

L'AGENT LITTÉRAIRE EN FRANCE RÉALITÉS ET PERSPECTIVES

Étude réalisée par Juliette JOSTE, éditeur free lance, pour le MOTif

Juin 2010

Enquête menée de septembre 2009 à janvier 2010

En application de la réglementation en vigueur, il est interdit de reproduire cette étude intégralement ou partiellement, sur quelque support que ce soit, sans l'autorisation préalable écrite du MOTif ; cette étude ne peut faire l'objet d'aucune diffusion ou commerce sans l'autorisation préalable écrite du MOTif.

INTRODUCTION

« Usurier », « chacal », « parasite », « amant adultère » : l'agent littéraire se voit souvent affublé de qualificatifs peu amènes. Pourquoi cette hostilité ? C'est ce qu'a voulu chercher à comprendre cette enquête dans le monde mystérieux et redouté des agents.

Certains jugent d'ores et déjà que le temps de la guerre ouverte est révolu. Selon *Publishing Perspectives*, une *newsletter* consacrée à l'édition internationale, les agents littéraires français ont su faire évoluer l'édition et sont désormais bien acceptés¹. Cela n'a d'ailleurs rien de surprenant : en effet, l'agent littéraire est parfaitement entré dans les mœurs des pays occidentaux.

A y regarder de près, on constate cependant que l'implantation des agents reste lente et limitée. La France résisterait-elle à ce qui apparaît aux uns comme une dangereuse invasion, et aux autres comme un processus d'assainissement des mœurs éditoriales ?

Le premier à avoir ouvertement tenté d'imposer une activité de représentation d'auteurs à la fin des années 1980, François Samuelson, a dû se réorienter et développer une agence centrée sur l'audiovisuel. Depuis, à chaque épisode marquant une implantation des agents, la presse s'empare du « phénomène », oppose les points de vue et souligne le débat.

Il est aujourd'hui légitime de se pencher posément sur la question. L'édition change, se normalise et se concentre en pôles de profit axés sur la rentabilité à court terme. Les transformations en cours du côté du numérique complexifient les enjeux et mettent en question l'alliance traditionnelle entre les auteurs et les éditeurs. Certains auteurs développent un panel d'activités qui ne peut se satisfaire du schéma classique et émettent des revendications diverses, sur un plan individuel et collectif.

Il ne s'agit pas ici de prôner ou non un développement des agents littéraires. Celui-ci est engagé, même si le mouvement est progressif et l'explosion difficile à imaginer. Mais il est fondé de décrire le paysage des agents français et d'explicitier la résistance hexagonale en donnant la parole aux différents partenaires concernés. Enfin, la description des fonctions de l'agent permet d'aborder de façon pragmatique celle des relations entre auteur et éditeur.

En offrant un panorama des façons de faire et des possibles évolutions, des craintes et des attentes, cette étude vise à donner aux acteurs du secteur des éléments pour comparer et peut-être améliorer leurs pratiques, en tenant mieux compte de la fragilité des auteurs. Par souci de cohérence, nous avons centré notre enquête sur l'édition littéraire, tout en abordant également le domaine de la non-fiction.

¹ « French Literary Agents Stage a Quiet Revolution », Olivia Snaije, *Publishing Perspectives.com*, 15 décembre 2009.

Sur le sujet, les ressources disponibles en France sont essentiellement médiatiques. Il n'existe aucune étude de fond, universitaire ou livresque. A l'étranger, l'agent littéraire semble un non-sujet. Il fait l'objet de quelques mentions dans la presse lors d'événements particulièrement significatifs liés à des mouvements d'auteurs importants mais, de manière générale, la question de l'agent n'en est pas une. L'agent est là, il participe à la chaîne éditoriale à peu près comme le correcteur, le fabricant ou l'imprimeur.

Cette étude repose essentiellement sur des entretiens avec des professionnels : 91 entretiens en face à face², 13 réponses par mail et de nombreuses discussions téléphoniques. Les interlocuteurs ont été choisis afin de représenter un large panel mais l'échantillon ne saurait être rigoureusement représentatif. Les témoignages ont été recueillis au cours d'entretiens incluant des questions sur les habitudes de travail, le volume d'activité (entre éditeurs et agents), l'opinion de la personne concernée sur le sujet et son analyse du système éditorial.

En outre, un questionnaire sur le thème de « L'agent littéraire, fantasme ou avenir ? » a été adressé par mail à 100 écrivains français correspondant à un éventail aussi large que possible (selon le type de maison d'édition, le registre littéraire, le niveau de vente et de notoriété). Seul critère de sélection : avoir publié un texte littéraire en 2009. Ces auteurs n'étaient pas identifiés *a priori* comme ayant un agent littéraire : 29 ont rempli le questionnaire, 5 ont répondu sous forme rédigée, 66 n'ont pas répondu³.

Les points de vue, les descriptions et les commentaires sont bien entendu ceux d'acteurs engagés dans la défense de leur activité professionnelle. Le compte rendu qui en est fait ici vise à confronter les discours et à mettre en regard les pratiques, sans prendre position sur les écarts entre le dire et le faire. D'ailleurs, s'il ne reflète pas toujours la réalité, le discours sur les agents a une fonction performative ; il influe de manière assez significative sur la vie du secteur pour être considéré en tant que tel.

Si l'agent littéraire suscite des réactions aussi marquées, c'est sans doute parce qu'il intervient au plus intime du travail éditorial, au moment clé de la rencontre entre auteurs et éditeurs et de la négociation contractuelle. Le rôle de l'agent a à voir avec l'affect et l'argent, sujets sensibles et difficiles à exprimer. C'est pourquoi on trouvera ici moins des données chiffrées que des témoignages, assez nombreux toutefois pour dresser un inventaire précis des procédés, des exigences et des difficultés.

Le tableau est contrasté puisque, au-delà des réticences affichées, les pratiques réelles se détendent. Mais le discours globalement défensif envers les agents est,

² Voir en annexe la liste des entretiens réalisés entre septembre 2009 et janvier 2010, p. 108.

³ Les citations extraites des réponses au questionnaire ont été rendues anonymes, ainsi que les extraits d'entretiens quand cela a été explicitement demandé par la personne interviewée. Dans les cas où les citations sont extraites d'articles de journaux ou d'une autre source publique, les références sont indiquées en bas de page.

pour le meilleur ou pour le pire, un des freins à leur éclosion en France. En confrontant ici les opinions, on espère contribuer à dépassionner le débat et l'ouvrir sur la question, souvent abordée mais non traitée, de la valorisation de l'auteur dans la chaîne éditoriale.

Car l'agent, quant à lui, justifie son activité par la priorité accordée à l'auteur, créateur de valeur dans la production éditoriale, par la nécessité de lui accorder une place centrale et par la défense de ses intérêts. Réfléchir au rôle de l'agent conduit donc à s'interroger sur le statut de l'auteur, ses droits et ses besoins, sa professionnalisation souhaitable ou non, sa responsabilisation individuelle ou collective. A un moment où les mutations économiques et technologiques secouent sérieusement les équilibres installés, ces questions sont plus que jamais d'actualité.

I. DÉFINITION

Les multiples facettes de l'intermédiation

1. Définitions générales

A. L'agent

Selon le *Traité pratique d'édition* de Philippe Schuwer⁴, l'agent littéraire est « un indépendant, un solitaire tenant à sa liberté ». Il est l'interface entre auteurs et éditeurs, ou l'intermédiaire entre éditeurs pour la vente et l'achat de droits de traduction ou la négociation de coéditions. Professionnel indépendant ou attaché à une structure légère, l'agent littéraire négocie, au nom de celui qu'il représente (auteur, éditeur, voire autre agent), la cession des droits d'édition, des droits d'adaptation audiovisuelle et des droits dérivés, moyennant un pourcentage sur ces cessions (voir p. 13-14).

L'agent d'auteur, représentant direct de l'auteur auprès de ses partenaires, est le cœur de cette étude mais ce n'est pas, en France, l'acception la plus courante du mot « agent », où l'on connaît plutôt les agents artistiques. Comme les agents de sportifs et les agents de mannequins, ceux-ci sont en effet bien implantés. On répertorie un total de 692 agents artistiques titulaires d'une licence⁵. Il s'agit d'une fonction très développée, quoique assez tardivement. Alors même que le cinéma français a été très tôt un des plus dynamiques du monde, les agents n'ont commencé à s'imposer qu'à partir des années 1960, avec des managers, puis autour de Gérard Lebovici et de l'agence Artmedia dans les années 1970. Aujourd'hui, dans le monde de l'audiovisuel, tout transite par des agents.

Le métier d'agent artistique relève d'un statut précis auquel est associée la nécessité d'obtenir une licence⁶. Une proposition de loi (projet de loi enregistré à l'Assemblée nationale le 29 juillet 2009) vise d'ailleurs à supprimer cette licence et à la remplacer par une inscription non obligatoire sur un registre : une évolution juridique nécessaire pour mettre la loi en conformité avec la directive dite Bolkestein qui régit la libre circulation des services en Europe. Les syndicats d'artistes ont proposé d'introduire dans la loi une définition de l'agent artistique : « représentant d'un artiste chargé de la défense de ses activités et de ses intérêts professionnels en sa qualité d'artiste ». François Samuelson précise, en entretien, que les agents artistiques ont demandé à ce que perdure l'incompatibilité entre le métier d'agent et le métier de producteur, afin d'éviter le reproche d'être juge et partie.

Dans le domaine de l'écrit, en revanche, la fonction n'est pas encore banalisée. Parce qu'il y a moins d'argent en jeu, tout simplement ? C'est l'avis de Jean-Claude Zylberstein, éditeur et avocat. Des auteurs familiarisés avec les agents dans le domaine audiovisuel peuvent ne pas en souhaiter pour le livre. Un écrivain préfère ne pas répondre à notre questionnaire : « Je n'ai pas d'avis sur le sujet — pas d'avis parce qu'aucune connaissance du dossier. » Il est pourtant représenté par une

⁴ *Traité pratique d'édition*, Philippe Schuwer, éditions du Cercle de la Librairie, 2002.

⁵ Voir « Etude d'impact. Projet de loi relatif aux réseaux consulaires, au commerce, à l'artisanat et aux services », Sénat, juin 2009, p. 39.

⁶ Voir p. 17.

agence d'artistes renommée en tant que réalisateur, scénariste, auteur d'œuvres originales et acteur. Un agent le confirme, les écrivains « préfèrent que la littérature reste leur pré carré avec leur éditeur. Il y a une appréhension de part et d'autre. Les éditeurs craignent la surenchère financière, ou que les auteurs ne cèdent plus leurs droits d'adaptation, et les auteurs ont peur de perdre leur relation privilégiée avec leur éditeur. En réalité, la vraie question, c'est que les agents doivent montrer qu'ils apportent quelque chose de plus que les services de droits dérivés d'un grand éditeur, par exemple, ou encore, en amont, qu'ils sont en mesure de découvrir des talents littéraires, de les accompagner dans leur écriture et de les guider vers l'éditeur qui leur conviendra. Aux agents de prouver comment ils peuvent aider l'auteur sur ces plans⁷ ».

L'agent littéraire que l'on côtoie le plus couramment dans l'édition française est donc un intermédiaire dans le domaine du commerce des droits étrangers. Pour ce qui concerne le domaine français, le secteur de l'édition travaille dans l'immense majorité des cas sans agents. En revanche, d'autres pratiques et d'autres médiations sont usuelles et admises, notamment l'intervention de nombreux passeurs éditoriaux. La notion d'agent d'auteur *stricto sensu* est à part. C'est elle qui suscite questions et réticences en France. La profession est d'ailleurs mal connue ; nous n'avons recensé aucun ouvrage consacré au sujet, et seulement trois mémoires universitaires⁸.

Nous décrirons pages 53 à 88 (partie IV) les aspects du métier d'agent d'auteur que notre enquête nous a permis d'identifier, établirons la liste des agents recensés (annexe I, p. 91) et de leurs caractéristiques essentielles.

B. Les droits

Auteurs, éditeurs et agents négocient des droits patrimoniaux dont les auteurs sont propriétaires. En voici une brève synthèse.

• Droits dits premiers ou principaux

— Il s'agit des droits d'édition couverts par le contrat « par lequel l'auteur d'une œuvre de l'esprit ou ses ayants droit cèdent à des conditions déterminées à une personne appelée éditeur le droit de fabriquer ou de faire fabriquer en nombre des exemplaires de l'œuvre, à charge pour elle d'en assurer la publication ou la diffusion⁹ ». Ces droits incluent la première édition, les réimpressions et les nouvelles éditions.

— Droits d'adaptation audiovisuelle : depuis la loi de 1985, ces droits sont également considérés comme premiers mais font l'objet d'un contrat négocié et établi indépendamment du contrat d'édition.

• Droits dits seconds, annexes, dérivés

L'usage courant tend, par extension, à rassembler tous les droits qui ne sont pas premiers sous ces divers libellés. L'essentiel est de distinguer les droits premiers

⁷ Sauf mention contraire, les citations sont issues des entretiens dont la liste figure en annexe.

⁸ Voir bibliographie, p. 103.

⁹ Article L. 132-1 du Code de la propriété intellectuelle.

des autres qui, intégrés au contrat d'édition et précisément listés, concernent les exploitations d'autres éditions que l'édition d'origine. Ils couvrent pour l'essentiel :

— Droits de traduction (ou « droits étrangers »)

— Droits de reproduction sur support graphique, en particulier éditions poche, club, luxe, illustrées, dans d'autres collections et, en totalité ou en partie, dans des journaux ou périodiques

— Droits d'adaptation et de traduction sur des supports non imprimés, notamment en vue d'une exploitation radiophonique, et de reproduction sur tout support d'enregistrement magnétique, analogique, etc. (CD-Rom, DVD, etc.)

— Droits d'adaptation sous forme d'œuvre multimédia ou d'intégration dans une œuvre multimédia

— Droits de représentation, notamment théâtrale, et de « reproduction sonore¹⁰ » (exemple : lectures publiques)

— Droits numériques : aujourd'hui souvent inclus aux contrats au titre de droits seconds, il y a toutefois discussion au sujet de savoir s'ils ne doivent pas être considérés comme des droits premiers (voir p. 86).

• ***Droits de reprographie, de prêt en bibliothèque, de copie privée***

Ces droits, qui figurent dans les contrats (l'auteur cédant à l'éditeur le « droit de percevoir et de faire percevoir » les rémunérations correspondantes), sont néanmoins des « exceptions aux droits patrimoniaux¹¹ » dans la mesure où ni les auteurs ni les ayant-droits ne peuvent s'y opposer ; mais ils en perçoivent une rémunération d'après les modalités mises en œuvre par les sociétés de gestion collective agréées (Centre français de reprographie — CFC — pour le droit de reprographie, Société française des intérêts de l'auteur de l'écrit — SOFIA — pour le droit de prêt et la part du livre pour copie privée numérique).

2. Les agents « étrangers »

Parfaitement intégrés au système éditorial, ce sont des intermédiaires incontournables dans le domaine des échanges internationaux.

A. Missions

• ***Les co-agents***

Ceux que l'on appelle indifféremment *co-agents*, *sub-agents* ou *sous-agents*, représentent des agences ou des éditeurs étrangers qui leur confient la gestion de

¹⁰ Voir le modèle de contrat d'édition de la SGDL, téléchargeable sur le site de la SGDL.

¹¹ Voir Emmanuel Pierrat, *Le Droit d'auteur et l'édition*, chapitre « Les Exceptions aux droits d'auteur », éditions du Cercle de la librairie, 2005.

leurs titres pour la cession des droits de traduction en langue française. Autrement dit, les co-agents *vendent* des droits de traduction en français.

En France, cinq co-agents se répartissent peu ou prou le marché depuis des décennies : La Nouvelle agence, l'agence Michelle Lapautre, l'agence Lora Fountain & Associates, l'agence Eliane Benisti et l'agence Hoffmann. Deux nouvelles venues sont à signaler : l'agence Anna Jarota et L'Autre agence, créée en 2009 par Corinne Marotte.

Les co-agents sont rémunérés à la commission sur les cessions effectuées (10 % la plupart du temps, parfois 15 % s'ils travaillent directement pour une maison d'édition).

A l'inverse, les éditeurs français sont amenés à collaborer avec des co-agents à l'étranger pour la vente de leurs propres titres en vue de leur traduction, en particulier lorsqu'ils ne sont pas dotés d'un service de droits étrangers intégré.

Enfin, mentionnons deux agences spécialisées dans la cession des droits de traduction d'ouvrages français : le Bureau des copyrights français, situé à Tokyo, et la French Publishers' Agency, bureau new-yorkais du Bureau international de l'édition française (BIEF), organisme qui rassemble des éditeurs et a le soutien des ministères de la Culture et des Affaires étrangères.

• *Les scouts*

A l'inverse du co-agent, qui commercialise des droits, le *scout* repère et participe à l'acquisition des droits de traduction d'ouvrages français pour le compte d'éditeurs étrangers. Etant sur place, le *scout* est en première ligne pour identifier rapidement les ouvrages intéressants ou porteurs. Il offre à son client étranger la garantie de ne pas passer à côté de « bons » projets, voire, dans certains cas, la possibilité d'acquiescer les droits avant que la concurrence ne se manifeste.

Les *scouts* travaillent en général pour plusieurs éditeurs de différents pays. Ils sont rémunérés forfaitairement, en fonction « de la taille des marchés et de l'ancienneté dans la maison », selon l'un d'eux.

Nous en avons recensé 14 en France¹².

B. Implantation

Scouts et co-agents sont, pour les éditeurs français, des intermédiaires incontournables, reconnus et estimés.

On peut néanmoins s'interroger sur l'avenir de ces professionnels dans une phase de concentration et de réduction des coûts. Les grands groupes d'édition mondiaux ont tendance à favoriser leurs filiales à l'étranger, voire à imposer une priorité à ces filiales dans la vente des droits. Politique contestée car, en freinant la concurrence, elle amène à céder à moindre coût et même à brader les droits. Cela n'est ni dans l'intérêt de la maison, ni dans celui des auteurs, selon la co-agent Lora Fountain. En outre, grâce aux facilités de communication liées aux nouvelles technologies, certaines agences et certains éditeurs anglais et allemands ont récemment estimé qu'ils étaient assez proches du marché français pour se passer des services d'un co-agent et faire l'économie de sa commission. Ils jugent que les

¹² Kerstin Behre, Feng Chen, Hella Faust, Béatrix Foisil, Bettina Foulon, Sabine Fontaine, Fabio Gambaro, Zéline Guéna, Tina Hegeman, Verena von der Heyden Rensch, Frédéric Maria, Marie-Pierre Robert, Cristian di Stefano, Alain Timsit.

best-sellers sur lesquels le secteur tend à se concentrer se vendent de toute façon à l'étranger, avec ou sans co-agent.

De leur côté, les co-agents expliquent que, pour prospecter le fonds ou la *midlist*¹³, il faut un suivi précis et persévérant, de sorte que tout gérer en direct, depuis l'étranger, induit un manque à gagner et réduit le nombre de cessions. Grâce à son réseau de contacts dans les maisons d'édition, le co-agent est, comme le *scout*, « une précieuse source de renseignements sur le marché où il opère, sur le paysage éditorial et ses mutations », explique Claire Roberts, agent pour l'international chez Trident Media Group : il effectue un contrôle radar permanent des différents secteurs éditoriaux. Enfin, le co-agent gère l'aspect administratif ; il fait le suivi des paiements et de l'administratif (double imposition, etc.).

La profession s'accorde à juger que ces intermédiaires qui connaissent le marché sont essentiels à la bonne marche des affaires internationales, et qu'en dépit des restrictions actuelles liées à la crise, ils devraient le rester.

D'où ce paradoxe, souvent souligné : les éditeurs français sont familiers des agents puisqu'ils signent régulièrement avec eux des contrats de cessions de droits, ce qui ne les empêche pas d'être réticents lorsqu'il s'agit de collaborer avec des agents d'auteurs français. Noëlle Mouska, agent (Alnovas), explique : « Je suis très bien reçue comme représentant d'éditeurs. En revanche, avec la casquette d'agent d'auteurs, c'est plus difficile. » Plusieurs co-agents exercent d'ailleurs également les fonctions d'agent d'auteurs. Bien acceptés dans leurs premières fonctions, ils le sont plus facilement dans les secondes.

3. Autres intermédiaires éditoriaux

L'édition travaille également avec un solide maillage d'intermédiaires qui, à en croire certains professionnels, rendent en bonne partie les agents inutiles. L'édition française fonctionne comme un réseau de communication très efficace.

De fait, le pourcentage de titres publiés après être arrivés directement au service des manuscrits des éditeurs est réputé très faible. La plupart des ouvrages retenus parviennent à l'éditeur par recommandation, c'est-à-dire par le biais d'un intermédiaire, agent ou pas, rémunéré ou non.

A. Les intermédiaires travaillant pour les éditeurs

Directeurs de collections, apporteurs d'affaires, éditeurs extérieurs, packageurs, lecteurs, conseillers, traducteurs et auteurs servent d'antenne. Ils proposent, recommandent et apportent des titres aux éditeurs. Pour les directeurs de collection, la rémunération s'effectue sous forme d'intéressement à la vente et prévoit un à-valoir. Pour les apporteurs, la rémunération, modeste, peut être un à-valoir sur droits ou bien un forfait. Les lecteurs en revanche sont souvent salariés.

De nombreux apports sont effectués à titre gracieux : tel auteur recommande un manuscrit, tel journaliste suggère à quelqu'un le nom d'un éditeur... L'éditeur Paul Otchakovsky-Laurens est opposé à la rémunération des apporteurs : « Quant à apporter un manuscrit à un éditeur, on le fait pour la beauté du geste. Si on me

¹³ Emprunté à l'édition américaine, ce terme désigne les livres qui ne sont ni les nouveautés bénéficiant d'un budget promotionnel important (*frontlist*), ni les livres de fonds (*backlist*).

demandait une commission pour avoir apporté un manuscrit, je dirais non.» Stéphane Million, éditeur, déclare avoir confié certains de ses auteurs à des maisons plus importantes. Il rejette absolument toute idée de rémunération, et, plus généralement, d'agent : « J'appelle ça de l'amitié. J'ai "aidé" des auteurs avec qui j'avais fait un peu de chemin et cela me paraît normal de leur souhaiter la meilleure route possible. »

Rémunérés ou non, ces apports participent à l'activité éditoriale. Lorsqu'ils sont gratuits, on peut se demander s'ils ne s'intègrent pas pour partie à une économie informelle visant à souder les liens interpersonnels et à organiser les rétributions indirectes, contreparties sous forme de reconnaissance et de gratification symbolique dont le rôle n'est pas négligeable.

En tout état de cause, les apporteurs remplissent en partie une des fonctions de l'agent, celle de filtre éditorial. Mais leur rôle s'arrête là, et ils n'interviennent plus entre auteurs et éditeurs. Mathias Lair-Liaudet, secrétaire général de l'Union des écrivains, témoigne des difficultés qui en résultent : « Des apporteurs d'affaires sont venus me chercher. A l'arrivée, cela m'a valu beaucoup de problèmes car je n'avais pas d'interlocuteur chez l'éditeur. Impossible de connaître mes tirages, par exemple ! Avec ce genre d'intermédiaire, l'éditeur externalise ses fonctions : le directeur de collection est alors, en quelque sorte, un éditeur *free lance* qui se trouve mis en concurrence interne avec ses collègues, et dont la maison d'édition peut se séparer quand elle le veut. »

L'apporteur repère donc projets, titres, auteurs. Ensuite, même s'il n'a pas de fonction officielle, il peut être une courroie de transmission des doléances de l'auteur, sans pour autant avoir le pouvoir d'intervention de l'agent.

B. Les intermédiaires travaillant pour les auteurs

Ils sont avocats, conseillers éditoriaux, coachs littéraires, ayants droit d'auteurs décédés. Le métier d'avocat et celui de conseiller littéraire ont des points communs avec celui d'agent.

• Les avocats

Avant la négociation avec l'éditeur, un avocat peut offrir à un auteur un service de conseil qui se rapproche de l'aspect juridique du métier d'agent. Toutefois, les avocats d'auteurs sont censés être de simples conseillers. « Ils n'ont pas le droit de mener des négociations commerciales, ils sont sollicités par les auteurs pour comparer les contrats et les propositions », explique l'avocat Emmanuel Pierrat. Il précise que l'avocat intervient en amont du contrat, pour l'évaluer. Son intervention se limite à cela, il n'a pas le rôle de conseiller artistique de l'agent. Sa rémunération se fait sur la base d'une convention d'honoraires, forfaitairement, mais un pourcentage peut être attaché à ce forfait.

Jean-Claude Zylberstein, qui s'est occupé de nombreux auteurs, et notamment des affaires de Françoise Sagan, estime que le recours à un avocat pour expertiser un contrat est peu répandu chez les écrivains. « En France, dit-il, le droit est un savoir réservé et les avocats ont une image assez rébarbative, on va les voir par obligation, alors que l'agent bénéficie d'une image plus positive. » Marie-Josée Benazeraf, avocate, précise que « les avocats d'auteurs sont surtout des avocats de

contentieux, plutôt que des gens qui signent des contrats. Si les auteurs ne sont pas connus, ils se renseignent sur leur contrat auprès de la Société des gens de lettres. »

Les avocats sont donc surtout sollicités en cas de conflit. Paul Otchakovsky-Laurens les juge utiles « pour mettre les éditeurs devant leurs responsabilités en cas de problème ».

