. Les maîtres du genre sont Surender Mohan Pathak, Vad Prakash Sharma, Abil Mohan et Gulshan Nanda. Le premier d'entre eux a commencé sa carrière comme traducteur en hindi des ouvrages de Ian Fleming et a publié, au long de sa carrière, plus de 300 titres, souvent vendus à plusieurs centaines de milliers d'exemplaires.

À partir des années 1990, ce genre a connu un important déclin, au profit d'auteurs grand public anglophones comme Chetan Bhagat.

Cependant, ces dernières années, il semblerait que la *hindi pulp* devienne... hype ! Les éditeurs ne s'y sont d'ailleurs pas trompés en publiant pour la première fois certaines traductions en anglais de ces titres. HarperCollins a joué un rôle fondamental dans la renaissance du genre en

publiant, à partir de 2013, les ouvrages de Surender Mohan Pathak (par la suite publiés chez Westland et désormais chez Hind Pocket-Penguin). Son dernier ouvrage s'est déjà vendu à plus de 25 000 exemplaires et caracole en tête des meilleures ventes.

Non-fiction

Les sujets les plus fréquemment abordés en non-fiction sont ceux liés aux structures économiques et sociales indiennes et à l'actualité du pays.

En non-fiction plus grand public, le *self help*, le développement personnel et les biographies rencontrent un fort succès ainsi que les récits de voyage qui figurent régulièrement au sein des listes de meilleures ventes.

Parmi les derniers succès, citons :

Essais sur l'Inde et la région

- *Kashmirnama* de Ashok Kumar Pandey, chez Ralpal & Sons, qui est un ouvrage sur l'histoire du Cashmire ;
- *Taslima* de Mahankrishna Bohara chez Vani Prakashan, ouvrage consacré à Taslima Nasreen ;
- Les ouvrages de Vijay Trivedi, journaliste indien très connu, sur la situation et les personnalités politiques indiennes.

Ouvrages de chroniques et « travelogs »

- *Bakar Puran* d'Ajeet Bharti, chez Yugm. Il s'agit d'un ouvrage de chroniques sur la vie de jeune homme célibataire nouvellement arrivé dans une grande ville indienne ;
- *Aazadi Mera Brand* d'Anuradha Benial chez Rajkamal. Les impressions et réflexions d'une jeune indienne sur son pays comparativement aux façons de vivre des jeunes d'autres pays ;
- *Hamsafar Everest* de Neeraj Musafir, chez Yugm. Il s'agit d'un récit de voyage sur l'ascension de l'Everest.

Jeunesse et BD

Le secteur jeunesse – et notamment les ouvrages illustrés pour les enfants – est très peu développé en hindi à cause des prix de vente qui se révéleraient trop élevés pour le lectorat.

« Les éditeurs en hindi sont absents de tout un pan de littérature jeunesse, qui est occupé par les ouvrages en anglais, ce qui est un problème pour nous car notre lectorat se détourne ainsi de sa langue première. »

Aditi Maheshwari-Goyal, Van Prakashan²⁷

Les maisons Tulika, Pratham Books, Katha, Full Circle proposent néanmoins des albums en hindi. Le *young adult* est également principalement occupé par les ouvrages en anglais et, en l'occurrence, par des ouvrages d'auteurs étrangers, Harry Potter en tête, là encore (édité chez Manjul).

En BD, le titre historique et qui rencontre toujours un immense succès est la série *Chacha Chaudhary*, édité chez Diamond. Mais les éditeurs en hindi semblent s'emparer, petit à petit, de ce format pour aborder des sujets de non-fiction. Vani Prakashan publiera ainsi bientôt *Persepolis* de Marjane Satrapi et la maison a rencontré un certain succès avec une bande dessinée consacrée aux droits de l'homme, à destination des enfants.

²⁷ Entretien mené en septembre 2019.

LE MARCHÉ DU LIVRE EN BENGALI

Données clés (Bengale)

Territoire : 88 752 km²

Population : 91 millions (recensement 2011)

PIB : 158 milliards de dollars en 2017-2018

Taux d'alphabétisation : 77 % (recensement 2011)

Le bengali est essentiellement parlé au Bengale occidental, en Assam et à Tripura, sporadiquement dans d'autres États, soit par 97 millions de locuteurs en Inde selon le recensement de 2011 (2^e langue la plus parlée en Inde après le hindi). Au Bangladesh, 98 % de la population, soit plus de 160 millions de locuteurs ont le bengali pour langue maternelle. Dans le monde, le bengali est la sixième langue la plus parlée (par environ 260 millions de personnes).

Contexte historique et politique

Le Bengale englobait jusqu'à l'indépendance en 1947 les territoires appelés aujourd'hui Bengale occidental et Bangladesh. Dans cette étude, nous nous intéressons au marché indien, donc à la production du Bengale occidental.

Le Bengale a été pendant longtemps le siège du pouvoir britannique, Calcutta ayant servi de capitale à la Compagnie britannique des Indes orientales de 1773 à 1857 puis du Raj britannique jusqu'en 1911, date à laquelle le pouvoir central est transféré à New Delhi. Les élites bengalies ont par conséquent été parmi les plus perméables à l'influence occidentale en Inde, et ont mené au XIX^e siècle un vaste programme de réformes socio-culturelles appelées « la renaissance bengalie », qui va remettre en question les traditions sociétales et religieuses (appel à l'abolition des castes, à l'émancipation des femmes et à une réforme de l'éducation, entre autres).

Après l'Indépendance en 1947, le Bengale occidental est absorbé par l'Inde (alors dominion de l'Angleterre) tandis que Bengale oriental est rattaché au Pakistan avant d'obtenir son indépendance en 1971 sous le nom de Bangladesh. La guerre de libération du Bangladesh a amené des millions de réfugiés vers le Bengale occidental.

En 1967, la révolte naxalite gronde dans la région de Siliguri : des paysans prennent les armes contre la marginalisation des tribus rurales, victimes d'une pauvreté extrême. Leur soulèvement mène à la création du parti communiste marxiste léniniste indien, qui sera au pouvoir au Bengale de 1977 à 2011. Proches des radicaux maoïstes, les naxalites vont continuer à mener des grèves et actions armées dans les années 1970 et 1980 qui vont ralentir le développement économique de l'État.

Depuis 2011, le Bengale est dirigé par Mamata Banerjee, du parti All India Trinamool congress, mais le parti communiste a encore de nombreux partisans, notamment chez les intellectuels et la « question naxalite » continue d'alimenter les débats publics et la littérature.

Contexte littéraire

Calcutta revendique encore aujourd'hui le statut de capitale culturelle, bien qu'elle ne soit plus capitale de l'Inde depuis plus d'un siècle. Berceau de Rabindranath Tagore, véritable icône dont les chants sont encore clamés pendant les *addas* bengalies (réunions informelles d'amis qui passent des heures à parler, souvent bruyamment, de politique et de littérature), Calcutta tire une grande fierté de son héritage culturel et plus spécifiquement littéraire.

On peut tracer les origines de la tradition littéraire bengalie au XI^e siècle, époque à laquelle certains auteurs recevaient le patronage des dynasties royales et des Moghols, tandis que les autres pratiquaient leur art (oral) dans les campagnes. Le premier écrit retrouvé en bengali est un recueil de chants bouddhistes et s'intitule *Charyapada*. Jusqu'au XIX^e siècle, la littérature bengalie produit et traduit de nombreux poèmes, notamment du sanskrit.

Mais au XIX^e siècle, elle va complètement se transformer sous l'impulsion des lettrés indiens de Fort William College (Institut d'études orientales) qui entreprennent de traduire les textes anglais en bengali, mais aussi grâce à l'arrivée Ram Mohan Roy à Calcutta. Ce dernier va entamer le grand mouvement de renaissance bengalie qui ne va pas seulement transformer en profondeur la société, mais aussi les arts. En littérature, le plus grand contributeur du mouvement est Rabindranath Tagore, prix Nobel en 1913 (le premier non européen) et auteur de l'hymne national indien. Poète humaniste, artiste, parolier, Tagore marque également la postérité en créant l'université de Viswa-Bharati à Shantiniketan à 200 km au nord de Calcutta.

Au début du XIX^e siècle, la circulation des publications explose sous l'effet des écrits anticolonialistes d'une part et des « *little magazines* », petits périodiques littéraires indépendants, d'autre part. Ces publications, souvent irrégulières, ne répondaient à aucune logique de profit. Cet esprit a marqué le monde de l'édition, ces caractéristiques perdurant aujourd'hui.

Les *little magazines* publiaient des auteurs postmodernistes désireux de casser les codes des formes littéraires établies. L'un des premiers à marquer le paysage littéraire est *Sabujpatra*. En 1953 naît *Krittibas*, qui jouera un rôle majeur pour la poésie. Dans les années 1960, de nombreux *little magazines* véhiculent les idées communistes et s'engagent avec des écrits très forts.

À Calcutta, de nombreux intellectuels communistes se réunissent dans un cercle appelé Kathashilpa, qui sert de terreau à la création des très influents *little magazines* tels que *Ekshan*, *Prastuti Parba* et *Anweshā*. Pendant l'état d'urgence proclamé par le gouvernement central en 1975, ces publications sont interdites mais survivent dans la clandestinité.

Les *little magazines* sont aujourd'hui la mémoire littéraire du Bengale, notamment grâce au passionné Sandip Dutta, qui a créé en 1978 la Little Magazine Library, une bibliothèque riche aujourd'hui de 60 000 volumes dont 1 600 numérisés, qui contiennent les premiers écrits de toute une génération d'auteurs réputés.

Si les *little magazines* échappent à cette étude, il faut souligner leur contribution majeure dans l'émergence d'auteurs modernes, et leur importance dans le paysage éditorial aujourd'hui. Non seulement, 3 000 à 4 000 sont toujours publiés à ce jour, et permettent à de jeunes auteurs de fiction, de poésie ou d'essais politiques d'être publiés pour la première fois, mais ils ont dans bien des cas permis la création de maisons d'édition dont ils constituent encore le cœur. Ainsi, le magazine pour la jeunesse *Kishore Bharati* a mené à la création de *Patra Bharati*, ou encore *Anustup*, journal académique publié depuis 1966, a été suivi par la création d'*Anustup publications*, qui publie vingt titres de sciences sociales et politiques par an.

> Paysage éditorial

Le profil des éditeurs aujourd'hui reflète l'histoire du Bengale au xx^e siècle. Des centaines sont en fait de micro-éditeurs, souvent à tendance marxiste, qui ne publient que deux à trois ouvrages par an, que l'on pourrait apparenter à des pamphlets. Par ailleurs, l'édition a été pendant des années synonyme d'engagement politique et donc de passion, plus que de construction entrepreneuriale : peu de maisons ont donc été reprises par les générations suivantes à l'exception notable de Dev Sahitya Kutir (5^e génération), Ananda (2^e génération) ou Shishu Sahitya Samsad (3^e génération).

Parmi les éditeurs strictement professionnels, les éditeurs de petite et moyenne tailles ont entre deux et dix employés en charge de la production, du marketing et de la vente (diffusion), le reste (correction, mise en page, composition, design de la couverture) étant souvent confié à des prestataires extérieurs.

Au sommet de la pyramide, une petite poignée d'éditeurs compte une centaine d'employés, une production de livres entre 100 et 300 titres par an (rééditions comprises), ont leur propre showroom à College Street et parfois même, comme Ananda, leur propre réseau de librairies ainsi que des agents en province pour distribuer leurs ouvrages.

Ces éditeurs ont pour caractéristique d'être généralistes et misent sur leurs succès populaires historiques, notamment en jeunesse, avec de très nombreuses réimpressions et rééditions. Avec des ressources importantes, des appuis parfois politiques dus à leur position dans la société bengalie (ou dans la Guilde) et un fonds en littérature toujours sur les listes des best-sellers, ces éditeurs sont ceux qui testent le marché (e-books, audiobooks, ventes en ligne, web-séries) et font partie des rares intervenants à participer aux foires internationales.

Un quatuor d'éditeurs se détache car il monopolise la visibilité dans les librairies de chaînes : Ananda, Dey's Publishing, Patra Bharati, Mitra & Ghosh.

Il n'existe pas d'éditeurs spécialisés dans la jeunesse, mais deux maisons, Shishu Sahitya et Samsad Dev Sahitya Kutir sont considérées par leurs pairs comme les meilleurs éditeurs sur ce secteur en bengali.

En sciences humaines et sociales, aucun géant ne se détache, mais de petits éditeurs produisent des ouvrages de qualité : Sampark, Anustup, Bingsha Shatabdi. Une nouvelle génération d'éditeurs s'est lancée à l'assaut de ce créneau et publient des titres académiques grand public, à hauteur de dix ou vingt par an. Ainsi, Rhito a été créé par deux femmes en 2016 et s'est déjà fait un nom, de même que Suproakash et Monfakira.

