



tic&société

Vol. 13, N° 1-2 | 1er semestre 2019 - 2ème semestre 2019
Les industries culturelles à la conquête des
plateformes ?

La plateforme d'autoédition Librinova au prisme de la reconfiguration de l'intermédiation littéraire

Sylvie BOSSER



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/ticetsociete/3274>

DOI : [10.4000/ticetsociete.3274](https://doi.org/10.4000/ticetsociete.3274)

Éditeur

Association ARTIC

Édition imprimée

Pagination : 195-223

Référence électronique

Sylvie BOSSER, « La plateforme d'autoédition Librinova au prisme de la reconfiguration de l'intermédiation littéraire », *tic&société* [En ligne], Vol. 13, N° 1-2 | 1er semestre 2019 - 2ème semestre 2019, mis en ligne le 20 avril 2019, consulté le 10 décembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/ticetsociete/3274> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ticetsociete.3274>

Licence Creative Commons

La plateforme d'autoédition Librinova au prisme de la reconfiguration de l'intermédiation littéraire

Sylvie BOSSER

Sylvie Bosser est maîtresse de conférence en sciences de l'information et de la communication à l'UFR Culture et Communication à l'université Paris 8 et chercheure au laboratoire CEMTI. Ses travaux portent sur la fenêtre d'exploitation numérique dans différents secteurs éditoriaux (sciences humaines, littérature, beaux livres). Les obstacles à la traduction font également partie de ses axes de recherche. Elle a par ailleurs codirigé un séminaire sur la remise en question de la notion d'*auteur* dans les littératures de genre. Elle travaille actuellement sur la question de l'autoédition littéraire sur les plateformes. sylvie.bosser@univ-paris8.fr

La plateforme d'autoédition Librinova au prisme de la reconfiguration de l'intermédiation littéraire

Résumé : Depuis un peu moins d'une décennie, les plateformes d'autoédition littéraires ont acquis une place non négligeable dans la filière du livre. S'inscrivant dans un contexte marqué par des mutations d'ordre socioéconomique et culturel, leur existence est non seulement synonyme d'une reconfiguration de l'espace auctorial sous la bannière de la notion d'*indépendance*, mais également des fonctions de l'intermédiaire classique, à savoir l'éditeur. Nous nous focalisons, dans ce texte, sur la plateforme Librinova, celle-ci étant pour le moment la seule à avoir intégré dans son modèle d'affaires la fonction d'agent. En outre, les éditeurs ont la possibilité de l'utiliser comme banc de test pour des manuscrits à propos desquels ils sont hésitants. Dans cette perspective, il s'agit pour nous d'interroger les modalités d'autoédition offertes par Librinova, ainsi que la logique de courtage mise en place dans un processus accentué d'industrialisation et de marchandisation des biens symboliques.

Mots-clés : intermédiation, plateforme, autoédition littéraire, socioéconomie des industries culturelles, courtage.

Abstract: For a little less than a decade, self-publishing platforms for fiction have come to occupy a central position in the book industry. In a context of socioeconomic and cultural changes, they reflect a reconfiguration of the auctorial space, under the banner of "independence", while also acting as traditional intermediaries, i.e. as publishers. This text looks into Librinova, the only platform to date to act as a literary agent, as publishers can use it as a test bed to evaluate manuscripts they feel unsure about. In this perspective, we will analyze the self-publishing services offered by Librinova, together with its brokerage model, in a context of increasing industrialization and marketization of symbolic goods.

Keywords: intermediation, platform, self-publishing literary, socio-economics of cultural industries, brokerage.

Resumen: Desde hace menos de diez años, las plataformas de auto-edición literaria han adquirido un lugar importante en el sector del libro. En un contexto marcado por mutaciones de orden socio-económico y cultural, su presencia significa la reconfiguración del espacio del autor bajo el estandarte de la « independencia »; también significa la presencia de las funciones del intermediario tradicional: el editor. En el presente texto, se analiza la plataforma Librinova, la única que ha integrado la función del agente en su modelo de negocio. Además, los editores tienen también la posibilidad de usarla como banco de prueba para los manuscritos sobre los cuales puedan tener ciertas dudas. En esta perspectiva, se trata aquí de analizar las modalidades de auto-edición que ofrece Librinova, así como la lógica de intermediación que se crea, en un contexto de fuerte industrialización y mercantilización de los bienes simbólicos.

Palabras claves: intermediación, plataforma, autoedición literaria, socio-economía de las industrias culturales, corretaje.

La plateforme d'autoédition Librinova au prisme de la reconfiguration de l'intermédiation littéraire

Introduction

Amazon, avec sa branche Kindle Direct Publishing, a été le premier acteur à se saisir de l'opportunité de l'autoédition dans le contexte numérique. Implantée depuis 2009 aux États-Unis, la déclinaison française existe depuis 2011 dans le cadre d'une stratégie de développement à l'international. Si la Fnac, avec Kobo Writing Life, ainsi qu'Apple, avec iBooks Authors, se sont rapidement positionnés sur les rangs de bataille pour la captation des ressources, Amazon a jusqu'à présent réussi à maintenir son *leadership* sur ce marché basé sur le *crowdsourcing* (Howe, 2009), à savoir la commercialisation de *User-Generated-Contents* (UGC).

Pour autant, reste que depuis, au-delà de ces grands protagonistes, plusieurs plateformes d'autoédition, essentiellement littéraires, ont vu le jour dans un contexte marqué par des mutations socioéconomiques et culturelles qui se sont accentuées. Depuis l'échec de la tentative de Stephen King, avec la publication autonome de sa nouvelle *The Plant* en 2000 sur Internet¹, l'autoédition a acquis le statut de composante non négligeable dans l'écologie contemporaine du livre. Nous envisageons ici le terme *écologie* tel qu'il a été défini par le biologiste allemand Ernst Haeckel au 19^e siècle, à savoir la science des relations de l'organisme avec l'environnement. Plusieurs facteurs peuvent être avancés dans la grille de lecture permettant de prendre la mesure de ce phénomène qui non seulement rebat les cartes des modalités de publication, mais « génère également une reconfiguration des fonctions de la chaîne du livre, à commencer par l'éditeur et l'auteur » (Bossier, 2019, p. 13).

La notion d'indépendance (*Indie Author*), ayant d'abord pris racine aux États-Unis, sous-tend en grande partie la montée en

¹ « La plante va recroqueviller ses feuilles » : c'est par cette formule lapidaire affichée en première page de son site (www.stephenking.com) que l'auteur annonça l'arrêt de son initiative d'autoédition sur le Web. *The plant* devait être publiée à raison d'un chapitre par mois, à la seule condition que les trois quarts au moins des internautes ayant téléchargé le chapitre précédent aient payé un dollar celui-ci. L'aventure de *The Plant*, qui devait s'étaler sur huit chapitres, s'est arrêtée au sixième, le 1^{er} décembre 2000, face à des lecteurs qui ont rapidement mis en place un système de piratage.

puissance de cette « rage de l'expression » (Ponge, 1976), dans un Hexagone marqué par une injonction très forte à la créativité (Bouquillion, Miège et Mœglin, 2013 ; Proulx, 2017) et une valorisation de l'amateur (Flichy, 2010). L'adoption de ce « contre-modèle particulièrement valorisé » (Alexandre, Noël et Pinto, 2018) et bien souvent revendiqué comme un label est essentiellement de deux ordres. D'une part, il est financier par rapport à l'éditeur, à l'exemple de Stephen King ; d'autre part, il implique la question du contrôle, de l'autonomie de la création littéraire qui ne passe plus par les fourches caudines de l'œil critique de l'éditeur. Rétribution et maîtrise sont ainsi souvent associées conjointement dans la valeur accordée à l'indépendance. Ces différents paramètres se conjuguent aux facilités de la publication numérique, à un relativisme culturel, affectant l'autorité des grandes œuvres au sein du lectorat (Revault d'Allonnes, 2012), ainsi qu'à une certaine désacralisation de l'acte d'écriture. Si la pratique du *Creative Writing* représente depuis longtemps un passage obligé pour les aspirants anglo-saxons (Toni Morrison l'enseigne par exemple à Princeton), celle-ci est désormais monnaie courante avec la création récente d'écoles, d'ateliers conduits, entre autres, par des maisons d'édition (par exemple, Gallimard, qui fait intervenir des auteurs maison), de formations telles que le master de Création littéraire de l'université de Paris 8, sans parler des sites web qui se sont multipliés depuis quelques années. Face à cette floraison de structures dédiées à l'apprentissage de l'écriture, le statut d'évidence dans lequel l'écrivain a jusqu'alors été placé, comme l'a montré Gisèle Sapiro dans son article « Je n'ai jamais appris à écrire » (2007), n'est plus aussi prégnant. Pour autant, la professionnalisation de l'activité d'écrivain s'accompagne paradoxalement d'une précarisation importante (Sapiro et Rabot, 2016).