La situation pourrait changer si la réglementation évoluait afin de permettre aux avocats de devenir agents de sportifs ou d'artistes. Les professionnels du droit souhaitent cet élargissement et, selon un récent rapport remis au président de la République, « le souhait d'une majorité d'avocats de rendre compatible leur profession avec celle d'agent sportif et agent artistique est raisonnable¹⁴ ».

• *Les conseillers littéraires*

Le conseiller littéraire remplit quant à lui un rôle éditorial qui relève également des attributions de certains agents. C'est en quelque sorte un éditeur indépendant rémunéré forfaitairement par l'auteur lui-même.

Le journal *Le Monde* a récemment consacré une page entière au « coaching littéraire¹⁵ ». Comme les cours de *creative writing* et autres formations personnelles à l'écriture, la fonction de coach littéraire est à ce jour encore moins établie que celle d'agent.

Ancienne lectrice aux éditions Gallimard, Anne-Sophie Monglon a créé en mars 2009 une agence de conseil littéraire : « J'avais remarqué que des auteurs intéressants ne pouvaient pas progresser ni avoir de chance d'être publiés faute de retour sur leur texte. Je leur propose cette lecture éditoriale, ce que font aussi les agents au sens anglo-saxon du terme, mais, contrairement à ces derniers, je n'effectue pas de sélection préalable et je précise que je ne cherche pas à faire publier les manuscrits. » Certains de ses clients n'ont jamais été publiés : « Comment décréter que les vrais écrivains sont ceux qui sont publiés, pas les autres ? Parmi les textes refusés, certains méritent un travail et peuvent devenir publiables. » Mais des auteurs déjà publiés viennent également la voir après s'être vu refuser des manuscrits : « Il y a une incompréhension, une barrière qui s'installe entre eux et leur ancien éditeur, la discussion n'est pas possible et les gens se sentent très seuls. »

Sur le travail des intermédiaires de l'édition, Anne-Sophie Monglon explique : « L'édition entretient le mythe romantique de l'artiste inspiré. Plus le travail des intermédiaires est discret, mieux c'est pour tout le monde. »

4. L'agent d'auteur

A. Les fonctions

Au sens le plus étroit du terme, l'agent littéraire est mandaté par des auteurs pour assurer l'intermédiation avec leurs éditeurs et leurs différents partenaires. Il assure

¹⁴ « Rapport sur les professions du droit », rapport auprès du président de la République, dirigé par Jean-Michel Darrois, mars 2009, p. 47.

¹⁵ « La France adoptera-t-elle le “coaching littéraire” ? », Florence Noiville, *Le Monde*, 13 novembre 2009.

en premier lieu la négociation, la cession et le suivi des droits d'édition, et peut selon les cas être également chargé des droits audiovisuels et de tout ou partie des droits dérivés, dans la plupart des cas en priorité les droits de cession à l'étranger.

Les services offerts par l'agent peuvent s'étendre aux activités suivantes :

- sélection des manuscrits
- travail éditorial
- recherche d'éditeurs
- négociation
- établissement du contrat
- suivi des comptes
- suivi du marketing, de la communication
- conseil

Ces fonctions et ces domaines d'intervention seront plus précisément décrits dans la partie intitulée « A quoi servent les agents ? » (p. 53-88).

B. Combien sont-ils ?

Nous avons recensé une vingtaine d'agences ouvertes à la représentation d'auteurs français dans le domaine de la littérature générale. Parmi celles-ci, certaines s'occupent aussi de l'audiovisuel, certaines de l'étranger, certaines prennent en charge l'ensemble de ces activités. On trouvera en annexe un tableau répertoriant les agents que nous avons pu dénombrer et qui agissent pour le compte d'auteurs français¹⁶.

C. Combien d'auteurs sont représentés par des agents ?

Combien y a-t-il d'auteurs en France en 2009 ? Cela reste délicat à déterminer très précisément. Ce nombre est estimé à 55 000 dans le « Livre 2010 » (Sophie Barluet) et le rapport Gaymard¹⁷. D'après l'AGESSA, les auteurs affiliés¹⁸ à cet organisme (qui « recouvre pour le compte des organismes de sécurité sociale les cotisations et contributions dues sur les rémunérations artistiques », comme il se définit lui-même), sont près de 11 000, dont 2 038 écrivains, 1 388 illustrateurs et 877 traducteurs ; 62 % vivent en Ile-de-France¹⁹. Les auteurs assujettis franciliens étaient au nombre de 84 503 en 2008, sur un total de 228 000.

Quant au nombre d'auteurs avec agents, il est là aussi difficile de l'évaluer, ne serait-ce que d'établir une moyenne. Certains auteurs peuvent être représentés pour certains titres, mais pas pour l'ensemble de leur œuvre, ou pour une partie de leurs droits seulement. Sachant que nous avons pu quantifier, pour une vingtaine

¹⁶ Annexe I, p. 91.

¹⁷ « Situation du livre. Evaluation de la loi relative au prix du livre et questions prospectives » remis par Hervé Gaymard à la ministre de la Culture et de la Communication, mars 2009, p. 25.

¹⁸ Et donc qui exercent leur activité d'auteur à une hauteur suffisante pour atteindre le seuil minimal d'affiliation à l'AGESSA (7 749 € annuels), par différence avec les auteurs « assujettis », c'est-à-dire toute personne percevant des droits d'auteurs sur lesquels sont prélevés *via* l'AGESSA, à la source, de faibles taux de cotisations et contributions.

¹⁹ Source AGESSA (www.lemotif.fr/fr/ressources-professionnelles/droit-gestion-fiscalite/vous-etes-auteur/sub-a/bdd/article/45).

d'agences, le nombre d'auteurs français qu'elles représentent (voir annexe I, p. 91) et que ce nombre varie entre un et une quarantaine, on peut considérer que ces auteurs sont, au total, environ 250-300. Ce chiffre, quoi qu'il en soit, est certainement dérisoire en regard du nombre total des auteurs.

D. Le recrutement des auteurs

Combien d'auteurs un agent peut-il, doit-il représenter ? Il n'y a pas de chiffre idéal, tout dépend des services proposés et de la taille de l'agence.

Le mode de « recrutement » des auteurs et les critères de sélection sont également très variables. Dans les pays où le système des agents est très développé, il est courant pour les agents de refuser les « *unsolicited manuscripts* », les manuscrits non sollicités. En France, l'envoi de manuscrits reste possible, même si la recommandation et la cooptation jouent un rôle essentiel. En tout état de cause, dans ce processus, la position de l'auteur est la même envers l'agent qu'envers l'éditeur : il sollicite puis espère être choisi.

Tous les professionnels se défendent de toute forme de démarchage. Virginia Lopez-Ballesteros déclare n'avoir démarché qu'un seul auteur, les autres lui arrivant directement grâce à son site Internet : « Je reçois de nombreux mails d'auteurs français. Je trie beaucoup sur synopsis et en fonction de la lettre d'accompagnement. » Les agents insistent sur la dimension affective de leurs choix. Un catalogue d'agence ressemble à celui qui l'a constitué.

E. Le mandat

Le mandat, c'est le contrat entre l'agent et l'auteur, en vertu duquel l'agent est officiellement mandaté pour représenter l'auteur pendant une période et pour un volant d'activités donnés. Il habilite notamment l'agent à percevoir pour l'auteur les montants dus par les sociétés de répartitions des droits.

La pratique de l'agent est si peu développée en France qu'il n'existe pas de modèle type. Pierre Astier explique avoir dû faire créer un mandat standard en s'inspirant d'un modèle américain. Son mandat indique que, pendant une période de 18 mois, auteur et agent s'engagent mutuellement et de façon exclusive pour un ou plusieurs titres. Chez Catherine Winckelmuller, qui représente des auteurs de l'écrit et de l'audiovisuel, le mandat est en général valable 3 ans et renouvelable par reconduction tacite. Virginia Lopez-Ballesteros, qui, depuis Madrid, représente des auteurs français et espagnols, précise que le mandat peut inclure la possibilité pour l'agent de signer par procuration. Le contrat de l'agence Nurnberg, explique l'agent Claire Nozières, « est fluide et très court. Il fixe le pourcentage et les domaines d'intervention mais il n'y a pas de mention de durée ».

F. Conditions commerciales

La profession n'ayant pas de statut officiel, l'agent littéraire fixe sa commission à son gré. Cela le distingue de l'agent artistique, dont la commission est statutairement réglementée à 10 %.

Dans la pratique, la commission des agents d'auteur est en général :
— sur les droits couverts par le contrat d'édition, entre 10 et 15 %

- sur les adaptations audiovisuelles, 20 %
- sur les cessions de droits étrangers, 20 % (pourcentage en général partagé entre l'agent et le co-agent).

A noter toutefois que certaines agences peuvent ajouter des frais divers susceptibles de substantiellement modifier leur coût pour l'auteur : photocopies, frais postaux, frais téléphoniques par exemple.

5. Des profils différents

Autant d'agents, autant d'auteurs, autant de modes de fonctionnement. C'est vrai dans le monde entier et *a fortiori* en France, où la difficulté à s'implanter a conduit les agents à imaginer des modèles spécifiques. Les agents peuvent représenter la totalité du patrimoine d'un auteur ou bien seulement certains titres, territoires ou domaines. Il est impossible d'établir un schéma général, les situations sont très variables.

A. Formation

Selon Bertrand Legendre, responsable du master d'édition de l'université Paris-XIII, et Hélène Védrine, en charge du master d'édition à Paris-IV, il n'y a pas de formation spécifique au métier d'agent et la profession ne fait l'objet d'aucun enseignement particulier dans les programmes existants. Bertrand Legendre précise que la question est abordée au fil des cours sur les droits étrangers, les coéditions et les marchés internationaux — autrement dit uniquement sur le plan international.

Dans les faits, les agents sont pour la plupart d'anciens éditeurs (Pierre Astier, Noëlle Mouska, Catherine Winckelmuller...) ou responsables des droits étrangers et dérivés (Susanna Lea, Sandrine Paccher...). « J'étais directrice de collection. Ce sont les auteurs qui m'ont dit de devenir agent », raconte Catherine Winckelmuller.

A l'étranger, on rencontre aussi beaucoup d'anciens éditeurs parmi les agents. Choix contraint ou choix voulu, difficile de trancher sur la foi des témoignages. Dans les pays anglo-saxons notamment, on devient souvent agent après avoir été... agent : on commence en général par travailler pour une agence, puis on devient associé et enfin, lorsqu'on a un portefeuille d'auteurs suffisant, on préfère en général faire scission et créer sa propre structure plutôt que d'avoir à partager sa commission.

En France, on est loin de ce fonctionnement. Il existe, certes, des agences, mais c'est leur personnalité fondatrice qui en est l'incarnation exclusive. Même si plusieurs « agents » travaillent pour Intertalent, pour La Nouvelle agence (4) ou encore pour l'agence Pierre Astier (4), dans ces trois cas les figures identifiées sont François Samuelson, Mary Kling et Pierre Astier.

B. Qualités requises ?

Les compétences requises sont larges et diverses, comme le profil de l'agent littéraire : sens littéraire et commercial, regard juridique, sens des relations publiques et de la diplomatie...

Comme l'éditeur, l'agent doit « savoir lire beaucoup et vite (une vingtaine de manuscrits par semaine), être diplomate et ne pas avoir peur de ses choix », selon Marie-Sophie du Montant²⁰. Comme l'éditeur toujours, le bon agent sait d'instinct détecter le talent sous une écriture en gestation ou bien, dans un axe plus commercial, il a le sens de l'air du temps, le flair de ce qui marche... En outre, l'agent doit bien connaître le marché, la structure de l'édition et ceux qui la font avec leurs spécificités, leurs goûts, leurs attentes. Il doit avoir la rigueur nécessaire pour l'expertise précise d'un contrat et d'un package éditorial.

Au fil de cette enquête, les personnalités croisées se sont avérées d'une grande richesse, côté éditeurs comme côté agents. Comme les grands éditeurs, les grands agents sont des passeurs cosmopolites et passionnés.

C. L'axe droits étrangers

Certaines agences axent leur offre sur un savoir-faire au niveau international. C'est le cas de Susanna Lea Associates, dont le *motto* est : « *Published in Europe, read by the world* » (publié en Europe, lu dans le monde entier). La cession des droits de traduction est son axe majeur, surtout dans le sens du français vers les langues étrangères.

C'est aussi le cas des co-agents qui, eux, représentent des titres étrangers pour en céder les droits en France et associent à cette activité la représentation d'auteurs, comme l'agence Hoffmann, l'agence Lora Fountain & Associates, ou encore La Nouvelle agence. Ce double ancrage est très utile car il donne aux co-agents une vision globale des maisons, de leurs différents départements et de leurs points forts.

Il arrive que des auteurs prennent un agent pour les droits étrangers seulement, voire effectuent un découpage pays par pays. Tel écrivain installé aux Etats-Unis peut ainsi choisir d'avoir son propre agent pour la langue anglaise.

D. L'axe audiovisuel

Pour les agents, avoir un pied dans le monde du cinéma est un atout majeur. Beaucoup de professionnels s'accordent à dire que c'est son activité audiovisuelle qui rend l'agence de François Samuelson particulièrement attractive. Catherine Winckelmuller, qui représente surtout des auteurs de l'audiovisuel, parmi lesquels certains écrivent également pour l'édition, confirme : « J'ai un bon contact avec les éditeurs car ils sont intéressés par la cession des droits audiovisuels. »

Des agents comme Tiffany Breuvert, qui représente notamment Karine Tuil et certains titres d'Éliette Abécassis, ou Pascale Kramer, qui travaille avec des éditeurs, se concentrent exclusivement sur les cessions de droits audiovisuels.

Comme pour l'étranger, certains auteurs, célèbres ou non, ont un agent pour les droits audiovisuels. Emmanuel Carrère est représenté par François Samuelson pour les adaptations de ses livres et comme scénariste.

E. La représentation d'éditeurs

L'agent d'auteurs peut également se faire agent d'éditeurs, c'est-à-dire proposer un service de droits dérivés externalisé. Dans les pays où le système éditorial repose

²⁰ « Rentrée littéraire : l'agent, le joker des écrivains ? », David Servenay, *Rue89*, 9 septembre 2008.

sur les agents, l'agent peut également être agent d'agents, c'est-à-dire assurer la représentation à l'étranger d'agences plus concentrées sur leur marché local. Ainsi, l'agence Andrew Nurnberg Associates, située à Londres, représente des auteurs, des agences et, accessoirement, des éditeurs.

Faire appel aux services d'un agent peut être une alternative pour les petites maisons dépourvues d'un service de droits dérivés. Ainsi, la représentation à l'étranger de *L'Origine de la violence*, de Patrice Humbert, a été confiée à l'agence Nurnberg par son éditeur, les éditions du Passage. Des maisons plus importantes et dotées d'un service de droits dérivés peuvent également choisir de sous-traiter une partie de leur production. Si un auteur exprime son insatisfaction concernant les cessions de droits, travailler avec un agent extérieur peut permettre de répondre à sa demande et d'éviter qu'il soit tenté de solliciter une maison concurrente si elle lui paraît plus efficace.

L'intérêt croissant pour l'international a en outre suscité l'émergence d'un nouveau type d'agences dédiées à la représentation d'éditeurs à l'étranger. C'est l'objectif de Phi-Anh Nguyen avec La Petite agence, orientée vers la jeunesse, ou de Sylvain Coissard, tourné vers la BD, ou de l'agence littéraire Galtier-Roussel, généraliste. D'autres sont spécialisés par territoire : ainsi l'agence Wandel-Cruse représente des éditeurs et des auteurs dans les pays scandinaves et aux Pays-Bas (ainsi que des auteurs scandinaves en France), et Anastasia Lester représente des éditeurs français en Russie et des auteurs russes en France.

Pour les agents d'auteurs, la représentation d'éditeurs est une façon d'élargir leur offre et d'accéder à des titres au fort potentiel international. L'activité peut être un complément financier non négligeable, comme l'explique Virginia Lopez-Ballesteros : « Un auteur publie au maximum un ouvrage tous les deux ans ! Aucune agence ne peut survivre financièrement en représentant seulement des auteurs, alors il faut combiner les deux. (...) Quand je représente un éditeur pour ses droits étrangers, l'auteur a 60 % des droits, l'éditeur 20 % et moi 20 %, que ce soit moi ou l'éditeur qui ait vendu. »

L'activité d'agent d'éditeur pallie donc utilement des lacunes de part et d'autre. Mais elle soulève des questions. Ainsi, lorsqu'un éditeur non équipé pour les droits dérivés fait appel à un agent, tous les auteurs de son catalogue sont-ils vraiment représentés ? En accord ou non avec l'éditeur, l'agent risque d'effectuer une sélection pénalisante pour certains titres. Sur le site de l'agence Susanna Lea Associates, il est bien précisé : « Nous ne pouvons prendre en considération que des projets spécifiques et pas l'ensemble d'un catalogue. »

Certains agents soulignent en outre que représenter à la fois des auteurs et des éditeurs génère une dangereuse confusion et peut susciter des conflits d'intérêt : comment être à la fois en position de vendeur pour une maison et de représentant d'un auteur vis-à-vis de cette même maison ?

F. Les faux agents

Pour être agent littéraire, comme pour être agent immobilier, il suffit d'une carte de visite. Rien de plus simple que de s'autoproclamer professionnel d'un métier libéral sans cadres ni statut. Il est également facile d'abuser de l'intitulé pour proposer des services peu quantifiables, et obtenir une certaine visibilité grâce à un site internet.

C'est ce qui a été reproché à L'Agence littéraire, dirigée par Andres Alessandrini

et Emmanuel de Magnac. Bien référencée sur le Net et aisément repérable grâce à son nom, elle a fait l'objet d'attaques en justice qui l'ont, semble-t-il, conduite à fermer ses portes. Son principe : un forfait à régler d'emblée par l'auteur sans aucune garantie de trouver un éditeur. Selon les témoignages, les montants déboursés et non remboursables allaient de 900 à 3 000 euros. Agence à compte d'auteur ou vraie arnaque, son fonctionnement relevait en tout état de cause d'un schéma aberrant car l'agent professionnel est en fait rémunéré à la commission sur les ventes effectuées.

A noter qu'un site américain, Preditors and Editors, qui se veut « un guide sur les éditeurs et les activités éditoriales destiné aux écrivains sérieux », se charge de lister les agents malhonnêtes — mais aussi les éditeurs, les journaux et autres intervenants dans le monde du livre²¹.

6. L'agent, un intrus dans la chaîne du livre ?

A. Statut

La profession d'agent littéraire s'exerce librement, sans cadre ni réglementation spécifique.

Certains agents, comme François Samuelson ou Catherine Winckelmuller, exercent avec le statut d'agents artistiques²². D'autres se déclarent auto-entrepreneurs, free-lance, ou profession libérale.

On peut se demander si l'absence de statut et la variété des modalités d'exercice du métier d'agent ne nuit pas à la cohérence et au « sérieux » de la profession. Catherine Winckelmuller juge que « cela renforcerait les agents littéraires s'ils étaient réglementés. Cela participerait à la reconnaissance de la profession en France ».

B. Associations

Une association, le Syndicat des représentants littéraires indépendants français (SRLIF), a regroupé les agents littéraires en exercice entre les années 1970 et 1990. Elle a longtemps été présidée par l'agent Boris Hoffman. Son frère, Georges Hoffman, agent lui aussi, explique que, sans que sa disparition soit officielle, elle n'est plus en activité.

En revanche, les agents d'artistes sont rassemblés dans le Syndicat national des agents artistiques et littéraires (SNAAL), présidé par Elisabeth Tanner. En Espagne et aux Etats-Unis, où les agents sont depuis longtemps établis, ils sont fédérés en associations. La première société d'agents américaine, la Society of Authors' Representatives, est née en 1928. Après avoir fusionné avec The Independant Literary Agents Association, elle est devenue, en 1991, l'Association of Authors' Representatives.

Comme pour le statut, on peut se demander si l'existence d'une association fédérant les agents d'auteurs français ne permettrait pas de leur donner une voix et une respectabilité.

²¹ pred-ed.com

²² Voir p. 5.

C. L'absence de place des agents dans le secteur

Pour les instances publiques, l'agent n'a pas de place officielle, et il n'est pas répertorié comme un maillon de la chaîne du livre, laquelle est, en France, structurée autour de l'unité « maison d'édition ».

Créé en 1847, le Cercle de la librairie était à l'origine un lieu d'information, mission qu'il délègue aujourd'hui à sa filiale Electre et au journal de la profession *Livres Hebdo*, et de concertation pour les métiers du livre. Il « prit la forme d'un "Syndicat des industries du livre" en 1886 et hébergea de 20 à 59 autres syndicats de la chaîne du livre²³ ». A l'heure actuelle, le Syndicat national de l'édition (SNE) est un syndicat puissant et l'interlocuteur privilégié des pouvoirs publics. Plusieurs structures proches du SNE sont organisées de manière à prendre en charge les tâches de représentation des éditeurs à l'étranger ou auprès des filières audiovisuelles — domaines de prédilection, on l'a vu, des agents.

Pour l'étranger, le Bureau international de l'édition française (BIEF), organisme créé par le Cercle de la librairie en 1873, constitue la représentation officielle de l'édition française dans le monde. Il « bénéficie de l'appui des ministères français de la Culture et des Affaires étrangères et de l'Organisation internationale de la francophonie, et travaille en étroite collaboration avec les organismes professionnels français comme le Syndicat national de l'édition (SNE) ou la Centrale de l'édition²⁴ ».

Pour l'audiovisuel et le théâtre, la Société civile des éditeurs de langue française (SCELF), créée « à l'initiative du SNE (...) en 1960, par le groupe de littérature du Syndicat²⁵ », assure le lien entre les éditeurs et les sociétés de production. Lorsqu'au Salon du livre de Paris 2009 elle organise pour la première fois un marché pour la vente des droits audiovisuels, les agents n'y sont, logiquement, pas conviés. Le Salon du livre 2010 a vu une nouveauté : la création d'un centre international de droits pour responsables de droits, *scouts*, agents et éditeurs. Un pas en avant, mais compensé par un pas en arrière. En effet les agents ne sont désormais considérés par le Salon comme des professionnels que s'ils ont loué une table dans cet espace, un investissement lourd et peu rentable pour la plupart des petits agents.

Ainsi la fonction d'agent d'auteurs existe bien, elle a ses spécificités et ses professionnels. Elle reste toutefois à la marge de la profession, comme on va le développer plus loin.

²³ www.imec-archives.com/fonds_archives_fiche.php?i=BCL

²⁴ www.bief.org/Qui-sommes-nous.html

²⁵ www.sne.fr/pages/informations/scelf.html

II. ETAT DES LIEUX

Une implantation incontestable mais lente

« L'agent n'est pas adapté au système français » : cette pétition de principe revient souvent dans les témoignages des auteurs comme des éditeurs. L'agent continue de focaliser certaines inquiétudes ; il personnifie les transformations économiques, intellectuelles et relationnelles d'un secteur attentif à préserver ses spécificités.

Dans les faits, les pratiques et les mentalités évoluent. Les éditeurs tendent à appréhender plus sereinement le travail avec les agents. Et ces derniers commencent à se faire une place dans le secteur de l'édition — modeste, mais en progression.

1. Un sujet sensible

Le sujet est doublement sensible. A travers les entretiens, les éditeurs semblent partagés entre la méfiance envers les agents et la volonté de ne pas trop afficher leurs inquiétudes — car dire que les agents peuvent être dangereux risque d'accréditer l'idée qu'ils sont susceptibles d'obtenir beaucoup pour leurs clients. Pour les auteurs, le sujet est également délicat : ils peuvent craindre de froisser leur éditeur en tressant les louanges des agents ou, à l'inverse, ne pas souhaiter critiquer les agents s'ils en ont un.

Les tâches de l'agent sont d'abord commerciales, juridiques et financières, mais ce dernier n'en reste pas moins au cœur du relationnel éditorial, entre l'auteur et l'éditeur. Duo ou trio, le schéma psychologique est complexe.

A. Un blocage ancien

• *Rappel historique*

Selon Jean-Yves Mollier, historien de l'édition, la première mention d'un agent littéraire remonterait à George Sand. D'après sa correspondance, il semblerait qu'elle ait envoyé Emile Aucante à Paris pour « tenter d'y ouvrir une agence littéraire telle que la mode s'en est répandue aujourd'hui chez les Anglo-Saxons, [mais] il échoua faute de capitaux et en raison des habitudes françaises trop bien ancrées en ce domaine²⁶ ».

William Aspenwell Bradley fut le premier à créer une agence littéraire en France, en 1922. Ami de Henry Miller et de Gaston Gallimard, il se chargeait à la fois de vendre les droits d'auteurs français aux Etats-Unis et de faire traduire des ouvrages en français²⁷.

Ensuite, dans les années 1960 et 1970, plusieurs agences tentèrent en vain de s'établir (les agences Bataille, Sabine Delattre ou Odette Arnault). Seuls les co-agents parvinrent à s'implanter.

Tentons quelques pistes d'explications historiques.

²⁶ *L'Argent et les lettres*, Jean-Yves Mollier, Fayard, 1988.

²⁷ « Profession : agent », Daniel Garcia et Olivier Saiman, *Livres Hebdo*, 23 janvier 2004.

• *La tradition du couple auteur-éditeur*

En France, on souligne l'étroitesse des liens entre auteurs et éditeurs. Cette approche remonte au XIX^e siècle, lorsque les destins des auteurs et des éditeurs se sont rapprochés. L'éditeur assure la continuité d'exploitation de l'œuvre pour l'auteur, et cette continuité lui permet de valoriser, donc de préserver, son intervention éditoriale.