Parmi les presses universitaires, notons la présence quasi unique de Jadavpur university press qui, sous l'autorité du Dr. Abhijit Gupta, publie sept à dix titres par an depuis sa création en 2012, dont la moitié en bengali.

Les éditeurs sont pour la plupart à Calcutta, dans le quartier de College Street, afin d'être au plus près de leurs showrooms mais surtout des petits kiosques qui vont par centaines se charger de distribuer leurs livres au Bengale. Leurs bureaux sont très modestes, même chez les éditeurs les plus importants, et reflètent le côté intellectuel et parfois légèrement suranné du Bengale.

Si nous n'étudions ici que la production éditoriale en bengali, il faut souligner que de nombreux « petits » éditeurs publient en fait des textes originaux tant en anglais qu'en bengali. C'est le cas de Sampark (70 % de sa production en anglais), Anustup (30 % en anglais), et Monfakira pour ne citer qu'eux. Patra Bharati a également entamé sa mue avec la création de l'imprint Bee Books, qui publie en anglais des traductions et non des textes originaux (traductions de leur catalogue ou d'autres sources). Mitra & Ghosh commence tout juste la même chose avec la traduction de ses ouvrages en anglais qu'il publie lui-même. D'autres ont abandonné le bengali au profit de l'anglais, à l'instar de l'éditeur Stree Samya qui n'arrivait pas à distribuer ses livres de sciences humaines de manière satisfaisante.

→ Les présentations de ces maisons et d'autres acteurs de l'édition en hindi sont proposées dans l'annuaire (publié séparément).

> Tendances par secteur

L'édition au Bengale fait souvent la distinction entre la littérature populaire et la *serious literature* (littérature sérieuse), cette dernière regroupant aussi bien les sciences humaines et sociales, des traités économiques, des livres illustrés traitant de culture ou histoire ou même dans certains cas des ouvrages de fiction très littéraires.

Littérature générale

Le secteur de la fiction représente la majorité des ventes selon les estimations des éditeurs interrogés. Chez Mitra & Ghosh par exemple, elle compte pour 60 % de son chiffre d'affaires. Y est rangée la fiction sous toutes ses formes : romans, nouvelles (genre très populaire au Bengale) et poésie. Ce succès s'explique en grande partie grâce aux auteurs classiques du xx^e siècle, réédités à l'infini, souvent sous la forme d'anthologies.

En tête des ventes, on retrouve Rabindranath Tagore (dont les œuvres sont libres de droits) et Satyajit Ray. Mais aussi le romancier Sunil Gangopadhyay, publié chez Ananda et Patra Bharati notamment, ou encore Sanjib Chattopadhyay (publié par Ananda, Patra Bharati et Dey's) qui a reçu le prix de la Sahitya Akademi en 2018. Les Bengalis affectionnent particulièrement les romans policiers (la série *Byomkesh* de Sharadindu Bandyopadhyay et *Rahasya Samagra* de Sirshendu Mukhopadhyay chez Ananda) et toutes les histoires de fantômes, classiques ou modernes. Comme le formule une editrice, le trio gagnant d'une fiction est « fantôme, tigre,

voleur ». Ce que savent exploiter les éditeurs : chez Crossword, l'un des best-sellers actuels est l'anthologie d'histoires de fantômes, *Sera 101 Bhoutik Oloukik*, publiée chez Patra Bharati.

Si certains éditeurs confient une certaine inquiétude quant au talent et à la créativité des nouvelles générations, Ananda compte à son catalogue certains auteurs contemporains parmi les plus populaires, révélés parfois grâce au prix littéraire qu'ils sponsorisent. Ainsi Tilottama Majumdar, poète, essayiste et romancière qui a reçu le prix Ananda Pureshkar, est publiée chez Ananda où ses livres s'écoulent à plus de 3 000 exemplaires. Chez Ananda encore, Smaranjit Chakraborty tient la tête des ventes chez Starmark avec le roman *Jonakider Bari*.

Le poète Srijato (Ananda) est très populaire. Ses ouvrages se vendent à 5 000 exemplaires.

Serious literature

Il faut entendre par ce terme (de plus en plus utilisé par les éditeurs, notamment sur leur catalogue), tout récit se rapportant à un sujet sérieux (sciences humaines et sociales, économie, histoire), et ce quel que soit le format sous lequel les livres sont édités : avec ou sans illustrations, en noir et blanc ou couleur. Certains ouvrages de fiction, s'ils traitent de sujet « sérieux » peuvent même rentrer sous cette appellation.

La philosophie a toujours reçu un bon accueil au Bengale, ce qui explique que chez Anustup, spécialisée en sciences humaines et sociales, ses plus gros succès soient les ouvrages d'Arindam Chakrabarti. Chez Ananda, Pathik Guha est très populaire avec ses ouvrages de vulgarisation scientifique, ainsi que les ouvrages scientifiques d'Ashish Lahiri.

Comme pour le reste de l'Inde, une constante reste l'intérêt des lecteurs pour leur propre culture, à l'exception de certains philosophes étrangers populaires comme Jacques Derrida.

Ainsi, les livres religieux occupent la deuxième place dans les ventes après la littérature chez Dev Sahitya Kutir. Les ouvrages qui proposent de nouvelles lectures des textes religieux marchent très bien, comme *Nresingha Prasad Bhadusi*, histoires inspirées du Mahabharata (chez Ananda).

Les Bengalais se passionnent également pour leur propre histoire politique mouvementée, comme en témoigne le succès (1 000 exemplaires vendus) de l'autobiographie de Leela Di, épouse d'un chef naxalite paru chez Rhito.

Jeunesse

La littérature pour la jeunesse a une très longue et riche histoire au Bengale. Elle a – elle aussi – prospéré d'abord sous la forme de magazines. Le premier magazine pour la jeunesse est imprimé en 1818 par les missionnaires de Serampore et sera suivi par de nombreux autres, tous plus populaires les uns que les autres. Au XXI^e siècle, les éditions spéciales du magazine *Shuktara* publiées par Dev Sahitya Kutir à l'occasion de Durga Puja (festival le plus important au Bengale) connaissent un succès phénoménal – aujourd'hui encore, 50 000 exemplaires sont vendus au mois de novembre – et inspirent d'autres magazines tels que *Kishore Bharati*, *Mouchak*,

Ramdhanu. Satyajit Ray a lui aussi créé son propre magazine, *Sandesh*, repris plus tard par son fils Sukumar Ray, auteur adoré par les jeunes.

Le roman pour la jeunesse, pour sa part, acquiert très vite ses lettres de noblesse grâce à la contribution d'auteurs adultes : *Khiner Putul* d'Abanindranath Tagore est toujours un classique, et Satyajit Ray rencontre un énorme succès avec sa série détective *Feluda*. Cette caractéristique perdure aujourd'hui, de nombreux romanciers, parmi les meilleurs, écrivant pour la jeunesse : Mahasweta Devi, Sunil Gangopadhyay, Nabaneeta Dev Sen, Shirshendu Mukhopadhyay, pour ne citer qu'eux.

La littérature jeunesse a une riche histoire au Bengale, sur laquelle s'appuient les éditeurs qui réimpriment leurs séries devenues cultes, au détriment de la création contemporaine. Preuve en est avec la poursuite de la publication des magazines pour la jeunesse, tels *Sandesh*, ou *Shuktara* chez Dev Sahitya Kutir, qui considère ce patrimoine comme « un trésor ». Ces magazines continuent de caracoler en tête des ventes à l'occasion de Durga Puja – les éditions spéciales sont alors appelées *durjabarshiko*. *Shuktara* se vend alors à 50 000 exemplaires sur le mois de novembre (contre 1 000 exemplaires pour les éditions mensuelles du reste de l'année). Cette édition spéciale remporte un grand succès auprès de la diaspora bengalie aux États-Unis, en Angleterre et en Australie.

La maison Ananda publie pour sa part quarante à cinquante nouveautés jeunesse sur leurs cent trente nouveautés publiées chaque année. Pour relancer les créations originales, Mitra & Ghosh a lancé un club du livre pour les jeunes de moins de 18 ans, Boi Bondhu, où les membres sont invités à écrire et réciter leurs histoires. Les meilleures sont sélectionnées et publiées par la maison : six l'ont été à ce jour, et trois seront lancées à l'occasion de la foire du livre de Calcutta en 2020.

Bande dessinée

La première bande dessinée est arrivée au Bengale avec la traduction de la série *Phantom* de l'Américain Lee Falk. Ont suivi ensuite d'innombrables bandes dessinées locales, souvent publiées d'abord dans les magazines. La première est la série *Shiyal Pandit* de Pratul Chandra Lahiri pour le journal *Jugantar*.

En bande dessinée, les succès des éditeurs proviennent également de leur fonds, sous forme de cahiers souples. Les plus populaires sont *Nante Phonte* chez Patra Bharati, *Honda-Bhonda* chez Dev Sahitya Kutir et *Tintin* (100 000 ex. vendus de chaque album) chez Ananda.

Jadavpur University Press entreprend des projets de romans graphiques avec la publication prochaine de récits de Tagore illustrés par dix artistes. Mais ce genre n'a pas encore réellement émergé, la bande dessinée étant encore strictement perçue comme un genre pour enfants.

LE MARCHÉ DU LIVRE EN MALAYALAM

Données clés (Kerala)

Territoire : 38 863 km²

Capitale : Thiruvananthapuram

Population : 33 387 677 (recensement 2011)

PIB : 99 milliards de dollars en 2017-2018

Taux d'alphabétisation : 94 % (recensement 2011)

Le malayalam est la langue officielle et principale du Kerala, à la pointe sud-ouest de l'Inde. Le Kerala affiche des indices de développement particulièrement élevés en Inde : taux d'alphabétisation record, espérance de vie la plus longue, ainsi que l'index de développement humain le plus élevé. Kottayam est la première ville en Inde à afficher un taux d'alphabétisation de 100 %. Il s'agit par ailleurs de la ville historique de l'édition.

Contexte historique et politique

Depuis 3 000 avant Jésus-Christ, l'histoire du Kerala est étroitement liée au commerce des épices. Assyriens, Babyloniens, Égyptiens, Arabes et Phéniciens puis Grecs et Romains se ruent dans ce « jardin aux épices », notamment pour le poivre. Le Moyen-Orient garde le monopole sur cette route maritime des épices jusqu'à la fin du xv^e siècle. Lorsque Vasco de Gama arrive à Kappa Kozhikode en 1498, les Portugais établissent des commerces, puis seront mis à l'écart par la Compagnie hollandaise des Indes orientales, à son tour chassée par la Compagnie britannique des Indes orientales. Le Raj britannique conclut des alliances avec les États princiers de Cochin et Travancore, qui garderont leur autonomie contre tribut.

Après l'indépendance, le Kerala est divisé en trois régions – Cochin, Malabar et Travancore – mais le Kerala tel qu'on le connaît aujourd'hui naît en 1956.

À la fin des années 1970, le mouvement naxalite qui se révolte au Bengale occidental fait des émules au Kerala et entraîne la sécession au sein du parti communiste, dont certaines factions sont très violentes et anarchiques. Depuis la fin des années 1970, les coalitions menées par le parti communiste d'une part, le parti du Congrès d'autre part alternent continuellement au pouvoir local. Le parti nationaliste hindou, BJP, au pouvoir central depuis 2014, n'a jamais réussi à obtenir un seul député au Kerala. Le ministre en chef actuel est Pinarayi Vijayan, du parti communiste kéralais.

Avec l'indice de développement humain le plus élevé en Inde, le Kerala se distingue du reste du pays par ce qui est désormais appelé le « Kerala model », terme qui caractérise le résultat de l'étude sur le développement socio-économique du Kerala, menée par le Centre for development studies dans les années 1970. Leur conclusion montre qu'en dépit de très bas salaires et taux de croissance, le Kerala obtenait des résultats similaires aux pays développés en matière de santé (État de l'Inde avec le plus grand nombre de lits

en hôpitaux publics par habitant), éducation et engagement politique. Par ailleurs, le Kerala ayant permis l'éducation des filles au sein de diverses castes depuis la période précoloniale, notamment au sein de la communauté matrilineaire des Nair, l'État encourage toujours à l'égalité hommes-femmes, ce qui se reflète dans le taux d'éducation des filles, mais également le ratio hommes-femmes le plus élevé en Inde (104 femmes pour 100 hommes). Le Kerala est le seul État indien où le nombre de femmes dépasse celui des hommes.

