

ÉVÉNEMENT/DOSSIER

547 romans de l'hiver

Tous les récits qu'on lira
au coin du feu en attendant
le printemps. Tendance
de saison, mêler les genres :
fiction bien sûr, mais aussi
autobiographie, document,
reportage littéraire...
pages 6 à 9 et 67 à 113

ENTRETIEN

Stefano Mauri

Le patron du groupe italien GeMS
pense que le livre est une spécialité
européenne **page 64**



LIVRES HEBDO

14 décembre
2007

LA PARUTION DE
LIVRES HEBDO
S'INTERROMPT
POUR LES FÊTES.
PROCHAIN
NUMÉRO :
4 JANVIER 2008

A la tête du troisième groupe d'édition italien, Sefano Mauri veille sur son indépendance tout en utilisant habilement les nouveaux canaux de vente. Les kiosques d'abord, Internet ensuite. Avec un credo : l'Europe doit être en première ligne pour la défense du droit d'auteur.

Stefano Mauri

« Le livre est une spécialité européenne »

« Comme l'a montré récemment *Livres Hebdo*, 70 % des grands groupes d'édition sont de propriété européenne. Avec la vente de Random House, les Américains ont symboliquement renoncé à investir dans le secteur du livre. »

Créé en octobre 2005, le Gruppo editoriale Mauri Spagnol (GeMS) est aujourd'hui le troisième groupe éditorial italien, derrière Mondadori et RCS. Issu de deux familles historiques de l'édition transalpine – les Mauri, propriétaires de Messaggerie Italiana, le premier distributeur du pays, et les Spagnol –, le groupe contrôle une dizaine de maisons d'édition, qui, avec 3 000 auteurs et 6 000 titres au catalogue, vendent chaque année plus de dix millions de livres (pour un chiffre d'affaires de 138 millions d'euros). De la littérature aux guides de voyage, des encyclopédies à la science-fiction, de la jeunesse aux sciences humaines, GeMS est présent dans beaucoup de domaines avec une réussite spectaculaire, car son chiffre d'affaires ne cesse d'augmenter depuis quinze ans.

C'est en 1977 que Luciano Mauri, à l'époque à la tête de Messaggerie Italiana, achète la première maison d'édition du groupe, Longanesi, qui se trouvait en très grande difficulté. La direction est confiée à Mario Spagnol, qui en quelques années seulement réussit à la relancer. Dix ans plus tard, ce schéma s'appliquera à Guanda et Salani, tandis qu'au début des années quatre-vingt-dix Corbaccio et Ponte alle Grazie connaîtront la même renaissance, suivies un peu plus tard par un autre fleuron de l'édition ita-

lienne, Garzanti. Le groupe – qui vient de créer Chiarelettere, entièrement consacrée aux documents et aux enquêtes – possède également un important secteur poche avec Tea et Superpocket (en partenariat avec RCS). Après la disparition de Mario Spagnol en 1999 et celle de Luciano Mauri en 2005, c'est aujourd'hui la génération des fils qui dirige le groupe. A 47 ans, Stefano Mauri et Luigi Spagnol (les deux ayant grandi dans l'édition) sont donc aux commandes de GeMS.

Stefano Mauri est le P-DG de GeMS. Nous l'avons rencontré à Milan, au siège du groupe.

Pouvez-vous présenter GeMS ?

GeMS réunit dix maisons d'édition de taille moyenne qui forment le premier groupe indépendant italien, c'est-à-dire un groupe dont les propriétaires n'ont pas d'activité à l'extérieur du monde du livre. Dans l'actionnariat de GeMS, il n'y a pas de capitaux extra-éditoriaux. Par conséquent, nous n'avons pas d'intérêts à défendre à l'extérieur de notre secteur d'activité. En Italie, cela est très important. Nos éditeurs offrent une garantie d'indépendance aux auteurs qui veulent s'exprimer librement.

Le groupe a été constitué il y a trois ans seulement. Pourquoi ?

Jusqu'en 1999, le groupe était dirigé par Mario Spagnol,

qui était l'actionnaire majoritaire de Salani et Ponte alle Grazie, en même temps qu'actionnaire minoritaire dans les autres maisons du groupe contrôlées par Messaggerie Italiana, la société de distribution qui appartient à ma famille. Après sa disparition, en 1999, le groupe a gardé son unité, mais la direction des maisons d'édition a été partagée entre moi et Luigi Spagnol. En 2005, nous avons créé une holding, GeMS, qui contrôle tous les éditeurs du groupe. Messaggerie Italiana en détient 73,77 % et la famille Spagnol 23 %, le restant du capital étant partagé entre quelques petits actionnaires.