Cette vision reste très répandue. Sophie Barluet, dans son très complet rapport « Livre 2010 », explique ainsi : « Il y a une tradition française de relation directe entre l'auteur et l'éditeur, l'auteur confiant à l'éditeur le soin de gérer la totalité de ses droits patrimoniaux. Or, cette situation est rendue plus difficile aujourd'hui. D'une part, l'auteur est confronté à une complexification des relevés de compte, qu'il a souvent du mal à décrypter ; par ailleurs, il subit certaines pratiques d'éditeurs, comme la *passse*²⁸ — heureusement en train de disparaître — ou la compensation intertitres. D'autre part, l'éditeur lui-même se trouve confronté à l'arrivée des agents, qui s'interposent entre l'auteur et lui-même non seulement pour négocier directement les droits d'auteur mais aussi pour conserver par-devers eux la possibilité de négocier les droits dérivés (cession de traduction, adaptation audiovisuelle, etc)²⁹. »

Certains mettent en doute cette vision de l'agent, fauteur de troubles venant briser des amours idylliques. A l'étranger notamment, on souligne le paternalisme des relations entre auteurs et éditeurs en France, un mélange de dialogue personnalisé et de peur, du côté des auteurs. L'éditeur, entend-on, considérerait l'auteur comme sa propriété. Or, la relation est ambiguë à plus d'un titre : « Commanditaire de l'auteur, l'éditeur est censé en être aussi l'agent³⁰. »

Les éditeurs français revendiquent la singularité de cette relation : « J'ai une vision à l'ancienne, je pense qu'un éditeur doit être un mécène », explique Jean-Marc Roberts, directeur des éditions Stock, « c'est ma vision du métier, de la littérature, de la constitution d'un fonds, du long terme. C'est pourquoi il peut m'arriver de refuser un auteur vendeur si je pense que je ne peux pas le faire avancer. Mais aujourd'hui nous sommes peu nombreux à proposer de vrais à-valoir à des auteurs qui ne sont pas des best-sellers, et à nous entêter. Que ferait un agent pour un auteur qui après six, sept livres, n'a toujours pas de succès ? Moi, j'estime qu'il faut continuer. »

• *L'agent... du changement*

L'image négative qui accompagne les agents est également liée aux remous qui ont accompagné leur émergence. Les agents sont associés à des chocs médiatiques, coups d'éclat spectaculaires peu appréciés dans un milieu qui prise la discrétion. Ils sont notamment liés à des transferts douloureux d'auteurs d'une maison à une autre.

²⁸ Note du « Livre 2010 » : « Pourcentage fixe d'ouvrages considérés comme non vendables par l'éditeur et sur lesquels l'auteur ne touche pas de droits. Depuis l'arrêt de la Cour de cassation du 7 juin 1995 (affaire Glénat), le droit de passe est illégal. »

²⁹ « Livre 2010 », Sophie Barluet, Rapport pour le ministère de la Culture, 2007, p. 23.

³⁰ *Edition, l'envers du décor*, Martine Prosper, Nouvelles éditions Lignes, 2009, p. 42. Editrice aux éditions Casterman, Martine Prosper est secrétaire générale du Syndicat national Livre-Édition CFDT.

Quand François Samuelson monte son agence, en 1988, on l'accuse d'avoir poussé la maison Barrault à la faillite en transférant Philippe Djian chez Gallimard, version qu'il dément formellement. Certains se souviennent d'une transaction financière au montant inédit : « Avant, les montants des avances³¹ n'étaient pas connus », dit Jean-Marc Roberts. « Pour la première fois, avec Djian, on a su que Gallimard avait donné un million de francs. Or il n'est pas bon que les à-valoir soient révélés. » La publicité sur les conditions financières est mal vue dans le secteur³².

Quand Susanna Lea crée son agence, en 2000, c'est après avoir lancé Marc Levy, en tant que responsable des droits dérivés chez Robert Laffont, grâce à une prévente des droits cinémas à Steven Spielberg. Du jamais vu en France où le livre est considéré comme une marchandise spécifique, un « bien pas comme les autres » qui ne devrait pas obéir uniquement aux règles du marché. Si personne ne crie au scandale quand Susanna Lea quitte la maison d'édition et devient l'agent de Marc Levy, ces pratiques « à l'américaine » contribuent à créer la suspicion autour de l'auteur.

Quand l'agent américain Andrew Wylie « débarque » en France et négocie le transfert de Christine Angot de Flammarion au Seuil, on s'insurge contre ses pratiques. Christine Angot ne l'avait pourtant pas attendu pour changer d'éditeur ; elle avait d'elle-même précédemment quitté les éditions Stock pour rejoindre Flammarion.

Enfin, le succès des *Bienveillantes*, de Jonathan Littell, publié en 2006 chez Gallimard, reste comme entaché d'un « défaut originel » ? parce que ce premier roman est arrivé chez son éditeur *via* un agent, le Britannique Andrew Nurnberg. Dans la tradition française, le premier roman est censé être une découverte effectuée par l'éditeur parmi une pile de manuscrits. Pour beaucoup d'observateurs, le fait que Littell ait eu un agent et que celui-ci ait mis en concurrence plusieurs éditeurs en leur donnant à lire le manuscrit en parallèle, donne au succès du livre un parfum de « coup marketing ».

A chacune de ces occasions, l'agent est identifié avec des pratiques qui paraissent nouvelles et qui dérangent.

• *La prise en mains collective des auteurs*

Si l'agent est absent de la culture éditoriale française c'est, dit-on volontiers, pour des raisons liées à la différence entre copyright et droit d'auteur³³. L'œuvre littéraire fait traditionnellement l'objet de trois représentations en France : service d'intérêt public, émanation de la personne et travail³⁴. La conception du droit d'auteur que nous connaissons privilégie le deuxième aspect, considérant l'auteur comme propriétaire de son œuvre avec les conséquences qui en résultent concernant son statut : bénéfiques (transmission de la propriété littéraire notamment) et fragilisation (faible prise en charge sociale par exemple). Au cours du XX^e siècle, des groupements d'auteurs ont tenté à plusieurs reprises, en vain, de faire évoluer le

³¹ C'est-à-dire : « à-valoir » (qu'on désigne souvent, mais de manière imprécise, par le mot « avance »).

³² Voir *Traité pratique d'édition*, Philippe Schuwer, p. 274.

³³ Voir p. 58.

³⁴ Voir « Propriétaires ou travailleurs intellectuels ? Les écrivains français en quête d'un statut », Gisèle Sapiro, Boris Gobille, *Le Mouvement social*, 2006.

cadre juridique pour rapprocher le statut de l'auteur de celui de « travailleur intellectuel ».

La vision, prédominante, de l'auteur propriétaire, devrait en toute logique aller de pair avec l'intervention d'un agent, employé par l'auteur pour gérer ses affaires. En réalité, cette conception est étroitement associée à notre définition du droit d'auteur, selon laquelle le droit patrimonial est transféré à l'éditeur, garant et représentant (« agent ») de l'auteur, tandis que le droit moral reste indéfectiblement attaché au créateur.

L'autre vision, celle de l'auteur comme travailleur, tend vers une certaine professionnalisation de l'auteur et, par conséquent, à une conception collective de « l'agent ». Elle n'a pas réussi à s'imposer mais a permis certaines avancées et prises en mains des problèmes relatifs à la « profession ».

La France a été précurseur en matière d'organisation des auteurs, grâce à la création de la Société des auteurs et compositeurs dramatiques (SACD) par Beaumarchais dès 1777, puis avec la Société des gens de lettres (SGDL) en 1838. Plus près de nous, en 1968, les auteurs ont entrepris de se regrouper pour exprimer collectivement des revendications et peser auprès des instances éditoriales. Critiquant une définition stricte de l'écrivain comme propriétaire, défendue, selon eux, par la SGDL notamment, un collectif occupe son siège le 21 mai et fonde l'Union des écrivains (UE). L'UE et la SGDL parviennent, avec les autres institutions littéraires, à imposer la notion de l'unicité fiscale du métier d'auteur dans une loi votée en 1976 et à impulser la création, en 1977, de l'Association pour la gestion de la sécurité sociale des auteurs (AGESSA).

Les auteurs se veulent alors collectivement les interlocuteurs des éditeurs. Des discussions sont engagées, visant à élaborer en commun un contrat type. Elles seront abandonnées après 1981. Malgré certaines avancées majeures, et après avoir été actifs, les écrivains semblent, au fil du temps, avoir démissionné de leur rôle de négociateurs, et on les entend souvent, individuellement, reconnaître ne pas vouloir se préoccuper des aspects techniques et financiers de l'écriture. Olivier Mannoni, président de l'Association des traducteurs littéraires de France (ATLF), souligne la différence entre les traducteurs, organisés et revendicatifs, et les auteurs, qui ont du mal à combattre dans des instances collectives reconnues. Puisque, par ailleurs, dit-il, « côté éditeurs, il n'y a pas de volonté de discuter », les auteurs sont désarmés.

La revendication militante et l'action collective ont peut-être, un temps, freiné l'implantation d'agents individuels. Mais aujourd'hui ?

B. Pour les éditeurs, l'agent, encore une menace ?

Officiellement, le Syndicat national de l'édition déclare que « les éditeurs français sont assez hostiles à cet intermédiaire, car il crée une étape préalable à toute publication (il faut “avoir” un agent avant même que d'espérer être publié) et complique les relations avec les auteurs par un trompe-l'œil financier, ne s'intéressant d'ailleurs le plus souvent qu'à ceux qui ont déjà été “découverts” par les éditeurs³⁵ ». Le SNE a réalisé une note à l'usage des éditeurs concernant l'arrivée des agents d'auteurs en France³⁶. Ce document vise à « expliquer pourquoi elle a pu avoir lieu, comment la contrôler, comment éviter sa généralisation. Il y va

³⁵ www.sne.fr/pages/infos-et-documentation/faq.html

³⁶ « Note sur les agents littéraires », Syndicat national de l'édition, 6 septembre 2007, www.sne.fr/pdf/Nouveaux%20PDF/pour%2098_agents_septembre_07.pdf.

du maintien de cette manière européenne, voire française, que nous avons de concevoir notre métier et, *in fine*, de l'avenir de notre culture ». L'agent apparaît comme un danger réel pour l'édition du point de vue de sa structure économique et de sa diversité éditoriale.

• *L'agent, cause ou conséquence de la concentration ?*

Pour leurs détracteurs, les agents sont, au mieux des parasites, au pire ceux qui risquent de bousculer irrémédiablement le système. Cette vision est assez institutionnalisée pour que, en guise d'introduction au recueil collectif *L'Édition littéraire aujourd'hui*, Olivier Bessard-Banquy souligne « le danger de voir s'interposer une nouvelle caste d'intermédiaires entre auteurs et éditeurs. Car les agents ne s'intéressent par définition qu'aux vedettes que se disputent les plus en vue des éditeurs parisiens ; *de facto*, ils appauvrissent ni plus ni moins l'édition en poussant les responsables éditoriaux à toujours enchérir pour espérer publier un auteur de renom. Ce principe des enchères permanentes comme mode de fonctionnement éditorial aboutit à la situation américaine, bien connue grâce aux livres d'André Schiffrin, c'est-à-dire à un monde délétère où même les best-sellers font perdre de l'argent aux maisons d'édition...³⁷ ». Les agents littéraires feraient ainsi basculer l'édition vers la « best-sellerisation » et la concentration, fragilisant la créativité de la production.

A l'étranger, on s'accorde à voir le développement des agents plutôt comme un symptôme, voire une conséquence de la concentration. André Schiffrin, observateur aigü des mutations de l'édition des deux côtés de l'Atlantique, considère que ce sont les modifications de la structure de l'édition qui ont eu un impact sur les agents, et pas l'inverse : « Le contrôle croissant des conglomérats sur l'édition a conduit nombre d'agents à changer leur manière de travailler³⁸. » Comme les éditeurs, écrit-il, les agents ont « fini par se focaliser sur les “big books” ».

Pour la France, on peut raisonnablement dissocier concentration et développement des agents. La concentration de l'édition française est d'ores et déjà très avancée, et elle a largement précédé l'implantation des agents.

• *La péréquation, mythe ou réalité ?*

Les succès d'aujourd'hui finançant les succès de demain, ou les livres rentables finançant les titres qui ne le sont pas : c'est le principe de la péréquation, ou mutualisation des risques, selon lequel les « gros » financent les « petits ». L'éditeur prend un risque en publiant un inconnu — un « petit ». Lorsque celui-ci devient rentable, les bénéfices sont réinvestis sur la publication d'un nouveau « petit ». Et ainsi de suite.

Paul Otchakovsky-Laurens revendique ce système : « La péréquation s'applique partout. Un éditeur a besoin de nouveaux auteurs pour exister et on ne sait jamais ce qu'un nouvel auteur va donner en termes financiers. La majorité des livres ne sont pas source de profit. Je souhaite que le système résiste et j'y veille, dans l'intérêt des éditeurs et des auteurs. »

³⁷ *L'Édition littéraire aujourd'hui*, sous la direction d'Olivier Bessard-Banquy, Presses universitaires de Bordeaux, 2006, p. 19.

³⁸ « L'agent, l'éditeur et la dictature des “big books” », André Schiffrin, *Le Monde*, 19 janvier 2007.

La péréquation est un système d'équilibre financier. Implicitement, on l'entend de façon plus large. Ainsi, les grandes maisons font bénéficier à leurs auteurs du prestige de leur catalogue. L'auteur entre dans une maison comme dans une famille, il profite de son héritage. En retour, il fait confiance à son éditeur pour gérer au mieux ses droits. Atout objectif pour lui, mais aussi famille littéraire accueillante et choisie. Ensuite, lorsqu'un auteur a acquis une forte visibilité, cela s'inverse. Ce n'est plus la maison d'édition qui le porte, mais son image et ses ventes qui rejaillissent sur la structure et sur les autres auteurs.

Mais ce schéma est remis en question. Sur le fond, certains se demandent s'il n'est pas une des explications de la surproduction. Pour Pierre Astier, le principe produit des effets pervers : « Si le Seuil paie un prix délirant pour Christine Angot, ce n'est pas aux autres auteurs de compenser. »

De facto, ce modèle est largement perturbé. Les règles de gestion désormais en vigueur dans les groupes d'édition ont imposé le principe d'une rentabilité au titre. Martine Prosper³⁹ explique que la comptabilité analytique a mis à mal le principe de la péréquation, cette « forme de mutualisation » sans laquelle « la construction d'un catalogue n'est tout simplement pas possible ». Les systèmes comptables titre par titre ont individualisé les budgets, de sorte qu'un éditeur n'est pas redevable des résultats globaux de sa production mais de ceux de chacun de ses titres. A partir de là, l'idée qu'un équilibre se fait entre « gros » et « petits » titres disparaît. Chaque livre est censé être rentable. L'auteur peut se trouver en position d'être « en dette » vis-à-vis de son éditeur.

A partir du moment où la péréquation tend à s'effacer, on peut se demander comment la partie des bénéfices d'un ouvrage qui était réinvestie par l'éditeur pour en financer un autre doit se répartir entre l'éditeur et l'auteur.

C. Des rapports en voie de normalisation

La perception des agents a cependant évolué. Francis Esménard, P-DG des éditions Albin Michel et longtemps fer de lance du front anti-agents, est désormais « converti » — sinon de cœur, du moins en pratique. Il a publié notamment Maurice G. Dantec, représenté par David Kersan, et il lui arrive de faire intervenir un agent extérieur pour gérer les droits étrangers de certains auteurs.

La plupart des éditeurs adoptent une position pragmatique que synthétise Vera Michalski, P-DG du groupe Libella : « Comme la majorité de nos confrères, nous préférons traiter directement avec les auteurs. Mais si, pour son bien-être, l'auteur préfère passer par un agent, je n'ai pas d'opposition. L'important est que les rapports soient les meilleurs possibles entre auteur et éditeur. »

Le plus ancien agent d'auteurs français, François Samuelson, a pu mesurer cette évolution. Il considère que « les éditeurs sont maintenant ouverts. Je n'ai pas l'impression qu'il y ait d'ostracisme envers les agents. Les éditeurs lèvent les bras au ciel et râlent quand on évoque le sujet, mais, concrètement, ils travaillent avec eux ». Pierre Astier va encore plus loin : « Tous les éditeurs sont d'accord pour travailler avec agents. Beaucoup sont même demandeurs. »

Pourquoi cette évolution ?

³⁹ *Edition, l'envers du décor*, Martine Prosper, *op. cit.*, p. 100.

• *Transformations du métier d'éditeur*

Les bouleversements économiques et technologiques ont modifié les responsabilités de l'éditeur. Traditionnellement, sa fonction première est la sélection et le travail sur la copie. Cette vision de l'éditeur concentré sur sa relation directe avec l'auteur reste dominante. C'est pour préserver cette image que les évolutions en cours restent discrètes. Afficher le recours à un agent est en quelque sorte dégradant. Emmanuel Pierrat le souligne en entretien : « L'éditeur qui dit "Je parle à un agent" n'est pas crédible socialement. »

En réalité, l'aspect « chef de produit », « courroie de transmission » du métier d'éditeur, les fonctions commerciales et de relations publiques, la gestion et le suivi des budgets sont désormais une part non négligeable des responsabilités de nombreux professionnels. Toutes ces activités sont difficiles à concilier avec le temps nécessaire à la recherche des manuscrits et aux discussions avec les auteurs. Comment exercer au mieux l'éventail de ces fonctions sans s'adjoindre les services d'autres professionnels ? Le recours à l'agent peut être une façon de faire face à ces transformations.

• *Un agent dans l'intérêt de tous ?*

Au vu des transformations du métier, les intérêts des agents, des éditeurs et des auteurs tendraient-ils à converger ?

François Samuelson voit les choses ainsi : « Si j'étais éditeur, moi aussi je serais agacé par les agents, c'est naturel. Il n'empêche qu'en France, on utilise l'argument culturel pour habiller le problème économique. Or l'agent n'est rien d'autre que le haut-parleur de ses clients : ce sont les médias qui veulent l'habiller autrement. Un agent, c'est quelqu'un qui a compris les règles du jeu et qui les applique au bénéfice de l'auteur, lequel, souvent, ne se préoccupe pas de ses contrats, ou bien trop tard. Pour moi, l'intérêt de l'auteur est aussi celui de l'éditeur : si l'éditeur ne rentabilise pas son investissement, ce n'est sain pour personne. » Pierre Assouline, un de ses clients, va dans le même sens : « Avec un agent, l'amitié n'influe pas sur les négociations. L'agent protège l'auteur mais aussi l'éditeur, car il y a des éditeurs abusifs et aussi des auteurs abusifs. Lorsqu'un à-valoir a été versé, l'agent est engagé, et l'éditeur peut se retourner contre lui si l'auteur ne remplit pas son contrat. »

C'est évidemment le discours optimiste des agents : « On se bat tous pour que les œuvres existent ! Je crois à la collaboration entre agents et éditeurs plus qu'à la concurrence », déclare ainsi Catherine Winckelmuller.

Et Olivier Nora, P-DG de Grasset et de Fayard, résume : « Je préfère un agent réaliste à un auteur irréaliste. »

D. Les auteurs : une demande contrastée

Comment évaluer la demande des écrivains ? Celle-ci est-elle réelle, ou bien le reflet d'inquiétudes et de fantasmes ?

En 2009, la Société civile des auteurs multimédias (SCAM) a réalisé auprès de ses adhérents un sondage concernant leurs relations avec leurs éditeurs⁴⁰. 60 % des

⁴⁰ « Relations auteurs/éditeurs. Je t'aime, moi non plus », étude SCAM (baromètre annuel), 2009, synthèse disponible sur le site de la SCAM.

répondants se sont déclarés satisfaits de ces relations. Toutefois, à la question « Pensez-vous que la fonction d'agent littéraire doive être développée en France ? », 85 % ont répondu favorablement.

Il reste qu'estimer les attentes et les besoins des auteurs concernant les agents littéraires est délicat. Impossible ici de tirer des conclusions statistiques ; on relèvera plutôt des tendances et l'expression d'attentes fondées ou fantasmées. L'enquête réalisée en 2009, pour cette étude, par questionnaire auprès de 100 écrivains français ayant publié au cours de l'année a obtenu 34 % de réponses⁴¹. Ce faible taux de retours est en net décalage avec l'intérêt pourtant très fort manifesté par les auteurs lors de discussions informelles.

• *Des auteurs discrets*

Première hypothèse : les auteurs veulent parler de leur travail d'écrivain, mais commenter l'organisation des « cuisines » ne les intéresse pas, *a fortiori* sous la forme technique et rébarbative d'un questionnaire. La réponse d'un auteur exprime on ne peut plus clairement cette position : « Pas intéressé par ces questions, et surtout par remplir des QCM niveau CM2, désolé ! »

Nathalie Orloff, juriste à la SCAM, confirme que les auteurs répondent assez peu aux questionnaires ; l'enquête de la SCAM réalisée en 2009 a connu un taux de retour de 7 %, taux qui semble faible mais que Nathalie Orloff juge conforme aux standards du genre.

Sur le thème des agents littéraires, on peut aussi penser qu'une bonne majorité des sondés a préféré s'abstenir faute d'avoir une idée concrète sur le sujet, comme certains l'ont d'ailleurs exprimé. Parmi les 29 auteurs ayant répondu à notre questionnaire, 21 sont d'accord avec l'assertion selon laquelle « les agents littéraires sont peu nombreux et mal connus en France ».

Troisième et dernière hypothèse : s'intéresser au sujet des agents littéraires peut susciter quelque inquiétude quand on connaît les réticences des éditeurs. En réponse à notre questionnaire, tel auteur reconnu, publié dans une grande maison d'édition, témoigne du fait que l'on peut décider de confier ses droits dérivés à un agent plutôt qu'à son éditeur, mais que « l'on n'est pas censé communiquer à ce sujet... Cela donnerait des idées aux autres auteurs de la maison... » Tel autre explique avoir été contacté par un agent : « Certains de ses arguments m'intéressaient mais mon éditeur m'a fait comprendre que ce n'était pas une bonne idée. » Tel autre a pris un agent, mais son éditeur ne voit jamais ce dernier. Et tel grand écrivain qui avait accepté de nous répondre se rétracte « pour éviter les ennuis » et propose de discuter plutôt « les animaux de compagnie, ou les vins rouges chiliens ».

Bref, l'agent, moins on en parle, mieux on se porte.

• *L'agent, un fantasme ?*

Au vu des entretiens et des réponses au questionnaire, on constate que les auteurs sont prudents. La qualité de leur relation avec leur éditeur prime, et ils considèrent que l'introduction d'un tiers pourrait l'abîmer. « Pour l'instant, la relation auteur-éditeur est importante et plutôt bien menée en France. Attention à ne pas la brouiller », témoigne un des répondants.

⁴¹ Voir la synthèse des réponses au questionnaire, en annexe II, p. 94.

Cette vigilance va néanmoins de pair avec une certaine curiosité. « Les récits d'auteurs anglo-saxons sur la relation écrivain-agent font rêver », déclare un des sondés. Sur les 29 réponses au questionnaire, seules 2 expriment une franche hostilité à l'égard de l'agent, « un parasite qui profite de la zone de non-droit qui existe dans le monde de l'édition ». Six auteurs se montrent indifférents, les 21 autres manifestant une ouverture et une curiosité teintées de scepticisme quant à la capacité des agents à s'imposer sur le marché français. Plusieurs des sondés, qui n'ont pas d'agent à titre exclusif, ont néanmoins fait appel à un agent pour leurs droits audiovisuels et/ou pour leurs droits dérivés. Il est clair que les auteurs ayant pris la peine de retourner le questionnaire sont *a priori* parmi les plus intéressés par le sujet.

L'agent intrigue et il représente un horizon de possibles qui fait rêver. 74 % des auteurs expriment le souhait de voir leurs ouvrages davantage traduits. 63 % d'entre eux estiment que leur situation pourrait être meilleure dans le domaine des adaptations audiovisuelles.

L'attente est donc très forte. D'où, pour certains, la tentation de confier à un agent la cession des droits de traduction. L'agent, c'est le recours, celui qui, peut-être, fera mieux que l'éditeur. Vu de France, l'agent apparaît comme un *superman* de l'édition grâce auquel on volera sans attendre sur les ailes d'un succès planétaire.

Un fantasme dont les professionnels invitent à se méfier. « Après le succès des *Bienveillantes*, l'agence a été submergée par les manuscrits français », témoigne Claire Nozière, de l'agence Nurnberg. « Mais il n'a jamais été question d'ouvrir un bureau à Paris et nous sommes mesurés car il faut gérer les attentes des auteurs : ils pensent qu'avec un agent, ils vont être propulsés au sommet. » Marc Dugain, lui-même représenté par François Samuelson, juge aussi que l'auteur fait un peu facilement porter ses fantasmes et ses frustrations par l'agent, comme d'ailleurs par l'éditeur : « Quand ça ne marche pas, on a tendance à chercher un bouc émissaire, il faut que cela soit de la faute de quelqu'un. C'est pourquoi certains auteurs qui ne vendent pas aimeraient avoir un agent pour trouver l'éditeur qui fasse que ça marche. Ça, je n'y crois pas. Et je respecte une politique éditoriale comme celle de Gallimard, qui permet à des auteurs peu vendeurs de continuer à publier. C'est plus important que les plaintes des auteurs. »

• *Des déceptions*

Certains ont fait l'expérience de l'agent, puis en sont revenus, comme Jean-Christophe Rufin, représenté par Susanna Lea pour *Globalia* (Gallimard, 2004) et qui, depuis, travaille de nouveau sans intermédiaire.