Cependant, le Kerala n'a pas connu d'industrialisation intensive et n'offre pas beaucoup d'emplois qualifiés. Avec un taux de chômage parmi les plus élevés en Inde (12,5 % en 2018 contre 5 % dans le reste de l'Inde), les Kéralais éduqués ont souvent émigré, notamment dans les pays du Golfe. Les fonds envoyés par les familles émigrées à leurs familles représentent 20 % du PIB de l'État.

*Contexte littéraire*²⁸

C'est en Hollande, au xvii^e siècle qu'est imprimé le premier livre en malayalam : *Hortus Malabaricus*. Jusqu'en 1821, date à laquelle le missionnaire Benjamin Bailey installe la première imprimerie à Kottayam, les ouvrages étaient écrits au Kerala sur des feuilles de palme. Benjamin Bailey a permis le développement de l'édition en simplifiant l'écriture malayalam, qui contenait trop de lettres. Jusqu'à la deuxième moitié du xix^e siècle, l'imprimerie est utilisée à des fins religieuses et éducationnelles : le premier livre à sortir des presses de Benjamin Bailey est un ouvrage chrétien pour la jeunesse. L'activité se change en profession à partir de 1852, avec la première presse professionnelle, Kerala Vilsasam. Avant l'indépendance de l'Inde, l'éditeur principal est Mangoladayam press, qui introduit de nombreux écrivains modernes.

L'édition en malayalam prend son essor en 1945 avec la création de trois organisations, qui ont chacune façonné le paysage éditorial jusqu'à aujourd'hui. La première s'appelle Kerala Granthasala Sangam, mouvement qui a permis la création de milliers de bibliothèques et de salles de lecture à travers tout l'État. La seconde est la Sahitya Pravarthaka Cooperative Society (SPCS), coopérative d'auteurs qui a lancé ses activités d'édition en 1949 au moment de sa fusion avec le distributeur et libraire National Book Stall (NBS), créé par D. C. Kizhakemuri, futur fondateur de DC books. Dès lors, SPCS devient le premier éditeur à disposer de son propre réseau de distribution et de ventes. Fidèle à son âme de coopérative, SPCS paie alors les auteurs à hauteur de 30 % du prix de vente, une somme bien supérieure à tout ce que pouvaient offrir les autres éditeurs, et qui a attiré des centaines d'auteurs prestigieux pendant les années 1960 et 1970. Pendant ces décennies, SPCS publiait un livre par jour.

La fin des années 1970 a marqué le déclin de la coopérative alors que ses membres fondateurs prenaient leur retraite. D. C. Kizhakemuri a quant à lui créé DC books en 1974 et racheté l'éditeur Current books et sa chaîne de librairies. L'empire DC books est né. L'édition en malayalam doit en effet beaucoup à l'esprit novateur de ce dirigeant qui introduit de nombreuses initiatives et relève les standards de qualité. Beaucoup

²⁸ Ravi Deecee, *Publishing Scenario*, rapport de la Federation of Indian Publishers, 2004.

d'éditeurs ont suivi le modèle économique de DC books en créant leur branche de distribution et commercialisation de livres.

Dans le paysage éditorial en malayalam, le gouvernement joue un rôle majeur, notamment parce que les éditeurs publics publient des ouvrages de qualité : le Kerala state institute of languages, la Kerala Sahitya akademi ou encore le State institute of children's literature. Chose peu commune, le gouvernement a même une organisation, Book mark, en charge de promouvoir les publications gouvernementales.

Les années 2000 ont vu l'arrivée de nombreux nouveaux éditeurs tels Olive publications, PEN, Mulburry, Pranatha books... mais également de plusieurs éditeurs basés à l'étranger et qui s'adressent à la diaspora.

> Paysage éditorial

Ravi Deecee, président de la All Kerala publishers and booksellers association, comptabilise quarante éditeurs professionnels publiant en malayalam au Kerala, mais ses homologues contestent ce chiffre. Selon ces derniers, la participation aux foires ou les commandes de livres passées par le gouvernement auprès des éditeurs pour le compte d'écoles publiques en 2019 permet d'estimer le nombre d'éditeurs à une centaine, certains éditeurs ne publiant certes que quelques titres par an.

La maison DC books représente 50 ou 80 % du marché en malayalam, et en est ainsi le leader incontesté. Depuis sa création par D. C. Kizhakemuri, DC books n'a cessé d'innover et de tester les nouvelles tendances. Elle se confirme également à l'étranger où DC books est très populaire auprès de la diaspora kéralaise, DC books occupant pas moins de 45 stands à la foire de Chardja (Émirats arabes unis).

DC books consacre 70 % de sa production à la fiction, 20 % à la non-fiction, 5 % à la jeunesse et 1 % au livre d'art.

Parmi les autres leaders du marché, nous retrouvons les éditeurs historiques Mathrubhumi, Poorna Publishers et Current books Thrissur (à ne pas confondre avec la branche de distribution Current books appartenant à DC books), ainsi que Green books, créé en 2002 par Krishnadas et qui s'est imposé sur le marché comme un éditeur littéraire publiant des traductions de qualité. Tous ces éditeurs sont généralistes, mais avec leur spécialité : Poorna est très présent sur le marché des livres scolaires, DC books sur la fiction et non-fiction, Mathrubhumi sur la non-fiction, Green books en traduction...

Pour les livres académiques, H&C est la référence populaire, notamment pour les petits livres synthétiques (50 pages) et très bon marché (20 roupies) sur tous les sujets possibles. Ces livres sont en général vendus dans les gares ou aux arrêts de bus.

Par ailleurs, le gouvernement local joue un rôle majeur dans l'édition. Les organismes publics suivants ont des ouvrages de qualité :

- Kerala state institute for children qui publie 25 à 30 livres jeunesse par an ;
- Kerala Bhasha institute, l'éditeur de référence pour les ouvrages académiques ;
- State institute of encyclopedias : premier éditeur d'encyclopédies en malayalam, aujourd'hui essentiellement à destination d'institutions publiques.

L'autoédition connaît un boom que Krishnadas, directeur de Green books, explique par le soudain enrichissement de certains Kéralais, désireux de raconter leur *success story* et qui n'hésitent pas à commander 2 000 exemplaires de leur propre livre pour en faire cadeau. Source de revenus non négligeables, l'autoédition fait l'objet d'une marque distincte chez DC books, Poorna et Green books par exemple. Les ouvrages sont rarement vendus dans leur réseau de librairies mais plutôt en ligne, où ils s'écoulent régulièrement à 2 000 ou 3 000 exemplaires.

→ Les présentations de ces maisons et d'autres acteurs de l'édition en hindi sont proposées dans l'annuaire (publié séparément).

> Tendances par secteur

Le marché en malayalam est tiré par la littérature classique et contemporaine, qui représente une grande majorité de la production et des ventes chez les éditeurs généralistes.

Fiction

La fiction représente la majorité de la production et des ventes chez les éditeurs généralistes leaders du marché : 60 % chez Green books, 70 % chez DC books, 30 % chez Poorna (plus fort dans les livres scolaires).

Le succès des auteurs classiques du xx^e siècle ne se dément pas, tels que M. T. Vasudevan Nair, en tête des ventes chez Current books Thrissur, ou O. V. Vijayan et M. Mukundan, très populaires chez DC books.

Certains professionnels regrettent le manque de créativité parmi les nouveaux auteurs, ce qui expliquerait un nombre croissant de traductions. Mais il convient de souligner le succès de certains auteurs contemporains, tel Benyamin, best-seller chez DC books avec *Mullapoo Niramulla Pagalugal* (*Jasmine Days*, du même auteur et édité chez Juggernaut, a reçu le JCB book prize en 2018) et long-seller chez Green books avec *Aatujeevitham* (vainqueur du Sahitya Akademi award en 2008, 150 000 exemplaires vendus depuis sa sortie).

Chez DC books, les autres grands succès récents sont *Arachar* de K. R. Meera (*Hangwoman: Everyone Loves a Good Hanging* chez Hamish Hamilton) vendu à plus de 200 000 exemplaires depuis sa sortie et *Manushyanu Oru Aamukham* de Shubhash Chandran (*A Preface to Man* chez HarperCollins India), écoulé à plus de 100 000 exemplaires depuis 2010.

Tous ces titres ont la particularité de se vendre dans le temps avec constance. À l'exception du titre de K. R. Meera, les fictions qui remportent du succès sont en général très réalistes, aux prises avec les crises sociales et politiques qui agitent la société kéralaise : destin des émigrés au Moyen-Orient chez Benyamin, questions de castes chez Shubhash Chandran.

Par ailleurs, la controverse permet à certains auteurs de se faire remarquer. Ainsi, le titre *Meesha* de S. Harish publié par DC books, a suscité l'ire des groupuscules d'extrême droite à sa sortie en 2018 mais également enregistré de belles ventes suite au buzz.

DC books mise sur une nouvelle génération d'auteurs repérés et encouragés par le biais du prix littéraire du premier roman, DC Pusthekaram ; un vainqueur est choisi tous les deux ans et publié par le groupe.

Si la poésie a du mal à trouver des lecteurs au Kerala, Green books souligne le succès des nouvelles, genre dans lequel excelle par ailleurs Benyamin. Current books Thrissur en a d'ailleurs fait son fonds de commerce : il achète les droits de nouvelles à divers éditeurs, qu'il publie sous forme de compilations thématiques correspondant au cursus universitaire en cours : il s'assure ainsi de belles ventes auprès des universités.

Les traductions, quant à elles, rencontrent rarement un énorme succès en fiction, Green books évoquant le relatif échec des ventes de Patrick Modiano : à peine 1 000 exemplaires vendus malgré la médiatisation du prix Nobel. Comme l'explique Thomas Mundassery, directeur de Current books Thrissur, il faut des années avant de voir les résultats sur les ventes de traductions littéraires. Les classiques étudiés en cours sont par contre des valeurs sûres (Tolstoï, Camus...).

Ouvrages religieux/spiritualité

Toutes les maisons généralistes publient des ouvrages religieux hindous, tels le *Ramayana* qui domine les ventes pendant le mois de juillet : une fête célèbre la grande épopée et chaque foyer lit un chapitre tous les jours. Au cours de ce mois de juillet, 100 000 exemplaires de l'ouvrage, toutes maisons confondues, s'écoulent selon le consultant V. C. Thomas.

Le succès des « gourous » spirituels chez les éditeurs anglophones indiens se répercute au Kerala. Chez Green books, les ouvrages d'Ohso, gourou populaire et controversé, dont il a publié sept traductions depuis le hindi, figurent parmi ses meilleures ventes.

Thomas Mundassery se félicite que *Randamoozham* de M. T. Vasudevan Nair (*Bhima Lone Warrior* chez HarperCollins India) se soit écoulé à plus de un million d'exemplaires depuis sa sortie en 1984. Cette réécriture de l'épopée *Mahabharata* a permis à son auteur de recevoir un Vayalar award et un Muttathu Varkey award. Les ouvrages de spiritualité représentent 5 % des ventes chez l'éditeur Current books Thrissur.

Non-fiction

La non-fiction populaire est publiée par les éditeurs généralistes, souvent en bien moindre proportion que leur fiction. Thomas Mundassery explique que contrairement aux livres de fiction, la non-fiction perd très vite de sa pertinence et doit être retirée des étagères. À titre d'exemple, DC books consacre 20 % de son catalogue à la non-fiction générale (70 % en fiction).

Il existe cependant des éditeurs qui publient majoritairement de la non-fiction. Chintha, voix éditoriale du parti communiste marxiste, publie beaucoup d'ouvrages en politique et sciences sociales à destination du grand public. Samatha books, jeune maison d'édition dirigée par Kabani

Chandran, publie des ouvrages qui explorent la question du genre et l'égalité hommes-femmes. La plupart de leurs essais sont écrits par ou sur les femmes.

Comme dans le reste de l'Inde, une constante en non-fiction est le succès rencontré par les biographies ou autobiographies : la biographie de Rajiv Gandhi par Nalini Murugan chez Green books par exemple, ou encore *Oru Laingikatozhilaliyute Atmakatha* de Nalini Jameela chez DC books (publié en anglais par Westland : *Autobiography of A Sex Worker*), récit d'une travailleuse du sexe au Kerala, qui s'est écoulé à 200 000 exemplaires.

