Les startups de l'auto-édition ont réponse à tous les maux des écrivains amateurs

De plus en plus plébiscitée par les Français·es, l'auto-édition s'ouvre doucement aux startups qui doivent jongler entre plusieurs rôles : conseiller, facilitateur et éditeur.

Temps de lecture : minute

11 novembre 2020

Republication d'un article d'août 2020

Si le confinement a poussé certain·e·s d'entre nous à dépoussiérer quelques livres de notre bibliothèque, le marché de l'édition accuse des pertes depuis quelques années. Selon les chiffres du Syndicat national de l'édition, le nombre d'exemplaires vendus a baissé de 2,25% entre 2017 et 2018. À l'inverse, l'auto-édition se porte plutôt bien. L'an dernier, elle a donné lieu à 19,6% des dépôts légaux effectués, révèle le rapport d'activité de la Bibliothèque nationale de France. Grâce aux récents succès de quelques auteurs et autrices comme Agnès Martin-Lugand (*Les gens heureux lisent et boivent du café*), Virginie Grimaldi (*Il est grand temps de rallumer les étoiles*) ou encore Amélie Antoine (*Fidèle au poste*), l'écriture semble un peu plus à la portée de toutes et tous.

L'auto-édition démocratise la publication d'un manuscrit par sa simplicité mais aussi par son prix. Un·e écrivain·e publié·e par une maison d'édition touche 5 à 12% (pour les plus grandes rock star de la littérature) du prix des ouvrages vendus contre 70% (hors taxe) pour les plumes auto-publiées avec un investissement de départ compris entre 50 et 90 euros pour un livre numérique. Mais derrière cette promesse de simplicité et de

grande accessibilité, se cache une réalité plus complexe à laquelle les startups tentent de répondre.

L'auto-édition, un marché pour les startups

Écrire un livre, quelque soit son genre littéraire, ne nécessite pas seulement d'avoir une belle plume et une bonne histoire. Le texte doit être corrigé, qu'on parle de l'orthographe mais aussi du fond (profondeur des personnages, cohérence, fluidité...). À cela s'ajoute la fabrication de l'ouvrage (numérique ou papier), sa diffusion auprès de librairies, de sites internet ou de magasins ainsi que sa promotion. On comprend alors pourquoi les maisons d'édition sont si frileuses à publier de nouveaux auteurs et préfèrent se focaliser sur des valeurs jugées "sûres".

Certaines startups comme Librinova ont compris le potentiel de ce marché assez tôt. Lancée en 2014 par Charlotte Allibert et Laure Prételat, l'entreprise "*propose de nombreux services (impression, correction, maquette de couverture...)*" et négocie des partenariats pour assurer une certaine visibilité à ses clients comme "*des séances de dédicaces chez Cultura ou des mises en valeur dans le magazine Livres Hebdo ou sur le site NetGallery*".

Passerelle entre l'auto-édition et l'édition, la startup joue également le rôle d'agent en facilitant la signature d'un contrat d'édition pour les auteurs dont les ventes dépassent les 1 000 exemplaires vendus. "*À ce jour, un auteur Librinova sur 50 est publié par une maison d'édition*" , explique fièrement Charlotte Allibert citant en exemple, "*Carène Ponte publiée aux éditions Michel Lafon, Delphine Giraud publiée aux éditions Fleuve ou encore Paul Ivoire publié aux éditions Gründ*". Au total, 4 000 auteurs sont déjà passés par Librinova pour sortir leur ouvrage, "*avec une grosse accélération ces dernières années : 1300 en 2019 et 120 à 150 livres par mois depuis le début de l'année 2020*". Plus globalement, le numérique s'insinue dans le monde de l'édition pour y insuffler un peu

plus de collaboration.

Avec le numérique, l'édition devient une expérience

Le monde de l'édition n'échappe pas au mouvement global de numérisation qui touche les entreprises. Loin de mettre à mal les livres, la technologie permet de faciliter le partage, notamment dans l'écriture. [DraftQuest](#) accompagne les auteurs et autrices en herbe dans leurs projets à travers un MOOC et des exercices d'écriture. [Inédits](#) facilite l'écriture collective entre différents auteurs. Si l'idée d'être dépossédé de son texte peut en pousser plus d'un à la réserve, d'autres, trouveront peut-être dans ce partage, une aide pour finir un projet ou l'enrichir grâce à d'autres contributeurs.

D'autres sites ouvrent tout simplement leurs bras aux écrivains pour leur fournir un espace d'expression créatif comme [We Love Words](#) qui permet à tous ceux qui le souhaitent de publier une chronique ou un texte. Pour se différencier sur ce marché, [Short Editions](#) mise uniquement sur des textes courts qu'il s'agisse de nouvelles, de BD ou de poèmes.

L'entreprise commercialise, par exemple, une borne à histoire courte comme on peut voir dans les gares. De son côté, l'école d'écriture [Les mots](#) propose des [ateliers](#) pour tout comprendre des rouages de l'auto-édition.

En instaurant de nouveaux codes et en proposant de nouvelles expériences, les startups tentent ainsi de renouveler, à petits pas, le monde de l'édition pour coller, non pas aux besoins des lecteurs et lectrices mais plutôt à celui des auteurs et autrices.