Les déceptions peuvent être de plusieurs types. Certains découvrent que l'hostilité des éditeurs coûte cher : « Du jour où j'ai pris un agent, on m'a fait la guerre. Les éditeurs me prenaient pour un fou. Quand j'ai dit à un éditeur, dont la proposition était très modeste, "voyez avec mon agent", ça a été la stupeur », témoigne Louis Sanders. D'autres auteurs en témoignent : lorsqu'on annonce que l'on a un agent, l'éditeur se sent trahi. Selon Jean-Claude Zylberstein, il en va de même lorsque l'écrivain est accompagné d'un avocat, car « c'est un signe de non-naïveté de la part de l'auteur ».

Echaudé par cet accueil, mais aussi déçu par la prestation de son agent anglais, Louis Sanders a renoncé. « J'ai dû revenir penaud chez les éditeurs qui étaient ravis de ce *mea culpa*. » Il regrette cette situation : « L'édition française a un côté

monarchiste : quand on est auteur, on désire être regardé par le roi ! » Cela dit, « côté anglo-saxon, c'est l'édition fast-food ».

La déception peut également être liée à l'agent, dont la prestation est jugée insuffisante au regard de l'attente suscitée. Louis Sanders en témoigne : son agent était réputé, mais il ne s'occupait plus vraiment de ses affaires... D'autres dénoncent le manque de suivi des contrats et des comptes.

• *Des auteurs familiarisés*

Pour les auteurs qui ont sauté le pas, la chose est acquise et la plus simple du monde. Régis Jauffret, récemment converti, est sans équivoque : « Tous les écrivains du monde, à quelques rarissimes exceptions près, ont un agent. En France, ils sont déjà très nombreux à en avoir un. Je ne vois pas ce que cela peut susciter comme question. » Frédéric Beigbeder ne dit pas autre chose : « Je trouve que c'est de plus en plus compliqué de lire les contrats, et que c'est malsain que l'auteur doive faire aveuglément confiance à son éditeur pour ce qui est son gagne-pain. On devient généralement écrivain parce qu'on est mauvais en maths et en droit des affaires, non ? »

Ces exemples et les autres témoignages recueillis en attestent : ceux qui sont le plus à l'aise avec les agents sont, en France, des auteurs aux chiffres de vente conséquents. Leurs revenus sont suffisants pour justifier l'intervention d'un tiers, même si elle a un coût. Et le rapport de force avec les éditeurs leur est assez favorable pour qu'ils n'hésitent pas à assumer leur façon de travailler par l'intermédiaire d'un agent.

2. La présence des agents

Au-delà des débats, et malgré la persistance d'une prétendue singularité française, on constate que le nombre des agents français augmente lentement mais sûrement. Le tableau proposé en annexe (p. 91) montre qu'une vingtaine d'agences se déclarent d'ores et déjà ouvertes à la représentation d'auteurs français.

Cela dit, la rentabilité économique de cette intermédiation est variable, difficile à mesurer et encore très modeste, de sorte qu'un développement important est peu vraisemblable à court terme. En revanche, on peut envisager des progrès significatifs dans certains secteurs et activités.

A. Un métier plus si discret

En France, nous l'avons dit, le métier d'agent fait l'objet d'une forte médiatisation. « Mais que l'on parle plutôt des livres au lieu de parler des agents et des éditeurs ! », tempête en souriant Susanna Lea. « Aux Etats-Unis, les agents n'intéressent pas le public », dit l'éditeur Olivier Cohen, qui connaît bien l'édition américaine.

Cette forte visibilité médiatique semble avoir contribué à la diabolisation des agents. La presse s'est emparée du sujet avec curiosité, l'a traité abondamment et souvent en caractérisant les agents comme des personnages de romans. En français, agent littéraire sonne à peu de choses près comme agent secret. Les articles sont riches, souvent bien documentés, mais la vision qui en ressort est souvent celle de

titans aux pouvoirs occultes : « Zorro contre Shylock⁴² », « L'agent secret⁴³ », « L'agent roi⁴⁴ », « Le duel des agents littéraires⁴⁵ », « Ces hommes de l'ombre qui bousculent l'édition⁴⁶ »... Comme l'éditeur, l'agent fascine, mais sur le versant sombre.

B. Qui sont-ils ?

La France est souvent décrite comme le pays aux deux agents, François Samuelson et Susanna Lea. En réalité, le monde des agents est large et diversifié. Il est impossible de décrire ici toutes les agences, dont beaucoup sont des microstructures, mais voici quelques éléments concernant les principales d'entre elles.

• François Samuelson

Après avoir créé le Bureau du livre français à New York, François Samuelson a commencé ses activités d'agent en France en 1988. Son agence, Intertalent, emploie aujourd'hui 7 personnes.

Son travail, dit-il, consiste à chercher « un point équidistant entre une volonté esthétique et la part indéniable de ce qu'est le commerce, en arrivant à tracer une route au milieu de cela⁴⁷ ».

Ses débuts américains l'avaient destiné à être un agent international, mais, en France, François Samuelson s'est tourné vers l'audiovisuel. Par force, explique-t-il en s'en réjouissant : « Si les éditeurs n'avaient pas essayé de me faire la peau il y a 25 ans, j'aurais sans doute ouvert une agence littéraire pur sucre, et non une agence d'artistes et d'auteurs⁴⁸. »

Aujourd'hui, la part « auteurs » dans le chiffre d'affaires d'Intertalent peut monter jusqu'à 35 % mais, en général, elle s'établit plutôt à 20 ou 25 %. Cela dit, le chiffre est difficile à apprécier : comment répartir l'activité de l'agence quand elle représente des écrivains au cinéma ?

Michel Houellebecq, Emmanuel Carrère, Pierre Assouline, Fred Vargas, Tahar Ben Jelloun... La liste des auteurs de l'écrit représentés, pour l'édition et/ou pour l'audiovisuel, est prestigieuse. Pour l'essentiel, elle comprend des auteurs à succès et à la réputation littéraire établie.

• Susanna Lea

L'agence a été créée à Paris en 2000. Elle a ouvert un bureau à New York en 2004 et un autre à Londres en 2008. Elle représente la fiction et la non-fiction.

Susanna Lea explique : « Notre objectif, c'est d'apporter quelque chose aux auteurs, avec pour spécificité l'international. Notre modèle est inverse à beaucoup d'autres puisque l'idée est de s'occuper de très peu de projets mais de les défendre

⁴² « Zorro contre Shylock », Bernard Le Gendre, *Le Monde des livres*, 27 janvier 1989.

⁴³ « L'agent secret », Sylain Courage, *Le Nouvel observateur*, 17 mars 2005.

⁴⁴ « L'agent roi », Didier Jacob, *Le Nouvel observateur*, 17 mars 2005.

⁴⁵ « Le duel des agents littéraires », Géraldine Meignan, *L'Expansion*, 1er décembre 2005.

⁴⁶ « Ces hommes de l'ombre qui bousculent l'édition », Mohammed Aissaoui, *Le Figaro littéraire*, 9 novembre 2006.

⁴⁷ « Le métier de passeur », entretien avec François Samuelson, *La Règle du Jeu*, janvier 2010.

⁴⁸ « L'agent ne fait pas le bonheur », Edouard Launet, *Libération*, 16 octobre 2008.

vraiment. Lorsque je dirigeais le service des droits étrangers des éditions Robert Laffont, mon service comptait 5 personnes et s'occupait de 150 à 180 nouveautés par an. Chez Susanna Lea Associates, nous sommes 14 et nous suivons une vingtaine de projets par an. »

Outre l'international, l'agence a pour caractéristique son fort engagement éditorial. Dans le domaine de la non-fiction, elle initie des projets et est très engagée dans la publication des ouvrages de son auteur phare, Marc Levy, avec son éditeur, les éditions Robert Laffont.

A noter que l'agence représente également des éditeurs et que la France ne représente qu'une petite part de son chiffre d'affaires. Elle vient de créer une filiale de développement numérique, Versilio⁴⁹.

• *Pierre Astier*

Pierre Astier, ancien dirigeant des éditions Le Serpent à Plumes, a créé son agence en février 2006. Elle regroupe aujourd'hui Pierre Astier, Laure Pécher, Caroline de Salaberry et David Rochefort.

L'agence s'est constituée sur le modèle anglo-saxon. Elle vise à offrir un ensemble complet de services : l'éditorial, c'est-à-dire un vrai travail sur le texte ; la négociation commerciale ; l'activité juridique de rédaction des contrats ; le service financier ; et un accompagnement global. Nous avons « une stratégie à long terme adaptée au type d'auteur, avec par exemple des exigences en termes de promotion, de supports de presse », explique Pierre Astier. L'objectif est une véritable « centralisation de carrière à la fois dans le temps et l'espace », complète Laure Pécher.

L'activité de l'agence est constituée pour deux tiers de la représentation directe d'auteurs, surtout dans le domaine de la fiction, pour un tiers de la représentation d'éditeurs.

Elle organise par ailleurs des ateliers d'écriture, par sessions de dix séances collectives.

• *Les nouvelles microstructures*

Plusieurs agences d'auteurs français sont nées ces dernières années :

Virginia Lopez-Ballesteros, agent pour la France et l'Espagne, a monté son agence à Madrid en 2005. Elle représente 12 écrivains à titre exclusif, une moitié d'Espagnols, une moitié de Français. Pour elle, être située à Madrid est une façon d'affirmer son caractère international à laquelle les écrivains français sont sensibles.

Anne Fontaine a créé en janvier 2009 l'agence Anne F.P.L., avec le statut d'agent artistique. Elle revendique des fonctions larges, d'organisatrice d'événements à agent en tant que tel.

Marie-Sophie du Montant représente depuis 2005 l'agence new-yorkaise Global Literary Management. Aux Etats-Unis, l'agence regroupe 5 agents. Elle revendique

⁴⁹ Voir p. 37.

pour ses auteurs un accompagnement étroit, éditorial notamment, et elle a pour atout le réseau américain de sa maison mère.

C. Les Anglo-Saxons

Depuis 2006 un Britannique, Andrew Nurnberg, puis un Américain, Andrew Wylie, ont commencé à représenter des auteurs français. Le sujet a suscité un vaste débat médiatique.

• *Andrew Wylie*

Plus que l'*e-book*, le dernier Dan Brown, la crise de la librairie indépendante, le sujet qui revient sur les lèvres des professionnels allemands, américains, espagnols et français, c'est Andrew Wylie, star incontournable de l'édition internationale. Wylie, l'agent auquel *Le Monde* consacre régulièrement portraits et interviews, Wylie, la Rolls des agents, Wylie, l'agent des Nobel... Andrew Wylie, impressionnant et respecté, fait l'objet de mille anecdotes sur son parcours singulier, ses tenues vestimentaires, ses chaussures disparues dans le couloir d'un hôtel de Francfort. Un personnage de roman qui focalise à lui seul ce que l'agent concentre comme fantasmes — positifs ou négatifs : « Il a compris que, pour réussir, il fallait être une star en Europe », explique Olivier Cohen.

Le catalogue d'auteurs de l'agence Wylie, qui ne fait pas moins de 238 pages, est un véritable *Who's who* des stars de la littérature mondiale. 235 auteurs, parmi lesquels Christine Angot, Aaron Appelfeld, Jorge Amado, Alessandro Barrico, Kingsley Amis, Martin Amis, Donald Barthelme, Saul Bellow, Roberto Bolaño, Jorge Luis Borges, Paul Bowles, Hermann Broch, Roberto Calasso, Italo Calvino... Pour la France, on peut également mentionner Philippe Djian et Nicolas Sarkozy.

On constate que nombreux sont les auteurs décédés dont Wylie gère la succession. De mauvaises langues expliquent qu'il a essayé de constituer un fonds dans l'esprit Gallimard, mais qu'il n'y est pas parvenu, malgré les nombreux auteurs morts à son catalogue.

Andrew Wylie s'est fait une spécialité qui le rend redoutable aux yeux de beaucoup d'éditeurs : lorsque les contrats d'auteurs qu'il représente arrivent à échéance, il reprend les droits à l'éditeur d'origine et les revend au plus offrant⁵⁰. Procédé scandaleux et dangereux, selon plusieurs professionnels : comment, dans ces conditions, constituer un catalogue pérenne, c'est-à-dire le fonds sans lequel une maison d'édition ne peut vivre ?

Après avoir pris en représentation Christine Angot et Philippe Djian notamment, Andrew Wylie aurait contacté des agents en France et en Espagne pour leur proposer des partenariats pour les droits étrangers. Les agents en question ont craint de voir leur catalogue phagocyté et ont préféré décliner.

L'atout de l'agence Wylie auprès des auteurs français, c'est son réseau international. En France, on ironise et on décrète d'avance que si ventes des droits de traduction à l'étranger il y a, c'est sur la base d'échanges officieux et de « packages » — l'agence persuadant ses interlocuteurs d'acheter plusieurs auteurs en même temps, certains étant peut-être moins désirés que d'autres.

⁵⁰ « The Last Book Party: Publishing Drinks to a Life After Death », Gideon Lewis-Kraus, *Harper's Magazine*, mars 2009.

• *Andrew Nurnberg*

L'agence Andrew Nurnberg Associates, basée à Londres, représente depuis quelques années des auteurs français, notamment Frédéric Beigbeder, Assia Djebar et Eric Reinhardt.

La publication des *Bienveillantes*, en 2006, a instantanément rendu Andrew Nurnberg célèbre dans l'édition française. Le moment est considéré comme un tournant clé de l'implantation des agents : pour la première fois, un premier roman devenu un incroyable best-seller était passé par l'intermédiaire de l'un d'entre eux.

L'histoire de la publication du livre et l'intervention d'un agent ont fait couler beaucoup d'encre. Tout, dans cette affaire, est suspect aux yeux des commentateurs. Certains veulent voir dans le succès même du livre une opération montée d'avance par Andrew Nurnberg. L'intervention de l'agent est présentée comme suspecte et le trouble provoqué a rejailli sur le livre, comme si son mode d'acquisition par l'éditeur le rendait moins légitime d'un point de vue littéraire.

Andrew Nurnberg a commencé à ouvrir des agences dans les pays de l'Est. Aujourd'hui, il a des antennes en Chine, en Russie, en Lettonie, en Pologne, en Tchéquie, en Hongrie, en Bulgarie et en Roumanie.

A en croire certains médias, l'édition française s'apprêtait à affronter une véritable invasion d'agents anglo-saxons. Celle-ci n'a pas eu lieu et les résultats des deux Andrew ont laissé les professionnels dubitatifs. A tout le moins, tous deux ont jugé nécessaire d'être prudents et ont mesuré les difficultés du marché. Selon Pierre Astier, « Andrew Wylie et Andrew Nurnberg veulent avoir à leur catalogue quelques très bons auteurs de tous les pays, c'est une question d'image internationale, mais ils ne souhaitent pas forcément élargir leur représentation à un *pool* plus large d'auteurs français ».

D. Viabilité de la fonction

Si l'éclosion des agents n'est pas plus rapide, c'est peut-être parce que la fonction est difficilement viable.

• *Une activité rentable à long terme*

Au vu des commissions pratiquées⁵¹, tous les agents le confirment, vivre de cette activité exige une longue patience. Lora Fountain a commencé à exercer comme co-agent à Paris en 1985. A l'époque, dit-elle, il y avait quelques co-agents mais la notion d'agent d'auteurs paraissait saugrenue. Elle explique qu'en tant que co-agent, « pour avoir un fonds, donc une base, il faut dix ans, et il faut l'alimenter. En général, les co-agents ont quelques auteurs qui vendent bien, mais la moyenne des contrats est de 4 000 ou 5 000 euros, souvent payés en deux fois, sur lesquels on touche 10 % ».

La situation n'est évidemment pas plus facile pour un agent d'auteurs : à moins de démarrer avec un auteur à succès, comme Susanna Lea avec Marc Levy, il faut compter un minimum de 5 ans pour que l'activité soit rentable.

⁵¹ Voir plus haut, p. 13-14.

Anna Jarota, qui a monté récemment son agence parisienne, se veut optimiste : « Le métier est viable car on ne choisit que des auteurs en lesquels on croit énormément, soit pour des raisons financières, soit pour des raisons littéraires, idéalement les deux. Quand on est à 100 % pour quelque chose, on le défend mieux et on gagne plus : au lieu de le vendre à deux ou trois éditeurs étrangers, on le vend à dix, vingt, parfois plus. » Il est vrai que l'investissement de départ est limité : « Au départ, je voulais monter une maison d'édition », se souvient Didier Imbot, agent chez Global Literary Management Agency, « mais j'ai créé une agence car le risque financier est moindre : on peut ne pas gagner d'argent mais on n'en perd pas. »

• *Un marché trop réduit ?*

La faible rentabilité de la fonction s'explique par les modestes débouchés commerciaux du marché francophone, trop limité pour qu'un intermédiaire puisse vivre en gérant les seuls droits premiers d'édition. Ce n'est pas un hasard si François Samuelson, le plus célèbre des agents français, fait l'essentiel de son chiffre d'affaires avec l'audiovisuel.

« Le marché français n'est pas suffisant », déclare Abel Gerschenfeld, éditeur, coutumier des échanges avec des pays où les agents sont répandus. « En Allemagne, il y a un vrai marché de la sérialisation, avec, par exemple, la vente de bonnes feuilles au *Spiegel*. En France, la vente des bonnes feuilles a disparu, il ne reste que les poches et les clubs, et là, pas besoin d'agents, le tour de piste est vite fait. En Espagne, même s'il ne faut pas surestimer le marché latino-américain, qui est vaste en taille mais limité en lectorat, les agents gagnent leur vie sur les ventes à l'étranger, et sur les marchés dérivés. »

De fait, quand bien des à-valoir pour une première édition sont aujourd'hui inférieurs à 10 000 euros, le bénéfice de l'agent est faible. Sur la cession d'un premier roman avec un à-valoir de 5 000 euros, une somme déjà importante, l'agent touche 10 ou 15 %, soit 500 ou 750 euros, en plusieurs fois — classiquement, moitié à signature et moitié à parution.

Pour envisager une rémunération raisonnable, il faut que l'agent gère tous les droits : les droits premiers d'édition, les droits d'adaptation audiovisuelle, et tous les droits dérivés. Mais cela exige des compétences différentes, d'où le choix fait par plusieurs écrivains de répartir la gestion de leurs droits entre plusieurs intervenants. En outre, selon Corinne Marotte, « les auteurs ont peur de la réaction de leur éditeur s'ils prennent un agent pour tout, donc ils préfèrent laisser à l'éditeur la gestion des droits français et s'adresser éventuellement à l'agent pour l'étranger ou l'audiovisuel. Or, pour un agent, dans ce cas, ce n'est pas viable ».

E. Des agents, mais pour qui ?

Les agents ne sont pas toujours les plus fervents avocats... des agents. Plusieurs émettent des réserves quant à la capacité de développement de leur profession. Volonté de préserver leur pré carré, ou vision lucide ? Susanna Lea, entre autres, témoigne : « L'agent n'est pas forcément nécessaire, je ne le prône pas à tout prix. L'important est que l'auteur sache se défendre, mettre en valeur son travail, ce qui est difficile. Certains savent, d'autres pas. Et rien n'est pire qu'un auteur qui pense que son éditeur le roule. »

• *L'agent, découvreur de talents ?*

Le véritable agent se doit-il d'être un découvreur ? Pour Anne-Solange Noble, directrice des droits étrangers aux éditions Gallimard, « pour savoir si quelqu'un est vraiment un agent, il faut regarder si cette personne a dans ses tiroirs les manuscrits d'un jeune auteur qui n'a jamais été publié et qu'elle essaie de faire publier⁵² ». Pierre Assouline, fidèle depuis 20 ans à son agent, François Samuelson, va dans le même sens : « Je suis pour une multiplicité d'agents s'occupant des petits auteurs qui vont devenir grands », déclare-t-il. Mais il précise que tout le monde n'est pas destiné à avoir un agent, et que si on entretient des relations privilégiées avec son éditeur, prendre un agent est absurde.

Les agents font-ils ce travail de dénicheurs ? En observant leurs listes d'auteurs, il apparaît que les agents français sont loin de tous représenter des stars. François Samuelson excepté, ils ont beaucoup d'auteurs peu reconnus à leur catalogue⁵³. Quant à mesurer le talent de ces poulains et leur avenir littéraire, c'est évidemment impossible.

Le SNE, lui, émet un avis très tranché : « Le travail de recherche des nouveaux agents est nul. Leur intérêt porte essentiellement sur ceux de nos écrivains dont les livres se vendent⁵⁴. »

Les témoignages recueillis sont dans l'ensemble plus mesurés. En réalité, dans le schéma éditorial français, ce ne sont pas forcément les inconnus qui ont besoin d'agents. Pour ceux-ci, l'intervention de l'agent ne change pas grand-chose au processus. Selon Emmanuel Pierrat, « un inconnu n'a pas besoin d'agent tout de suite. De toute façon, en ce qui le concerne, le poids de la négociation est nul ». Pour Teresa Cremisi, P-DG des éditions Flammarion, « une fois connu, Daniel Pennac a été sollicité par plusieurs agents. Mais quel agent en aurait été le dénicheur ? Même en Italie, où tout passe par les agents, les jeunes auteurs commencent par travailler en direct avec les éditeurs. Ensuite, quand ils sont célèbres, ils s'adressent à des agents ».

Cette vision des choses paraît à l'opposé du discours des agents anglo-saxons, qui jugent que le premier roman est le plus facile à vendre : il n'a pas d'historique négatif et porte l'espoir d'un succès miracle.

• *L'agent, renfort pour des auteurs installés ?*

En réponse à notre questionnaire, un auteur pourtant déjà assez vendeur pour être courtisé par des éditeurs témoigne de son expérience. « J'ai un jour sollicité François Samuelson. Réponse : "Vous êtes qui ? Connais pas. Vendez et revenez nous voir après." » Dans l'ensemble, les réponses vont plutôt dans ce sens. Par exemple : « Je ne suis pas sûr que les agents amélioreraient la situation des auteurs, sauf pour les stars. » Un autre encore : « Il me semble que la clientèle d'un agent littéraire, ce serait plutôt les écrivains professionnels. »

Pour Stéphane Million, éditeur lui-même, un agent « peut être utile pour un gros vendeur, ou alors pour parler avec de gros éditeurs ». Philippe Rey, éditeur

⁵² *Les agences littéraires en France*, Jennifer Sandler, DEA, université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, 2001, p. 66.

⁵³ Voir tableau en annexe I, p. 91.

⁵⁴ « Note sur les agents littéraires », SNE.

également, confirme : « Que Marc Levy ait un agent, c'est logique : c'est une marque. Pour lui, la marque d'auteur est plus importante que la marque d'éditeur. »

L'éditeur Léo Scheer va plus loin, et explique que ce sont les auteurs qui, par leur poids, imposent les agents, pas l'inverse. La force de négociation d'un François Samuelson, d'une Susanna Lea, serait moins liée à leur charisme ou à leur compétence qu'à la valeur réelle ou supposée de l'auteur dont ils défendent les intérêts. Impossible, dans cette optique, d'exister comme agent en défendant de petits auteurs, faute de pouvoir leur apporter une marge de négociation supplémentaire.

A noter également qu'en France, au-delà de quelques transferts d'auteurs rendus spectaculaires par les médias, la surenchère et le débauchage littéraires restent limités à quelques-uns. Les auteurs importants, choyés par leurs éditeurs, sont dans leur majorité fidèles, même si tous ne déclarent pas, comme Amélie Nothomb : « Albin Michel, c'est un peu ma maison maternelle⁵⁵. »

Ces points de vue et arguments paraissent contradictoires. A quoi bon un agent si, que l'auteur soit établi ou pas, la marge de négociation n'est pas modifiée ? On verra plus loin que les choses sont un peu plus complexes.

• *Un développement plus rapide pour la non-fiction ?*

Cette enquête est centrée sur les auteurs de fiction, mais on peut se demander si, comme c'est le cas en Allemagne, les agents d'auteurs ne vont pas trouver leur place plus rapidement dans le secteur de la non-fiction. Bien qu'elle soit également ouverte aux auteurs de fiction, l'agence de Susanna Lea s'est fait une spécialité de monter des projets de documents. Réalisant ainsi un vrai travail d'éditeur, elle pense à un sujet, contacte l'auteur, élabore le projet, et effectue une prévente sur synopsis. Cela lui permet d'imaginer des « concepts » d'ouvrages particulièrement aptes à voyager, donc susceptibles de donner lieu à des ventes à l'étranger.