Selon l'analyse produite par la Bibliothèque nationale de France (Pajou, 2016), plus précisément par l'Observatoire du dépôt légal, si les publications autoéditées ayant donné lieu à un dépôt légal représentaient 6 % du total des nouveautés en 2005 (c'est-à-dire 4 000 titres), force est de constater que cette part se situe à hauteur de 15 % en 2015 (11 500 titres). La 7^e édition, portant sur l'année 2017², fait ressortir, parmi les

² Voir : http://www.bnf.fr/documents/dl_observatoire_2017.pdf (page consultée le 25 août 2018).

La plateforme d'autoédition Librinova au prisme de la reconfiguration de l'intermédiation littéraire

éléments marquants, le fait que Createspace, la structure d'impression à la demande d'Amazon essentiellement utilisée par des autoédités, est passée de la 31^e à la 17^e place dans le classement des déposants de livres.

Les plateformes d'autoédition littéraire, autres que celles initiées par les GAFAM, sont peu nombreuses en France. Relevons l'existence des Éditions du Net³, créées en 2013 : cette plateforme, ne comportant pas uniquement que des ouvrages littéraires, fonctionne sur le principe de la gratuité⁴. Par ailleurs, soulignons que, contrairement à d'autres pays, comme l'Argentine par exemple (Benchimol, 2019), les éditeurs traditionnels français ne se sont pas lancés dans l'aventure. Ces derniers préfèrent exercer une veille attentive sur les plateformes existantes. Daniel Benchimol donne également des exemples de librairies ayant créé des plateformes d'autoédition en Espagne, notamment. Dans cet état des lieux, il faut évidemment évoquer la plateforme Wattpad, créée en 2006 à Toronto par Allen Lau et Ivan Yuen, mais il faut immédiatement souligner que Wattpad n'avait pas, jusqu'à tout récemment, vocation à offrir aux lecteurs des textes entiers. L'idée phare de cette plateforme est que l'auteur publie régulièrement ses chapitres et que, dans ce contexte, les lecteurs interagissent. Si la place de l'auteur est fondamentale au sein de ce dispositif, celle du lecteur est importante, dans la mesure où ses retours sous forme de « j'aime », de commentaires, de suggestions font pleinement partie du processus.

Dans la cartographie des plateformes dédiées à l'autoédition, Librinova⁵, créée en 2014 par Charlotte Allibert (directrice⁶) et Laure Prétalat (présidente⁷) – ancienne directrice générale de First-Gründ (Editis) –, présente plusieurs particularités : proposer des prestations d'accompagnement aux auteurs, mais également servir, sous certaines conditions, d'agent littéraire pour ces derniers, tandis que les éditeurs peuvent aussi s'en

³ <http://www.leseditionsdunet.com/>

⁴ Voir l'entretien que nous avons conduit (Bossier, 2019) auprès du responsable Henri Mojon dans le cadre de la direction du numéro 6 de la revue *Bibliodiversity* consacré à l'autoédition.

⁵ <https://www.librinova.com/>

⁶ Charlotte Allibert s'occupe de marketing, des partenariats de la comptabilité, des projets de développement et de la lecture des ouvrages.

⁷ Laure Prétalat est responsable des relations avec les éditeurs, de la finance, du pôle juridique et de la lecture des ouvrages.

servir comme banc de test pour leurs manuscrits : « Ma maison d'autoédition, mon agent littéraire », peut-on lire sur la page d'accueil du site⁸. Elle est, à ce jour, la seule en France à offrir ce positionnement. De fait, elle représente un terrain d'étude particulièrement intéressant dans la mesure où « l'étude des organisations et des populations occupant des positions d'intermédiaires constitue en effet [...] un point d'entrée des plus pertinents pour saisir les changements actuels du fonctionnement des arts et des industries culturelles et, plus encore peut-être, des règles déterminant le travail créateur » (Jeanpierre et Roueff, 2014, p. iii).

Dans cette perspective, l'enjeu de ce travail est d'analyser, en dépassant le registre de la description, les modalités, les logiques et les stratégies de différenciation/distinction dont fait preuve cette plateforme. Plus précisément, il s'agit d'interroger le rôle d'intermédiaire joué par Librinova, à la fois du côté des auteurs, des lecteurs et des éditeurs. Autant le dispositif de plateforme a donné lieu à de nombreux travaux dans le cadre des industries culturelles, notamment dans la filière audiovisuelle (Bullich et Guignard, 2014) ou dans le domaine de la formation avec l'industrialisation des MOOC (Mœglin, 2014), autant les plateformes d'autoédition littéraire représentent un terrain quasiment inexploré. Cette absence résulte-t-elle du fait que les plateformes publient essentiellement des *ebooks*, format de publication qui n'a pas réussi à s'implanter en France ? La question de l'autoédition ne semble pas encore digne d'une attention scientifique suffisante, en dépit de la place grandissante qu'elle a déjà acquise dans le contexte éditorial. Sous bénéfice d'inventaire, il nous semble *a contrario* essentiel de creuser ce chantier en se focalisant sur le cas de Librinova, dans la mesure où le fonctionnement de cette plateforme interroge une nouvelle gestion du risque et un renouvellement potentiel du vivier d'auteurs, deux caractéristiques fondamentales de la filière du livre.

Nous posons trois hypothèses : en premier lieu, Librinova offre un terrain d'expérimentation aux auteurs en herbe, l'injonction à la créativité s'inscrivant, par l'organisation de concours, dans un cadre performatif et normatif ; en second lieu, la sélection finale est encore *in fine* soumise à la décision

⁸ <https://www.librinova.com/> (page consultée le 17 juillet 2018)

La plateforme d'autoédition Librinova au prisme de la reconfiguration de l'intermédiation littéraire

de l'instance éditoriale, celle de la prégnance du choix singulier d'un éditeur (Legendre, 2010) ; en dernier lieu, cette modélisation du *crowdsourcing* représente en grande partie un dispositif qui concourt à l'industrialisation des biens symboliques et, en partie, à une rationalisation accrue de la prise de risque éditoriale, question centrale ou fil rouge de notre questionnement. De fait, quels types d'externalités sont mis en place ? Selon quelles modalités cette plateforme agrège des contenus destinés à un lectorat acheteur et aux éditeurs ? Peut-on, dans ce cas, considérer Librinova comme un dispositif relevant des marchés dits « multi-versants » (Hagiu et Wright, 2014) ? Doit-on envisager cette plateforme comme un dispositif socioéconomique relevant du registre du courtage (Mœglin, 2007), l'intermédiation étant au cœur de son système ?

Dans un premier temps, en nous appuyant notamment sur les travaux menés dans le champ des analyses sémiologiques, mais aussi sur la notion de *dispositif* dans la lignée de Foucault (1969), nous dégagerons les principales modalités et les logiques de la plateforme en prenant soin de ne pas séparer son modèle technique des rapports socioéconomiques qu'elle instaure avec les auteurs notamment. Dans un second temps, les liens établis entre cette plateforme et les éditeurs feront l'objet d'une analyse nourrie, entre autres, par les apports des théories des industries culturelles et créatives. L'ensemble de ce travail est bien évidemment sous-tendu par une perspective critique face aux allants-de-soi et aux normes qui structurent de l'intérieur le discours des acteurs, cette perspective comprenant également nos propres « évaluations inconscientes ou ordinaires » (Jeanpierre et Roueff, 2014, p. vi).

L'analyse du positionnement de Librinova s'est effectuée par le biais d'un entretien conduit auprès d'Ophélie Beaufreton. Cette personne a suivi, à Sciences Po Toulouse, un master spécialisé dans l'action publique, donc *a priori* peu en rapport avec la littérature. C'est à la suite d'un stage chez Librinova qu'elle a décidé de s'orienter vers cette nouvelle voie. Jusqu'en janvier 2019, elle était responsable auteure, c'est-à-dire qu'elle avait pour fonction de veiller à ce que les services commandés par les auteurs soient effectués, en lien avec l'équipe en interne

et les prestataires externes⁹. Désormais, en tant que responsable éditoriale, Ophélie Beaufreton est chargée de repérer les titres à potentiel, « les nouveaux talents de demain » pour reprendre son expression, parmi les livres autoédités sur la plateforme. Hormis cette personne et les deux responsables susnommées, l'équipe est composée de quatre personnes, donc six au total¹⁰, sans compter les stagiaires. Le site lui-même et ses diverses rubriques viennent compléter le corpus de notre analyse.