Quelle est la situation économique de GeMS ?

Au début des années 1980, nous avons commencé notre parcours d'éditeurs avec Longanesi qui était une maison d'édition de taille moyenne en difficulté, et aujourd'hui nous sommes le troisième groupe italien. Nos maisons d'édition ont connu une croissance régulière depuis le début des années 1990. Une fois déduits les retours, le chiffre d'affaires du groupe est actuellement de 138 millions d'euros. Depuis 1990, nous avons eu un taux de croissance de 13 % par an. En même temps, nous avons amélioré notre rentabilité. Au début des années 1990, aucune de nos maisons d'édition ne gagnait de l'argent, les bilans étant au mieux à l'équilibre. Deux ou trois ans plus tard, toutes ont commencé à enregistrer des bénéfices. Aujourd'hui, le ROS (relation entre les bénéfices et le chiffre d'affaires) est autour de 15 %.

Quelle est votre présence en librairie ?

Nous avons une part de marché (librairie, chaînes et grandes surfaces) de 10 % pour la littérature générale, mais de 18 % si on compte seulement la fiction étrangère, ce qui nous place à la deuxième place sur ce secteur. Parmi nos auteurs figurent J. K. Rowling, Wilbur Smith, Tiziano Terzani, Clive Cussler, Nick Hornby, dont le dernier roman s'est vendu à 240 000 exemplaires, presque plus qu'en Angleterre. En plus

« Depuis 1990, nous avons eu un taux de croissance de 13 % par an. »

des auteurs confirmés, chaque année, nous continuons de lancer avec succès de nouveaux écrivains. Cette capacité à construire des nouveaux succès – les derniers étant ceux d'Ildefonso Falcones et de Kim Edwards – est l'un des indicateurs les plus importants de l'efficacité du groupe.

Existe-t-il une stratégie de groupe ?

Nous n'avons pas de ligne éditoriale générale. Chaque maison est indépendante et poursuit sa propre stratégie, avec sa direction éditoriale et son service de presse. Par contre, certaines fonctions – par exemple le marketing – sont partagées entre deux ou trois éditeurs, tandis que d'autres ont été centralisées. Le service des droits, qui a été rattaché au holding (GeMS est un holding industriel et non seulement financier, donc il intervient dans la vie du groupe), arbitre les cas les plus compliqués et décide lorsque le même titre est demandé par différentes maisons du groupe. Le holding n'intervient pas sur les contenus et les choix éditoriaux des différentes maisons d'édition, mais sur les procédures, afin de les rendre conformes à la réalité contemporaine du marché du livre. Chez Garzanti, par exemple, les dettes dépassaient le chiffre d'affaires, sans compter les vieilles procédures qui compliquaient le travail. Nous sommes intervenus, et aujourd'hui la maison a doublé son chiffre d'affaires, sa santé économique n'est plus en discussion. Toutes les maisons d'édition qui ont intégré notre groupe ont conservé leur âme et poursuivi leur recherche, tout en rationalisant les procédures de gestion et de commercialisation. Elles sont donc plus compétitives.

Un groupe est-il condamné à grandir sans cesse ou peut-il viser une taille idéale ?

Je ne me pose pas cette question. Evidemment, chaque année nous espérons que le bilan sera supérieur à celui de l'année précédente. Même si certains éditeurs peuvent enregistrer >>>

Stefano Mauri,
P-DG de GeMS.



Stefano Mauri et Luigi Spagnol ont succédé à leurs pères Luciano et Mario.

«Si je pouvais acheter une autre maison d'édition comme Garzanti, je serais partant. Le problème est qu'en Italie on manque d'opportunités de ce type. Il n'y a pas de maisons d'édition de taille moyenne intéressantes sur le marché.»

» une flexion temporaire (par exemple, l'année prochaine, Salani ne pourra pas compter sur un nouvel *Harry Potter*...), l'ensemble du groupe a toujours connu une progression. D'un point de vue général, nous n'avons pas besoin de nous agrandir. Toutefois, si dans le futur de nouvelles occasions se présentent, nous les évaluerons avec attention. Si je pouvais acheter une autre maison d'édition comme Garzanti, je serais partant. Le problème est qu'en Italie on manque d'opportunités de ce type. Il n'y a pas de maisons d'édition de taille moyenne intéressantes sur le marché.

Est-ce que vous prospectez à l'étranger ?