En Allemagne, beaucoup d'agents fonctionnent sur ce modèle. Tanja Graf, éditrice, en témoigne : « Les agents ont de nouvelles façons de travailler : ils lisent les journaux, développent des sujets, approchent des journalistes et leur suggèrent de faire un livre. Puis ils développent le projet avec l'auteur, préparent avec lui un synopsis et le vendent aux enchères aux éditeurs. Aujourd'hui, quand nous, éditeurs, approchons un journaliste avec le même genre d'idée, en général, il nous renvoie vers son agent. Il sait que ce dernier obtiendra plus d'argent car il organisera des enchères. »

En France, c'est pour l'instant la fiction qui est la plus représentée par les agents : c'est le secteur phare, celui qui attire, celui aussi qui peut rapporter le plus. En réalité, les opportunités pour la non-fiction sont sans doute plus nombreuses et les besoins plus importants. Beaucoup d'auteurs de documents n'écrivent pas très bien, témoigne un agent ; ils bénéficieraient avec profit de l'aide d'un professionnel. Par ailleurs, pour de nouveaux agents, il est plus facile d'entrer en contact avec des journalistes ou avec des non-professionnels de l'écriture pour leur proposer une idée de livre que de s'imposer d'emblée auprès de romanciers installés ou de découvrir des primo-romanciers qui, en l'état actuel, ont très rarement l'idée de s'adresser à un agent. Enfin, la marge de négociation est plus forte s'agissant

⁵⁵ « Entre Amélie Nothomb et Albin Michel, une relation d'éditeur à l'ancienne », Thiébaud Dromard, *Le Figaro économie*, 9 août 2004.

d'un projet non encore écrit que pour un manuscrit de roman existant : si les conditions obtenues ne sont pas satisfaisantes, l'agent et l'auteur peuvent renoncer au projet. Lorsque le texte existe, ils n'y ont pas intérêt.

D'ailleurs, beaucoup de contrats pour des documents transitent d'ores et déjà par des agents. Les ouvrages signés par des comédiens, des réalisateurs ou des sportifs passent toujours par leur représentant, agent, avocat ou manager. Quant aux documents-témoignages, ils font très souvent l'objet d'une négociation par l'intermédiaire d'un avocat.

F. L'avenir ?

La révolution de velours décrite par *Publishing perspectives*⁵⁶ est-elle engagée ?

Question de génération, selon certains commentateurs. Des agents vont émerger : « Des éditeurs vont en avoir assez et vont sauter le pas. C'est d'eux, les professionnels, que va venir le changement. Déjà, on sent que beaucoup piaffent. Aujourd'hui, ils montent des maisons d'édition, mais cela va changer », estime Corinne Marotte. Et les jeunes éditeurs semblent ouverts aux agents. « Dans certaines maisons, on est face à des directeurs littéraires formés par les écoles de commerce plutôt qu'à Normale Sup : avec eux, la relation est excellente », confirme l'agent Laure Pécher. Quant aux jeunes auteurs, à entendre Olivier Cohen, « ils sont très à l'aise pour parler d'argent, c'est tout à fait nouveau. Ils n'hésitent plus à poser leurs conditions, et je pense que ce changement de mentalité va favoriser l'intervention des agents ».

L'environnement n'est toutefois pas toujours accueillant. Flore Negroni a abandonné, après s'être lancée en 2004 : « J'ai dû renoncer et je souhaite bonne chance à ceux qui s'y essaient. Les éditeurs français ont trente ans de retard et ils seront les premières victimes de cette paralysie⁵⁷. » Fabrice Rozié, qui, il y a un an, réfléchissait à un projet d'agence, pense également que la situation n'est pas mûre — bien qu'il juge nombreuses les opportunités de développement pour la littérature française à l'étranger. Pascal Jourdana a fondé en 2001 à Marseille l'agence Premières impressions, mais, depuis, il a dû renoncer. Outre des dysfonctionnements liés à l'organisation de la structure, il explique que, à l'époque, « c'était trop tôt, et, malgré un accueil plutôt favorable, les éditeurs n'ont pas suivi ».

Un agent juge même qu'il vaut mieux rester caché : « Les sommes me sont versées par les auteurs, l'éditeur n'est pas au courant. Les éditeurs n'aiment pas les agents. Donc si on fait les choses officiellement, on se heurte à eux. »

• L'agent, éditeur de l'avenir ?

Internet va-t-il totalement transformer la structure des métiers ? Certains se demandent si les bouleversements liés à l'édition numérique ne vont pas rendre les éditeurs inutiles et faire des agents les éditeurs de l'avenir. Le sujet revient régulièrement aux Etats-Unis, où l'agent Nathan Bransford, de l'agence Curtis Brown, pose ainsi la question sur son blog : « L'auteur du futur va avoir le choix entre travailler avec un éditeur, qui prendra en charge une bonne partie du sale boulot, et faire le sale boulot lui-même, ou avec l'aide d'un... agent qui l'aidera à

⁵⁶ Voir l'Introduction, p. 2.

⁵⁷ « L'ambition de Flore Negroni », Daniel Garcia, *Livres Hebdo*, 23 janvier 2004.

négocier avec les distributeurs numériques et se chargera de vendre les droits dérivés et de recruter des free-lances lorsque ce sera nécessaire⁵⁸. » Un auteur américain s'interroge également : les changements en cours pourraient-ils signifier que « nos agents deviennent des managers d'entreprise qui nous aident à trouver de nouvelles formes de prestations rémunérées⁵⁹ » ?

C'est le pronostic de l'éditeur Léo Scheer, qui cherche à faire évoluer sa maison d'édition en ce sens. « Aujourd'hui, en mettant les manuscrits sur mon site, je joue un rôle d'agent d'avant-garde. Et le site Lulu.com⁶⁰, c'est un peu un agent pour la Star Ac de l'écriture ! » Autrement dit, à l'avenir, l'auteur pourrait bien s'autoéditer en s'adjoignant les services des professionnels nécessaires à chaque étape de la publication.

Susanna Lea met ces principes en pratique. Constatant le décalage entre l'édition française et l'édition américaine, elle a choisi d'anticiper et de lancer sa propre plateforme de promotion numérique, Versilio. « On ne sait pas à quoi ressembleront nos métiers dans l'avenir, mais si on n'est pas agiles, créatifs, on n'ira nulle part ! Aussi j'ai créé Versilio, une maison d'édition numérique. Aux Etats-Unis, le travail de Versilio est fait par les éditeurs, mais, en France, le secteur est très inerte. Si nous nous lançons dans l'édition électronique, ce n'est pas pour voler les éditeurs, mais parce qu'ils ne remplissent pas ce rôle. Ils n'ont pas de département consacré au numérique, pas de vision sur la communication transversale. Ils refusent de consacrer des budgets publicitaires à Internet parce que, disent-ils, "On ne sait pas à quoi ça sert". Mais qui sait à quoi sert la publicité papier ? Au moins, sur le web, on voit le nombre de clics. »

Versilio a permis de gérer le lancement en ligne du dernier roman de Marc Levy, *La Première nuit*, sorti en décembre 2009 aux éditions Robert Laffont. A ce jour, déclare Susanna Lea, c'est « un investissement avec peu de retours. Mais ce qui importe, c'est d'être présent et de lancer un signe aux auteurs et aux éditeurs ».

Dans ce cas de figure, l'agent s'infiltrer là où il y a une place à prendre.

• *L'agent, un aiguillon pour les éditeurs*

Agents ou pas, les éditeurs ont aujourd'hui le contrôle de la chaîne éditoriale. A eux de mettre tout en œuvre pour garder cette place prééminente en s'adaptant aux nouveaux besoins et, lorsque c'est nécessaire, en répondant à la demande des auteurs. Le duo entre auteur et éditeur ou le trio entre auteur, agent et éditeur est pour une bonne part entre leurs mains.

Olivier Cohen a un discours mesuré : « Les agents occupent l'espace laissé vacant par les éditeurs en donnant aux auteurs un point fixe quand leur éditeur n'en est plus un. Le meilleur moyen de les freiner, c'est de montrer qu'on est aussi bons et parfois meilleurs qu'eux. Il serait bon que les éditeurs acceptent de rentrer dans le détail des comptes, de parler de la gestion des droits, qu'ils montrent aux auteurs qu'on peut être actif en trouvant des débouchés pour leurs livres. (...) Sur la péréquation, l'idéologie des agents est "on s'en fout". Pour que le système actuel perdure, il faudrait qu'il y ait une convivialité au sein d'une même maison. Si

⁵⁸ « Will Authors of the Future Need Publishers ? », Nathan Bransford, 15 septembre 2009, en ligne sur blog.nathanbransford.com.

⁵⁹ « E-Gads, 2009 ! Publishing E-pocalypse or a New Age ? », M.J. Rose, *Publishing Perspectives.com*, 18 décembre 2009.

⁶⁰ Un site qui propose des services d'autoédition.

l'individualisme l'emporte, ça ne marche pas. Il faut que l'éditeur soit capable d'animer la relation avec les auteurs et entre eux. »

L'éditeur Philippe Rey déclare : « A court terme, je vois mal les agents s'imposer. Cela viendra quand les éditeurs auront cessé d'exercer leur métier comme ils le font, c'est-à-dire en maintenant un rapport de proximité avec les auteurs. Pourquoi mes romanciers iraient-ils voir chez un agent alors que je suis disponible pour eux, que je leur réponds immédiatement, qu'ils peuvent me voir quand ils veulent ? »

Aux éditeurs de préserver cette qualité relationnelle, indique le SNE : « Il est donc indispensable que les maisons d'édition continuent à donner à leurs éditeurs les moyens d'être présents auprès des auteurs, et de les tenir informés à chaque étape de la vie de leur œuvre⁶¹. »

A quel rythme cette lente évolution va-t-elle se poursuivre ? Impossible de le prédire. Difficile d'imaginer qu'à terme l'édition française ne poursuive pas un processus général de « normalisation » et que, comme les autres pays occidentaux, les agents n'y fassent pas leur place. Mais au rythme actuel, l'échéance du « tout-agent » est encore éloignée.

⁶¹ « Note sur les agents littéraires », SNE.

III. COMPARAISON

La France, une exception ?

L'agent littéraire est associé au système éditorial anglo-saxon. « En France, dans le rapport compliqué qui s'est construit au XIX^e siècle entre auteurs et éditeurs, l'argent n'avait pas un rôle aussi important que chez les Anglo-Saxons. Bien sûr, il y a eu des auteurs français à succès, mais l'aspect économique n'était à l'origine pas aussi essentiel », explique Susanna Lea, elle-même franco-anglaise.

D'ailleurs, poursuit-elle en souriant, « en Angleterre, il y a plus d'agents que d'arbres ». Une des doyennes américaines de la profession, Lynn Nesbit, dit de la même façon : aux Etats-Unis, « il y a plus d'agents que d'écrivains. Et il y a plus d'écrivains que de lecteurs, j'en suis certaine⁶² ».

Dans le *Literary Market Place* de 2009 (*LMP* ; annuaire de référence de l'édition américaine), 465 agences littéraires sont recensées, ainsi que 23 « *lecture agents* », des agences chargées d'organiser des conférences. Le nombre réel d'agences serait beaucoup plus élevé, aux alentours de 1 500, d'après certains professionnels. Certaines agences sont très spécialisées, comme The Esoteric Literary Services, pour les livres projets liés aux thèmes du *new age*, ou bien Executive Excellence Publishing pour le *business* et le développement personnel. La liste du *LMP* n'est pas exhaustive. Il est vrai qu'aux Etats-Unis, « à un moment donné, dès qu'un éditeur perdait son boulot, il devenait agent. J'ai le sentiment que c'était aussi pour beaucoup un boulot pour femmes au foyer », explique Corinne Marotte (L'Autre agence). La profession ne cesse de s'y développer.

Dans tous les pays occidentaux, les agents sont devenus des acteurs incontournables des métiers du livre. On le constate *de visu* à la Foire de Francfort, où l'explosion des agents est visible. Un étage entier leur est désormais consacré. En 2009, la Foire a accueilli 288 agences et 503 agents venus de 31 pays différents. Dix ans plus tôt, en 1999, on comptait 198 agences et 318 agents⁶³.

En Italie, les agents s'imposent dès les années 1960 autour de la figure d'Erich Linder, Viennois installé en Italie dans les années 1950 et très vite devenu un pilier de l'édition italienne. Teresa Cremisi, qui a commencé sa carrière en Italie, déclare qu'il lui a énormément appris : « Erich Linder était au cœur de l'édition italienne. Il faisait un tri et décidait à quel éditeur italien il voulait s'adresser, de sorte qu'il participait vraiment à la construction des catalogues des maisons d'édition. On ne pouvait pas ne pas passer par lui. Il n'y a jamais eu de rejet. Ensuite, en Italie, ses anciens collaborateurs ont créé des agences et se sont partagé le marché. J'admire son autorité, son allure exceptionnelle, son goût du risque, son intelligence de brillant intellectuel. Il connaissait la valeur du talent et celle de l'argent, et il alliait brillamment ces deux compétences. »

En Espagne, les agents ont commencé à se développer dans les années 1960, autour de la personnalité exceptionnelle de Carmen Balcells et grâce à l'explosion de la littérature latino-américaine. Aujourd'hui, on y compte une quarantaine d'agences littéraires.

⁶² « Agents & Editors : A Q&A With Agent Lynn Nesbit », Jofie Ferrari-Adler, *Poets & Writers*, janvier-février 2008.

⁶³ Source : Susann Rudloff, Frankfurter Buchmesse.

En Allemagne, le développement est plus récent et est couramment associé au phénomène de concentration de l'édition. On peut aussi voir une raison du succès des agents dans la « découverte » d'une nouvelle littérature allemande depuis les années 1980. Impossible de dénombrer précisément le nombre d'agents allemands, mais plusieurs d'entre eux les estiment à environ 150.

Dans les pays nordiques enfin, la progression des agents est également remarquable, et même dans les pays de l'Est, « les agents d'auteurs commencent à se développer car les auteurs sont très demandeurs », témoigne l'agent Anna Jarota.

1. L'Espagne

A. Un phénomène historique

L'émergence des agents dans l'édition de langue espagnole remonte à la fin des années 1960, autour de Carmen Balcells. Figure mythique de la profession, celle-ci s'est trouvée au cœur du formidable boom de la littérature latino-américaine, « premier exemple de succès littéraire mondial », explique l'agent Monica Martin. Le phénomène l'a imposée d'emblée et, avec elle, les agents littéraires en général.

Aujourd'hui, avec une quarantaine d'employés et 235 auteurs représentés⁶⁴, l'agence Balcells reste la plus importante agence espagnole. Elle est talonnée par une quarantaine d'autres, de moyenne (7 à 8 personnes) ou petite taille. A la notable exception de la grande agence Balcells, elles sont regroupées dans une association, l'Asociación de Agencias Literarias de España (ADAL).

Les 6 agences espagnoles consultées déclarent travailler à la fois comme agences d'auteurs et comme co-agents, c'est-à-dire comme représentants d'agents ou d'éditeurs étrangers pour la traduction en espagnol et, souvent, en portugais.

B. Un fonctionnement plus anglo-saxon que les Anglo-Saxons

De l'avis général, seuls les auteurs débutants ou certains très « gros » auteurs se passent d'agents. Elena Ramirez, directrice éditoriale de Seix Barral, maison d'édition littéraire du groupe Planeta, déclare en entretien que 90 % des auteurs espagnols qu'elle publie ont un agent.

Bon gré mal gré, le système des agents est totalement assimilé en Espagne, pays « plus américain que l'Amérique » selon Lorin Stein, éditeur chez Farrar, Straus & Giroux. Mercedes de Ambrosis, écrivain installée en France, témoigne cependant du malaise de certains auteurs : « Une romancière qui a eu les plus grands agents a décidé, il y a trois ans, de s'en passer. Elle s'était rendu compte que, à part prendre une commission, l'agent ne servait à rien, tout venait de son propre réseau. » Antonio Gómez Rufo, écrivain, vice-président de l'Asociación Colegial de Escritores de España (ACE), a un discours personnel très réservé à l'égard des agents, lui-même ayant quitté son agent et travaillant désormais en direct. Des éditeurs regrettent également l'âge d'or de la relation directe avec leurs auteurs. Daniel Fernandez, directeur éditorial de la maison indépendante catalane Edhasa, souligne que, « paradoxalement, la présence de l'agent rend l'ensemble des discussions avec l'auteur plus financières qu'intellectuelles ». Mais l'évolution lui

⁶⁴ Source : *Foreign rights catalog*, Agencia literaria Carmen Balcells s.a., Frankfurt Book Fair 2009.

semble logique et il la décrit ainsi, résigné : « On est passés d'une relation conjugale à une relation polygame ! »

Les agents déclarent avoir des fonctions éditoriales. L'agence Balcells a un département éditorial en tant que tel. Les éditeurs espagnols semblent avoir intégré cet aspect des choses et attendre de l'agent un engagement au niveau du contenu.

Principaux éléments contractuels⁶⁵

— *Commission* : elle se monte à 10 ou 15 % pour la langue espagnole, plusieurs agents déclarant avoir dû réévaluer leur commission à 15 % (un agent dit avoir déjà pratiqué une échelle de pourcentages), et 20 % pour l'étranger.

— *Durée de validité des cessions* : en moyenne de 5 ans pour les auteurs espagnols, de 7 ans pour les auteurs étrangers.

— *Contrat* : les agences établissent le contrat avec les maisons d'édition à partir de leur propre contrat type.

— *Royalties* : une échelle qui va de 10 à 14 % du prix public pour l'édition courante.

— *Droits secondaires* :

a) *Droits poche* : ils sont en général cédés à l'éditeur, moyennant une répartition de 60 % pour l'auteur et 40 % pour l'éditeur.

b) *Droits de traduction* : dans la grande majorité des cas, les agents conservent la gestion des droits étrangers. Deux éditeurs littéraires prestigieux, Anagrama et Tusquets, cherchent autant que possible à obtenir la gestion des droits étrangers pour leurs auteurs espagnols. Lorsqu'ils y parviennent, la répartition est de 80/20. La cession donne lieu à un contrat indépendant du contrat pour l'édition courante.

c) *Droits audiovisuels* : situation variable, moins déterminante qu'en France car le marché est plus réduit. Répartition identique à celle des droits étrangers.

— *Droits numériques* : plusieurs agences, dont l'agence Balcells, nous ont déclaré ne pas les céder automatiquement pour l'instant.

— *Marketing* : pour des auteurs installés, il n'est pas rare que l'agent impose à l'éditeur des frais de marketing et une tournée d'auteur. En tout état de cause, ce qui a trait à la promotion est discuté entre éditeurs et agents.

C. Spécificités espagnoles

L'édition espagnole connaît des difficultés comparables à celles de l'édition américaine, de façon plus aiguë encore puisque son marché est plus réduit. Les

⁶⁵ Un étude concernant les droits d'auteur en usage en Allemagne, Espagne et Grande-Bretagne, sera publiée prochainement sur le site du MOTif. Elle détaillera les usages contractuels dans ces trois pays.

agents sont-ils responsables de la surenchère des à-valoir et d'une spirale vers la « best-sellarisation » ? Les points de vue diffèrent évidemment.

En tout cas, les agents sont fragilisés par la crise. Même s'ils continuent à se multiplier, plusieurs observateurs prédisent que la récession devrait faire disparaître des maisons d'édition et des agences. En attendant, les agents rencontrés déclarent leur activité rentable. Le marché latino-américain ne représente pas un volume financier très significatif. En revanche, on peut noter que la vitalité des traductions des auteurs de langue espagnole est restée assez forte depuis les années 1970.

Par ailleurs l'agent littéraire est totalement intégré au système éditorial, à tous les niveaux. Jorge Herralde, directeur éminemment respecté des éditions Anagrama, explique que les agents littéraires jouent un rôle important dans l'attribution des prix littéraires car ils proposent les ouvrages pour les listes de prix : « Ce rôle dans le système des prix a eu son importance dans le développement des agents littéraires en Espagne car les prix sont très bien dotés et l'agent touche sa commission sur les prix. »

Autre singularité intéressante : la pratique des conférences, lectures, rencontres, tournées d'écrivains est très répandue en Espagne. Elle est beaucoup mieux rémunérée qu'en France (les tarifs peuvent aller jusqu'à 1 000 ou 1 500 euros) et l'agent prend également sa commission sur les conférences qu'il organise pour ses auteurs.

2. L'Allemagne

A. Un phénomène récent

Les premières agences germanophones ont été créées après la guerre par des Juifs partis en exil et installés en Suisse. Jusque dans les années 1980, trois agences se partageaient une activité limitée à la fonction de co-agent pour la langue allemande : les agences Liepman, Mohrbooks et Peter Fritz. Le marché de la littérature générale était alors centré sur la traduction, celle d'auteurs anglo-saxons en majorité, et les trois agences en question représentaient des agents et des éditeurs américains et anglais, en priorité, mais aussi du reste du monde.

La production littéraire allemande étant principalement axée sur les traductions, la pratique du travail avec les agents pour les achats de droits étrangers s'est totalement banalisée. Le système était mûr pour une évolution, qui s'est faite très rapidement à partir des années 1980 et surtout au tournant de 2000.

Les agents d'auteurs se sont d'abord développés parallèlement à l'effervescence de la littérature allemande depuis le début des années 1980. « L'émergence des agents s'est faite en même temps que celle d'une jeune génération d'auteurs qui avaient voyagé, qui connaissaient le cinéma, qui avaient une façon différente d'écrire et pour lesquels avoir un agent semblait naturel. La littérature allemande a pris son indépendance par rapport au carcan antérieur, par rapport à la pensée française notamment », explique l'éditeur Thomas Uberhoff, des éditions Rowohlt. La *scout* Hella Faust explique le phénomène en des termes plus économiques : « A un moment donné, les Allemands payaient des fortunes pour acheter des droits étrangers. Cela a fini par créer un déséquilibre financier et les agents anglo-saxons se sont mis à avoir du mal à vendre cher en Allemagne. Les Allemands ont

commencé à puiser dans le vivier allemand, et là les agents allemands sont arrivés. »

Le phénomène accélérateur a été le rapide processus de concentration de l'édition allemande autour de l'an 2000. Concrètement, beaucoup d'éditeurs licenciés ont choisi de s'orienter vers le métier d'agent. Uwe Heldt, agent chez Mohrbooks, était éditeur. Il déclare pouvoir mieux faire son travail éditorial en tant qu'agent que dans les maisons d'édition où cette fonction tend à être négligée.

On note d'ailleurs que beaucoup d'agences récentes se sont installées à Berlin, pour son dynamisme culturel mais peut-être également ses loyers modérés.

Tanja Graf, qui dirige les éditions SchirmerGraf, relie le développement actuel des agents à la nécessité d'alimenter une production expansionniste : « En Allemagne, la durée de vie d'un livre ne dépasse désormais pas trois mois. Avec une rotation si rapide, les éditeurs ont besoin d'un constant renouvellement en nouveautés et la production s'accélère. (...) Les agents ont aussi pu prendre une place parce que les éditeurs sont tellement sous pression, dans une telle course à la production, qu'ils ont du mal à développer des idées de livres. Bien sûr, il ne faut rien exagérer mais, tout de même, les agents, eux, n'ont pas le stress de la production, ils peuvent réfléchir à des projets et trouver des auteurs. »

Les trois grandes agences mentionnées ci-dessus comptent une dizaine de personnes, les autres sont de plus petites structures.

B. Une présence admise et en développement constant

Uwe Heldt note que « cela a pris 5 ou 6 ans pour que les éditeurs allemands acceptent que les agents soient un maillon de la chaîne mais, désormais, c'est banal ».

Parmi les éditeurs rencontrés, les représentants des plus grandes maisons nous ont paru les plus familiarisés et ouverts aux agents. Les petites maisons se sont déclarées moins concernées par le sujet, voire hostiles, comme Kathrin Scheel, qui dirige la maison indépendante Schöffling, créée en 1994. Mais, à de rares exceptions près, par exemple Urs Widmer, des éditions Diogenes, une maison très respectée qui refuse de travailler avec les agents, les éditeurs allemands se montrent très ouverts.

Les professionnels rencontrés semblent sereins par rapport à l'expansion des agents et au rôle de ces derniers, y voyant des avantages et des inconvénients qui s'équilibrent assez bien. Ils jugent que l'évolution de l'édition allemande, de plus en plus concentrée et orientée sur la rentabilité à court terme, est liée à une tendance économique globale, notamment aux transformations de la distribution, et pas à l'intervention des nouveaux acteurs que sont les agents.

Julia Schade, des éditions Fischer, explique que « si un agent ne me semble pas fiable, je ne travaille pas avec lui. Mais je n'ai vraiment pas à me plaindre d'eux : toutes les agences allemandes et étrangères avec lesquelles je travaille respectent à peu près les mêmes principes et la même déontologie. Les agents ne sont pas les ennemis des éditeurs ». Marion Vasquez, éditrice chez Ullstein, confirme qu'« il peut être plus facile de négocier avec un agent lorsqu'il s'agit d'aborder les aspects techniques, le marketing, etc. Et je ne crois pas que le professionnalisme nuise à la créativité ». Pour Thomas Uberhoff, « il y a plutôt un accord entre agents et éditeurs car tout le monde veut que les auteurs soient rémunérés correctement. Quand on paie 10 ou 15 000 euros pour un premier roman, on sait bien que l'auteur

a besoin de dix fois plus pour vivre et pouvoir écrire son livre. Aussi c'est complété par les tournées, les lectures, les conférences et par un bon système de bourses ».

Cela n'empêche pas les conflits. Comme le souligne Sebastian Ritscher, de l'agence Mohrbooks : « Les agents sont les intermédiaires entre de grandes organisations (les éditeurs) et des petites structures indépendantes (les auteurs). Alors bien entendu, il y a souvent des difficultés. »

Les agents ont-ils fait augmenter les avances ? La plupart des éditeurs jugent que oui. Pour Matthias Bischof, de la maison d'édition de taille moyenne Eichborn, « les agents sont souvent d'anciens éditeurs qui ont changé de métier parce qu'ils ont été victimes de la concentration. Aussi ils connaissent bien le marché, le potentiel économique d'un livre et ils rendent les négociations plus difficiles. En outre, aujourd'hui, on reçoit un synopsis, et souvent les agents veulent qu'on fasse d'abord une offre avant de rencontrer l'auteur, ce qui est vraiment désagréable ».