Ce premier travail, centré ici sur le dispositif d'offre, sera poursuivi par de prochains travaux se focalisant sur les trois autres parties prenantes, à savoir les auteurs, les éditeurs et les lecteurs acheteurs.

1. Logiques, enjeux et modalités du dispositif d'autoédition de Librinova

L'autoédition est, à l'heure actuelle, synonyme pour beaucoup d'auteurs de gratuité, *a contrario* de l'édition à compte d'auteur qui consistait, contre paiement de la part de celui-ci, à la publication de l'ouvrage par l'éditeur¹¹ qui en assurait aussi normalement la diffusion et la promotion. Celle-ci représentait auparavant la solution ultime pour l'auteur dont l'ouvrage n'avait pas été retenu par un éditeur, de voir son texte revêtir la forme physique d'un livre papier, en contrepartie d'une participation financière non négligeable. Depuis toujours considéré comme ne faisant nullement partie du champ littéraire et des règles afférentes à celui-ci, et donc jeté au purgatoire, le dispositif de publication à compte d'auteur a littéralement été balayé par les possibilités offertes par le numérique. La modalité de la gratuité est d'ailleurs largement mise en avant dans les discours qui sont tenus sur le site des plateformes : Kindle Direct Publishing peut être considérée

⁹ Elle avait également comme fonction de répondre aux questions des auteurs, ainsi que de conseiller ces derniers par rapport aux différentes prestations proposées.

¹⁰ Nous avons, sur le site, une présentation des personnes qui forment l'équipe. Une personne est *community manager*. Une autre est responsable technique et responsable de la recherche de solutions techniques innovantes. La troisième occupe la fonction de développeur et s'occupe de l'évolution du site. Enfin, il y a une personne qui s'occupe des contrats avec les éditeurs. Voir :

<https://www.librinova.com/notre-equipe> (page consultée le 25 janvier 2019).

¹¹ La Pensée universelle en est l'exemple type.

La plateforme d'autoédition Librinova au prisme de la reconfiguration de l'intermédiation littéraire

comme le parangon de ce discours ostensible de la gratuité.

Librinova a fait un choix différent, sans pour autant que l'on puisse *a priori* classer cette plateforme du côté de l'édition à compte d'auteur. La plateforme a bâti un modèle économique basé sur un montant minimum à déboursier de la part de l'auteur, ainsi que sur l'existence de prestations optionnelles proposées à celui-ci, la fonction d'agent littéraire prenant de plus en plus de place dans ce modèle d'affaires. Librinova promeut sa valeur ajoutée sur ces bases, au contraire de KDP, qu'elle envisage plutôt comme un anti-modèle.

1.1 KDP : l'anti-modèle

Avant de nous pencher sur le fonctionnement de Librinova, arrêtons-nous quelques instants sur celui de KDP. Celui-ci est littéralement sous-tendu par un objectif, à savoir celui de la suppression de l'éditeur, figure centrale du « cercle de la croyance » (Bourdieu, 1977). Ce faisant, la rhétorique promotionnelle utilisée se base : sur la valorisation de l'indépendance, le potentiel hautement rémunérateur de la créativité et la reconnaissance par le lectorat ; sur la simplicité du processus et la rapidité de sa mise en œuvre, par exemple la page d'accueil de KDP¹² met l'accent sur cet aspect (« Publiez en quelques minutes et votre livre apparaît sur le site d'Amazon en moins de 24 heures ») ; sur la notion d'indépendance, grâce au choix possible des territoires de vente ; et, enfin, sur le montant de la redevance qui peut aller jusqu'à 70 %¹³.

Ce même registre se retrouve également dans le dessin animé de démonstration visible sur la même page. Par le biais d'un dessin très stylisé et le recours à une voix *off* sont illustrées les qualités précédemment citées. Plus encore que dans le texte d'accroche, l'accent est mis sur la maîtrise du processus par la personne qui souhaite voir son texte exister : « C'est vous le chef, vous déterminez tout, du contenu au prix. » On relève également que la personne ayant recours au

¹² https://kdp.amazon.com/fr_FR (page consultée le 20 avril 2018)

¹³ Amazon utilise le terme de *redevance* au sens de somme qui est payée à l'auteur, à échéances déterminées. Si le site de KDP affiche le chiffre de 70 % de redevance à destination des auteurs, celle-ci oscille, en fait, entre 35 et 70 % selon le pays d'achat ou encore selon le prix fixé par l'auteur. On suggère à celui-ci de fixer un prix qui ne dépasse pas 2,99 euros s'il souhaite pouvoir atteindre les 70 % de redevance.

service de KDP est d'emblée désignée comme auteur : « Ce n'est pas votre truc les lettres, les recherches d'argent, etc. Vous êtes un auteur, pas un éditeur. » Le texte est immédiatement envisagé comme acceptable : « Vous n'avez pas à nous convaincre que votre livre mérite d'être publié. Désormais chacun peut publier de façon indépendante ses ouvrages fraîchement écrits ou ceux qui patientent depuis des années. » Ainsi, l'auteur peut rapidement et largement vivre uniquement de sa plume : la cravate portée par le personnage du dessin animé, symbole du travailleur lambda, disparaît très vite. Le registre lexical du pouvoir caractérise amplement ce schéma actanciel du parcours éditorial, récit dans lequel KDP revendique le rôle d'adjuvant, à l'instar du parcours initiatique propre au conte.

Face à cette « machine de guerre¹⁴ », concentrons-nous maintenant sur le dispositif déployé par Librinova.

1.2 La publication « accompagnée » au cœur du modèle de Librinova

Le prix plancher pour une publication numérique, ainsi qu'une diffusion sur le site et une commercialisation sur plus de 200 librairies en ligne en France et à l'étranger durant une année, est de 50 ou 75 euros¹⁵. Amazon fait partie du dispositif de commercialisation des ouvrages : « Cela permet à 15 % de nos auteurs d'intégrer le top 100 d'Amazon, ce qui est non négligeable en termes de continuité de ventes », souligne Ophélie Beaufreton. Le forfait de base, « publication numérique », n'exclut pas l'existence gratuite de conseils ou de réponses aux questions de la part de l'auteur. De fait, Librinova propose une permanence (un *speed meeting* auteur) qui se tient tous les mercredis de 10 h à 12 h pour dispenser accueil et conseils. La possibilité de souscrire au « *pack premium* »¹⁶

¹⁴ Amazon vient de rendre public son chiffre d'affaires pour 2018, soit 232,9 milliards de dollars. En ce qui concerne les livres, la firme met uniquement en avant le montant global des revenus engrangés par les auteurs par Kindle Direct Publishing Select Global Fund : 260 millions de dollars (Gary, N. [2019, 2 février]. Amazon : une croissance ralentie, malgré 233 milliard \$ de CA. *ActuaLitté*. Repéré à <https://www.actualitte.com/article/monde-edition/amazon-une-croissance-ralentie-malgre-233-milliards-de-ca/93140>). Pour plus d'explication sur le fonctionnement de ce fond : https://kdp.amazon.com/fr_FR/select (page consultée le 5 février 2019).

¹⁵ 50 euros pour un manuscrit de moins de 45 000 mots.

¹⁶ La plateforme utilise le terme de *pack* pour toutes les prestations proposées.

La plateforme d'autoédition Librinova au prisme de la reconfiguration de l'intermédiation littéraire

est ouverte à tous, explique Ophélie Beaufreton. Il n'y a aucune sélection :

« On publie tout ce qu'on reçoit. C'est le principe de l'autoédition. On publie tel quel. Si d'aventure, je me rends compte qu'il y a trop de fautes ou que c'est problématique au niveau du contenu (incitation à la haine par exemple), des choses comme ça, là bien sûr, on signale, voire on peut refuser de publier. »

En ce qui concerne le prix à fixer par l'auteur, l'équipe incite fortement au choix d'un prix d'appel, pas plus de cinq euros, de manière à ce que l'acheteur potentiel envisage le montant de l'acquisition comme raisonnable par rapport à la dimension de la découverte et de la possible déception – « il s'agit d'une nouvelle culture de la lecture », selon Ophélie Beaufreton –, mais il faut également y voir, pour le livre proposé, la possibilité accrue d'atteindre le fameux seuil des 1 000 ventes en 18 mois, seuil qui offre la possibilité à l'ouvrage d'intégrer le programme « En route vers le papier ».