Les traductions en non-fiction sont plus nombreuses et populaires qu'en fiction. En témoignent les succès de *Sapiens* de Yuval Noah Harari (premier tirage à 4 000 exemplaires chez Manjul) ou encore *Moi Nojoud, 10 ans, divorcée* de Nojoud Ali et Delphine Minoui (Olive publications). Enfin, les livres de bien-être/*self help* sont régulièrement sur la liste des best-sellers. Chez DC books, qui a une *imprint* consacrée au bien-être, le phénomène Joseph Annamkutty Jose, acteur, animateur radio et blogueur, vend des milliers d'exemplaires de son mémoire *Daivathinte Charanmar*, censé inspirer et coacher le lecteur. Chez Olive publications, le grand succès de 2018 a été la traduction du livre du gourou Gaur Gopal Das, *Life's Amazing Secrets* (premier tirage à 3 000 exemplaires).

Pour les titres académiques, l'institut Kerala state Bhasha institute est la référence sur tous les sujets qu'il couvre, que ce soit en sciences, culture ou histoire.

Jeunesse

Le marché de la jeunesse est résumé ainsi par Rubin D'Cruz, éditeur des livres en malayalam au sein du National book trust et anciennement directeur du Kerala state institute of children's literature : sous-développé malgré un énorme potentiel. Les Kéralais ont en effet désormais les moyens et l'envie d'acheter des ouvrages jeunesse mais l'offre en malayalam est toujours limitée. Les éditeurs seraient peu incités à développer leur propre catalogue jeunesse car les ouvrages seraient plus chers à produire – mais leur prix de vente très faible. La plupart des maisons généralistes ont un petit catalogue jeunesse. Chez DC books, qui a deux marques dédiées à la jeunesse (en malayalam et en anglais), ce secteur représente 5 % de leur production.

Dans ce contexte, l'existence du Kerala state institute of children's literature est importante. Ils publient vingt-cinq à trente titres de qualité par an, de fiction ou non-fiction, dont de nombreuses traductions depuis les langues indiennes ou étrangères. Leur série suédoise *Mamma Moo* a rencontré un énorme succès.

Quant à l'association Kerala Sasthra Sahitya Parishad, qui distribue ses ouvrages scientifiques grâce à un réseau de volontaires, elle a révolutionné le secteur jeunesse avec des ouvrages expliquant aux enfants les mystères de la science et de la nature. Apprécisés par les parents et les

professeurs, leurs titres sont souvent des best-sellers, comme un livre sur l'astronomie qui s'est vendu à 1 million d'exemplaires²⁹.

Dictionnaires

Si le State institute of encyclopedias fournit toutes les institutions publiques en encyclopédies, DC books se targue d'être le deuxième vendeur de dictionnaires en Inde après Oxford University Press. Son dictionnaire bilingue anglais-malayalam s'est écoulé à ce jour à deux millions d'exemplaires.

²⁹ Rubin D'Cruz, *101 Indian Children's Books I Love!*, Young Zubaan /Malayalam's Children Literature.

LE MARCHÉ DU LIVRE EN TAMOUL

Données clés

Territoire (Tamil Nadu) : 130 060 km²

Population : 72 147 039 millions au Tamil Nadu, 1,5 million à Pondichéry et 400 000 aux îles Andaman et Nicobar (recensement 2011)

PIB : 250 milliards de dollars (2^e économie en Inde)

Taux d'alphabétisation : 80 % (recensement de 2011)

Le tamoul est l'une des 22 langues officielles de l'Inde, langue dravidienne avec un alphabet unique à sa langue. Le tamoul est essentiellement parlé au Tamil Nadu, à la pointe sud-est de l'Inde, ainsi que dans le petit État de Pondichéry, et partiellement dans les îles Andaman et Nicobar.

Le tamoul est l'une des langues les plus anciennes au monde et sans doute la seule à être élevée au rang de déesse, puisque le temple Tamil Thai Kovil à Karaikudi la célèbre comme « la mère ». Ce respect intime à la langue a de nombreuses conséquences, notamment dans les urnes où les Tamouls se révoltent contre la suggestion, souvent avancée par les nationalistes hindous, que le hindi devienne unique langue officielle de l'Inde.

Contexte historique et politique

Le territoire qui correspond aujourd'hui au Tamil Nadu a pendant longtemps résisté aux invasions extérieures. Jusqu'au Moyen Âge, trois principales dynasties, qui continuent d'alimenter les récits des auteurs populaires, se succèdent : les Cholas, Pandyas et Cheras. Au XIV^e siècle, le sultanat de Delhi envahit le sud mais une nouvelle dynastie se crée en réaction aux envahisseurs musulmans qui sera favorable aux comptoirs étrangers. C'est ainsi que les Hollandais sont autorisés à installer leurs comptoirs sur la côte de Coromandel et notamment à Tharangambadi (actuellement Tranquebar), suivis par la Compagnie britannique des Indes orientales qui s'installe sur un petit morceau de côte : Madras est né. Au XVIII^e siècle, Français et Britanniques se disputent l'autorité sur Madras, jusqu'à ce que les Britanniques en récupèrent la souveraineté en 1748. La Compagnie française des Indes garde cependant sa capitale à Pondichéry, comptoir qui servira de refuge aux indépendantistes antibritanniques du Tamil Nadu pendant la première moitié du XX^e siècle. Au moment de l'indépendance, le Tamil Nadu actuel n'existe pas encore : il s'agit de l'État de Madras, qui comprend une partie du Kerala et l'Andhra Pradesh. En 1969, l'État est renommé Tamil Nadu.

La gouvernance du Tamil Nadu au XX^e siècle reflète les aspirations sécessionnistes de la région. Les partis dravidiens naissent avec le Justice Party (renommé plus tard Dravidar Kazhagam, DK) qui se révolte contre la domination brahmine et met en place pour la première fois en Inde le principe de quotas (appelés *reservations*), qui assure à toutes les castes « inférieures » une représentation dans les écoles et les emplois publics. Les brahmanes (caste la plus élevée qui concentrait jusque-là tous les pouvoirs) du Tamil Nadu, exclus de cette discrimination positive,

s'insurgent toujours contre cette mesure. Le parti revendique également la création d'un État indépendant de l'Inde, Dravida Nadu. Après l'Indépendance, le parti se scinde avec la création du parti DMK (Progressive dravidian organisation), qui va systématiquement contrer ce qui est vu comme une velléité du nord de diriger le sud et d'imposer la langue hindie : la Constitution prévoyait en effet que le hindi devait à terme remplacer l'anglais comme langue officielle. Mais une grande révolte en 1965 à Madras va forcer le gouvernement central à garder l'anglais comme langue officielle. Dans ce contexte, le parti DMK remporte les élections législatives en 1967, année qui marque la domination des partis dravidiens sur la scène politique tamoule jusqu'à aujourd'hui, souvent grâce à des coalitions, car le parti DMK a connu de nombreuses divisions (notamment avec la création du parti AIADMK).

Le cinéma tamoul a été fortement politisé et utilisé au profit des partis dravidiens, le plus célèbre exemple étant le culte voué à la ministre en chef Jayalalitha, actrice populaire ayant accédé six fois au poste de ministre en chef de l'État (*Chief Minister*) avec le parti AIADMK, jusqu'à son décès en cours de mandat en décembre 2016. Le Tamil Nadu est aujourd'hui dirigé par son successeur, Edappadi K. Palanisamy.

Contexte littéraire

Si la langue tamoule est un enjeu politique majeur, elle a une longue tradition écrite, parmi les plus anciennes en Inde, les premiers textes retrouvés remontant au II^e siècle avant Jésus-Christ. Il s'agissait alors de poésie *sangam*, qui a prospéré au Tamil Nadu jusqu'au I^e siècle après Jésus-Christ. Les œuvres, uniquement en vers, sont divisées en deux catégories : *agam* et *pouram*. *Agam*, qui signifie intérieur, comprend uniquement les œuvres qui se rapportent à l'amour. *Pouram*, qui signifie extérieur, comprend tout le reste, ce qui à l'époque correspond aux récits des guerres et de princes.

S'ensuit une période où la poésie a également des ambitions didactiques ou mystiques. Parmi ces œuvres anciennes, l'une a traversé les temps et les continents. Il s'agit du *Tirou-Koural*, dont l'auteur est inconnu. C'est une œuvre universelle qui ne se rattache à aucun lieu, aucune époque ni aucune religion. Le poète moraliste s'intéresse à tous les aspects du genre humain et propose un idéal, sous forme d'images et d'allitérations. Cette œuvre est toujours considérée comme le chef-d'œuvre de la poésie tamoule et est éditée par la plupart des éditeurs contemporains.

L'émergence de la prose arrive avec les missionnaires chrétiens qui l'utilisent pour propager leur religion. En 1578, le missionnaire Henrique Henriques publie une traduction du livre de prière de Saint François-Xavier sous le titre *Thambiran Vanakkam*, ce qui fait du tamoul la première langue de l'Inde à être imprimée avec son alphabet. Mais les missionnaires gardent le monopole de l'imprimerie jusqu'en 1835.

La fin du XIX^e siècle voit la mutation du roman, qui n'existait qu'en vers à destination des lettrés. C'est Samuel Vedanayagam Pillai, un juge versé dans la langue anglaise qui, ayant remarqué le succès du genre en Angleterre, écrit le premier roman en prose en tamoul, *Pradaba Modaliar*

Saritrnam, publié en 1879, et toujours réédité à ce jour. Le roman moderne naît véritablement grâce à Subramania Bharati (1882-1921), héros de l'indépendance, qui a notamment révolutionné la poésie. Avec un langage simple, ses écrits couvrent tous les sujets de la société tamoule, que ce soit en religion ou en politique. Il a laissé un immense héritage sous forme de récits, poésies et chansons patriotiques. Tout au long du xx^e siècle, les auteurs seront nombreux à publier leurs récits de manière sérialisée dans les périodiques qui fleurissent au Tamil Nadu depuis la deuxième moitié du xix^e siècle. Le plus connu de ces magazines est *Ananda Viketan*, qui a révélé Kalki Krishnamurthy avant que celui ne crée son propre magazine, *Kalki*, mais également plus récemment l'auteur S. Ramakrishnan. Certains de ces magazines continuent de publier des récits de fiction, et de nombreux éditeurs ont leur propre magazine qui traite de sujets de société en lien avec leur ligne éditoriale. C'est le cas de Kalachuvadu (dont le magazine a précédé la création de la maison d'édition) mais aussi de la jeune maison Thadagam pour ne citer qu'eux.

Un éditeur a joué un rôle majeur dans l'émergence d'auteurs contemporains dans les années 1970. Il s'agit de Ramakrishnan, qui après avoir créé avec trois amis un magazine et un forum littéraire (*Kachadatapara*), lance la maison Cre-A en 1974. Il sera le premier à publier une pièce de théâtre moderne, par N. Mutuswamy, et aussi les premiers écrits de Sundaram Ramaswamy ou encore de G. Nagaranjan, ainsi que ceux d'Imayan, qui a fait grand bruit en racontant la vie dans une communauté de laveurs dalits (intouchables) en 1994.

Alors qu'un tamoul oral plus décontracté et influencé par les langues étrangères des occupants coloniaux successifs s'est développé, qu'on appelle le tamoul moderne, le tamoul classique a longtemps fait figure d'unique écrit possible et reconnu dans les universités. Il est intéressant de noter qu'à ce jour, le seul traité de grammaire en vigueur pour le tamoul date du xiii^e siècle : le traité de grammaire Nannul.

Certains éditeurs, tels Cre-A, plaident depuis des décennies en faveur d'une grammaire du tamoul moderne, afin de redonner envie aux jeunes générations de lire en tamoul mais aussi d'unifier l'utilisation de la langue à l'écrit. Il a ainsi publié le premier dictionnaire du tamoul moderne en 1992, qu'il met à jour tous les ans. Pour Cre-A, cette publication est un acte politique, appelant à donner au tamoul moderne ses lettres de noblesse et à initier un vrai renouveau dans la littérature contemporaine. Aucune règle de typographie du tamoul approuvée par tous n'est en vigueur, ce qui crée de gros écarts dans la qualité des impressions.

Notons par ailleurs qu'au Tamil Nadu comme partout en Inde, les œuvres des auteurs restent la propriété des ayants droit jusqu'à 60 ans après leur mort. Mais le gouvernement du Tamil Nadu, dans une volonté de permettre aux plus de gens possible de découvrir les auteurs considérés comme majeurs, propose régulièrement de racheter les droits pour remettre les œuvres dans le domaine public. Le premier auteur à avoir ainsi été l'objet d'une « nationalisation » (terme employé par le gouvernement) est Subramania Bharati, dont la famille a rendu les droits contre une compensation financière en 1954. En 2009, le gouvernement a annoncé publiquement vouloir racheter les droits d'une trentaine d'auteurs tamouls. Mais les ayants droit de Kavingar Kannadasan, se sont insurgés car ils n'avaient pas été consultés. À la suite de cette polémique, le

gouvernement a racheté les droits de vingt-huit auteurs auprès des familles concernées, avant de les mettre dans le domaine public.