Les opérations à l'étranger sont toujours très complexes. Gérer une activité à l'étranger avec des associés locaux est une possibilité que nous envisageons, sans pour autant y tenir à tout prix. Puisqu'il est difficile de s'agrandir à l'intérieur du marché italien, il est normal que les grands groupes commencent à acheter à l'étranger. Il s'agit d'une stratégie qui intéresse surtout les groupes cotés en Bourse, car les actionnaires aiment beaucoup ce genre de valorisation. N'étant pas cotés, nous avons moins de pressions. Sans compter qu'une croissance interne comme la nôtre est probablement plus solide qu'une croissance par acquisitions extérieures.

Ces dernières années la nouveauté majeure du marché du livre italien a été la vente de livres avec les journaux ? Quel jugement portez-vous sur ce phénomène ?

Pour les éditeurs, ces ventes ont été une occasion très importante. En kiosque, nous avons vendu 14 millions d'encyclopédies Garzanti, un résultat qui dépasse toutes les ventes précédentes. Six cent mille foyers ont acheté la collection complète de nos encyclopédies. Bien sûr, les ventes en librairie de ces mêmes encyclopédies ont légèrement fléchi, mais avec les bénéfices nous avons financé la mise à jour de l'*Enciclopedia Universale* qui sortira en librairie. La vente des droits aux journaux a donc été une opportunité pour améliorer le produit. Initialement, j'étais sceptique sur le succès de ces ventes et j'ai donc refusé de céder les droits de certains de nos titres au quotidien *La Repubblica* qui préparait sa première série de romans.

Je pensais qu'ils allaient vendre au maximum 100 000 exemplaires aux lecteurs traditionnels. Lorsque j'ai vu que les ventes atteignaient les 500 000 exemplaires, j'ai compris l'importance du phénomène. Par la suite, j'ai accepté de céder nos droits, car un éditeur ne peut pas empêcher ses auteurs d'atteindre un tel public, en le privant des retombées économiques qui en découlent.

Les libraires italiens ont dénoncé ces ventes. Ont-ils eu tort ?

Il faut faire attention à ne pas concurrencer la librairie. Nous avons par exemple demandé aux journaux de produire des livres graphiquement et matériellement différents de ceux vendus en librairie. D'autres éditeurs ont proposé les mêmes livres en kiosque et en librairie. C'est un choix que je n'approuve pas. Sur un plan plus général, il est vrai que ces livres ont affecté les ventes du poche, mais les libraires ont réagi en mettant en avant les nouveautés. C'est pour cela que

certains titres – Dan Brown, Luis Zafon, Roberto Saviano, Tiziano Terzani, etc. – sont restés dans les classements des ventes pendant très longtemps. Avant, le cycle de vie des nouveautés était de six mois au maximum, actuellement il est beaucoup plus long. En misant sur les nouveautés qui ne peuvent pas être vendues avec les journaux, les libraires ont été récompensés. Il faut toutefois relativiser l'impact des ventes avec les journaux, car aujourd'hui elles ont sensiblement baissé. Elles représentent à peine un tiers des ventes réalisées les deux premières années.

Messaggerie Italiana possède le plus important site italien de ventes de livres sur Internet. Quelles sont ses perspectives ?

En Italie, les ventes sur Internet augmentent de 30 % par an. Toutefois, pour le moment, elles ne représentent que 3 % des ventes de livres. Au Royaume-Uni, c'est 10 % et dans les pays du Nord on arrive même à 20 %, donc il y a des marges de croissance. Aujourd'hui, le commerce du livre exploite trois canaux fondamentaux et complémentaires : à côté de la librairie qui vend toutes sortes de livres, Internet fonctionne bien pour le fonds, tandis que les grandes surfaces sont un bon canal pour les best-sellers.

Avec l'essor des nouvelles technologies, le droit d'auteur risque d'être malmené. Êtes-vous préoccupé ?

Les menaces envers le droit d'auteur sont réelles, mais les dérives ne sont pas inéluctables. L'Europe doit en avoir conscience. Dans la réalité d'une culture toujours plus globalisée, le livre est une spécialité européenne, car, comme l'a montré récemment *Livres Hebdo*, 70 % des grands groupes d'édition sont de propriété européenne. Avec la vente de Random House, les Américains ont symboliquement renoncé à investir dans le secteur du livre. Il faut ajouter que dans tous les pays européens les dépenses pour les livres sont supérieures aux dépenses pour tout autre produit culturel. Malheureusement, nos gouvernements méconnaissent cette réalité et font très peu pour défendre ce marché. Il faut le leur rappeler sans cesse et les inviter à agir. C'est pour cela que l'Europe devrait être en première ligne dans la défense du droit d'auteur.

PROPOS RECUEILLIS PAR FABIO GAMBARO