Si le prix de l'ouvrage est incitatif, il est également recommandé à l'auteur d'activer ses contacts familiaux, amicaux, professionnels, etc., afin de pouvoir faire montre de commentaires positifs visibles sur la fiche de l'ouvrage. Il est à noter que l'auteur touche l'intégralité des revenus nets des ventes du livre : « L'autoédition façon Librinova, c'est bien plus qu'une alternative à l'édition traditionnelle et bien plus avantageux que l'édition à compte d'auteur. Une façon simple de publier son livre et d'être lu », peut-on lire sur le site à l'onglet « Autoédition ». La finalité d'existence concrète dans l'acte de lecture d'un livre ne diffère point ici, dans le cadre de l'autoédition, de ce qui est classiquement souligné pour un livre publié traditionnellement (Eco, 1962). À ce titre, la mise en avant des ouvrages dans l'onglet « Librairie » constitue une sorte de typologie fine de prescription des ouvrages sur le plan des nouveautés, des meilleures ventes, des coups de cœur de la part de la plateforme et des titres les mieux notés. Au-delà de la catégorisation, entre autres par genres littéraires, elle permet aux lecteurs et aux acheteurs potentiels de s'orienter dans le catalogue des ouvrages publiés. On remarquera que la littérature de genre prédomine, ce qui est caractéristique des publications au format *ebook*, à l'instar de ce que l'on peut relever pour KDP (Bossier, 2015).

Avant de poursuivre la présentation des autres prestations forfaitaires, arrêtons-nous sur la rhétorique présente sur le site. Une valeur cardinale est mise en avant : celle de l'accompagnement par une équipe qui est là pour aider l'auteur à valoriser son texte, le concept étant de faire de l'autoédition accompagnée. Les termes tels que *bienveillance*, *professionnalisme*, *transparence* et *liberté*¹⁷ scandent le discours tenu sur le registre de l'attention et de l'empathie. Par ailleurs, l'usage des déterminants possessifs, « Ma maison d'autoédition, mon agent littéraire », ainsi que le recours au terme *maison* impliquent le contrôle de l'auteur sur le processus, et ce, dans un contexte personnel et accueillant. En outre, parmi les différents éléments discursifs présents sur le site, outre l'usage du terme *maison*, mais également des syntagmes « coups de cœur » et « étoile du mois », « l'énonciation éditoriale participe là à créer une proximité visuelle, sémantique avec le catalogue imprimé et le site d'un éditeur » (Deseilligny, 2017, p. 120).

Librinova propose au total dix forfaits d'autoédition. Le premier, à 50 ou 75 euros, est incontournable. Ensuite, les forfaits optionnels sont tous orientés vers le mélioratif et peuvent comprendre : la rédaction de la quatrième de couverture, la création de la couverture par un graphiste, le suivi de la commercialisation et de la promotion du livre avec la rédaction d'un communiqué de presse et d'un résumé envoyé à dix blogueurs sélectionnés en fonction de votre livre. Ces dix forfaits, qui « allient la liberté de l'autoédition à la qualité de l'édition traditionnelle »¹⁸, n'épuisent pas les possibilités offertes aux auteurs, qui peuvent également combiner la souscription d'un forfait à celle d'un service à la carte. Soulignons à ce titre que le travail éditorial de lecture du texte sur le fond (construction du récit, intrigue, personnages) et sur la forme (style, écriture) n'est pas présent dans les dix forfaits, mais dans les services à la carte : il s'agit du « Pack Edito » à 840 euros. La coach littéraire, qualifiée de « certifiée », Constance Joly-Girard¹⁹, accompagne l'auteur, mais, au final, peu de

¹⁷ L'auteur reste propriétaire de ses droits d'exploitation et de ses fichiers. Il peut retirer à tout moment son livre de la vente.

¹⁸ <https://www.librinova.com/> (page consultée le 17 juillet 2018)

¹⁹ Constance Joly-Girard a sa propre entreprise spécialisée en conseil et en accompagnement littéraire (cf. <http://www.constancejolygirard.com/> [page consultée le 27 août 2018]). Elle a été éditrice et responsable de collections au Seuil, chez

La plateforme d'autoédition Librinova au prisme de la reconfiguration de l'intermédiation littéraire

personnes ont recours à ce pack. Selon Ophélie Beaufreton, 85 % des auteurs ne souscrivent pas aux forfaits proposés, et, parmi ceux-ci, c'est le « Pack Librairies », à 350 euros, qui est le plus demandé (publication numérique, publication d'un format papier en impression à la demande, en plus de ce qui est déjà intégré dans le pack de base.

À ce jour, Librinova compte 1 800 livres pour 1 200 auteurs. Tous ne sont pas actifs, c'est-à-dire présents sur le site et les librairies en ligne, dans la mesure où la durée relative au pack « Publication numérique » est d'un an. Beaucoup renouvèlent pour une année de plus.

La rubrique « Ce que nos auteurs pensent de Librinova » a évidemment pour objectif d'étayer concrètement toutes les qualités de la plateforme. On y trouve notamment une interview du célèbre publicitaire Jacques Séguéla, qui y a publié son dernier ouvrage, *Merde à la déprime*. Il met notamment en avant le caractère novateur du dispositif, sa « modernité », la double possibilité du livre numérique et papier²⁰. Comme nous l'avons déjà souligné, le point de vue des auteurs fera l'objet d'un travail ultérieur.

La fonction de conseil et d'encouragement est également présente dans le blogue de Librinova, autre élément essentiel dans sa stratégie de différenciation. Six rubriques font vivre ce blogue. Là encore, on y trouve des conseils à propos de l'écriture, de l'édition, de la promotion, de la construction d'une communauté de lecteurs, etc. La rubrique « *Success story* » est importante non seulement dans le registre de légitimation de l'entreprise, mais également dans une perspective marketing, les lecteurs étant curieux des chemins empruntés, des récits de vie qui débouchent vers du positif. Dans l'onglet « Écrire un livre », on relèvera, en particulier, deux articles. Le premier concerne les avantages, mais surtout les inconvénients à s'autoéditer chez Amazon²¹. La dernière phrase de cet article – « la gratuité et l'autonomie ont un prix : celui de devoir se débrouiller à chaque étape » – est d'autant plus intéressante

Hachette Jeunesse et Intervista pendant plus de 20 ans. L'onglet « Pack autoédition » présent sur son site renvoie à son partenaire Librinova.

²⁰ Les interviews sont visibles sur YouTube :

<https://www.youtube.com/watch?v=YizftQaGEzc>.

²¹ <https://www.librinova.com/blog/2018/04/25/auto-edition-faut-il-publier-son-livre-numerique-sur-amazon/> (page consultée le 25 août 2018)

que les ouvrages publiés par Librinova sont commercialisés, entre autres, sur Amazon et que, par ailleurs, Librinova a passé un accord avec celui-ci pour que les personnes choisissant le pack « Publication numérique » puissent intégrer, sans frais supplémentaires, le programme *Kindle unlimited* (service d'emprunt d'*ebook*). Il n'y a aucune contradiction, selon Ophélie Beaufreton, à présenter les valeurs ajoutées de Librinova par rapport à KDP, tout en permettant aux auteurs que leurs livres soient présents sur la plateforme de vente en ligne. Le second article correspond à un résumé d'un livre qui a fait plus de bruit aux États-Unis qu'en France, *The Bestseller Code: Anatomy of the Blockbuster Novel* écrit par Jodie Archer, ancienne éditrice de Penguin et collaboratrice chez Apple, et Matthew Jockers, professeur de lettres modernes spécialisé dans l'intelligence artificielle²². Si les résultats obtenus par le développement d'algorithmes qui analysent les points communs entre des livres à succès restent éloignés de la mentalité hexagonale, il n'en reste pas moins que l'article met en avant les différents ingrédients, sur le plan du fond et de la forme, à appliquer pour obtenir du succès.