> Paysage éditorial

Selon BAPASI³⁰, le nombre d'éditeurs au Tamil Nadu se situe autour de 1000, mais dont 150 seulement seraient strictement professionnels (soit parce que l'édition n'est pas leur activité principale, soit parce qu'ils n'ont pas de livres enregistrés avec un ISBN). La présence des femmes aux postes de direction est particulièrement faible : selon la directrice de la maison Vamsi, il n'y aurait que Radhika Menon, directrice de Tulika... et elle.

Les professionnels soulignent un nombre grandissant de sites et diverses plateformes d'autoédition. Le très populaire S. Ramakrishnan, qui a obtenu le prix de la Sahitya Akademi en 2018 pour le roman *Sanjaaram*, a depuis créé sa maison d'autoédition Desanthiri Pathippagam, qui publie exclusivement ses ouvrages.

Certains éditeurs professionnels créent désormais leur propre *imprint* d'autoédition comme The write publishing chez Kannadasan, active depuis janvier 2019. Les auteurs sont encouragés à n'imprimer que cent exemplaires à la fois. Si leur ouvrage se vend bien, la maison mère Kannadasan s'engage à publier leur ouvrage et à le distribuer comme les autres.

Parmi les maisons d'édition professionnelles, presque toutes sont dirigées par la même famille depuis deux ou trois générations. Les exceptions notables sont Vikatan, Kumudam et Suriyan publishers qui appartiennent à des groupes médias, respectivement Vikatan group (qui détient des magazines dont *Ananda Vikatan* et produit des séries télé), Kumudan group (qui détient des magazines) et Sun group (qui détient de multiples chaînes télé, magazines et journaux dont le quotidien *Dinakaran*).

Par ailleurs, certaines des maisons d'édition les plus puissantes sont liées au parti communiste tamoul : New century book house et Bharati puthakalayam, qui est la branche éditoriale de la fondation Toiless people welfare trust).

New Horizon Media, créée en 2004 par les ingénieurs K. Satyanarayan et Badri Sheshadri, est quant à elle la première maison tamoule à avoir reçu le financement de fonds d'investissement.

³⁰ BAPASI (Booksellers and publishers association of South India) regroupe les professionnels du livre au Tamil Nadu. Cette fédération compte 600 membres, soit à peu près 400 éditeurs qui inscrivent également leurs *imprints*. Cette fédération a pour unique vocation d'organiser des foires du livre, parmi elles la plus importante du Tamil Nadu, Chennai book fair, ainsi que celle de Madurai et de Coimbatore (en coopération avec CODISSIA). Cette fédération est à ce jour présidée par M. S. Vairavan, directeur de la maison d'édition Kumaran Pathippagam.

Faute de relevés de ventes, nous ne disposons pas d'un classement objectif des maisons d'édition. New Horizon Media, éditeur et marchand en ligne, communique la liste suivante des meilleures ventes sur l'année financière 2018-2019 :

- Kizhakku (New Horizon Media)
- Thirumagal
- Kalachuvadu
- Uyirrmmai Pathippagam
- Kannadasan Pathippagam
- Kavitha
- Meenakshi Puthaka Nilayam
- Gowra Agencies
- Bharati Puthakalayam
- Narmadha

Tous ces éditeurs sont généralistes, c'est-à-dire qu'ils publient aussi bien de la littérature contemporaine et classique que des ouvrages religieux, de la poésie, des ouvrages pour enfants parfois et du pratique (médecine, bien-être), voire même des dictionnaires. Vikatan par exemple publie à la fois de la jeunesse, des livres de cuisine, des livres non académiques de droit et de médecine, des ouvrages sur la spiritualité, des romans, de la poésie... Citons également les maisons Cre-A, Kalachuvadu ou encore Kannadasan Patthipagam

En librairie, les éditeurs les plus visibles ne sont pas tout à fait les mêmes que sur cette liste fournie par New Horizon Media. On y trouve certes les ouvrages de Kalachuvadu, Kannadasan Pathippagam et Bharati Puthakalayam, mais aussi ceux des maisons New Century book house, Vamsi, Sixth Sense, maisons généralistes également.

Les éditions religieuses quant à elles sont également indépendantes et souvent familiales, qu'elles soient hindoues (Giri), catholiques (Vaigaran) ou musulmanes (Bhasharath publishers).

Dans ce paysage éditorial, la jeunesse, les sciences sociales et la bande dessinée sont des genres produits par les maisons généralistes et non des maisons spécialisées, avec une qualité variable. En jeunesse, Tara Books et Tulika Books (à Chennai) sont les maisons les plus connues, mais il convient de souligner que la première ne produit qu'une très petite quantité en tamoul (à peine 10 % de sa production totale), et que la deuxième publie en neuf langues, le tamoul n'étant que l'une d'entre elles.

En jeunesse, on note une résurgence des magazines, autrefois populaires, qui reviennent avec pour objectif de fournir des histoires illustrées de qualité à un prix abordable. À l'instar de Thumbi, qui publie un mensuel en couleurs au prix de 80 roupies (1 €), sur le thème de la nature et de l'environnement. Ils impriment 2 000 exemplaires, ce qui est bien plus que le tirage moyen jeunesse des maisons généralistes, dont 1 000 sont envoyés aux abonnés.

En bande dessinée, après l'âge d'or des années 1980, le secteur s'est écroulé avec l'arrivée de la télévision, et le secteur se résume désormais à un éditeur : Prakash publishers, qui publie des bandes dessinées étrangères exclusivement, par le biais de ses quatre *imprints*.

→ Les présentations de ces maisons et d'autres acteurs de l'édition en hindi sont proposées dans l'annuaire (publié séparément).

> Tendances par secteur

Littérature générale

On entend par littérature tout récit de fiction, incluant la poésie, cette dernière étant intrinsèquement liée au patrimoine littéraire tamoul. La poésie ne fait d'ailleurs pas l'objet d'une classification spécifique chez les éditeurs ou les libraires.

La littérature semble être le segment qui se vend le mieux selon les estimations de BAPASI et des éditeurs interrogés. En particulier les romans d'aventures historiques de Kalki (de son vrai nom Ramaswamy Aiyer Krishnamurthy) et Sandilyan (de son vrai nom Bhashyam Iyengar) qui continuent de séduire les jeunes générations avec les histoires romancées des rois anciens du Tamil Nadu.

La poésie pour sa part est profondément ancrée dans la tradition littéraire et a gardé sa pertinence grâce aux liens étroits qu'elle a noué avec le cinéma. Les auteurs se sont souvent trouvés paroliers pour les films (chantés) tamouls, et les films n'ont jamais cessé de reprendre d'une part les vers classiques tamouls et d'autre part les œuvres d'auteurs plus contemporains.

Le plus connu de ces paroliers reste à ce jour Kavingar Kannadasan, véritable icône au Tamil Nadu, et dont les œuvres continuent de se vendre de l'ordre de 200 000 exemplaires par an chez la maison d'édition Kannadasan, bien qu'une centaine de chants soit désormais disponible gratuitement sur leur application.

Parmi les auteurs appelés « postmodernistes », les géants S. Ramakrishnan et Jayamohan, révélés dans les années 1980 dans des périodiques, continuent de vendre leurs ouvrages par centaines de milliers d'exemplaires. Si S. Ramakrishnan était publié chez Vamsi avant de créer sa propre maison d'édition, Jayamohan est publié par divers éditeurs (Vamsi, New Horizon Media) mais il propose tous ses récits gratuitement sur son blog. Ainsi, sa dernière œuvre, *Venmurasu*, est une réécriture du *Mahabharata*, récit épique indien, en cours depuis 2014 : un épisode est publié chaque jour sur son blog. Les compilations sont publiées par les éditeurs Natrinai Pathippagam (5 premiers volumes) et New Horizon Media (Kizhakku Pathippagam). Plus de 50 000 lecteurs se connectent à son blog tous les jours.

Chez Kalachuvadu, on note que les auteurs qualifiés de « classiques modernes » (écrivains des années 1960 à 1980), tels Ashokamitran, Chellapa, Pudhumaipithan, Sundaram Ramaswamy, vendent toujours plus que les auteurs contemporains les plus célèbres. Exception faite à son catalogue de Perumal Murugan, qui est devenu un véritable phénomène littéraire au Tamil Nadu et dans le reste de l'Inde, depuis qu'en 2014, un groupe radical nationaliste a lancé une vendetta populaire à son encontre, estimant que son livre *One Part Woman* (éd. Kalachuvadu) devait être retiré des librairies. Suite aux menaces de mort qu'il a reçues, Perumal Murugan a annoncé sa retraite littéraire en 2014 mais revient sur le devant de la scène après que le tribunal de Chennai tranche en sa faveur. Cette controverse a servi de caisse de résonance et a fait de l'auteur et de son éditeur Kannan Sundaram les stars de la littérature tamoule aujourd'hui. Le livre controversé, *One part Woman*, s'est déjà écoulé en tamoul à 25 000 exemplaires selon son éditeur, et Perumal Murugan n'a pas fini de parcourir les festivals littéraires indiens, dont le plus prestigieux, le Jaipur literature festival.

Non-fiction (sciences humaines, pratique)

Les ouvrages qui tirent ce secteur sont les livres de cuisine et les livres religieux. Parmi les maisons religieuses, Giri publie en anglais, tamoul, malayalam, hindi et sanscrit tout ouvrage en lien avec la religion hindoue et la culture associée (Vedas, mythologie, astrologie). Leurs ouvrages se vendent à des lecteurs généralement âgés de plus de 40 ans, entre 1 000 et 3 000 exemplaires. Chez Kannadasan, le traité sur l'hindouisme de Kavingar Kannadasan *Arthamulla Indhu Madham* a été vendu à plus de 200 000 exemplaires à ce jour.

Les (auto)biographies se révèlent être très populaires dans toutes les maisons d'édition. Chez Kannadasan, la traduction tamoule de la biographie de l'ancien président indien A. P. J. Abdul Kalam *Agni Siragugal* est leur plus gros succès après les chansons du fondateur : 500 000 exemplaires vendus depuis sa sortie en 1998. Depuis, Kannadasan a publié les traductions des autobiographies d'Akio Mirota (fondateur de Sony Corporation) et Henry Ford avec succès. Chez New Horizon Media aussi, les biographies sont devenues le fonds de commerce : ils proposent sur 200 pages maximum des biographies synthétiques de personnages très connus mondialement, comme Bill Gates et Warren Buffett. Récemment, cette tendance s'est confirmée avec le succès de *Satya Sodhanai*, traduction de l'autobiographie de Gandhi *My Experiment with Truth* (publiée par Sarvodaya Ilakkiya) en 2019 à la foire de Chennai : 100 000 exemplaires vendus.

Enfin, les ouvrages politiques sont en général bien reçus du public, mais non sans risques, comme le prouve un incident qui s'est produit en avril 2019, deux semaines avant le résultat des élections nationales. Une escouade de civils et policiers s'est emparée d'une centaine d'exemplaires du livre *Naatai Ulukkum Rafale Paera Oozhal* (Rafale : l'arnaque qui secoue la nation) à la librairie de l'éditeur Bharati Puthakalayam, juste avant son lancement prévu en soirée. L'ouvrage est une charge virulente contre la négociation de l'accord commercial par le gouvernement du Premier

Ministre (réélu cette année) Narendra Modi. Les policiers se seraient saisis des livres sans en avoir reçu l'autorisation, en citant une violation du « model code of conduct » qui régit la campagne électorale. Cependant, les ouvrages ont été rendus, et le livre s'est écoulé à 8 000 exemplaires la première semaine de son lancement, selon l'éditeur.

Cinéma

Les liens entre l'industrie tamoule du cinéma (Tollywood) et la littérature sont si forts qu'il convient de dire quelques mots sur ce genre à part entière au Tamil Nadu. De nombreuses maisons généralistes consacrent une partie de leur catalogue aux ouvrages traitant de cinéma : Bharati Puthakalayam, New Century Book House, Discovery Book Palace, Vikatan Books, Nathan Pathipagam, Kaithadi Pathipagam, pour ne citer qu'eux. Ces ouvrages sont parfois illustrés, et traitent autant du cinéma tamoul que du cinéma international, avec des biographies de réalisateurs étrangers (Quentin Tarantino, Charlie Chaplin) ou encore les scénarios des films. L'auteur, scénariste et éditeur Ajayan Bala, directeur de Nathan Pathipagam précise que le marché est une niche, mais que les bons livres trouvent toujours leurs lecteurs, comme en témoigne le succès de son ouvrage en trois volumes *History of World Cinema*, vendu à 5 000 exemplaires. Une librairie consacrée à ce genre est ouverte 7 jours sur 7 à Chennai : Pure Cinema.