Certains considèrent que le montant des à-valoir a doublé, d'autres soulignent que cette évolution a d'abord à voir avec les décisions prises par les maisons elles-mêmes. Oliver Vogel, de la grande maison d'édition Fischer, précise que la moyenne des avances pour un premier roman, qui était d'environ 2 500 euros il y a 15 ans, s'établit désormais plutôt autour de 15 000 euros. Kiepenheuer & Witsch, maison prestigieuse du groupe Holtzbrinck, confirme que les à-valoir versés pour les premiers romans oscillent entre 10 000 et 20 000 euros et qu'ils s'établissent entre 30 000 et 50 000 euros pour les auteurs plus établis. Chez Suhrkamp, le Gallimard allemand, Petra Hardt déclare que l'avance moyenne pour un premier roman est de 5 000 euros.

C. Le fonctionnement

Le pourcentage des ouvrages publiés *via* un agent oscille, selon les témoignages, entre 20 et... 100 %. De l'avis général, ce pourcentage a tendance à croître et il est plus élevé dans le domaine de la fiction. La plupart des jeunes romanciers passent par des agents, tandis que de nombreux auteurs établis gardent un lien direct avec leur éditeur traditionnel.

Agents et éditeurs déclarent dans la plupart des cas effectuer un travail éditorial et affirment une complémentarité entre le travail effectué par l'agent et celui des éditeurs. Mais même dans les déclarations des éditeurs, on sent un mouvement de transfert de l'éditorial aux agences.

Principaux éléments contractuels

— *Commission* : 15 à 20 % pour la représentation d'auteurs. Pour l'activité de co-agent : entre 10 et 15 %, de plus en plus souvent 15 %. Si l'agent gère en direct les cessions de droits étrangers, sa commission s'établit à 20 % (dont 10 % pour le co-agent).

— *Durée de validité des cessions* : pour les auteurs allemands, elle est souvent limitée à 5 ou 10 ans, même si certains éditeurs affirment signer encore une majorité de contrats pour la durée de la propriété intellectuelle. C'est un des points les plus discutés. Pour les auteurs étrangers, la durée de validité des contrats peut aller de 5 à 15 ans, plutôt 10 en général. Selon Peter Fritz, de la grande agence Paul & Peter Fritz : « En France, les éditeurs français ont les droits pour la durée du

copyright mais, souvent, ils n'en font rien. Quand le contrat arrive à terme, nous invitons les éditeurs à négocier une prolongation. On envoie des demandes et, en moyenne, sur 50 demandes, on a 12 prolongations. (...) Cette limitation de durée peut être à l'avantage des éditeurs : lorsqu'ils débauchent des auteurs d'autres maisons, ils savent qu'à terme ils pourront rassembler leur œuvre chez eux. »

— *Paiement de l'à-valoir* : en totalité pour une petite somme ; la moitié à signature et l'autre moitié à parution en général ; et, parfois, en quatre quarts, dont le dernier à parution du poche pour les sommes les plus importantes.

— *Royalties* : une échelle qui va de 8 à 14 % du prix public pour l'édition courante, entre 5 et 8 % pour le poche.

— *Contrat* : les agences établissent le contrat avec les maisons d'édition à partir de leur propre contrat type.

— *Droits secondaires* : la plupart des éditeurs consultés déclarent que les droits dérivés constituent un revenu relativement peu élevé.

a) Droits de prépublication : la répartition peut aller jusqu'à 70 % en faveur de l'auteur. Il existe en effet en Allemagne un marché de prépublication encore fructueux.

b) Autres : en général, répartition de 60 % pour l'auteur et 40 % pour l'éditeur, parfois 70/30. Suhrkamp annonce 70 % pour l'auteur et 30 % pour l'éditeur, sauf dans le cas des droits électroniques, des éditions spéciales, des clubs et des poches (*mass market*) pour lesquels la répartition s'établit à 50/50.

c) Droits étrangers : contrairement aux agents implantés de longue date (Mohrbooks, Liepman, Peter Fritz), les nouveaux agents allemands sont plutôt centrés sur le marché domestique.

d) Droits audiovisuels : 70/30, parfois 60/40.

— *Droits numériques* : plusieurs éditeurs nous ont donné le chiffre de 20 % des recettes nettes, mais tous les agents ne l'acceptent pas. L'agent Peter Fritz demande 25 % des recettes nettes et pas moins de 50 % du prix fixe recommandé.

— *Marketing* : il peut arriver qu'un budget marketing soit inclus au contrat, mais c'est très rare. Plus fréquemment, la question est discutée indépendamment du contrat.

3. Les Etats-Unis

A. Un système historiquement, économiquement et juridiquement incomparable

L'agent est inséparable de l'édition américaine, même si, souligne un des anciens et des plus respectés agents américains, Georges Borchardt, « les éditeurs sont souvent méfiants, au point qu'un patron de maison avait inscrit comme devise au-dessus de son bureau : "L'agent est sur l'éditeur comme le couteau sur la gorge"⁶⁶. » Les jeunes éditeurs sont beaucoup plus détendus. Pour Lorin Stein, l'agent et l'éditeur sont « 10 % adversaires, 90 % camarades ».

Il faut d'ailleurs préciser que, si les agents sont omniprésents dans la littérature générale, ils restent marginaux dans les secteurs plus techniques et universitaires. Henry Carrigan, éditeur dans une maison d'édition universitaire, Northwestern University Press, déclare que seulement 5 % de l'ensemble des titres qu'il publie passent par des agents, mais que, dans le domaine de la fiction, ce pourcentage monte à 70 %. Il note cependant que les agents commencent à s'implanter dans le domaine universitaire, ce que confirme Tim Bent, éditeur chez Oxford University Press : « Les agents repèrent très tôt les universitaires et leur conseillent de publier des livres de littérature générale. Parfois c'est trop tôt dans leur carrière et cela leur nuit, cela peut même avoir une influence négative sur leurs travaux de recherche. »

Economiquement, l'activité d'agent est viable car le marché mondial des droits de langue anglaise représente à lui seul un volume considérable⁶⁷. Didier Imbot, de l'agence Global Literary Management Agency, le confirme : « Ce qui est rentable, c'est l'activité de représentation directe d'auteurs aux Etats-Unis. Pour le même travail, on obtient 10 000 euros en France et jusqu'à 100 000 dollars aux Etats-Unis. Mais ce n'est jamais garanti et, en ce moment, c'est difficile. »

Aux Etats-Unis, le système de l'agent est un *business* à part entière. Des magazines, des livres expliquent de façon détaillée comment trouver le bon agent, comment le séduire, comment le convaincre. Ainsi le *Guide to Literary Agents*⁶⁸ donne des conseils précis sur la lettre à l'agent, les leçons à apprendre d'un refus, la première rencontre avec l'agent, etc. L'ouvrage énumère les avantages qu'il y a à prendre un agent : « L'agent connaît les goûts et les besoins des éditeurs ; il suit de près l'actualité éditoriale et les transformations du monde de l'édition ; grâce à lui, les manuscrits sont plus vite lus ; les agents comprennent les contrats ; ils négocient et exploitent les droits dérivés ; ils obtiennent des "bonus", c'est-à-dire une meilleure avance en cas de vente en club par exemple ; ils surveillent les comptes et les paiements ; ils défendent l'intérêt du livre, ils se soucient par exemple d'obtenir la meilleure maquette de couverture... »

Le recrutement d'auteurs se fait en général par recommandation et les agents déclarent pour la plupart ne pas lire les manuscrits non recommandés. Abigail Koons, agent pour la petite Park Literary Agency, déclare qu'elle-même reçoit jusqu'à 150 propositions par semaine. Ils effectuent aussi une sélection à partir des lettres que leur adressent les auteurs, passage obligé et exercice éminemment

⁶⁶ « Le renard de la 57^e », François Cusset, *Livres Hebdo*, 6 février 2004.

⁶⁷ La moitié des livres traduits dans le monde le sont de l'anglais (*Translatio*, sous la direction de Gisèle Sapiro, p. 29).

⁶⁸ *Guide to Literary Agents 2009. Where and How to Find the Right Agent to Represent Your Work*, edited by Chuck Sambuchino, Writer's Digest Books, 2009.

difficile. Lorsqu'ils sont intéressés, ils demandent à voir quelques pages ou tout le manuscrit. Ils se rendent également dans certaines des nombreuses rencontres annuelles d'auteurs, aspirants et confirmés, pour y dénicher les jeunes talents. Certaines de ces rencontres, les Writers' conferences, sont incontournables dans la profession. Enfin, ils arpentent les blogs ou les forums et cherchent à monter des projets avec des journalistes.

B. L'agent, protecteur de l'auteur ?

Un des arguments fréquemment invoqués par les éditeurs français pour expliquer l'implantation des agents dans les pays anglo-saxons, c'est le copyright. Ils le décrivent volontiers comme synonyme d'une totale absence de protection pour les auteurs. Le copyright ignore théoriquement la notion de droit moral imprescriptible, essentielle dans le régime de droit d'auteur⁶⁹. Indépendamment de cette protection qui interdit l'exploitation, modification, utilisation de l'œuvre sans l'accord de l'auteur, les rapports entre auteurs et éditeurs sont régis contractuellement et conformément au CPI qui reconnaît que « L'auteur d'une œuvre de l'esprit jouit sur cette œuvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous » (art. L. 111-1). « A mon avis, les auteurs sont mieux protégés qu'en France », déclare Georges Borchardt, qui juge rétrograde le discours anti-agent. « Le problème, c'est qu'en France il y a des confusions, avec notamment un certain nombre d'auteurs qui sont par ailleurs employés de maisons d'édition et qui finissent par ne plus trop savoir qui doit de l'argent à qui. » Pour l'éditeur Robert Miller : « Si les négociations se faisaient en direct, il y aurait conflit d'intérêt. »

S'agissant de l'éditorial, la même tension qu'ailleurs est sensible entre les éditeurs et les agents qui en revendiquent chacun leur part. Les éditeurs rencontrés nous ont déclaré publier une dizaine de titres par an et consacrer du temps à l'*editing* de chacun d'entre eux. Romancière ayant publié en France et aux Etats-Unis, Catherine Texier fait un constat plus nuancé : « Traditionnellement, les éditeurs américains étaient interventionnistes et travaillaient plutôt plus les manuscrits que les éditeurs français. Aujourd'hui ils ont de moins en moins de temps et se transforment en *acquiring editors* qui achètent des manuscrits très aboutis. »

Principaux éléments contractuels

— *Commission* : 15 % pour les ventes locales et 20 % pour les ventes à l'étranger.

— *Durée de validité des cessions* : contrairement à l'idée qui circule en France, la majorité des contrats sont valables pour toute la durée de la propriété intellectuelle. L'erreur est liée au fait que les éditeurs américains cèdent les droits de traduction à l'étranger pour des durées limitées. Cela dit, certains agents commencent à essayer de réduire la durée de cession. Selon l'éditeur Jason Epstein, « la durée du copyright n'a pas grand sens aujourd'hui puisque, de toute façon, le livre est mort bien avant ».

⁶⁹ Voir p. 58.

— *Paiement de l'à-valoir* : classiquement, moitié à signature et moitié à parution ; mais, parfois, en trois tiers, dont un à la parution du poche, voire en quatre ou même cinq versements. L'agent essaie d'obtenir le paiement initial le plus élevé possible.

— *Royalties* : une échelle de 10 à 15 % du prix public pour l'édition courante (mais plutôt de 7,5 à 12,5 % pour les presses universitaires) ; 7 ou 7,5 % pour le *trade paperback* (poche haut de gamme) ; et une échelle de 8 à 10 % pour le *mass market paperback* (poche grand public).

— *Contrat* : les agences établissent le contrat avec les maisons d'édition à partir de leur propre modèle. Entre les grandes agences et les grandes maisons d'édition, un contrat standard a souvent été élaboré afin de simplifier ensuite les négociations au cas par cas.

— *Droits secondaires*

a) Droits de prépublication : le partage peut aller jusqu'à 80 % en faveur de l'auteur.

b) Autres : 50/50 pour les droits audio, importants aux Etats-Unis — où le marché du livre lu est significatif. Les droits poche sont intégrés, la concentration éditoriale ayant favorisé une intégration verticale, avec des maisons qui ont leur propre marque de poche.

b) Droits étrangers : ils sont très souvent conservés par les agents mais lorsque les droits étrangers sont inclus au contrat, le partage peut aller jusqu'à 75 % en faveur de l'auteur, voire 80 % si l'auteur apporte des acheteurs. Il est de 80 % en faveur de l'auteur pour la Grande-Bretagne. Quoiqu'il en soit, la part du co-agent employé par l'éditeur à l'étranger est prise sur la part éditeur, l'auteur gardant quant à lui l'intégralité de son revenu.

c) Droits audiovisuels : la plupart du temps gérés par les agents qui travaillent avec des co-agents à Hollywood.

— *Droits numériques* : autour de 25 % des recettes nettes, avec une tendance à la baisse. Jugeant que dans un avenir proche certains ouvrages ne seront disponibles qu'électroniquement, certains agents sont d'accord pour considérer que l'éditeur garde les droits même si seule l'édition numérique est disponible, moyennant un minimum de ventes annuelles. Pour Tim Bent, « cela va permettre à beaucoup d'ouvrages de rester accessibles au lieu de disparaître ».

Beaucoup d'agents préconisent une cession pour une durée limitée, renégociable ensuite.

— *Marketing* : un budget marketing peut être inclus au contrat, mais pour les gros best-sellers seulement.

C. Les risques du système

« Il est terrible de constater que des auteurs que j'admire et respecte ne remboursent pas leur avance et que cela pose de sérieux problèmes », déclare Will Murphy, éditeur chez Random House, marque littéraire du groupe de même nom, lui-même propriété de Bertelsmann. Il reconnaît volontiers que « la surenchère est liée au fait qu'il y a toujours quelques acteurs éditoriaux importants en concurrence qui sont prêts à payer des sommes supérieures à la stricte analyse économique raisonnable. Souvent ce sont de nouvelles marques lancées par des groupes et elles ont besoin de titres forts pour exister ». L'agent Jennifer Lyons explique : « Si je voulais faire une faveur à un éditeur en lui évitant la concurrence, ça ne marcherait pas. C'est l'histoire des habits neufs de l'empereur : plus il y a de gens qui aiment un livre, plus tout le monde pense que le livre est bon. A l'intérieur de leur maison, les éditeurs doivent justifier leur choix et c'est plus facile s'ils peuvent dire que dix autres maisons veulent le même livre. C'est absurde, mais il faut le prendre en compte. » Lorin Stein avance encore une explication à la surenchère des avances : « Les éditeurs ne peuvent plus offrir la sécurité dans la durée : ils en paient le prix en offrant des avances élevées. » En outre, les montants sont connus : la plupart des agents informent *Publishers' Lunch*, une newsletter en ligne qui diffuse régulièrement les « deals » effectués.

A partir du moment où l'agent est incontournable, ne deviendrait-il pas une contrainte supplémentaire pour l'auteur ? Pour l'agent Al Zuckerman, « la plupart du temps, lorsque nous prenons un auteur en représentation, nous le vendons. Cela peut prendre des années mais nous y arrivons ».

Catherine Texier décrit les limites du système : « Aux Etats-Unis, l'agent valide la qualité du manuscrit et permet la négociation. En 1987 déjà, quand j'ai envoyé mon premier manuscrit à un éditeur chez Penguin, il m'a répondu favorablement mais a précisé que, sans agent, il ne pouvait pas le publier. Et là les choses sont devenues plus compliquées : j'ai dû voir... treize agents avant d'en trouver un ! Trouver un agent aux Etats-Unis est tout aussi concurrentiel et difficile que trouver un éditeur en France. Il y a un protocole précis à suivre, c'est humiliant, on est vulnérable et fragilisé. Comme chez les éditeurs, les manuscrits envoyés sans recommandation sont lus en dernier, voire même pas regardés. »

Le système rend vite les choses difficiles lorsque les ventes ne sont pas au rendez-vous, comme l'explique l'éditeur André Schiffrin : « On sait que de plus en plus d'auteurs ne trouvent pas d'éditeurs quand les ventes ne suivent pas. Et beaucoup d'auteurs sont publiés à des tirages d'environ 3 000 ou 4 000 exemplaires, alors que le pays a quatre fois plus d'habitants que la France ! La seule chose que les Etats-Unis offrent, ce sont des postes d'enseignants à des auteurs, même si, bien sûr, il faut déjà être assez connu. Beaucoup d'écrivains qui ne gagnent pas assez d'argent avec leurs livres reçoivent ainsi, de façon indirecte, l'équivalent d'une subvention étatique. »

D. Les agents face à la crise et aux transformations en cours

La crise économique a violemment frappé l'édition américaine, aujourd'hui très incertaine de son avenir. La récession, conjointe aux transformations technologiques, fait présumer de mutations au sujet desquelles les hypothèses sont multiples. Beaucoup s'interrogent sur la viabilité des grandes maisons d'édition,

lourdes, coûteuses, victimes de la surenchère, et considèrent que l'avenir est plutôt aux structures légères, spécialisées, flexibles et adaptables.

En attendant, la crise inquiète tout le secteur. « Les avances ont diminué de 30 % en moyenne en moins de deux ans », explique Abigail Koons. « Mais elles continuent d'augmenter pour les gros titres qui concentrent de plus en plus les ventes. » Les agences vivent encore sur les revenus des contrats signés avant la fin 2008, mais d'ores et déjà, en dehors des *blockbusters*, la tendance est à la diminution des avances. Et les éditeurs sont devenus plus prudents : « Avant, on pouvait vendre des romans ou des recueils de nouvelles inachevés. Maintenant, c'est très difficile », déclare Jennifer Lyons.

Susanna Lea estime que, chez les agents, « la crise devrait commencer à se faire sentir en 2010. Cela va être comme pour les maisons d'édition : pour les tout petits et pour les très gros, ceux qui ont un fonds, ça ira. Pour les autres, ce sera difficile. »

L'importance du fonds est en effet mentionnée par certains agents qui expliquent que, en situation de crise, il peut être opportun de le travailler, c'est-à-dire de redonner vie à des livres dont les droits ne sont plus exploités.

L'effondrement des mastodontes de l'édition prédit par certains aura-t-il lieu ? Si oui, cela profitera aux petites structures et laisse présager une diminution des rémunérations des auteurs allant de pair avec une nouvelle vitalité du secteur. Certains ont d'ores et déjà tenté des expériences : au sein du groupe HarperCollins, l'éditeur Robert Miller a créé une nouvelle marque, HarperStudio, basée sur un schéma inédit : les avances y sont limitées à 100 000 dollars ; en revanche, tous les profits sont partagés avec l'auteur à 50/50.

En parallèle à la crise, le développement accéléré du marché du numérique offre des perspectives que les professionnels ont du mal à embrasser. Dans le cas de l'édition numérique et de l'édition à la demande, les ouvrages étant virtuellement toujours disponibles, comment l'éditeur peut-il justifier auprès de l'auteur qu'il s'emploie à faire vivre ses titres ? En outre, les discussions portent sur la rémunération. Plusieurs éditeurs se sont trouvés en porte à faux face à Open Road, nouvelle maison d'édition en ligne créée notamment par Jane Friedman, ancienne éditrice chez HarperCollins, qui propose un partage de 50/50 des recettes brutes⁷⁰. Le débat porte aussi sur la question de savoir qui est propriétaire des droits numériques pour les titres signés avant que le numérique soit mentionné sur les contrats. Random House est à la tête de cette revendication déterminante pour l'avenir.

La plupart des professionnels consultés considèrent le numérique comme une formidable opportunité pour les agents. Il ouvre tout un domaine de développement, domaine complexe dans lequel l'intervention d'un tiers sera plus que jamais nécessaire. En outre, le numérique pourrait bien offrir aux auteurs et aux agents la possibilité de s'adresser directement au lecteur sans passer par l'éditeur⁷¹. Selon Jason Epstein, « les auteurs de best-sellers pourront très bien embaucher eux-mêmes leur propre éditeurs et correcteurs. Evidemment, dans un premier temps, il sera un peu difficile de renoncer à l'avance, cet argent gratuit, même si on n'écrit pas pour cet argent, mais il le faudra bien. La situation est presque mûre pour cette transformation. Le résultat sera... formidable et terrible ! ».

⁷⁰ « The New eRights Battle », *Publishers Marketplace*, 14 décembre 2009.

⁷¹ Voir p. 36.

4. Comment les professionnels étrangers voient la singularité française

Les professionnels étrangers prédisent assez généralement l'extension inéluctable du système des agents en France, tout en admirant, sérieusement ou ironiquement, le système français. Un agent espagnol dit ainsi être impressionné par l'efficacité du « lobby des éditeurs français, qui défend très bien ses intérêts en mettant en avant de grands principes ». Elena Ramirez, de Seix Barral, juge d'ailleurs que la péréquation n'a rien à voir avec l'intervention d'un agent mais avec la bonne gestion d'une entreprise. Les témoignages vont à peu près tous dans le même sens.

Jorge Herralde : « Le partage des droits à 50/50 en France est une invitation à courir vers un agent ! Certes, les éditeurs ont beaucoup de frais lorsqu'ils investissent sur un auteur, mais lorsque celui-ci constate que, pour les droits dérivés, l'agent prend une commission de 20 % alors que l'éditeur retient 50 %, il a toutes les raisons d'aller vers l'agent. Pourquoi renoncerait-il à ces sommes ? C'est pourquoi, en Espagne, nous avons adopté le partage 80/20 : l'inverse aurait été dangereux. »

Juan Cerezo, de la maison littéraire Tusquets : « Le fait qu'en France il arrive que les auteurs ne touchent pas d'à-valoir me semble inimaginable. »

Peter Fritz : « L'attitude des Français vis-à-vis des agents est un peu un réflexe de classe. Il y a une arrogance des éditeurs français, ils prétendent qu'ils se méfient, qu'ils ne traitent pas avec les agents. Mais nulle part, dans aucune culture, les intermédiaires ne sont *a priori* sympathiques ! Bien sûr, les éditeurs français en place qui ont de fortes personnalités ne vont pas changer, c'est légitime. Mais Hachette traite tout le temps avec des agents à New York, donc à terme ce sera aussi plus détendu en France. »

Michael Gaeb : « Je ne crois pas à l'implantation des agents anglo-saxons en France. Les différences culturelles sont trop fortes. Ce sont les Français qui doivent créer leurs agences, et je suis sûr qu'ils vont s'imposer à la longue. Ils sont nécessaires car l'édition française est concentrée à 80 %, alors que seules 40 % des maisons d'édition allemandes appartiennent à des groupes, les autres restant indépendantes. Or la concentration fragilise la relation entre auteur et éditeur, l'engagement et la fidélité n'est pas la même. En France, les maisons indépendantes sont en fait toutes rattachées aux distributeurs et aux grandes maisons. Dans ce système très capitalisé, les maisons d'édition sont très avantagées par rapport aux auteurs. »

Will Murphy : « En France, le sens de la continuité éditoriale est beaucoup plus fort qu'aux Etats-Unis, les auteurs ne passent pas leur temps à changer de maison. »

Al Zuckerman : « Les éditeurs français ne sont pas très généreux avec leurs auteurs. Ils jouent sur des liens d'amitié certes réels, mais chacune des parties a des intérêts différents. »

Ira Silverberg, agent : « Le système traditionnel à la française a fonctionné mais, aujourd'hui, le marché des droits étrangers a changé et un individu *manage* mieux la carrière d'un auteur dans le monde entier qu'une grosse entreprise. Les départements de droits étrangers sont trop occupés pour bien s'occuper de tous les auteurs. »

Georges Borchardt : « Il est probable que l'édition française suivra tôt ou tard le modèle américain, comme l'ont fait l'édition britannique et l'édition allemande. Lorsque les conglomérats ont pris le pouvoir, les agents deviennent essentiels. Quand leurs éditeurs commencent à valser dans les maisons, les auteurs sont perdus. »

Barbara Eppler, éditeur (chez New Directions, petite maison indépendante très littéraire) : « Les éditeurs français ont de la chance de ne pas avoir d'agents. »

IV. DESCRIPTION

A quoi servent les agents ?

Pour ou contre les agents ? Nous avons abordé les termes généraux du débat, mais, à la vérité, le dilemme est assez vain. Résistances ou pas, si besoins il y a et si elle sait les combler, la profession se développera. Aussi nous allons aborder les différents types de besoins des auteurs et les fonctions que remplissent les éditeurs, les agents ou les instances collectives de représentation des auteurs. On ébauchera ainsi une réponse à la question de savoir à quoi peuvent servir les agents d'auteur.

1. A sélectionner les manuscrits ?

A. Efficacité de la sélection par les éditeurs

En France, l'essentiel du travail de tri est exercé par les éditeurs. Le SNE souligne les vertus de ce mode de fonctionnement : « Notre système de sélection ouvert et si performant en termes de découverte, mais coûteux, garantit la vivacité de notre production, sa diversité, son renouvellement⁷². »

Les « grandes » maisons sont dotées de services des manuscrits. En 2004, Francis Esménard a calculé qu'Albin Michel recevait plus de 4 000 manuscrits par an, gérés par un service chargé de les répertorier, de les lire et d'y répondre, pour un coût annuel estimé à 600 000 euros⁷³.