1.3 La dimension stratégique des concours d'écriture

Si l'incitation à la créativité est déjà fortement présente sur le site et le blogue de Librinova, elle l'est encore plus sur son site dédié aux concours d'écriture²³. Les concours d'écriture existent depuis longtemps. Internet n'a fait que faciliter leur organisation et la gestion des textes proposés. Les magazines, essentiellement féminins, en partenariat ou non avec des éditeurs, proposent régulièrement des concours d'écriture sur une thématique donnée, le ou la gagnante obtenant généralement un prix, mais surtout une publication au sein d'un numéro. Les consignes précises auxquelles doivent se plier les participants inscrivent les concours de Librinova à la fois dans l'ordre du dispositif au sens de Foucault, mais également dans une logique de performance. La phrase d'accueil illustre d'ailleurs parfaitement cette perspective, avec l'utilisation du registre lexical des compétitions sportives : « À vos marques,

²² <https://www.librinova.com/blog/2018/02/07/comment-ecrire-un-best-seller-les-secrets-des-auteurs-a-succes-reveles/> (page consultée le 25 août 2018)

²³ <https://concours.librinova.com/> (page consultée le 26 avril 2018)

La plateforme d'autoédition Librinova au prisme de la reconfiguration de l'intermédiation littéraire

prêts, écrivez ! »²⁴. Secrets de famille, concept de résilience, faits divers, etc., sont quelques-unes des thématiques proposées. Le choix d'un format (la nouvelle) sans sujet prescrit, mais assorti des premiers mots obligatoires de l'*incipit*, représente aussi une modalité possible. Prenons à titre d'exemple un des derniers concours, co-organisé avec le magazine *Lire*. Le texte devait impérativement commencer par : « C'est en ouvrant un livre que tout commença », ce thème d'amorce ayant été proposé par le parrain du concours, l'écrivain Serge Joncour²⁵. Le format requis de la nouvelle s'expliquait aisément par le fait que le texte gagnant allait être publié dans le numéro double de *Lire*, durant l'été 2018. Outre les premiers mots de l'*incipit*, l'auteur devait respecter un certain nombre de contraintes : une longueur comprise entre 16 000 et 20 000 signes, espaces compris, ainsi qu'un temps imparti, même si la notion de plaisir présidait à l'ensemble du processus. Serge Joncour a dispensé des conseils sur la page de *Lire* dédiée au concours, ainsi que sur la plateforme Librinova Concours. Chaque concours donne lieu à la participation de trois cents personnes environ.

L'idée phare qui préside aux différents concours est bien entendu celle de la découverte de nouveaux talents : « la chance d'être repérés et appréciés pour [votre] plume », ou encore « Les concours d'écriture : un tremplin pour les auteurs ! », peut-on lire sur la plateforme. C'est aussi, selon Ophélie Beaufreton, « l'occasion pour un auteur en herbe de mettre un premier pied à l'étrier », ajoutant que beaucoup de leurs auteurs présents sur Librinova ont commencé par les concours avant de sauter le pas de l'autoédition. Organiser un concours de nouvelles peut aussi être l'occasion, pour la plateforme, de repérer des plumes potentielles pour des ouvrages de plus longue haleine, à savoir des romans qui trouveront plus facilement preneurs dans l'exercice de sa seconde fonction, celle d'agent. Librinova a ainsi encouragé Carène Ponte à se lancer dans l'écriture d'un roman, après que cette dernière eut gagné le premier concours sur le thème « Une femme exceptionnelle ». Enfin, les concours organisés par la plateforme peuvent aussi se faire à l'initiative d'un éditeur

²⁴ On retrouve cette analogie avec le monde sportif dans les « sept bonnes raisons de participer » : « Comme le sportif, l'écrivain doit s'entraîner le plus souvent possible pour maîtriser sa plume. »

²⁵ <http://concours-lire.librinova.com> (page consultée le 27 avril 2018)

qui cherche un ouvrage sur telle ou telle thématique. Dans ce cadre, qui relève de la politique de la commande, très courante même en littérature, l'éditeur n'apparaît pas dans le processus public. Il reste le commanditaire qui, au final, peut potentiellement trouver un texte à publier.

L'écriture envisagée sous forme de concours et de contraintes marque une évolution notable de la représentation de celle-ci, participant certes de l'injonction à la création, mais également du « toujours plus performant » (Aubert, 2006, p. 348) imbriqué dans une accélération temporelle largement intégrée (Lipovetsky et Serroy, 2013), à rebours de l'idée du temps long, solitaire de l'écriture jusqu'à peu prédominant (Heinich, 2000).

2. Une passerelle à double sens avec les éditeurs traditionnels

La médiatisation très forte de certains succès, comme celui qu'Agnès Martin-Lugand a rencontré avec son ouvrage *Les gens heureux lisent et boivent du café*, acquis par les éditions Michel Lafon après avoir généré un engouement numérique sur KDP, ou encore l'exemple emblématique de la *success story* à dimension mondiale *Fifty Shades of Grey* d'E. L. James initialement publiée sur Wattpad, a conféré à la pratique de l'autoédition une existence qu'il n'est plus possible d'ignorer pour un certain nombre d'éditeurs, notamment dans le secteur des littératures de genre. Si l'initiative de Stephen King avait, en son temps, soulevé un véritable tollé éditorial de part et d'autre de l'Atlantique, l'attitude adoptée par les éditeurs ne semble plus être tout à fait la même. La mention récurrente à la prise en compte nécessaire de cette nouvelle donne dans les discours tenus par les éditeurs marque le nouveau statut et la représentation de cette modalité de publication. À titre d'exemple, soulignons les récents propos tenus par Hugues Jallon, le responsable des éditions du Seuil, dans une interview accordée au magazine numérique *Actualité*²⁶, ou encore l'admission en décembre 2017 des Éditions du Net,

²⁶ Gary, N. (2018, 3 juillet). Gafas, auteurs et autopublication : regard d'Hugues Jallon sur l'édition (Seuil). *ActuaLitté*. Repéré à <https://www.actualitte.com/article/mode-edition/gafas-auteurs-et-autopublication-regard-d-hugues-jallon-sur-l-edition-le-seuil/89700>

La plateforme d'autoédition Librinova au prisme de la reconfiguration de l'intermédiation littéraire

spécialisées dans l'autoédition, au sein du Syndicat national de l'édition.

Un exercice de veille fait désormais partie intégrante de la pratique professionnelle de bon nombre d'éditeurs : « Cette veille est devenue une habitude quotidienne », souligne Cécile Terouanne, responsable de Hachette Romans²⁷. L'évolution des ventes sur les plateformes telles que Wattpad, l'examen quotidien du top 100 des ventes d'Amazon, les commentaires des internautes, la mise en valeur d'un ouvrage dans un blogue sont autant d'outils qui permettent de détecter de potentiels succès à venir en édition traditionnelle. Ce faisant, la Toile et tout particulièrement les plateformes sont devenues un comité de lecture géant, venant doubler la classique « lecture au tri » effectué par le service des manuscrits (Fouché et Simonin, 1999).

Cette veille peut même donner lieu à l'établissement d'un partenariat, à l'instar de celui qui a été établi entre Hachette Romans et Wattpad. Ce partenariat permet un droit de premier regard à Hachette Romans sur des ouvrages préalablement sélectionnés par Wattpad et pouvant être issus d'autres bassins linguistiques que le français. La sélection opérée par la plateforme s'appuie sur un certain nombre de critères qui, pour d'aucuns, ne sont pas en accès libre. Ainsi, « si nous avons nous-mêmes accès aux commentaires ou au nombre de vues, Wattpad nous fournit par ailleurs le temps passé par l'internaute sur les pages », déclare Cécile Terouanne. En 2018, sur les 90 nouveautés du catalogue, dix titres sont issus de ce partenariat. Fait important dans le monde du livre, Wattpad vient de créer sa propre maison d'édition, afin d'exploiter elle-même des succès similaires à celui de la série *After* d'Anna Todd²⁸. Mais c'est à partir d'un algorithme que les livres à éditer vont être choisis. Fi de l'éditeur pour Wattpad Books : les données opèrent la sélection²⁹.

²⁷ Entretien conduit en mai 2018 dans le cadre d'une autre recherche.