Jeunesse

Les œuvres pour enfants sont presque introuvables en librairie. Il faut dire que si les périodiques pour enfants ont rencontré un certain succès au XX^e siècle, aucune maison d'édition spécialisée n'a véritablement vu le jour. Cependant, certaines maisons généralistes comme New Century book house, Sixth Sense et Bharati Puthakalyam (*imprint* Books for children) publient de la fiction jeunesse de qualité.

Chez Tulika, maison basée à Chennai, les ouvrages en tamoul se vendent à environ 500 exemplaires, notamment par le biais de commandes d'ONG ou d'écoles, mais ils ne distribuent pas dans les librairies.

Tara books pour sa part dispose de sa propre librairie mais les ventes sont essentiellement pour les titres en anglais.

Bande dessinée

Après avoir connu un véritable âge d'or dans les années 1970 et 1980, la bande dessinée en tamoul est presque moribonde. Ce secteur est aujourd'hui porté par un seul véritable éditeur de bandes dessinées et romans graphiques, Prakash publishers, qui avec ses quatre imprints (Lion

comics, Muthu comics, Jumbo comics et Lion graphic novels) a le monopole sur ce marché qui a complètement périclité. Créée en 1972, Prakash publishers a contribué à lancer l'âge d'or des bandes dessinées au Tamil Nadu, en parallèle avec l'autre géant de la BD, Rani comics. Les années 2000 ont vu toutes les maisons fermer, ainsi que les librairies spécialisées. Prakash publishers est toujours dirigé par son fondateur, S. Vijayan, et son fils. Avec leurs quatre marques, ils ne publient que des traductions d'ouvrages franco-belges, américains et britanniques, au rythme de cinquante par an à peu près. Leur premier tirage est passé de 20 000 exemplaires dans les années 1980 à 2 000 aujourd'hui.

Parmi leurs grands succès figurent la série *Lucky Luke*, *Blueberry* et *XIII*, qui a fait l'objet en 2010 d'une intégrale vendue à 200 roupies, première anthologie de cette envergure en Inde pour la bande dessinée.

Désireux de changer les mentalités – la bande dessinée étant toujours considérée comme un loisir pour enfants –, Prakash publishers publie six à huit romans graphiques par an, qui sont en général bien reçus par la critique. Ainsi du *Rapport de Brodeck* de Manu Larcenet, écoulé à 1 800 exemplaires.

La bande dessinée originale en tamoul n'existe plus car, souligne S. Vijayan, non seulement tous les talents travaillent pour le cinéma et la télévision, mais cela coûterait trop cher à un éditeur de rémunérer un artiste. Grâce à des tarifs préférentiels négociés avec les éditeurs étrangers et certaines aides (telles que celle de l'Institut français en Inde), il est paradoxalement plus intéressant de publier des œuvres étrangères, la bande dessinée n'entraînant pas de coûts importants de traduction.

Selon S. Vijayan, le principal défi pour ce secteur est la concurrence de la télévision et du téléphone portable, ainsi que les nombreuses traductions pirates et de très mauvaise qualité qui pullulent sur Internet sous le nom de « *scanlations* ». Pour contrer cela, Prakash publishers privilégie la qualité des œuvres, de la traduction et de la production pour se démarquer des versions piratées.

ANNUAIRE

N.B : Cet annuaire ne prétend pas être exhaustif. Il ne rassemble que quelques-uns des acteurs du monde de l'édition en Inde.

> Langue principale de publication : anglais

Bloomsbury India

La filiale indienne du Britannique Bloomsbury est implantée depuis 2012 à New Delhi. Si le vaste catalogue généraliste est marqué par de nombreux succès internationaux de fiction souvent primés (J.-K. Rowling, Margaret Atwood, Patrick Modiano...) et généralement importés par la maison mère, il est majoritairement dominé par des auteurs indiens, notamment dans les domaines du self help, de la spiritualité et du yoga, de la vie pratique, de l'économie et du management.

- New Delhi -

www.bloomsbury.com.in

Contact : Rajiv Beri, directeur

rajiv.beri@bloomsbury.com

Diamond comics

Active dans la distribution et l'édition, cette maison fondée en 1978 est peut-être la seule qui soit entièrement dédiée aux bandes dessinées et comics en Inde. Elle possède 5 000 titres en anglais, 5 000 en hindi, et 2 000 en bengali. Dans les années 1980 et 1990, elle a traduit en hindi de nombreuses séries étrangères telles que Batman, Superman, Phantom etc. Son grand succès actuel est la très populaire série indienne Chacha Chaudhary, par le dessinateur Pran Kumar Sharma. La maison publie aussi bien en anglais qu'en hindi.

- Noida -

www.diamondcomicsindia.in

Contact : Gulshan Rai, directeur général

diamondcomicsindia@gmail.com

Full circle

Full circle rassemble une maison d'édition, deux librairies et un café (situé au-dessus d'un de ces points de vente). La maison a été créée en 1999 et a entamé son activité principalement avec des ouvrages de développement personnel, puis s'est ouverte progressivement à la fiction et à la jeunesse avec la création il y a environ cinq ans de l'imprint Tota books. La maison édite environ dix titres par an.

- New Delhi -

fullcirclebooks.in

Contact : Priyanka Malhotra, directrice

priyanka.m@fullcirclebooks.in

Hachette India

Division indienne de Hachette UK, le groupe s'est installé en Inde en 2008. La grande majorité de son catalogue se compose de 3 000 titres étrangers publiés par Hachette, que la filiale indienne imprime sur place et distribue à travers le pays. Les ouvrages étrangers représentent 90 % du chiffre d'affaires de la maison. Quelques auteurs locaux comme le scientifique Manjit Kumar ou la journaliste Tavleen Singh font également partis du catalogue. L'un des best-sellers de la maison n'est autre qu'Astérix.

- New Delhi -

www.hachetteindia.com

Contact : Pouloumi Chatterjee, directrice éditoriale
pouloumi.chatterjee@hachetteindia.com

HarperCollins India

Présente en Inde depuis 1992 et basée à Noida, cette filiale généraliste du géant américain HarperCollins est l'un des leaders de la publication de fiction. On compte parmi ses auteurs le romancier Aravind Adiga, lauréat du Man Booker prize 2008, l'économiste Raghuram Rajan ou encore le très populaire romancier Karan Bajaj.

- Noida -

www.harpercollins.co.in

Contact : Diya Kar, éditrice (fiction), responsable des droits
Diya.Kar@harpercollins-india.com

Jaico

Cette maison d'édition généraliste indépendante très orientée vers la non-fiction a été fondée en 1946 à Mumbai. Elle affiche à son catalogue des auteurs aussi divers que Robin Sharma, Stephen Hawking ou le dalaï-lama ainsi que des auteurs locaux comme Devdutt Pattanaik ou encore Deepak Chopra. La maison publie par ailleurs certains de ses titres dans neuf langues régionales indiennes : 50 en 2016, contre une centaine de titres en anglais.

- Mumbai -

www.jaicobooks.com

Contact : Nigel J. Yorwerth, responsable des droits étrangers
nigel@publishingcoaches.com

Juggernaut

La maison a été créée en 2015 avec comme principal objectif de développer l'offre numérique. Néanmoins, Juggernaut publie également des ouvrages papier (environ 35 titres par an, principalement en non-fiction commerciale).

- New delhi -

www.juggernaut.in

Contact : Chiki Sarkar, directrice
contact@juggernaut.in

Navayana

Il s'agit d'une petite maison d'édition spécialisée sur les sciences humaines et sociales et, plus particulièrement, sur le sujet des castes en Inde. La maison a été créée il y a douze ans et a depuis développé un catalogue de 70 titres. Elle publie aujourd'hui environ six titres par an.

- New Delhi -

navayana.org

Contact : S. Anand, éditeur

anand@navayana.org

Niyogi books

Fondée en 2005, la maison indépendante Niyogi est à ses débuts spécialisée dans les beaux livres de qualité, sur la photographie et le patrimoine local en particulier. En parallèle, la maison a développé depuis peu des titres généralistes allant du self help aux livres de cuisine et aux ouvrages de fiction. Niyogi a récemment créé une imprint pour publier des ouvrages en hindi.

- New Delhi -

niyogibooksindia.com

Contact : Trisha Niyogi, responsable des droits

trishaniyogi@niyogibooksindia.com

Om books

À l'origine libraire et distributeur, cette maison d'édition indépendante a lancé son activité éditoriale en 1997, à New Delhi. En parallèle de ses titres de fiction grand public, ses deux grands succès sont une série sur le cinéma indien ainsi que des biographies d'acteurs locaux de renom. Son imprint jeunesse, Om kidz, laisse une grande place à la non-fiction. Om books édite principalement en anglais, mais également en hindi.

- Noida -

www.ombooksinternational.com

Contact : Ajay Mago, éditeur

ajaymago@ombooks.com

Orient black swan

Cette maison a initialement été créée comme la filiale du groupe anglais Longman green, mais a très vite été rachetée par des professionnels indiens et, suite à une controverse juridique, la maison a dû abandonner en 2008 le nom de Longman pour adopter celui d'Orient black swan. C'est l'une des maisons leader sur le marché des sciences humaines et sociales. La maison publie en anglais, mais également dans quatre autres langues indiennes : hindi, marathi, kannada et bengali.

- New Delhi -

orientblackswan.com

Contact : centraloffice@orientblackswan.com

Oxford University Press India

Oxford University Press India existe depuis 1912 et publie aujourd'hui environ 120 titres d'auteurs indiens par an dans tous les domaines du savoir.

- New Delhi -

www.oup.com

Contact : Iti Khurana, responsable de communication

iti.khurana@oup.com

Pan Macmillan India

Le groupe est présent en Inde depuis 1998. À l'origine, il y distribuait ses titres internationaux sous son nom et publiait ses titres indiens de fiction à travers sa filiale locale, Picador. Depuis 2010, l'imprint Pan publie de la non-fiction d'auteurs internationaux et Macmillan des ouvrages d'auteurs locaux.

- New Delhi -

www.panmacmillan.co.in

Contact : Rajdeep Mukherjee, directeur exécutif
rajdeep.mukherjee@macmillan.co.in

Penguin India

La filiale indienne du groupe est installée à New Delhi depuis 1987, initialement via une joint-venture avec un éditeur indien. En 2016, elle affichait à son catalogue près de 4 000 auteurs. Avec de nombreux auteurs locaux, dont certains primés par le Man Booker (Arundhati Roy notamment), Penguin India est considéré comme l'un des trade publishers les plus populaires en Inde, sans doute le plus important éditeur en parts du CA (aux alentours de 30 % du CA global). En moyenne, la maison publie 240 titres d'auteurs locaux en fiction et non-fiction adulte. Elle importe les ouvrages de Penguin UK et US, ou elle les imprime sur place lorsqu'il s'agit de très gros tirages (l'ouvrage de Michelle Obama, par exemple). Penguin India dispose également de son imprint jeunesse, Puffin, avec 40 titres d'auteurs indiens par an. Le groupe a par ailleurs racheté en 2018 l'une des plus importantes maisons d'édition en hindi : Hind Pocket books.

- New Delhi -

www.penguin.co.in

Contact : Manasi Subramaniam, éditeur et responsable des achats senior
msubramaniam@penguinrandomhouse.in

Roli books

Cette maison indépendante fondée en 1978 est l'une des plus prestigieuses en Inde. Elle produit notamment des nombreux beaux livres et livres d'art. Au début des années 2000, Roli books a acquis la maison d'édition India ink (qui avait découvert Arundhati Roy), élargissant ainsi son catalogue de littérature générale, mais la maison conserve une image de marque centrée sur les livres de design et de lifestyle sur l'Inde.

- New Delhi -

www.rolibooks.com

Contact : Kapil Kapoor, responsable des droits
kapil Kapoor@rolibooks.com

Routledge India

La filiale indienne de Routledge dispose du plus grand catalogue d'ouvrages universitaires de SHS d'Inde, avec plus de 6 000 titres disponibles, majoritairement en anglais. Depuis son installation à New Dehli en 2005, Routledge India a fait paraître 400 titres de référence.