Les auteurs peuvent donc proposer directement leurs manuscrits pour publication. Les « grands » éditeurs, Gallimard en tête, sont la plupart du temps les premiers auxquels ils s'adressent, mais les « petits » ont aussi accès à des textes de qualité, directement ou lorsque ces textes ont échappé aux « grands ». Les « petits » éditeurs peuvent prendre le risque de publications incertaines parce que les avances sont réduites, voire inexistantes. Le système permet à une production importante de voir le jour, dans laquelle la plupart des titres passent inaperçus et disparaissent rapidement des librairies. Mais certains émergent, et d'autres sont remarqués par des éditeurs plus solides qui donneront à leur auteur une nouvelle chance.

Ce fonctionnement est acquis pour toute la profession. Antoine Gallimard évoque ainsi les filiales du groupe Gallimard comme des « satellites [qui] ont plutôt la fonction qu'avaient naguère les revues littéraires, qui permettaient de “draguer” les auteurs. Ils ont des petits tentacules, des papilles gustatives différentes des nôtres. Après, j'ai ma voiture-balai⁷⁴. »

L'exemple de Gallimard est particulièrement intéressant. Dans le domaine de la littérature générale, en particulier de la fiction française, Gallimard et ses « satellites » (Verticales, Joëlle Losfeld, La Table Ronde, le Mercure de France, Denoël, Le Promeneur, L'Arpenteur, P.O.L.) occupent aujourd'hui une position prédominante. Grâce à son propre outil de sélection, un service des manuscrits

⁷² « Note sur les agents littéraires », SNE.

⁷³ « L'affaire Houellebecq a causé un tort considérable », entretien avec Francis Esménard, Daniel Garcia, *Livres Hebdo*, 8 octobre 2004.

⁷⁴ « Du pain sur la blanche », Claire Devarrieux, Ange-Dominique Bouzet, *Libération*, 5 janvier 2006, cité dans *Edition, l'envers du décor*, Martine Prosper, *op. cit.*

efficace et un comité éditorial renommé, mais aussi *via* les maisons dont il possède tout ou partie et la qualité de sa diffusion et de sa visibilité, ce groupe contrôle une part significative de la production littéraire française. Et la majorité des auteurs rêvent d'y être publiés. Dans un tel contexte, le rôle de choix et de médiation que propose l'agent est limité et difficile à justifier.

B. Dangers et atouts des agents

Dans un système avec agent, la dynamique permettant de repérer textes et auteurs de qualité se fait en amont de la production éditoriale, au niveau de l'agent. L'éditeur se concentre sur la diffusion et la promotion du livre, il devient plus « agriculteur que chasseur », selon la formule d'Olivier Nora. Il ne suscite plus les projets mais considère et accepte ou pas les offres de l'agent. La force de proposition et d'idées, c'est l'agent. Les petits éditeurs sont pénalisés, pas seulement financièrement, par des avances plus élevées, mais aussi parce qu'avec les agents, la marge d'improvisation et donc leur choix se réduisent. Les découvertes, ce sont les agents qui sont censés les faire, et non plus les petits éditeurs. L'agent est un aiguilleur qui oriente les manuscrits vers les maisons selon lui les mieux adaptées, et contribue ainsi à limiter la part d'accident, de hasard, à normaliser la production. Comme, en outre, les agents font monter les coûts, ils risquent de réduire les capacités de publication des petits en concentrant leurs investissements sur moins de titres.

Cette sélection en amont pourrait ainsi nuire à la diversité éditoriale. Reste à se demander si un manuscrit en attente du bon éditeur chez un agent est beaucoup plus mal loti qu'un ouvrage publié dans l'ignorance générale et rapidement pilonné. En d'autres termes, la diversité éditoriale telle que nous la connaissons est-elle encore la panacée ?

2. A trouver un éditeur ?

Dès lors qu'il a sélectionné un manuscrit, l'agent essaie de trouver pour lui le meilleur éditeur possible.

A. Un secteur très concentré

L'édition de littérature générale est un « petit milieu » concentré autour de Saint-Germain-des-Prés, qui peut être perçu comme endogène. Une raison, pour certains, de voir en l'agent un moyen de lever des barrières réelles ou fantasmées. Anne-Sophie Monglon déclare recevoir beaucoup d'appels d'auteurs « qui cherchent des agents car ils sont persuadés que, pour être publiés, il faut avoir un réseau ».

Mais l'étroitesse du milieu et sa concentration géographique sont sans doute les raisons pour lesquelles l'agent a du mal à s'y faire une place. Selon Emmanuel Pierrat, « l'exception française est liée au centralisme. Ici, chercher un éditeur est assez simple, tout le monde se connaît et tout est géographiquement proche. En outre, beaucoup de maisons appartiennent désormais à des groupes. Il suffit d'avoir un contact pour être présenté à quelqu'un d'autre... On a vite fait le tour du milieu ». Abel Gerschenfeld précise qu'« ailleurs, l'édition est décentralisée, donc

les contacts entre auteurs et éditeurs sont plus difficiles. En Allemagne, cet éclatement a été renforcé par la réunification ».

En France, un agent n'apporterait pas grand-chose à la prospection. D'après Paul Otchakovsky-Laurens, « les auteurs qui, chez moi, seraient susceptibles de prendre un agent sont ceux qui n'auraient de toute façon aucun mal à trouver un éditeur ».

Concentration géographique, concentration économique et tissu humain serré réduisent la valeur de la mise en relation proposée par l'agent.

B. L'éditeur, interlocuteur prioritaire ?

Dans l'édition française, c'est le lien direct et étroit entre éditeur et auteur qui prime. La rencontre humaine est essentielle — sans intermédiaire. Guy Walter, écrivain et directeur de la Villa Gillet⁷⁵, qui travaille beaucoup avec les éditeurs étrangers, le constate : « L'édition française est très personnalisée. Elle s'appuie sur des rapports intersubjectifs, sur de vrais éditeurs, comme Olivier Cohen ou Paul Otchakovsky-Laurens, qui connaissent vraiment leurs auteurs. C'est toute la différence. Et cela explique le phénomène Gallimard. »

Ce lien interpersonnel peut être très fort. Camille Laurens en témoigne dans son dernier ouvrage⁷⁶ : « Pendant plus d'un an après la rupture avec mon éditeur, je n'ai pas écrit — pas une ligne, je ne pouvais pas (...) Plus d'adresse, je n'avais plus d'adresse, plus personne à qui raconter l'histoire, personne qui joue le jeu, je n'habitais plus la langue puisque je n'avais plus de maison, je ne faisais plus partie de la maison. » C'est un personnage qui parle, la narratrice du roman, mais il évoque de près l'expérience de l'auteur après que son éditeur a préféré se séparer d'elle.

Cette relation est ancienne. « Dans la tradition française, décrit l'agent Susanna Lea, l'éditeur mettait son apport économique à l'auteur sur le même plan que beaucoup d'autres apports, personnels, culturels... Il lui fournissait un service d'accompagnement complet jusque dans sa vie quotidienne. » Ce schéma paraît rendre l'intercession de l'agent inutile, voire nuisible. Celle-ci risque de freiner la rencontre et elle introduit la subjectivité littéraire et la personnalité de l'agent entre l'auteur et l'éditeur.

« En France, la fonction d'agent d'auteurs ne s'est pas développée plus tôt car il y a une longue tradition de relation sacrée directe entre l'auteur et l'éditeur. C'est moins vrai aujourd'hui, sauf quand l'éditeur personnifie sa maison », souligne Didier Imbot. Agent lui-même, il juge qu'une brèche est en train de s'ouvrir. Certes, les conflits entre éditeurs et écrivains ne datent pas d'hier, et les récriminations des auteurs envers leur éditeur sont un classique des correspondances d'écrivains. Mais, de plus en plus, les auteurs mesurent que l'éditeur est aussi un commerçant et un gestionnaire qui rend d'abord des comptes à son entreprise. Beaucoup jugent que ce « mariage » entre auteur et éditeur, ce partenariat, est en train de se distendre.

⁷⁵Située à Lyon, la Villa Gillet organise avec des écrivains des conférences, débats, tables rondes et lectures.

⁷⁶*Romance nerveuse*, Camille Laurens, Gallimard, 2010.

C. Un éditeur, mais le bon

Une chose est donc de trouver un éditeur, une autre de ne pas se tromper. Pour un auteur de littérature, il est essentiel d'entrer dans la bonne maison. L'agent est là pour aider l'auteur à s'orienter, il doit connaître le marché et les goûts de ses partenaires. En outre, il est censé ne prendre en représentation que les manuscrits qu'il est sûr de pouvoir placer.

En principe. Mais *quid* du manuscrit que l'agent ne réussit pas à imposer ? Catherine Texier pointe l'aspect paralysant du système : « Si votre agent ne vend pas votre manuscrit, vous êtes bloqué. Vous pouvez changer d'agent, mais alors il faut arriver avec un nouveau manuscrit. Cela dit, cela revient au même en France : quand on est refusé partout, il faut proposer un nouveau livre. »

L'agent, une étape de plus dans un processus déjà lourd ? Sous couvert d'efficacité, l'agent multiplie les interlocuteurs et les procédures. Pour les auteurs, il ajoute un lien supplémentaire, qui n'est pas censé être de dépendance puisque l'auteur est son « client », mais qui peut être tout aussi compliqué à défaire ou à faire évoluer.

3. A travailler les textes ?

Editeurs et agents revendiquent haut et fort leur attachement au travail sur les manuscrits, leur vigilance et leur souci de perfectionnisme. Les auteurs semblent plus circonspects. Sur le sujet, toutes les parties se renvoient la balle et émettent volontiers des réserves sur le travail du voisin.

A. L'éditorial, c'est le travail de l'éditeur

En France, on considère qu'un éditeur digne de ce nom travaille sur le manuscrit et la notion d'*acquiring editor* n'est pas valorisée. L'éditeur de littérature française est considéré comme « plus » éditeur que son homologue chargé de la littérature étrangère, dont l'intervention éditoriale est bien entendu plus limitée puisqu'il acquiert les droits de traduction d'ouvrages déjà publiés.

Philippe Rey, qui a créé sa maison en 2003, insiste sur ce point : « Si les agents dénichent des auteurs, je suis d'accord, pourvu que ce soit l'éditeur qui fasse le travail sur le texte. Je travaille jusqu'à quatre versions d'un même roman. Aucun agent ne ferait une chose pareille. » Pierre Assouline partage cette vision : « Mon agent et mon éditeur ne font pas le même travail. J'ai besoin de Gallimard pour l'aspect éditorial, je considère que ce travail relève de la maison d'édition. Si elle ne le fait pas, ça n'a pas de sens. »

A entendre les témoignages d'autres auteurs, les situations sont très variables et les anecdotes abondent. Ainsi, à propos du livre de Bernard-Henri Lévy épinglé par la presse pour une grossière erreur factuelle, François Taillandier remarque : « Comment se fait-il que dans l'auguste maison Grasset, il ne se soit trouvé personne pour relever l'erreur ? Moi, chez mon éditeur, j'ai remarqué qu'on lit mes livres avant publication⁷⁷. »

⁷⁷ « Vrais faux philosophes », François Taillandier, *L'Humanité*, 18 février 2010.

Un agent américain pointe l'hypocrisie et les limites du système. Il souligne que, en France, « le rapport de complicité entre l'éditeur et l'auteur a entretenu l'idée qu'il ne fallait pas toucher les textes. Aujourd'hui, qui travaille vraiment les textes de fiction dans les maisons d'édition ? Ce manque de travail éditorial a une conséquence : les romans français sont de moins en moins traduits à l'étranger ».

B. Côté agents, quelle intervention éditoriale ?

On distingue deux visions du métier d'agent : pour les uns, le « vrai » agent, c'est l'agent dit « à l'anglo-saxonne », dont l'apport éditorial est significatif. Pour d'autres, le « bon » agent est celui qui n'empiète pas sur les responsabilités éditoriales de l'éditeur. François Samuelson a choisi cette dernière option et il juge que la question ne se pose pas vraiment avec ses clients, des écrivains très maîtres de leur travail. Virginia Lopez-Ballesteros adopte le même schéma : « Je laisse l'éditeur travailler avec l'auteur et je n'interviens pas. Si l'auteur ne veut pas corriger comme le lui demande l'éditeur, alors on cherche un autre éditeur — mais cela n'est jamais arrivé. »

La majorité des agents récemment implantés revendiquent au contraire leur intervention sur les manuscrits et un premier regard éditorial qui vise à donner une meilleure forme au texte, atout dont les éditeurs auraient tort de se priver. Anna Jarota va très loin dans ce sens : « Tout au long de l'écriture, je travaille avec les auteurs, je discute avec eux de l'histoire, des personnages, de la direction. Avec ceux qui préfèrent avancer en solitaire et remettre le manuscrit terminé, la discussion commence après. Quand ce travail est abouti, je fais corriger le texte par des *free lance*, de sorte qu'il arrive chez l'éditeur pré-édité et corrigé. Il n'empêche que l'éditeur aura son travail à faire aussi. C'est un processus long mais complet. »

Côté auteurs, les témoignages sont divers. Anonymement, un romancier témoigne de ses échanges avec un jeune agent littéraire : « Aujourd'hui, il a le temps et les moyens d'être très disponible, très engagé. D'ici cinq ans, s'il a beaucoup d'auteurs, ce sera peut-être différent, mais en attendant c'est quelqu'un de clair, de rassurant, avec qui je n'ai pas de complexe, je peux lui envoyer des textes en cours, des ébauches que je n'enverrais pas à mon éditeur. L'éditeur, c'est le jugement final ; l'agent, lui, fait la présélection et conseille. »

Mais la promesse de l'agent n'est pas toujours satisfaite. Aux Etats-Unis, selon Catherine Texier, « certains agents conseillent à leurs auteurs de payer de leur poche un éditeur indépendant pour faire le travail éditorial ».

C. L'externalisation du travail éditorial va-t-elle se généraliser ?

« Aujourd'hui, il est vrai qu'un certain nombre d'éditeurs français se chargent encore du travail sur les textes et accompagnent les auteurs. Ceux-là protègent l'ensemble de la profession, mais beaucoup d'autres ne font plus le boulot. Des auteurs m'ont dit avoir été seuls, peu corrigés, peu édités », déclare Corinne Marotte. L'éditeur, démissionnaire de ses fonctions premières ? Didier Imbot, installé à New York, confirme : « Le rôle des agents se développe car les éditeurs ont tendance à externaliser les tâches éditoriales. Auparavant, un même éditeur travaillait pendant vingt, trente ans avec un auteur. Aujourd'hui, les éditeurs changent plus souvent de maison, tout est moins stable. Et il y a à la tête des groupes d'édition de plus en plus de gestionnaires qui apprécient que quelqu'un

fasse l'interface avec l'auteur. Au-delà de l'aspect relationnel, le calcul est économique : si la relation éditoriale est externalisée, elle ne coûte rien à la maison puisque la commission est prise sur la part auteur. Autrement dit, c'est l'auteur qui paie. »

Des éditeurs admettent que cet apport peut être constructif. Editeur chez Jean-Claude Lattès, proche de ses auteurs et attachée au travail sur les manuscrits, Karina Hocine le reconnaît : « Je crois à des professionnels aux compétences éditoriales qui seraient crédibles auprès des auteurs et qui certifieraient aux éditeurs la qualité et le potentiel commercial. Toutes les maisons n'ont pas de bons éditeurs capables de travailler les textes. »

Ces témoignages semblent aller dans le sens d'une évolution vouant l'éditeur à se transformer en chef de produit chargé du marketing, de l'impression et de la diffusion. Aujourd'hui, les typologies d'éditeurs sont encore variées, ce qui offre aux auteurs la possibilité de trouver l'interlocuteur qui leur convient.

4. A négocier les contrats ?

Pour les Anglo-Saxons, ce qui rend l'intervention de l'agent vraiment indispensable, c'est la discussion du contrat. En France, certains considèrent que les auteurs doivent négocier eux-mêmes, d'autres pensent qu'ils sont fragiles et mal placés pour s'en charger.

A. Droit d'auteur *versus* copyright

La différence entre le système avec agents et le système sans agents est souvent expliquée par l'écart entre les régimes juridiques : droit d'auteur, d'une part, copyright, d'autre part⁷⁸.

Selon Paul Otchakovsky-Laurens, « dans les pays anglo-saxons, les agents sont tout à fait justifiés. Le droit d'auteur n'y est pas protégé, donc les auteurs ont besoin de protection. En France, le contrat d'édition offre les garanties légales normales, donc une protection supplémentaire *via* un agent n'est pas nécessaire ». Cette différence de législation expliquerait pourquoi, dans les pays anglo-saxons, les auteurs, comme les artistes en général, se sont très tôt fait assister d'avocats puis d'agents. L'auteur français, lui, n'aurait pas besoin d'agent, un contrat d'édition conforme au Code de la propriété intellectuelle lui assurant protection par le biais de son éditeur, garant des droits moraux et patrimoniaux.

Alain Absire, écrivain et président de la SGDL, revendique lui aussi la primauté du droit moral. Il explique que « le copyright ne protège pas l'auteur et l'intégralité de son œuvre comme notre droit moral », tout en jugeant « qu'aujourd'hui le droit moral est menacé ».

Cependant, selon Françoise Benhamou, membre du Conseil d'analyse stratégique des industries culturelles, et Joëlle Farchy, membre du Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique, « l'opposition entre copyright et droit d'auteur est devenue en partie artificielle⁷⁹ ». La différence originelle est la suivante : le droit

⁷⁸ Voir p. 47.

⁷⁹ *Droit d'auteur et copyright*, Françoise Benhamou, Joëlle Farchy, éditions La Découverte, 2007, p. 25.

d'auteur s'est constitué à partir d'une conception d'ordre juridique, tandis que la notion de copyright reposait sur une vision économique. Mais les choses ont évolué. En France, elles ont notamment changé à l'occasion de la loi de 1985 (obligation d'établir un contrat distinct pour les droits audiovisuels), qui cherchait à mieux prendre en compte les évolutions économiques.

En tant que délégué général du Syndicat national des auteurs et compositeurs (SNAC), Emmanuel de Rengervé répond régulièrement aux sollicitations de ses adhérents sur des points contractuels. Sa pratique confirme cette évolution : « Aujourd'hui, les écrivains français cèdent plus de droits à leurs éditeurs que les Américains. En France, on critique le copyright, mais le contexte de la négociation fait que les conditions ne sont pas forcément plus favorables aux auteurs. En revanche, nous avons pour nous l'association systématique de l'auteur à la rémunération de son œuvre, alors que dans le monde du copyright on peut envisager des achats forfaitaires. En principe, le système du droit d'auteur implique un risque partagé entre l'auteur et l'éditeur. Mais il faut nuancer : les éditeurs mettent en avant l'à-valoir, alors qu'en réalité celui-ci couvre rarement le travail effectué. Et souvent les petits payent en fait pour les gros, au motif que "si je n'ai pas le gros, je ne pourrai pas publier le petit". »

Emmanuel Pierrat juge également le débat dépassé : « Qu'est-ce qui nous différencie ? Le droit moral. Il existe *de facto* quand on est puissant, aux États-Unis comme en France. Ici (...), la plupart du temps, on signe un contrat dans lequel on accepte d'emblée tout ce qui, en tant qu'auteur, fait hurler, mais si on refuse, plus de contrat ! De l'autre côté, pas de droit moral dans la loi, mais un auteur qui possède un pouvoir économique fort — et il y en a beaucoup — réussit à imposer ses conditions. (...) Par ailleurs, les États-Unis ont adhéré à la convention de Berne, le dépôt n'est plus nécessaire pour la protection, la durée des droits est la même. Bref, on est dans une uniformisation complète⁸⁰. » On doit toutefois noter que l'adhésion américaine à la convention de Berne exclut les « dispositions relatives aux droits moraux, en particulier son caractère inaliénable, qui distingue le droit d'auteur français de la législation anglo-américaine sur le copyright⁸¹ ».

Le copyright va-t-il supplanter le droit d'auteur ? Le débat est très actuel. François Samuelson le déclare d'ores et déjà pour ce qui concerne le cinéma : « La notion de droit d'auteur en France est une jolie feuille de vigne. Dans les faits, on est déjà passé au copyright⁸². » Sous couvert de droit moral et de protection des droits patrimoniaux par l'éditeur, l'auteur français est souvent soumis à des contrats exigeants.

B. La négociation participe de la relation entre auteur et éditeur

On dit souvent qu'en France, argent et création ne font pas bon ménage. Pourtant, les éditeurs ont l'habitude de parler d'argent avec leurs auteurs, cela fait partie d'un dialogue « naturel ». « J'aime parler d'argent avec mes auteurs », déclare Jean-Marc Roberts. « Pour moi, un contrat, ça se déchire, ça se révisé, ça n'est pas sacré. Si un auteur est en retard ou s'il a besoin de retravailler son texte et

⁸⁰ *Bulletin des bibliothèques de France*, dossier « Economie et droit de l'information », « Le droit d'auteur aujourd'hui », entretien avec Yves Alix, 2006.

⁸¹ *Les contradictions de la globalisation éditoriale*, direction Gisèle Sapiro, Nouveau Monde éditions, 2009.

⁸² « François Samuelson, un agent en or », Sophie Dacbert, *Le Film français*, 23 octobre 2009.

que j'y crois, je n'hésite pas à accorder une rallonge. J'essaie de ne pas proposer l'à-valoir le plus fort dès le départ, en sachant qu'il peut être révisé en cours de route. Je m'autorise cette souplesse car je veux pouvoir rendre service à un auteur, mais je ne voudrais pas rendre service à un agent ! (...) Il faut savoir expliquer les choses à un auteur, et c'est dangereux d'avoir un écran qui se charge de le faire à votre place. (...) C'est un rapport fusionnel, comme dans un couple. Et, comme dans un couple, on parle d'argent. Si on n'en parle pas, c'est que le couple est en péril. L'agent c'est l'amant, celui qui fait faire des conneries, celui qui donne envie d'avoir une plus jolie robe. Ce qui est lié à l'agent ne va pas dans le sens de la création mais plutôt des amours tarifés. »

Paul Otchakovsky-Laurens rejoint cette vision et considère que dissocier la négociation financière du reste, c'est infantiliser l'auteur : « Je ne suis pas pour angéliser les relations. Il est normal de parler aussi d'argent avec un auteur. Il est naturel que l'auteur soit au courant des ventes, qu'il discute des à-valoir. Si un auteur veut prendre un conseil, libre à lui, mais le contrat doit se signer directement. Je ne vois pas pourquoi il y aurait quelqu'un entre l'auteur et moi. »

Certains auteurs sont aussi réservés sur le fait de charger un intermédiaire de la négociation. Un auteur destinataire du questionnaire d'enquête exprime cette position de façon radicale : « L'artiste qui accepte la diffusion de ses œuvres ne peut ignorer le contexte dans lequel il s'inscrit. Faire appel à un agent s'est s'amputer d'une partie de sa capacité à opérer sur le monde qui l'entoure en niant les rouages économiques qui le régisse, c'est se conforter dans une position infantile et un peu lâche, alors que les rouages économiques font partie du jeu artistique et qu'il est salutaire pour l'artiste d'être responsable de son attitude et de ses choix face à aux règles et aux propositions d'une société de plus en plus marchande, aussi bien à titre personnel que dans son travail. Qui plus est je trouve que les agents compliquent les choses, ralentissent les projets, et sont plus souvent un handicap qu'un atout, mais comme toujours cela dépend des situations et des personnes. Il y a évidemment de "bons" agents et de "mauvais" auteurs et réciproquement. »

Certains jugent d'ailleurs illusoire de penser que l'agent peut modifier substantiellement la négociation. C'est d'abord la valeur présumée de l'auteur (littéraire, commerciale, médiatique...) qui joue, beaucoup plus que le négociateur. L'agent infléchit sans doute le rapport de force en faveur de l'auteur, mais dans quelle proportion ?

C. Fragilité de l'auteur

Indépendamment de sa « valeur », on peut cependant se demander si l'auteur est vraiment le mieux à même de négocier avec ses partenaires.

Jean-Yves Mollier décrit dans *L'Argent et les Lettres* un tournant qu'il situe très précisément entre 1895 et 1909⁸³. Après des avancées significatives en termes de droit d'auteur, il s'est alors produit « une mutation décisive et définitive de la déréglementation du droit d'auteur en France » et un « nivellement du droit des auteurs ». Responsables : les petits éditeurs, par impossibilité de faire autrement, mais aussi les auteurs qui ont accepté des conditions aberrantes. « Des hommes de lettre comme Montherlant, Bloy ou Proust portent la responsabilité d'avoir permis et couvert de leur nom cette mutation de la condition des écrivains au XX^e siècle. »

⁸³ *L'Argent et les Lettres*, Jean-Yves Mollier, *op. cit.*, p. 437-442.

Pour *Le Sang du pauvre*, Léon Bloy accepte, en 1909, d'être payé par son éditeur, Juven, « six mois après la mise en vente et seulement sur les vendus ».

Le tournant était pris et, dans leur ensemble, leurs descendants ne semblent pas mieux aptes à négocier. Beaucoup d'écrivains en témoignent, ils ne lisent tout simplement pas leurs contrats. « Je crois bien n'avoir même pas lu les clauses de mon contrat », déclarait le romancier Stéphane Audeguy en 2007⁸⁴. « J'ai vérifié qu'il s'agissait d'un contrat type et je n'ai rien discuté. »

Il est vrai que certaines clauses du contrat d'édition sont de toute façon incompréhensibles aux non-spécialistes. Les lire et ne rien y comprendre est une expérience compliquée pour l'auteur. Soit il appose sa signature sur un document obscur, ce qui est embarrassant, soit il demande des explications à son éditeur, sans parler de modifications. Mais comment ne pas paraître à la fois stupide, ingrat, et méfiant ? Chaque option étant également pénible, reste la solution, plus simple et finalement assez raisonnable, qui consiste à jeter un œil rapide et à signer en toute confiance.