²⁸ Oury, A. (2018, 28 janvier). Une maison d'édition pour Wattpad, avec un algorithme comme éditeur. *ActuaLitté*. Repéré à <https://www.actualitte.com/article/lecture-numerique/une-maison-d-edition-pour-wattpad-avec-un-algorithme-comme-editeur/93025>

²⁹ *Op. cit.*

2.1 Une coopération active avec l'instance éditoriale : la fonction « agent littéraire » de Librinova

En ce qui concerne Librinova, la première passerelle établie avec les éditeurs correspond à sa seconde fonction, celle d'agent qui participe activement de sa stratégie de différenciation. Librinova fait partie des 95 membres de l'Alliance des agents littéraires français, celle-ci existant depuis mars 2016 et ayant rejoint depuis, en tant que groupe autonome, le Syndicat des agents artistiques. La création de cette Alliance a notamment pour objectif d'offrir une meilleure visibilité de la profession, ainsi que d'assurer une présence internationale plus importante des auteurs, mais aussi des éditeurs représentés (ceux qui ne disposent pas d'un service de cession de droits). Si la question de l'existence des agents ne se pose plus depuis longtemps dans les pays anglo-saxons – l'essentiel des ouvrages proposés aux éditeurs a préalablement fait l'objet d'une sélection par les agences littéraires –, la question de leur pertinence reste délicate en France. Elle n'est « admise » que pour les auteurs dont le succès commercial est déjà patent, comme le montre l'étude conduite par le MoTif en 2010³⁰. De manière générale, les représentations éditoriales et le ressenti vis-à-vis du rôle des agents n'ont guère évolué depuis. Du côté des auteurs, la situation se modifie progressivement, mais toutefois faiblement puisque, selon le *7^e Baromètre des relations entre auteurs/éditeurs : un monde perfectible*, publié récemment par la Société civile des auteurs multimédia (Scam) avec le concours de la Société des Gens de Lettres (SGDL), « le recours à un agent littéraire a presque doublé tout en restant très minoritaire (3,4 % des auteurs contre 2 %) ³¹ ».

De fait, le positionnement de Librinova est à souligner dans ce contexte, *a fortiori* quand il s'agit de productions relevant de l'autoédition. L'offre affichée sur le site est alléchante : « Savez-vous qu'une grande maison d'édition traditionnelle publie en général 1 livre par an sur les 5 000 qu'elle reçoit ? Chez

³⁰ *L'agent littéraire en France. Réalités et perspectives*, étude réalisée par Juliette Joste pour le MOTif : <https://www.enviedecrire.com/tout-savoir-agents-litteraires/>.

³¹ Hugueny, H. et Contreras, I. (2018, 12 mars). Relations auteurs-éditeurs : la situation s'améliore... un peu. *LivresHebdo*. Repéré à <http://www.livreshebdo.fr/article/relations-auteurs-editeurs-la-situation-sameliore-un-peu?xtmc=agent+litt%C3%A9raire&xtcr=6>

La plateforme d'autoédition Librinova au prisme de la reconfiguration de l'intermédiation littéraire

Librinova, un auteur sur cinquante fait **publier son livre**³² dans une maison d'édition grâce à notre programme Agent littéraire ». À partir du moment où l'ouvrage a fait l'objet d'une vente d'au moins 1 000 exemplaires en 18 mois, celui-ci intègre le programme « En route vers le papier³³ ». Nous noterons que la barre des 1 000 ventes peut être vite atteinte, un livre pouvant, à la demande de Librinova, faire l'objet d'une vente flash sur Amazon, ce qui a été le cas de l'ouvrage *Un merci de trop* de Carène Ponte, ensuite publié aux éditions Michel Lafon. Au-delà des mille ventes, Librinova prend une commission de 20 % sur le montant du contrat, ainsi qu'un pourcentage pouvant aller de 6 à 12 % sur les ventes de livres.

Ophélie Beaufreton met en avant le service rendu aux auteurs qui n'ont pas à se soucier des conditions financières du contrat d'édition, cet aspect de la relation auteur/éditeur étant présenté comme le plus pénible : « Ne reste à l'auteur qu'à travailler son texte avec l'éditeur, les sources éventuelles de conflit ayant été évacuées », selon cette dernière. Les correspondances entre écrivain et éditeur sont très souvent émaillées de points de discorde financiers (cf., par exemple, la correspondance entre Céline et Gaston Gallimard) ; Olivier Bessard-Banquy (2018) considère, pour sa part, que les échanges entre auteur et éditeur relèvent avant tout d'un rapport de force ayant plus trait à la dimension commerciale que littéraire. Il n'en reste pas moins que le travail sur le texte peut aussi générer des conflits et être source de souffrance, surtout pour des primo-écrivains. Le rôle de Librinova s'arrête à la signature, même si la plateforme s'engage à accompagner la promotion du livre lors de sa sortie en librairie.

En fonction du livre, et forte de sa connaissance du secteur éditorial et de ses spécificités, Laure Prétalat entame une démarche de prospection, propose le manuscrit à des éditeurs et, quand il y a preneur, accompagne l'auteur dans la signature du contrat. Librinova a ainsi fêté en 2018 le 40^e contrat signé en quatre ans d'existence, ce qui, selon Ophélie Beaufreton, est un « bon ratio »³⁴. Si les textes qui font l'objet d'un contrat

³² En gras sur le site.

³³ <https://www.librinova.com/nos-missions/programme-agent-litteraire> (page consultée le 22 juillet 2018)

³⁴ Librinova affiche sur son site les éditeurs partenaires qui sont les suivants : City Éditions, Éditions Carrière, Éditions Carnet Nord, Éditions Charleston, Éditions Leducs, Éditions Prélude, Éditions Tut-tut, Fleuve Éditions, Le Livre de Poche. Ces

d'éditeur appartiennent en majorité au registre des littératures de genre, certains titres de « littérature blanche » ont aussi donné lieu à la signature d'un contrat.

À l'instar du pôle « autoédition », la fonction « agent littéraire » est mise en avant sur le site par le biais d'une rhétorique rassurante, avec une nette dimension pédagogique. Un seul témoignage d'auteur, David Bogota, est utilisé avant l'exposé des « 6 atouts qui simplifient la vie de l'auteur³⁵ ». Ce témoignage va plus loin que l'exposé d'une simplification des démarches :

« Pour ceux qui n'ont pas de relations dans le milieu littéraire, réussir à se faire éditer peut s'avérer plus difficile que de faire le marathon à cloche-pied ! L'offre proposée par Librinova est professionnelle et d'autant plus intéressante qu'elle ouvre la voie vers une publication papier si le livre numérique est un succès. Avec Librinova, chaque auteur peut devenir, en quelques clics, un auteur accompli. »

L'emploi de l'adjectif qualificatif *accompli* résume à lui seul tout l'intérêt de recourir aux services de l'agence littéraire : d'un auteur autoédité, vous devenez un réel auteur dont l'ouvrage est publié en format papier chez un éditeur traditionnel, véritable quête du Graal qui peut donc devenir réalité grâce à Librinova. Les atouts mis d'avant, dont la présentation commence invariablement par le pronom personnel sujet « Nous », à savoir Librinova (négociation et signature du contrat, etc.), ne semblent pas négligeables dans le contexte actuel de revendication de la revalorisation de la rémunération auctoriale que l'on peut résumer sous l'expression devenue bannière depuis quelques mois, « #PayeTonAuteur³⁶ ».

maisons couvrent un panorama assez large, allant des romans aux *thrillers*, en passant par les témoignages, l'humour avec les Éditions Tut-Tut, la vie pratique, etc.

³⁵ <https://www.librinova.com/nos-missions/programme-agent-litteraire> (page consultée le 22 juillet 2018)

³⁶ Le *hashtag* « PayeTonAuteur » correspond à un mouvement collectif initié dans le cadre de la Charte des auteurs jeunesse et soutenu par le Syndicat de la bande dessinée. Si la première revendication portait sur la rémunération (jusque-là inexistante) du temps de présence des auteurs lors du salon du livre de Paris en 2018, c'est désormais une demande de reconsidération plus globale de la situation financière des auteurs de la part des éditeurs qui anime en profondeur ce mouvement dont l'ampleur dépasse les secteurs de la jeunesse et de la bande dessinée (cf. <https://www.payetonauteur.com/>).

La plateforme d'autoédition Librinova au prisme de la reconfiguration de l'intermédiation littéraire

En outre parmi ces atouts, il en est un qui a partie liée avec les points de mécontentement soulignés dans le 7^e *Baromètre des relations entre auteurs/éditeurs. Un monde perfectible*. En effet, seul un tiers des auteurs ayant répondu au questionnaire estime que la reddition des comptes, c'est-à-dire le relevé annuel des comptes et le paiement de ceux-ci, est clairement accomplie par leurs éditeurs. Librinova s'engage justement à suivre sur le long terme cet aspect du contrat établi avec l'éditeur.