- New Delhi -

www.routledge.com/india

Contact : Shashank S. Sinha, directeur éditorial
shashank.sinha@tandfindia.com

Rupa

Fondée à Calcutta en 1936, cette maison a longtemps été active dans la distribution et l'importation de livres avant de se lancer dans la publication d'auteurs locaux. Figurent à son catalogue des titres de fiction grand public, des ouvrages jeunesse (au sein de l'imprint Red Turtle) ainsi que de nombreux titres de non-fiction, où les livres illustrés sur le yoga, le self help et les biographies ont une place importante. La maison publie principalement en anglais et en hindi. En 2012, Rupa a lancé, avec l'ancien directeur général de Penguin Random House India, la maison d'édition Aleph book company. Avec ses 40 publications annuelles, cette dernière propose un catalogue généraliste de qualité d'auteurs locaux, avec un accent porté sur les essais historiques et la fiction.

- New Delhi -

www.rupapublicationbs.co.in

Contact : Kapish Mehra, directeur général

kapishmehra@rupapublications.com

Sage India

Sage est un éditeur leader sur le marché des ouvrages académiques et des sciences humaines et sociales. Depuis 2015, la filiale a créé plusieurs partenariats avec des maisons indiennes telles Yoda press ou Popular Prakashan.

- New Delhi -

in.sagepub.com

Contact : Sonia Kumar, directrice commerciale

sonia.kumar@sagepub.in

Sanbun

Sanbun est une maison généraliste, qui publie environ 40 titres par an en fiction, non-fiction, poésie, ouvrages pour enfants. Une autre division de la maison est spécialisée dans le livre scolaire.

- New Delhi -

<http://www.hemkuntpublishers.com/sanbun-web-page.html>

Contact : Arvinder Singh, directeur

sanbunpublishers@hotmail.com

Scholastic India

Filiale indienne du groupe d'édition nord-américain, Scholastic India est l'une des plus grandes maisons d'édition indiennes dans le secteur scolaire, parascolaire et jeunesse depuis 1997. Si la maison publie majoritairement des ouvrages éducatifs, son catalogue comprend aussi des best-sellers d'auteurs étrangers (Geronimo Stilton, par exemple) et locaux, à l'image de Ruskin Bond ou Anushka Ravishankar. Scholastic publie également en hindi.

- Gurgaon -

www.scholastic.co.in

Contact : Neeraj Jain, directeur exécutif

njain@scholastic.com

Seagull

Cette maison indienne indépendante est basée depuis 1982 à Calcutta et est spécialisée à l'origine dans l'art contemporain (cinéma, théâtre, poésie). Les sciences humaines et la fiction occupent aujourd'hui une place majeure dans le catalogue de Seagull. La maison dispose depuis 2005 de bureaux à Londres. À côté de la fiction contemporaine indienne, on trouve également de nombreuses traductions en anglais de titres étrangers, notamment français, italiens, allemands et suisses, avec des auteurs comme Marc Augé, Peter Handke, Pascal Quignard, ou encore Philippe Jaccottet.

- Calcutta -

www.seagullbooks.org

Contact : Navin Kishore, directeur

books@seagullindia.com

Simon & Schuster

L'activité de cette maison implantée en Inde en 2011 s'est pendant longtemps limitée à l'importation de titres en provenance du Royaume-Uni et des États-Unis mais, depuis 2 à 3 ans environ, le groupe développe un catalogue d'auteurs locaux (Prayaag Akbar, Jairam Ramesh, Githa Hariharan, etc.)

- Noida -

www.simonandschuster.co.in

Contact : Yatindra Chaturvedi, responsable commercial

yatindra.chaturvedi@simonandschuster.co.in

Social science press

Créée en 1999, la maison est spécialisée en sociologie, anthropologie et histoire pour un lectorat spécialisé. Elle publie entre six et dix titres par an. Depuis peu, la maison a également entamé une collection d'ouvrages de critique littéraire.

- New Delhi -

socialsciencepress.com

Contact : Radha Bêteille, directrice

beteille.ssp@gmail.com

Speaking tiger

Maison créée en 2014, Speaking tiger publiait initialement cinq titres par an et propose aujourd'hui environ 100 titres annuels, réimpressions incluses. La maison projette de réduire légèrement l'ampleur de ses publications, pour se stabiliser à 75 titres par an, dont 50 à 60 nouveautés. La maison publie de la fiction littéraire et de la non-fiction. Elle édite entre 12 et 15 traductions par an, surtout en fiction.

- New Delhi -

speakingtigerbooks.com

Contact : Renuka Chatterjee, vice-présidente

renukachatterjee@speakingtiger.com

Srishti

Au sein de son catalogue généraliste, la maison Srishti, fondée en 1996 à New Delhi, publie des titres grand public de fiction et de non-fiction avec des thématiques aussi variées que les biographies, le self help ou les titres jeunesse, et accentue depuis 2016 sa présence dans les secteurs de fiction fantastique, romance et policier.

- New Delhi -

www.srishtipublishers.com

Contact : Arup Bose, éditeur

arup.bose@bluejaybooksindia.com

Stree Samya

Stree Samya a été créée en 1990 et édite 15 titres par an. L'imprint Stree est dédiée aux études sur l'égalité hommes/femmes, tandis que Samya est dédiée aux études sur la culture. Son catalogue se compose d'essais et de livres académiques. Son best-seller est Interrogating my Chandal Life: an Autobiography of a Dalit de Manoranjan Byapari et Sipra Mukherjee (Hindu prize for non fiction 2018). La maison dispose d'une backlist en hindi, mais la production a été arrêtée.

- Calcutta -

www.stree-samyabooks.com

Contact : Mandira Sen, directrice

samyastreco@gmail.com

Tara books

Créée en 1994, la maison publie 15 titres par an. Elle est composée de 10 employés et 25 artisans en charge de l'impression à la main de livres illustrés pour la jeunesse et de livres d'art. Une certaine partie de la production est imprimée à la main.

- Chennai -

www.tarabooks.com

Contact : Gita Wolf, directrice

gita.wolf@tarabooks.com

Tulika

Tulika, spécialisée en littérature jeunesse (albums illustrés et romans), a été créée en 1996. Elle publie 25 à 30 titres par an et se compose d'une équipe de 12 employés. Son catalogue propose des ouvrages en huit langues indiennes en plus de l'anglais.

- Chennai -

www.tulikabooks.com

Contact : Radhika Menon, directrice

tulikabooks@gmail.com

Tulika books

Cette maison porte presque le même nom que la maison jeunesse citée ci-dessus, mais les deux structures n'ont rien à voir l'une avec l'autre. Tulika books est une maison spécialisée sur les ouvrages de sciences humaines et sociales, très ancrée politiquement à gauche.

- New Delhi -

tulikabooks.wordpress.com

Contact : Indira Chandrasekhar, directrice

tulikadelhi@gmail.com

Westland

Fondé en 1962 en tant que distributeur, Westland publie à partir de 2011 de la fiction commerciale. Auparavant filiale de Trent limited (du groupe industriel indien Tata), la société a été rachetée par Amazon en 2017. Cette maison aux auteurs majoritairement locaux compte de nombreux best-sellers et publie une partie de son catalogue en hindi. La maison est sur le point de lancer un imprint jeunesse. Westland publie en anglais, mais également dans sept autres langues indiennes.

- New Delhi -

www.amazon.in/westlandbooks

Contact : Karthika VK, directrice éditoriale

karthvk@amazon.com

Yatra

La maison existe depuis 2005 et a pour ambition de publier en langues des ouvrages en traduction depuis l'anglais ou d'autres langues. Mais cette activité est en perte de vitesse depuis que la maison n'est plus partenaire de Westland et de Penguin pour ces projets de traductions. En revanche, Yatra a dernièrement développé la marque Tethys qui propose des ouvrages en anglais (en traduction ou originaux). La maison publie en anglais et dans de nombreuses langues indiennes.

- New Delhi -

yatrabooks.com

Contact : Neeta Gupta, éditrice

neeta.yatrabooks@gmail.com

Yoda press

La maison a été fondée en 2004, avec l'objectif de publier des ouvrages, principalement de non-fiction, sur les sujets souvent ignorés des autres éditeurs indiens, ou tabous. La maison publie notamment de nombreux ouvrages sur la condition des femmes, la sexualité (avec une collection dédiée aux questions LGBT), la politique, etc. Depuis 2015, la maison a créé un imprint commune avec Sage pour ses titres les plus académiques. En 2016, Yoda press a entamé une nouvelle collection d'ouvrages de fiction.

- New Delhi -

www.yodapress.co.in

Contact : Arpita Das, fondatrice et éditrice

arpita.das@yodapress.co.in

Zubaan

Créée en 2003 à New Dehli par l'auteure et éditrice de renom Urvashi Butalia, la maison Zubaan est issue de Kali for woman, la première maison d'édition féministe en Inde. Elle propose un catalogue de qualité constitué d'essais, de SHS (santé, anthropologie, histoire, sociologie...) ainsi que de titres de fiction d'auteurs locaux et internationaux. La maison possède une collection à destination des jeunes adultes.

- New Delhi -

www.zubaanbooks.com

Contact : Urvashi Butalia, directrice

urvashib.zubaan@gmail.com

> Langue principale de publication : bengali

Ananda publishers

La maison a été créée en 1957 et fait partie du groupe de presse ABP Group (Anando Bazar Patrika) qui publie notamment le quotidien Anandabazar Patrika et le magazine littéraire bimensuel Desh assorti de son supplément Boier Desh). Elle publie 130 nouveautés par an (et 900 réimpressions). Ananda organise son propre prix littéraire, appelé Anando Pureshkar. Comparés localement à Gallimard parmi les connaisseurs de la scène éditoriale française, ils produisent avec constance des ouvrages d'excellente qualité, que ce soit en littérature, en sciences humaines ou en jeunesse. Ils comptent à leur catalogue les grands bestsellers classiques comme Satyajit Ray, Byomkesh et Sunil Gangopadhyay. Parmi les traductions notables depuis le français : la collection « Découverte » de Gallimard (70 titres), Tintin de Hergé.

- Calcutta –

Contact : Subir Kumar Mitra, directeur
anandapublishers@gmail.com

Anustup

Anustup publie 20 titres par an en essais, non-fiction générale et académique (sociologie, politique, histoire, philosophie), littérature. La maison publie en bengali et en anglais (environ 10 % de la production).

- Calcutta -

www.anustupkolkata.com

Contact : Anil Acharya, éditeur en chef
anustuppotrika@gmail.com

Bingsha Shatabdi

Créé en 1956 la maison publie environ 20 titres par an. Dans les domaines de la littérature, la poésie, les essais, la non-fiction populaire. Parmi les traductions notables depuis le français : Désert de J.M.G. Le Clézio, une anthologie de poèmes d'André Velter. La maison publie en bengali et en anglais.

- Calcutta -

www.bingshashatabdi.com

Contact : Kanchana Mukhopadhyay, directrice
bingshashatabdi@yahoo.co.in

Dev Sahitya Kutir

cette maison existe depuis bientôt 100 ans et publie 35 titres par an en littérature, mythologie, et jeunesse. Le best-sellers de la maison est une série de bandes dessinées Handa Bhonda de Narayan Debnath.

- Calcutta -

www.devsahityakutir.com

Contact : Rupa Majumdar, directrice
rupadsk@gmail.com

Dey's publishing

Dey's publishing est une maison créée en 1971 par Sundhangshu Dey, toujours directeur aux côtés de son fils. Dey's compte à son catalogue des auteurs classiques modernes, des essais, des pièces de théâtre, et des récits de voyage. Ils possèdent Dey Bookstore, qui fait également office de distributeur de livres.

- Calcutta –

Contact : Sudhangshu Shekhar Dey, Directeur
deyspublishing@hotmail.com

Jadavpur university press

La maison a été créée en 2012 et propose une dizaine de titres par an en littérature et essais. Elle publie également en anglais.

- Calcutta -

www.jadunivpress.com

Contact : Pr. Abhijit Gupta, directeur éditorial
pressju@gmail.com

Mitra & Ghosh

Mitra & Gosh est fondée en 1934 par Gajendra Kumar Mitra et Sumathanath Ghosh, auteurs et amis. Elle a depuis été à l'initiative de nombreuses innovations, plus ou moins fructueuses, dans l'édition en Bengali. C'est en effet à eux que reviennent l'introduction du livre de poche dans les années 70, du livre bengali en caractères romains ou encore du book club pour les jeunes appelé « Boi-Bondhu ». La maison publie à peu près cent titres par an et compte à son catalogue de nombreux classiques modernes de la littérature, tels que Souvik Das et Ashapura Devi.

- Calcutta -

www.mitraandghosh.co.in

Contact : Indrani Roy Mitra, directrice associée
mitraghoshpublisherpvtltd@gmail.com

Monfakira

La maison existe depuis 2005 et publie en non-fiction et en littérature à hauteur de 15 titres par an.

