



Approche socio-historique de la distribution : le cas Hachette

Yves Winkin - Pascal Durand,
responsables du CELIC
(Centre d'Etudes du Libre Contemporain),
Université de Liège

Bôte noire et, souvent, bête noire du libraire indépendant, généralement pris comme bouc émissaire, le distributeur est aussi mal connu qu'il est mal perçu, proposent P. Durand et Y. Winkin.

Un court retour en arrière nous rappellera qu'au 16^{ème} siècle, imprimeur, éditeur et libraire étaient une seule et même personne (le cas de Plantyn est tout à fait caractéristique de cet état de chose). L'évolution ira ensuite vers une séparation de ces diverses tâches. Ainsi, au 17^{ème} nous voyons émerger le libraire et "reculer" l'imprimeur, alors qu'au 18^{ème}, l'acteur prédominant sera le libraire-éditeur dont la fonction sera autant de produire et d'éditer que de vendre le livre. Au 19^{ème}, c'est l'éditeur qui, en tant qu'interface entre l'imprimeur et le libraire, devient la figure majeure du circuit. Enfin, au 20^{ème} siècle, le distributeur s'imposera comme acteur dominant.

Divers facteurs, en corrélation avec le développement de grosses machines éditoriales, convergeront pour permettre la naissance de cet acteur nouveau :

- l'industrialisation du système éditorial.
- La division du travail comme régime de production (et donc, le rendement, la rationalisation...).
- L'augmentation du public, ou même son explosion (non seulement, il est plus nombreux mais aussi plus diversifié). Ce public

devient donc anonyme, ce qui impose l'existence d'un professionnel qui puisse connaître le marché.

- L'augmentation du nombre des "produits de lecture", l'explosion du nombre d'ouvrages et ainsi, l'importance nouvelle de confier la gestion de ces ouvrages à des instances spécifiques.
- L'augmentation de la vitesse de rotation des ouvrages et donc le besoin d'une réponse plus rapide aux désirs du public.

Ces facteurs convergents ont donc suscité l'apparition d'un professionnel du temps, du mouvement et de l'espace.

Le temps correspondant à la rationalisation de la rotation des ouvrages, le mouvement à leur transport mais aussi au lieu d'un *feed-back* possible du public, et l'espace à la gestion de stocks de plus en plus importants.

S'il n'existe pas, ou peu, d'histoire de la distribution, le cas Hachette est assez caractéristique de cette évolution pour être éclairant. Dans les années 1850, cet éditeur va en effet faire en sorte d'acquérir le monopole de la vente du livre sur les voies de chemin de fer.

Ainsi, Hachette prend conscience que le phénomène du chemin de fer va transformer les pratiques de lecture (création d'un public nouveau, création de lieux de passage nouveaux). Il va donc acquérir un monopole sur la distribution dans les kiosques des gares, alors même qu'il n'a pas encore conçu la collection "kiosque". Le réseau de distribution précède donc la collection. Ce n'est que deux années plus tard que sera créée la "Bibliothèque des chemins de fer".

Comme distributeur, Hachette, et c'est le premier cas du genre, *instrumentalise* le libraire : en effet, la collection qu'il crée, avec ses livres de couleurs différentes, aisément repérables et reconnaissables, pourrait "se passer" de libraire.

Si, jusqu'alors, le livre se pensait comme précédant la distribution, Hachette va créer le processus inverse. Ce faisant, il maîtrise un nouvel outil, celui de la communication — en un mot — il brise une série d'illusions.

Le distributeur, ou le méchant ?

Le distributeur fait-il mal son travail ? Ou plutôt le fait-il trop bien ? Une fois de plus, c'est d'illusions perdues qu'il faut parler. Cet agent, essentiellement économique, empêche bien souvent de penser l'objet livre comme une sorte d'essence "pure", ou de bien propre de tout commerce.

Bête noire donc, mais aussi boîte noire car si l'on voit ce qui "entre" et ce qui "sort" d'une entreprise de distribution, on ne comprend par contre que rarement le mécanisme intérieur qui régit le système.

Les effets de la position actuelle du distributeur dans ce système peuvent sans doute être répartis de la manière suivante, en effets positifs et négatifs :

Effets positifs :

- il permet, par sa connaissance du marché, de lui adapter la production;
- servant de bouc émissaire, mais aussi d'économiste, de calculateur, etc., il laisse le champ libre à l'éditeur dans la sphère culturelle, lui permettant ainsi d'agir comme banquier symbolique.

Effets négatifs :

- son pouvoir grandissant lui fait augmenter la vitesse de rotation des ouvrages, limitant ainsi de plus en plus la durée de vie d'un livre;
- il instrumentalise le libraire;
- de plus en plus, le livre s'éloigne du bien culturel pour devenir un produit de marketing taillé à la mesure du grand public. On passe ainsi de la confection au prêt-à-lire...
- à terme, le distributeur pourrait devenir une sorte de "super-éditeur", ravalant ainsi les éditeurs actuels au rang de simples exécutants.

Scénarii d'avenir

On peut les imaginer au nombre de trois, selon qu'ils soient noir, gris ou rose.

- *Scénario noir* : le distributeur domine le marché du livre et en fait, économie oblige, un marché comme les autres. Le livre se trouve donc ravalé au rang de bien purement économique par un distributeur qui "truste" tous ses niveaux de production.
- *Scénario gris* : le distributeur céderait à la tendance de devenir un éditeur qui aurait, peu à peu, un capital symbolique semblable à celui des éditeurs actuels. Ainsi, il ne serait plus seulement un exploitant du marché, mais aussi un opérateur culturel. On peut imaginer que les réseaux Maxi-livres, Readers-digest, etc. sont les premiers représentants (timides) de cette tendance.
- *Scénario rose* : à force d'imposer un rythme de production trop important, le distributeur finit par s'étrangler dans sa propre machine. Ou encore, son rôle de maître du temps et de l'espace perd tout son sens dans une économie "virtuelle" accessible à chacun qui annule l'essentiel des problèmes que posaient auparavant ces catégories de l'action. La technologie évolue de telle manière que l'éditeur n'a plus besoin du distributeur pour stocker et répartir les livres qu'il produit.