Par ailleurs, le discours promotionnel est assorti non pas de témoignages directs de la part d'auteurs (hormis le court témoignage précédemment cité), mais de récits d'accompagnement rédigés par l'équipe de Librinova. Là encore, la valeur cardinale de ces récits est celle de l'accompagnement. Ils sont présentés sous forme d'histoires qui commencent par une rencontre, quelques obstacles surmontés finalement aisément grâce au professionnalisme de l'équipe de Librinova et, évidemment, un *happy end*. Parmi les trois récits, distinguons celui qui relate l'histoire de la publication du livre de Carène Ponte, *Un merci de trop*. Il ne s'agit pas, ici, d'une histoire écrite à la troisième personne du singulier, mais d'une lettre adressée à l'auteur³⁷. Dans celle-ci, le soutien sans faille est de mise, avec un tutoiement de l'auteur, le récit débutant avec la sortie en librairie de l'ouvrage :

Nous sommes aujourd'hui le 9 juin 2016, et j'en connais une qui n'a pas dû beaucoup dormir cette nuit... Une qui doit déjà être devant sa librairie habituelle, avant même que le rideau soit levé. Une qui doit vouloir être la première à se précipiter à l'intérieur et le voir, enfin, en vrai, sur une table : **son livre publié** [...]. Carène, je te le dis (et même je te l'écris sur ce blog) : tout va bien se passer ! Tu es une auteure formidable, ton livre l'est tout autant, tu es entourée d'un éditeur au top, d'**agents formidables** (qui a dit que l'auteure de l'article ne pouvait

³⁷ <https://www.librinova.com/blog/2016/06/09/de-librinova-aux-editions-michel-lafon-lextraordinaire-aventure-editoriale-de-carene-ponte/> (page consultée le 22 août 2018)

pas se lancer des fleurs ?) et de beaucoup d'amis : ça ne pourrait pas aller mieux³⁸ !

La suite du récit se concentre sur le travail entrepris à la fois par l'auteur et surtout par l'agence pour aboutir à la publication de l'ouvrage par un éditeur traditionnel. Les termes en gras renvoient bien évidemment aux onglets spécifiques (respectivement à la page « Autoédition » et à la page « Agent littéraire »).

La possibilité de publication pour tous les manuscrits constitue le premier degré, mais c'est *in fine* le succès, confirmé par les prix remportés par les auteurs lors de leurs participations aux concours organisés, ainsi que, et surtout, l'accès à une publication par un éditeur traditionnel qui est au cœur du dispositif : en d'autres termes, que le livre autoédité devienne un *best-seller* sous le label d'un éditeur. La légitimité et la dimension symbolique de l'éditeur au sens de Bourdieu (1977, 1999) gardent ici tout leur sens.

C'est dans cette perspective que Librinova a mis en place, début 2019, un nouveau site à destination des éditeurs et des auteurs. Les premiers peuvent gratuitement consulter le catalogue selon différents critères : les meilleures ventes, le nombre de ventes en temps réel, le genre littéraire, les avis des lecteurs, etc. Les éditeurs peuvent même créer des alertes dans le cadre du suivi de titres en particulier. Se situant dans le registre de la concurrence, le site permet à l'éditeur de savoir si un confrère consulte aussi le livre (sans pour autant connaître son nom). Du côté des auteurs, le site donne gratuitement accès à des fiches d'information sur les maisons d'édition et certaines statistiques sont proposées : combien de fois l'ouvrage est apparu dans les vingt premiers résultats de recherche, combien d'éditeurs ont cliqué sur la fiche de l'ouvrage, combien ont demandé à le lire. L'émulation est ainsi présente chez les auteurs et chez les éditeurs, sorte de cercle vertueux au centre duquel se trouve Librinova.

³⁸ <https://www.librinova.com/blog/2016/06/09/de-librinova-aux-editions-michel-lafon-le-extraordinaire-aventure-editoriale-de-carene-ponte/> (page consultée le 10 juillet 2018)

2.2 Un partenariat de nature inédite : la plateforme comme banc d'essai pour des manuscrits refusés

Un partenariat de nature inédite a également été instauré. En l'occurrence, ce sont les éditeurs qui orientent l'auteur, par leur service des manuscrits, vers une solution alternative de publication, le courrier étant assorti d'un code promotionnel par rapport au logiciel qui a été mis en place par la plateforme. Plus précisément, l'éditeur reçoit un manuscrit de manière classique et lui réserve un accueil plutôt favorable, mais qui ne débouche pas pour autant, faute de « certitude », sur une publication. L'éditeur peut alors faire le choix d'orienter l'auteur vers la plateforme, afin que le livre acquière une première forme d'existence et de mise à l'épreuve des achats potentiels. La plateforme sert ainsi de zone test, de terrain d'expérience pour l'éditeur qui, en cas de succès – grâce au code promotionnel, l'éditeur a la possibilité de suivre en direct les ventes du livre sur la plateforme –, peut proposer à l'auteur une publication traditionnelle. Fleuve Éditions a ainsi renvoyé vers Librinova le livre de Denis Faïck, *La belle histoire d'une jeune femme qui avait le canon d'un fusil dans la bouche*, avant de proposer un contrat à l'auteur qui, entre-temps, avait obtenu le Prix des étoiles Librinova 2016, ce prix étant attribué aux livres coups de cœur³⁹ de l'équipe de Librinova.

Il semblerait que de plus en plus d'éditeurs soient désormais ouverts à ce type d'expérimentation⁴⁰. Le système est doublement pertinent puisqu'il peut, d'une part, inciter l'auteur à choisir Librinova plutôt qu'une autre plateforme pour autoéditer son ouvrage et, d'autre part, limiter la prise de risque pour l'éditeur. Cette prise de risque demeure toutefois, en dépit des signaux positifs préalables (1 000 exemplaires au moins vendus au format numérique, commentaires positifs, etc.). C'est donc aussi la connaissance du marché et de la concurrence ainsi que l'expérience qui conduisent *in fine* au choix éditorial. La construction du catalogue sur le long terme participe aussi de la décision, car il s'agit de voir, ou en tout cas d'essayer d'anticiper, si le succès sur Librinova ne relève pas de

³⁹ Selon Ophélie Beaufreton, à partir du moment où un seul membre de l'équipe aime un livre, le coup de cœur est attribué. Celui-ci peut aussi être attribué par l'ensemble de l'équipe. C'est variable d'un livre à l'autre.

⁴⁰ Les noms de Fleuve Éditions, de Plon et de Préludes ont été explicitement cités au cours de notre entretien, mais nous n'avons pas d'autres précisions quant aux autres éditeurs qui renvoient les manuscrits potentiellement intéressants vers Librinova.

l'exception et si l'auteur a un réel potentiel de développement. Cette dimension est particulièrement cruciale dans le secteur des littératures de genre, qui se distingue par la logique des séries, sur le plan de la fidélisation, mais aussi de la promotion.

Conclusion

Dans cette étude, nous avons cherché à identifier et à analyser les traits distinctifs de la plateforme Librinova. Force est de constater que Librinova s'adresse en priorité aux auteurs et aux éditeurs. La place du lecteur, *a contrario* d'autres plateformes qui s'appuient sur celui-ci pour étayer une prescription, est moins développée.

De fait, nous pouvons qualifier Librinova de « plateforme multiversants », fonctionnant sur le modèle du courtage, même si le « *fit* », pour reprendre le terme utilisé par Pierre Mœglin (2007) n'est pas automatisé. La dimension humaine est un paramètre essentiel dans le modèle socioéconomique instauré par Librinova, contrairement à l'utilisation des données métriques présentes classiquement dans les dispositifs d'externalités. Dans cette nouvelle économie des manuscrits, Librinova semble avoir réussi le pari d'attirer en peu de temps un nombre conséquent d'auteurs afin de pouvoir bénéficier d'un effet de seuil auprès des éditeurs, objectif impératif selon Cisumano et Gawer (2002) pour toute plateforme qui cherche à s'imposer comme référence aux yeux des différents protagonistes de la filière de l'autoédition. Nous sommes face à la construction d'un effet de réputation au sens de Benghozi (2012).

Dans le versant auctorial, il s'agit de devenir une évidence pour un auteur d'être présent sur la plateforme. Dans le versant éditorial, il s'agit d'envisager Librinova comme un vecteur de renouvellement des ressources, même si le choix final revient à l'éditeur qui, fort de son expérience et de sa légitimité, a le dernier mot dans un univers saturé, au sein duquel les plateformes jouent désormais un rôle non négligeable en ce qui a trait à la découverte de nouveaux auteurs, et ce, face à un lectorat qui se caractérise par une demande incessante de nouveautés et de changements. Il n'est sans doute pas exagéré d'établir une analogie entre le dispositif de sélection de nouveaux « talents », de renouvellement du vivier à l'œuvre sur

La plateforme d'autoédition Librinova au prisme de la reconfiguration de l'intermédiation littéraire

des plateformes telles que Librinova, et le travail qui était auparavant effectué par la frange de l'oligopole, ainsi que l'avait souligné Bernard Miège (1984) dans la postface de la seconde édition de *Capitalisme et industries culturelles*. L'auteur abordait cette question du renouvellement du vivier et l'attribuait aux membres des franges. Désormais, c'est aussi, et peut-être surtout, ce type de structures qui l'assure.