- Calcutta -

www.monfakira.com

Contact : Sandipan Battacharya, éditeur en chef
monfakirabooks@gmail.com

Patra Bharati

La maison a commencé ses activités en 1968 avec le magazine mensuel pour la jeunesse Kishore Bharati, mais publie depuis 1981 des romans, des ouvrages de non fiction et des bandes dessinées. La fille du directeur et fondateur de la maison a créé l'imprint Bee Books, qui publie en anglais des traductions du catalogue familial ou d'autres maisons (indiennes et internationales).

- Calcutta -

www.bookpatrabharati.com

Contact : Tridib Chatterjee, directeur
guildpb@gmail.com

Rhito Prakashan

Créée en 2016, la maison publie 20 titres par an : biographies et essais (sociologie, intérêt particulier pour le thème de la justice sociale et les questions liées à l'égalité hommes/femmes), littérature. La maison propose quelques titres en anglais.

- Calcutta -

Page Facebook : rhitoprakashan

Contact : Sumita Samanta, directrice

rhitoprakashan@gmail.com

Sampark

La maison existe depuis 1998 et publie 25 titres par an, dont certains en anglais. Depuis le français, la maison a traduit : Les Contes du chat perché de Marcel Aymé, Journal d'un corps de Daniel Pennac, Introduction à Michel Foucault de Jean-François Bert.

- Calcutta -

www.samparkglobal.in

Contact : Sunandan Roy Chowdhury, directeur

samparkworld@hotmail.com

Suproakash

Cette maison récente (2017), publie 15 titres par an : essais, littérature, études sur les régions de l'Inde.

- Calcutta -

www.suproakash.com

Contact : Sreyan Raha, éditeur en chef

suproakash.publisher@gmail.com

> Langue principale de publication : hindi

Hind Yugm

Il s'agit d'une jeune maison qui remporte d'importants succès grâce à ses ouvrages de fiction grand public dans les domaines de la fantasy, des récits de voyages ou des nouvelles, notamment.

- New Delhi -

www.hindyugm.com

Contact : sampadak@hindyugm.com

Hind Pocket Books

Hind Pocket Books est l'une des plus importante et ancienne maison de livres en hindi puisqu'elle existe depuis 1958. La maison a été achetée par le groupe Penguin en juin 2018. Elle publie une trentaine de livres par ans et réimprime parallèlement quelque 500 titres de son catalogue.

Aujourd'hui environ 70% des nouveautés sont des traductions depuis l'anglais, principalement des ouvrages édités chez Penguin India, mais cette part de traduction devrait passer à 50% dans les prochaines années, pour laisser plus de place aux titres originaux en hindi.

- New Delhi -

<https://penguin.co.in/hind-pocket-books/>

Contact : Vaishali Mathur, directrice

vmathur@penguinrandomhouse.in

Manjul

La maison a été créée en 1999, à Bhopal. Elle publie de nombreuses traductions en « langues », notamment en développement personnel, avec des auteurs comme Rhonda Byrne, Stephen R. Covey ou Robert T. Kiyosaki, mais également en jeunesse (Harry Potter). La maison publie également en marathi, telugu, tamil, bengali, etc. La maison a créé en 2010, une imprimerie qui propose des ouvrages en anglais, Amaryllis, où sont publiés principalement des ouvrages indiens de fiction et de narrative non-fiction.

- Bhopal -

www.majulindia.com

Contact : manjul@manjulindia.com

Prabhat Prakashan

C'est l'une des plus grandes maisons en hindi. Prabhat Prakashan existe depuis plus de soixante ans, et publie des ouvrages en hindi mais aussi en anglais dans les secteurs de la littérature, du développement personnel, de la jeunesse, etc.

- New Delhi -

www.prabhatbooks.com

Contact : prabhatbooks@gmail.com

Rajkamal

Fondée en 1947, cette maison indépendante et généraliste a joué un rôle de pionnier dans le domaine de la littérature hindie. Ainsi, son catalogue est majoritairement composé d'auteurs contemporains, comme Krishna Sobti ou Shrilal Shukla. Si la fiction figure en bonne place dans le catalogue, les domaines de l'illustré, de la vie pratique, des langues et des SHS sont également bien représentés.

- New Delhi -

www.rajkamalprakashan.com

Contact : Alind Maheshwari, directeur

alind@rajkamalprakashan.com

Rajmangal

Cette maison propose à la fois de la fiction, de la non-fiction, des ouvrages d'éducation, des livres jeunesse, des encyclopédie, etc. Elle propose quelques titres en anglais.

- Aligarh -

www.rajmangalpublishers.com

Contact : rajmangalpublishers@gmail.com

Rajpal

Fondée en 1912 à Lahore (au Pakistan actuel) et actuellement basée à New Delhi, cette maison généraliste prestigieuse oriente son catalogue vers les auteurs de langue hindie. Si le best-seller historique de la maison, le recueil de poésie Madhushala (de Harivansh Rai Bachchan) figure toujours parmi ses meilleures ventes, la maison Rajpal affiche un catalogue généraliste où la jeunesse côtoie les essais politiques et la fiction contemporaine.

- New Delhi -

rajpalpublishing.com

Contact : Pranav Johri, associé

pranav@rajpalpublishing.com

Vani Prakashan

Cette prestigieuse maison indépendante a été fondée en 1964 à New Delhi et publie 99 % de ses titres en hindi, le reste se partageant entre anglais, gujarati, ourdou, bengali et pendjabi. La fiction, les SHS et la littérature hindie occupent une place essentielle de son catalogue. Figurent également des grands auteurs européens de littérature.

- New Delhi -

www.vaniprakashan.in

Contact : Aditi Maheshwari Goyal, directrice

aditi@vaniprakashan.in

> Langue principale de publication : malayalam

Current books

La maison, créée en 1952, publie 30 livres par an notamment dans les domaines du livre scolaire, de la littérature, de la spiritualité, et de la non-fiction (biographies, politique, économie). Environ 20 % de la production de la maison est proposée en anglais.

- Thrissur -

www.currentbooksonline.in

Contact : Thomas Mundassery, directeur
thomaspm1992@gmail.com

DC books

Avec ses 9 marques (dont « Expressions » qui fournit des services d'autoédition), DC Books, maison créée en 1974, publie 500 titres par an en malayalam et en anglais : les plus importants auteurs contemporains de littérature (« DCB »), des ouvrages religieux (« Sadhana »), des ouvrages pratiques et bien-être (« DC Life »), de la fiction et non fiction commerciales (« Litmus »), des ouvrages jeunesse (« Mambazham ») mais également des ouvrages en anglais pour la jeunesse et les jeunes adultes (« Mango ») et des ouvrages parascolaires et académiques (« Irank »). Par ailleurs, DC Books possède 40 librairies à travers le Kerala (et 2 dans les pays du Golfe), qui vendent sous la bannière DC Books et Current Books à la fois leurs titres et ceux d'autres éditeurs, ce qui le place en position de leader sur la commercialisation d'ouvrages – DC Books estime distribuer ainsi 70 % des livres en malayalam et en anglais à travers le Kerala.

- Kottayam -

www.dcbooks.com

Contact : Ravi Deecee, directeur
ceo@dcbooks.com

Green books

Créée en 2002, la maison propose 100 titres par an en littérature, spiritualité, non-fiction (santé, éducation, biographies), jeunesse. Green a édité en malayalam Dans le café de la jeunesse perdue et Place de l'Étoile de Patrick Modiano.

- Thrissur -

www.greenbooksindia.com

Contact : R. Valsan (alias Krishnadas), directeur
md@greenbooksindia.com

Mathrubhumi

Le groupe média éponyme auquel la maison appartient a été créé en 1923. La maison est présente sur les secteurs suivants : littérature, non-fiction, jeunesse, cuisine, spiritualité.

- Kozhikode -

www.mathrubhumi.com/books

Contact : Sidhartan, directeur marketing
sidharth@mpp.co.in

Olive publications

La maison propose environ 100 titres par an en littérature étrangère, non-fiction (biographies), cinéma, jeunesse.

- Kozhikode -

www.olivepublication.com

Contact : VC Thomas, consultant

vcthomas@gmail.com

Poorna publications

Cette maison a été créée en 1963. Elle publie des livres scolaires, de la littérature ainsi qu'eu des ouvrages de spiritualité.

- Kozhikode -

www.tbsbook.com

Contact : Manohar Marar, directeur éditorial

manoharne@gmail.com

Samatha

Il s'agit d'un collectif rassemblant une trentaine de femmes, créé comme maison d'édition en 2010. Samatha publie six ouvrages de non-fiction (essais et biographies) sur le thème de l'égalité hommes/femmes et de la justice sociale par an.

- Thrissur -

www.samathabooks.com

Contact : Kabani Chandran, directrice

kabani.c@gmail.com

> Langue principale de publication : tamoul

Bharati Puthakalayam

Cette maison appartient à une fondation. Créée en 2002 elle publie 200 titres par an surtout en non-fiction (histoire, économie, politique, sciences) et jeunesse.

- Chennai -

www.thamizhbooks.com

Contact : P. K. Rajan, éditeur en chef

pkrajan_61@yahoo.co.in

Cre-A

La maison s'est fait un nom, depuis sa création en 1974, dans la littérature tamoule et étrangère et a contribué à faire évoluer très favorablement les pratiques éditoriales, notamment pour les traductions (qui se faisaient souvent sans accord ni acquisition de droits). La maison publie 10 titres par an environ. Parmi les traductions notables depuis le français : De la télévision de Pierre Bourdieu, L'Étranger d'Albert Camus.

- Chennai -

www.crea.in

Contact : S. Ramakrishnan, directeur

crea@crea.in

Kalachuvadu

Cette maison bénéficie - à juste titre – d'une image très qualitative. Créée en 1995 par Kannan Sundaram, fils du grand novéliste Sundara Ramaswamy, Kalachuvadu possède un fonds de 900 titres, dont les plus grands noms de la littérature moderne classique et contemporaine tamoule (Ambai, Perumal Murugam, G. Nagarajan, Devibharati, Sundara Ramaswamy...). Avec le succès de ses auteurs tamouls, mais aussi de ses traductions et cessions entre d'autres langues, on peut dire sans hésiter que Kalachuvadu est devenue la star de l'édition tamoule, son éditeur ayant fait l'objet de nombreux articles dans les plus grands magazines et quotidiens indiens. La maison publie environ 70 titres par an.

- Nagercoil -

www.kalachuvadu.in

Contact : Kannan Sundaram, directeur

kannan31@gmail.com

Kannadasan Pathippagam

Cette maison est essentiellement connue pour la publication des ouvrages de Kavingar Kannadhasan, fondateur de la maison, poète, essayiste et lyriciste très populaire. La maison est aujourd'hui dirigée par son fils, Gandhi Kannadhasan.

- Chennai -

www.kannadasanpathippagam.com

Contact : Gandhi Kannadhasan, directeur

gandhi@kannadasan.co.in

Nathan Pathippagam

Créé en 2013, Nathan Pathippagam publie 3 titres par an en littérature, poésie et livres liés au cinéma (scénarios, biographies, essais). Son best-seller est une histoire mondiale du cinéma. - Chennai -

www.nathanpathippagam.com

Contact : Ajayan Bala Baskaran, directeur
nathanbooks03@gmail.com

New Horizon Media

La maison publie environ 50 titres par an et est spécialisée en non-fiction grand public : biographies, self help, non-fiction sur les thèmes de la santé, de l'économie, de l'histoire et de la politique.

- Chennai -

www.nhm.in

Contact : Badri Seshadri, directeur
badri@nhm.in

Prakash publishers

Il s'agit d'une maison spécialisée en BD étrangères, qu'elle édite via 4 imprints Lion comics, Muthu comics, Jumbo comics et Lion graphic novels. La maison a notamment traduit, de puis les français, les séries XIII et Le Rapport de Brodeck de Manu Larcenet.

- Sivakasi -

www.lion-muthucomics.com

Contact : S. Vijayan, directeur
lioncomics@yahoo.com

Thadagam

Créé en 2011, Thadagam publie 10 titres par an : des essais, de la littérature, mais aussi des livres académiques avec un intérêt particulier pour les ouvrages sur la justice sociale et l'environnement. La maison a traduit Fukushima, récit d'un désastre de Michaël Ferrier.

- Chennai -

www.panuval.com

Contact : Amutharasan Paulraj, directeur
amutharasanpaulraj@gmail.com

Vamsi

Créée en 2003, la maison publie 20 titres par an en littérature, biographies, notamment liées au mode du cinéma.

- Thiruvannamalai -

www.vamsibooks.com

Contact : K.V. Shylaja, directrice
kvshylajatvm@gmail.com

Avec le soutien de



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

MINISTÈRE
DE L'EUROPE ET DES
AFFAIRES ÉTRANGÈRES