La plateforme Librinova a affiché, durant les trois premières années de son existence, des résultats négatifs. Ceux de 2017 et 2018 ne sont pas communiqués⁴¹. La première collecte de fonds d'un montant de 350 000 euros, effectuée en 2015⁴², puis la seconde, en 2017, d'un montant de 700 000 euros⁴³, ont permis d'amorcer en premier lieu la croissance, puis, en second lieu, de développer le logiciel à destination des éditeurs. Ce modèle d'affaires innovant maintient la reconnaissance du label éditorial, ce qui intéresse à la fois les éditeurs et les auteurs. Qu'en sera-t-il à l'avenir ? La chaîne du livre est encore certainement amenée à évoluer.

Pour finir, soulignons toutefois que le processus d'industrialisation et de marchandisation des biens symboliques auquel contribue Librinova, notamment dans le domaine des littératures de genre, n'est en rien nouveau. Même si le nombre d'exemplaires vendus ou le test éditorial de la présence du manuscrit sur la plateforme allège *a priori* la prise de risque, un livre issu de l'autoédition demeure un bien d'expérience (Bomsel, 2010) à l'instar des autres livres.

Références

- Alexandre, O, Noël, S. et Pinto, A. (2018). *Culture et (in)dépendance. Les enjeux de l'indépendance dans les industries culturelles*. Bruxelles, Belgique : Peter Lang
- Aubert, N. (2006), Hyperperformance et combustion de soi. *Études*, (10), 339-351.

⁴¹ <https://www.infogreffe.fr/entreprise-societe/793571886-librinova-750113B118220000.html> (page consultée le 15 janvier 2019)

⁴² *Next Finance* (2015, juin). Librinova lève 350 000 euros et confirme sa croissance. Repéré à <https://www.next-finance.net/Librinova-leve-350-000-euros-et>

⁴³ Oury, A. (2017, 28 septembre). La plateforme Librinova boucle une levée de fonds de 700 000 euros. *ActuaLitté*. Repéré à <https://www.actualitte.com/article/monde-edition/la-plateforme-librinova-boucle-une-leeve-de-fonds-de-700-000-euros/85047>

- Benchimol, D. (2019). Autopublication : un phénomène singulier par sa nature, son ampleur et ses acteurs. *Bibliodiversity*, (6), 70-83.
- Benghozi, P.-J. (2012). Enjeux et leçons des modèles d'affaires innovants de la culture. Dans P.-J. Benghozi, (dir.), *Entreprises culturelles et Internet : contenus numériques et modèles d'affaires innovants, Actes du séminaire GIS « Culture, Médias & Numérique »* (p. 11-26). Paris France : ministère de la Culture et de la Communication.
- Bessard-Banquy, O. (2018). De la relation auteur-éditeur. Entre dialogue et rapport de force. *A contrario*, (27), 79-96.
- Bomsel, O. (2010). *L'Économie immatérielle. Industries et marchés d'expérience*. Paris, France : Gallimard.
- Bouquillion, P., Miège B. et Mœglin, P. (2013). *L'industrialisation des biens symboliques : les industries créatives en regard des industries culturelles*. Grenoble, France : Presses universitaires de Grenoble.
- Bourdieu, P. (1977). La production de la croyance. Contributions à une économie des biens symboliques. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 13(1), 3-43.
- Bourdieu, P. (1999). Une révolution conservatrice dans l'édition. *Actes de la recherche en sciences sociales*, (126-127), 3-26.
- Bosser, S. (2015, avril). *Kindle Direct Publishing : perspectives et enjeux pour la plateforme d'autoédition d'Amazon en France*. Communication présentée lors du colloque De l'injonction de la créativité à sa mise en œuvre : quel parallèle entre monde de l'art et monde productif, MSH Ange-Guépin, Nantes.
- Bosser, S. (2019). L'auto-édition : un vecteur de biodiversité ? *Bibliodiversity*, (6), 4-14.
- Bullich, V. et Guignard, T. (2014). Les plates-formes de contenus numériques : une nouvelle intermédiation ? Dans L. Jeanpierre et O. Roueff (dir), *La culture et ses intermédiaires. Dans les arts, le numérique et les industries créatives* (p. 201-210). Paris, France : Éditions des Archives Contemporaines.
- Cisumano M. et Gawer A. (2002). *Platform Leadership*. Boston, MA : Harvard Business School Press.

La plateforme d'autoédition Librinova au prisme de la
reconfiguration de l'intermédiation littéraire

- Deseilligny, O. (2017). Reformuler les processus éditoriaux, déplacer l'imaginaire du best-seller ? Formes, conditions et mythologies du succès en contexte numérique. *FIXXION*, (15), 118-129. Repéré à <http://www.revue-critique-de-fixxion-francaise-contemporaine.org/rcffc/issue/view/25>
- Eco, U. (1965). *L'œuvre ouverte*. Paris, France : Le Seuil.
- Flichy, P. (2010). *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires*. Paris, France : Le Seuil.
- Foucault, M. (1969). *L'Archéologie du savoir*. Paris, France : Gallimard.
- Fouché, P. et Simonin, A. (1999). Comment on a refusé certains de mes livres. Contribution à une histoire sociale du littéraire. *Actes de la recherche en sciences sociales*, (126-127), 103-115.
- Hagiu, A. et Wright, J. (2014) Multi-Sided Platforms. Working Paper. Repéré à http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/15-037_cb5afe51-6150-4be9-ace2-39c6a8ace6d4.pdf
- Heinich, N. (2000). *Être écrivain. Création et identité*. Paris, France : La Découverte.
- Howe, J. (2009). *Crowdsourcing. Why the Power of the Crowd is driving the Future of Business*. New York, NY : Three Rivers Press.
- Jeanpierre, L. et Roueff, O. (dir.) (2014). *La culture et ses intermédiaires. Dans les arts, le numérique et les industries créatives*. Paris, France : Éditions des archives contemporaines.
- Legendre, B. (2010). Le primo romancier à l'épreuve de la fabrication de l'auteur : constructions et déconstructions. Dans M.-P. Luneau et J. Vincent (dir.), *La Fabrication de l'auteur* (p. 123-131). Québec, Québec : Éditions Nota bene.
- Lipovetsky, G. et Serroy, J. (2013). *L'Esthétisation du monde. Vivre à l'âge du capitalisme artiste*. Paris, France : Gallimard.
- Miège, B (1984). Postface. Dans A. Huet, J. Ion, A. Lefebvre, B. Miège et R. Peron (dir.), *Capitalisme et industries culturelles* (2^e éd. revue et augmentée) (p. 199-213). France, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.

- Mœglin, P. (2007). Des modèles socio-économiques en mutation. Dans P. Bouquillion et Y. Combès (dir.), *Les industries de la culture et de la communication en mutation* (p. 115-134), Paris, France : L'Harmattan.
- Mœglin, P. (2014). L'enseignement supérieur au défi du numérique – MOOC : de l'importance d'un épiphénomène. *Futuribles*, (398). Repéré à <https://www.futuribles.com/fr/revue/398/lenseignement-superieur-au-defi-du-numerique-mooc/>
- Ponge, F. (1976). *La rage de l'expression*. Paris, France : Gallimard.
- Revault d'Allonnes, M. (2012). *La crise sans fin*. Paris, France : Seuil.
- Pajou, J.-C. (2016). Un certain regard sur l'édition. *L'Observation du dépôt légal*, (9). Repéré à http://bbf.enssib.fr/matieres-a-penser/l-observatoire-du-depot-legal_66702
- Proulx, S. (2017). L'injonction à participer au monde numérique. *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, (20), 15-27.
- Sapiro, G. (2007). « Je n'ai jamais appris à écrire ». Les conditions de formation de la vocation d'écrivain. *Actes de la recherche en sciences sociales*, (168), 12-33.
- Sapiro, G et Rabot, C. (2016). *Profession ? Écrivain*. Paris, France : Le MOTif.