D'où la nécessité de déléguer cette tâche à un professionnel, agent ou avocat. En réponse au questionnaire qui lui a été adressé, Gabriel Matzneff fait le commentaire suivant : « (...) le plus souvent nous sommes des rêveurs, peu aptes à la vie pratique, peu âpres à exiger nos droits, qui aurions en effet fort besoin de cet avocat, de cet expert qu'est l'agent littéraire, c'est-à-dire d'un défenseur qui empêcherait nos éditeurs de décider quasi de tout et, en définitive, de nous embabouiner dans le chocolat. » Régis Jauffret, qui a récemment pris pour agent François Samuelson, partage une vision voisine : « Les écrivains sont des artistes qui ne font guère la différence entre 10 et 10 000 euros, qui ne mangent pas, dont les enfants vivent dans la rue, et qui rêvent tous, comme les éditeurs qui ont souvent des difficultés à y parvenir, de crever dans une soupente du scorbut. Les agents sont là pour les raisonner. »

Les auteurs témoignent largement du rapport de force qui prévaut avec l'éditeur. Lorsqu'on n'est pas connu, déclare un auteur établi, « on n'a pas de marge de manœuvre. L'éditeur considère que si on ne vend pas, on n'a rien à dire. Or, si on ne vend pas, c'est peut-être de la faute de la maison d'édition ». L'écrivain Abdourahman Waberi est du même avis : « Les éditeurs ont une position hégémonique et maintiennent les auteurs à une place infantilisante. Que pour son premier livre un auteur cherche d'abord la valeur symbolique, cela peut se concevoir, mais après plusieurs livres, on pourrait imaginer qu'il parle de certaines choses en adulte avec son éditeur. Mais non, cela continue à marcher comme ça. »

L'agent, lui, considère qu'il peut modifier la donne.

D. Négociateur, c'est un métier

Négociateur, ce n'est pas seulement discuter de l'à-valoir. C'est envisager un ensemble de critères que l'agent pense être mieux à même d'évaluer que l'auteur.

Les auteurs qui ont pris un agent considèrent qu'il est là pour éviter les conflits et les frustrations liés à la négociation et préserver la qualité de leur relation avec l'éditeur. « Parler d'argent est déplaisant et on n'est jamais le meilleur vendeur de soi-même », témoigne Pierre Assouline. Emmanuel de Rengervé confirme : « Il est difficile pour les auteurs de discuter avec des personnes ayant des compétences

⁸⁴ « Pour une nouvelle dynamique de la chaîne du livre », Les dossiers de la SGDL, 2007, p. 55.

juridiques. De sorte qu'en général ils ne parlent que de l'à-valoir, du pourcentage et éventuellement du partage des droits pour les adaptations. D'ailleurs, le rapport de force est tel aujourd'hui qu'ils n'ont pas le choix. »

Dans ses *Confessions d'une radine*, Catherine Cusset raconte fort bien la relation difficile que l'écrivain entretient avec l'argent que lui verse son éditeur⁸⁵. Le premier livre de la narratrice se vend mal : « Je ne vaud même pas ce premier argent que j'ai gagné par mes mots. Je vaud à peine quatre mille francs. (...) L'échec me semble inscrit sur mon visage comme une marque de forçat. (...) J'ose à peine franchir le seuil de la maison d'édition. Je me sens comme une voleuse. » Puis les choses s'améliorent : « Soutenue par mon mari, j'apprends les lois du marché. L'éditeur est un marchand. Ce n'est pas à lui d'estimer la valeur de mon œuvre. C'est à moi de fixer mon prix. De croire en moi. Comme il est difficile de croire en soi ! Mais on y est obligé. C'est même un signe d'humilité. Ce serait une grande arrogance de renoncer à se vendre en se disant que l'immense valeur de son œuvre sautera aux yeux de la postérité. Cette posture peut se confondre avec l'aveuglement de la bêtise. Qu'on se le dise : il n'y a guère de génies méconnus. » La narratrice applique avec succès les principes expliqués par son mari : « "Il faut demander beaucoup et négocier ensuite : c'est la seule manière de se faire remarquer." »

La « *radine* » de Catherine Cusset se débrouille, et elle n'est pas la seule. A entendre les témoignages des auteurs, il est clair que les aptitudes et les marges de manœuvre diffèrent selon les individus. Question de « valeur marchande » sur le marché éditorial, mais aussi de compétence personnelle et de façon d'appréhender ses activités.

D'aucuns ironisent et jugent beaucoup d'écrivains bien plus doués qu'il n'y paraît pour obtenir le maximum. Mais l'épreuve peut être pénible et laisser des traces. Un conflit direct est plus difficile à gérer qu'un désaccord *via* un intermédiaire appointé. En outre, pour les auteurs, la négociation se limite en général à l'à-valoir. Or les conditions et les offres des éditeurs sont en réalité souvent des « packages » compliqués à analyser, et les atouts et handicaps des maisons malaisées à comparer. Tel groupe implanté à l'étranger fera miroiter des perspectives de traductions, tel autre mettra en avant la garantie d'une publication en poche, tel éditeur encore proposera de signer d'emblée pour deux romans... Et encore faut-il connaître les atouts des maisons : aptitude à influencer sur les prix, service de presse efficace ou non, accent mis sur les cessions de droits, investissements marketing, vigilance particulière sur le travail éditorial, attention portée à chaque titre, image auprès des libraires... Autant d'aspects qui méritent d'être pris en compte en fonction du projet concerné. Cette analyse nécessite compétence et recul.

Dans ce domaine, les éditeurs français se distinguent radicalement de leurs homologues anglo-saxons. Ces derniers privilégient le travail avec les agents, au point de refuser de discuter contrat avec les auteurs sans agent. Jofie Ferrari-Adler, éditeur chez Grove Atlantic, une maison américaine indépendante, en témoigne : « Quand nous sommes en contact directement avec un auteur qui n'a pas d'agent, nous lui suggérons des noms d'agents. Car les agents sont des professionnels qui savent ce qu'ils font et pourquoi. Nous préférons traiter avec eux, ainsi nous sommes sûrs qu'on ne pourra rien nous reprocher. »

⁸⁵ *Confessions d'une radine*, Catherine Cusset, Gallimard, 2003, p. 94-99.

5. A gérer les cessions de droits dérivés ?

A. Le cœur du sujet

La question des droits dérivés est au centre de la problématique des agents. Question de principe, d'abord, aux yeux des éditeurs : c'est la validation par l'édition d'origine en grand format qui fait exister l'œuvre et l'auteur. Par voie de conséquence, c'est elle qui rend possible les adaptations et les cessions de droits dérivés.

« L'éditeur est le premier à s'être engagé et à avoir fait exister le livre : cela mérite d'être rétribué », insiste Emmanuel Pierrat. Le débat est ancien et l'argumentation immuable : en août 1936 déjà, un projet de loi déposé par Jean Zay et selon lequel l'auteur, vu comme un « travailleur intellectuel », devait être rémunéré comme tel, prévoyait notamment d'exclure les droits de traduction et d'adaptation du contrat d'édition. Les éditeurs combattirent l'ensemble du projet « au nom de leur investissement, de leur rôle de “découvreurs”, de leur contribution au succès des œuvres et du rayonnement de la pensée française⁸⁶ ».

Pierre Astier juge la position des éditeurs abusive : « Les éditeurs ont fait un principe quasi légal de l'unité d'exploitation. Autrement dit, s'ils ont les droits premiers, ils trouvent normal d'avoir la maîtrise des autres droits. Ce principe n'a jamais vraiment été remis sur la table, mais il n'y a aucune raison à ça. » A l'inverse, François Samuelson se dit « dans une volonté participative » et n'isole pas les droits étrangers du contrat d'édition. En revanche, il inclut une clause de rétroversion de ces droits s'ils ne sont pas cédés après deux ou trois ans, considérant que les ventes qui interviendraient après un tel délai seraient l'effet de la notoriété du livre ou de l'auteur et pas du travail de prospection de l'éditeur.

Le fond du débat est financier. Traditionnellement, l'à-valoir inclus au contrat est calculé en fonction du pourcentage dû à l'auteur sur le premier tirage. Autrement dit, il est censé être remboursé après épuisement de ce tirage. La base de ce calcul et de l'estimation du point mort d'un ouvrage, ce sont les ventes de l'édition courante en librairie. Dans une gestion éditoriale classique, les revenus émanant des droits dérivés sont un plus et n'entrent pas en ligne de compte dans le calcul de l'avance. Alors, les droits dérivés, cerise sur le gâteau à l'impact marginal ?

La Centrale de l'édition indique une forte augmentation en volume des cessions de droits de titres français à l'étranger, de 6 000 titres cédés en 2005 à 7 200 en 2007⁸⁷. Les revenus des droits dérivés, substantiels, peuvent représenter 50 % des profits d'un ouvrage, voire suffire à rentabiliser un titre.

Se priver de ce revenu ou en réduire sa part constitue un sérieux manque à gagner. « La vie économique de nos maisons », rappelle le SNE, « et, partant, leur pérennité, est tributaire, tout autant que des ventes en librairie, des droits secondaires⁸⁸. » La question de leur répartition est donc cruciale.

⁸⁶ « Propriétaires ou travailleurs intellectuels ? Les écrivains français en quête d'un statut », Gisèle Sapiro, Boris Gobille, *art. cit.*

⁸⁷ « Quelles perspectives pour la politique publique de soutien au livre français à l'étranger ? », rapport rédigé par Olivier Poivre d'Arvor et Marc-André Wagner, ministère de la Culture et de la Communication, février 2009.

⁸⁸ « Note sur les agents littéraires », SNE.

Le domaine audiovisuel, d'abord. La France a une production audiovisuelle très importante et les adaptations y jouent un grand rôle : « Avec un film français sur cinq tiré d'un roman, la littérature a le vent en poupe⁸⁹. » Les revenus tirés d'une adaptation audiovisuelle et même d'une simple option peuvent être considérables.

A l'étranger, les sommes en jeu sont relativement moins importantes. Toutefois, le français restant la deuxième langue traduite après l'anglais, les cessions peuvent représenter un sérieux apport financier. Certains ouvrages ayant bénéficié d'un gros à-valoir mais aux ventes en librairie décevantes auraient coûté très cher à leur éditeur si les cessions de droits étrangers, prévendus (donc bien vendus), ne leur avaient assuré une sécurité confortable. Ainsi *La Possibilité d'une île*, de Michel Houellebecq (éditions Fayard, 2005), ou *La Jalousie*, de Catherine Millet (éditions Flammarion, 2008) ont bénéficié de nombreuses et excellentes ventes à l'étranger avant même leur sortie en librairie.

Les choses ont évolué au point que, pour certains ouvrages représentant un lourd investissement en à-valoir et en promotion, les droits dérivés, les droits étrangers en particulier, sont souvent évalués par anticipation et intégrés au budget prévisionnel.

S'agissant du partage des droits dérivés, le système des agents est *a priori* plus rentable pour les auteurs. Catherine Texier, romancière française qui vit à New York, explique que, « pour l'agent, l'enjeu c'est de garder le maximum de droits dérivés, les langues étrangères, le cinéma, les séries télé, les droits annexes, le droit de publier des extraits... Avec tout cela, il n'est pas rare de doubler l'avance. En général, on ne cède pas les droits mondiaux, mais si on le fait, l'avance est plus importante ».

La menace de l'arrivée des agents peut donc s'avérer financièrement sérieuse pour les éditeurs. « Il y a une panique des éditeurs à l'idée que les auteurs pourraient être tentés par cette option. Il en résulte une très forte pression sur les responsables de droits dérivés pour satisfaire les demandes des auteurs et rentabiliser au maximum ces droits », explique Hella Faust.

B. Le partage des droits : la répartition à 50/50 est-elle obsolète ?

Cette crainte s'appuie sur un débat désormais récurrent autour de la répartition des revenus des droits dérivés. En France, le partage standard est de 50 % pour l'auteur et 50 % pour l'éditeur, une clé de répartition contestée par certains auteurs et par les agents. Ceux-ci font valoir que leur commission sur les droits dérivés étant de 20 %, elle est beaucoup plus intéressante pour un auteur, qui conserve ainsi 80 % des revenus des cessions, au lieu de 50 % lorsque l'éditeur s'en charge.

Le partage à 50/50 est jugé par certains inique, voire scandaleux, *a fortiori* lorsque les projets de traduction ou d'adaptation sont initiés par les auteurs. En réalité, dans de tels cas de figure, si l'auteur en fait la demande, certains éditeurs acceptent de revoir la répartition des pourcentages pour lui accorder 60 %, voire 70 % des revenus de la cession. « Je ne maîtrise pas bien le domaine audiovisuel, aussi j'explique à mes auteurs que le pourcentage peut passer de 50/50 à 80/20 s'ils sont apporteurs d'affaire », confirme l'éditeur Philippe Rey.

Sur le principe, les éditeurs s'en tiennent toutefois au *statu quo* et valorisent leur apport. Ils jugent qu'on ne peut pas considérer un manuscrit comme un objet fini que la maison d'édition se contenterait de mettre en librairie puis sur les marchés

⁸⁹ « Ces écrivains que le cinéma s'arrache », Léna Lutaud, *Le Figaro*, 20 mars 2009.

des droits dérivés. « La valeur, c'est le texte de l'auteur ; la valeur ajoutée, c'est l'éditeur qui l'apporte », explique Anne-Solange Noble.

La valeur ajoutée est plurielle, elle inclut le prestige d'un catalogue et d'une marque, mais également le travail éditorial. On en a vu un bon exemple avec le livre de Jonathan Littell, *Les Bienveillantes*, publié par l'intermédiaire d'un agent mais dont Richard Millet, éditeur chez Gallimard, a assuré l'*editing*. Ce travail considérable a bénéficié aux éditeurs étrangers puisqu'ils ont traduit à partir de la version finale validée et publiée par Gallimard. En l'occurrence, la maison n'ayant pas la gestion des droits étrangers du livre, elle n'a pas bénéficié des revenus afférents.

En outre, les éditeurs justifient la répartition 50/50 par la péréquation, position exprimée par Olivier Nora, alors P-DG des éditions Grasset, en 2007 : « Cette répartition nous permet de publier des inconnus, d'investir sur le long terme, sur la qualité littéraire ou l'exigence intellectuelle⁹⁰. »

Contribuer financièrement à faire connaître les jeunes auteurs lorsqu'on a acquis le stade d'ancien, grâce à un partage raisonnable des droits dérivés ? Tous ne sont pas d'accord. Frédéric Beigbeder a choisi de prendre un agent alors même que son éditeur, Grasset, exploitait bien ses droits dérivés. Ainsi, au lieu de 50 %, il perçoit désormais 80 % des revenus des cessions. Avantageux mais contestable, sachant que l'éditeur a fait tout l'investissement initial et toute la prospection à l'étranger. Lorsqu'il ne reste plus qu'à en récolter les fruits, lui retirer sa part peut paraître ingrat. Mais c'est le droit le plus strict de l'auteur et son volume de ventes en librairie additionné à sa surface médiatique lui donne en l'occurrence toute latitude pour l'exercer.

Toutefois, la répartition à 50/50 n'est pas une règle absolue. Elle est toujours négociable, agent ou pas. Au moment de la discussion du contrat, rien n'empêche un auteur de demander des conditions plus favorables. En fonction de sa « valeur ajoutée » et de ses arguments, l'éditeur acceptera ou non. « Evidemment, si tous les livres d'un auteur sont adaptés au cinéma, l'éditeur ne va pas demander le même partage que pour le premier roman d'un inconnu », explique Paul Otchakovsky-Laurens. « Quand je suis sûr que je vais faire trente traductions, ce serait malhonnête de garder 50 % des droits. Parfois un auteur demande de lui-même un autre pourcentage, et lorsque c'est possible j'accepte. »

D'ailleurs, de nombreux auteurs avec agents cèdent tout de même leurs droits dérivés à leur éditeur moyennant le classique 50/50, même si les agents évoquent couramment une répartition de 60/40 pour l'étranger et 70/30 pour l'audiovisuel.

C. Un agent, ou plusieurs, pour les droits dérivés

Les auteurs sont prudents car, déclare l'un d'eux, « même si certaines maisons sont sous-équipées pour les droits dérivés, il vaut mieux ne pas passer outre sinon on risque de ne pas être bien traité par ailleurs ». Isoler tel ou tel droit du contrat standard sera bien accepté par l'éditeur si l'auteur est particulièrement bien introduit dans le secteur en question et que l'éditeur, lui, n'y a ni contacts ni compétence particulière. Sinon, la négociation est délicate.

Pourtant, certains franchissent le pas et commencent à dissocier droits de traduction à l'étranger et droits audiovisuels, parfois discrètement, pour en confier

⁹⁰ « L'agent fait-il le bonheur ? », Stéphane Jarno, *Télérama*, 22 septembre 2007.

la gestion à un agent, voire à plusieurs — un pour l’audiovisuel, un pour l’étranger. Côté agents, cette option semble être un pis-aller : « L’objectif, c’est la représentation exclusive », explique Pierre Astier, « morceler est difficile. Si, par exemple, nous avons les droits pour certains pays mais pas tous, c’est très compliqué à gérer, notamment avec les *scouts*. » Le discours de l’agent est ici à peu près le même que celui de l’éditeur. Et pour les mêmes raisons : ne gérer que les droits étrangers d’un auteur est beaucoup moins rentable pour un investissement qui n’est pas loin d’être équivalent. On imagine aisément que si les agents acceptent cette formule, c’est dans l’espoir d’étendre ensuite leur représentation.

D. L’étranger

Dans les pays anglo-saxons, la compétition entre agents et éditeurs pour la gestion des droits étrangers est forte. Les éditeurs ont longtemps eu tendance à laisser les agents investir le marché, puis ils ont tenté de reprendre la main sur des droits financièrement intéressants. Reste que pour les projets à plus fort potentiel, les agents gardent les droits, et que certains d’entre eux ne cèdent jamais les droits étrangers. Pourtant, les éditeurs étrangers semblent souvent s’être alignés sur les tarifs des agents pour ce qui est du partage des droits dérivés. Il n’est pas rare qu’un éditeur américain qui acquiert les droits étrangers d’un titre verse 70 % des revenus à l’auteur, pour n’en conserver que 30 % (lesquels se partagent en 10 % pour l’éditeur, 10 % pour l’agent, 10 % pour le co-agent). Lorsque l’agent gère directement les droits étrangers, l’auteur reçoit 80 %, agent et co-agent se partageant les 20 % restants.

• Les éditeurs sont-ils bien équipés pour défendre leurs titres à l’étranger ?

La profession s’accorde à reconnaître que, dans l’ensemble, les éditeurs français font du bon travail grâce à de solides services de droits étrangers. « On constate que le pays d’Europe qui a le moins d’agents est celui qui, après la Grande-Bretagne, vend le plus de droits de traductions », explique Anne-Solange Noble. Elle juge que les éditeurs français ont largement fait leurs preuves dans ce domaine ; autrement dit, « on peut considérer que les Français sont de meilleurs vendeurs que les Anglo-Saxons : ils réussissent à bien vendre leurs titres alors que le français est une “petite” langue et que les ventes locales sont très inférieures car la population est plus réduite ». Même écho chez d’autres éditeurs, comme Jean-Marc Roberts, qui déclare : « le miracle des agents sur les cessions étrangères, je ne l’ai pas vu. » Karina Hocine juge également que les maisons d’édition sont *a priori* mieux placées dans ce domaine que les agents : « car elles sont à la fois vendeuses et acheteuses. L’agent, lui, ne propose rien, sa position est plus fragile. »

L’efficacité des éditeurs n’est pas le fruit du hasard, elle reflète un véritable effort en faveur des auteurs. Pour Anne-Solange Noble, « le contrat d’édition stipule qu’il y a obligation de publier, mais, concernant les droits dérivés, l’auteur donne mandat pour les gérer à sa place, il n’y a pas obligation de résultat. Les éditeurs ont développé les droits étrangers car c’est un service rendu à l’auteur qui permet de le fidéliser ». Elle-même signe chaque année environ 800 contrats et 200 lettres-accord. Elle précise que ces cessions n’interviennent jamais sans l’accord préalable de l’auteur.

La configuration est évidemment très différente pour une maison comme Gallimard, au service de droits étrangers important et efficace, et pour les petites structures qui ne sont pas en mesure de se doter d'un service spécifique et peuvent être amenées à sous-traiter à des agences. Cependant certaines « petites » maisons, comme Les Arènes, ont fait le choix d'un véritable investissement dans ce domaine.

Les éditeurs bénéficient en outre des services généraux offerts par le BIEF⁹¹. Seules les maisons d'édition sont invitées à y adhérer.

• *Des lacunes ?*

Côté agents, on pointe les lacunes du système. Les services de droits étrangers, lorsqu'ils existent, seraient trop souvent obligés de se concentrer sur les « gros » auteurs. « Les grandes maisons vont voir les grandes maisons à l'étranger, tandis que les agents affinent et s'adressent à des éditeurs plus spécialisés », juge Virginia Lopez-Ballesteros. En outre, complète Hella Faust, « en général, il n'y a pas assez d'effectifs dans les services de droits étrangers français. La prospection devrait être séparée de la charge administrative, très lourde ».

Les éditeurs seraient également trop rigides dans leurs pratiques. Selon un professionnel, « c'est une erreur des éditeurs français de ne pas assez travailler avec des gens sur place, dans les pays, pour les ventes de droits étrangers. Tout faire depuis un bureau parisien n'est pas possible. Les Français considèrent qu'il n'est pas utile de payer quelqu'un en plus, ce qui est absurde ». « Quelqu'un en plus », ce sont les co-agents installés dans les pays étrangers et qui se font les intermédiaires pour les cessions de droits. A entendre les témoignages américains, espagnols et allemands, ils sont en effet beaucoup plus fréquemment employés par les professionnels étrangers que par leurs homologues français.

Enfin, des auteurs soulignent que l'agent, étant rémunéré à la commission, est plus motivé qu'un salarié. Une discorde de fond : les éditeurs reprochent justement aux agents d'être incités par leur mode de rémunération à adopter une politique à court terme, les empêchant parfois de choisir le meilleur éditeur et de prospector aussi les pays peu rémunérateurs. « Je ne touche pas d'intéressement, c'est ce qui me permet de faire des contrats de cession avec des à-valoir inférieurs à 500 euros », explique Anne-Solange Noble. « Si j'étais rémunérée à la commission, je ne penserais pas à l'intérêt de l'auteur, qui peut être d'avoir des traductions dans de petits pays. » A noter l'option alternative adoptée par les éditions du Dilettante : Claude Tarrène, directeur commercial de la maison, assure la vente des droits étrangers mais, au titre d'agent, il est rémunéré sur un pourcentage des ventes⁹².

• *Des opportunités de développement ?*

Longtemps langue phare des traductions mondiales, le français peine à maintenir sa place prééminente. Certains veulent y voir un lien avec la raideur des échanges commerciaux. Guy Walter juge que la littérature française pourrait mieux voyager. « Les agents pourraient dé-sectorialiser les écrivains français », avance-t-il. C'est la ferme intention d'Anna Jarota : « Les écrivains français voyagent mal car ils

⁹¹ Voir p. 18.

⁹² « Des services de droits aux agences littéraires : les enjeux des cessions de droits étrangers sur le marché de l'édition française », Eloïse Elandaloussi, Master I Commercialisation du livre, Paris-XIII – Villetaneuse, 2009.

écrivent trop pour la France. La priorité absolue des éditeurs français, c'est le marché national, et quand ils font l'*editing*, ils ne pensent pas à l'étranger. J'essaie au contraire de donner des conseils afin que le livre puisse voyager. Les romans français sont souvent très talentueux mais ils manquent de scénario. Et ça, ça marche en France mais pas ailleurs. » Elle assure que l'objectif, c'est la meilleure diffusion de l'auteur, et que toutes les modalités d'application sont possibles : « Il m'arrive de céder les droits mondiaux à l'éditeur français, avec un partage à 60/40, ou 70/30. Dans ce cas, si l'éditeur vend lui-même les droits, je prends 10 % sur la part auteur. Si je vends les droits, alors la part éditeur est partagée entre moi et l'éditeur. Ainsi, nous joignons nos efforts pour mieux vendre à l'étranger. »

En tout cas, le souhait d'être traduit est une des grandes attentes des auteurs. Et 80 % de ceux qui ont répondu à notre questionnaire jugent les agents utiles ou très utiles pour la vente des droits de traduction⁹³. Aude Samarut, de l'agence Anna Jarota, en témoigne : « On récupère petit à petit les droits étrangers d'auteurs français, [qui les reprennent à leur éditeur] pour nous les confier. On a une toute petite écurie de 6 à 7 auteurs. On soumettra leur travail en France et à l'étranger. On s'occupe d'eux de A à Z⁹⁴. »

E. L'audiovisuel

• L'engagement des éditeurs

Côté audiovisuel, l'enjeu est de taille, sachant qu'une simple option, même si elle n'est jamais levée, et *a fortiori* si est renouvelée, peut rentabiliser un premier roman aux ventes modestes en librairie. Les éditeurs français ont fait de sérieux efforts pour satisfaire les auteurs dans ce domaine, efforts notamment rendus nécessaires par la loi de 1985 qui a imposé la dichotomie entre le contrat de cession général et le contrat de cession audiovisuelle « afin de montrer aux auteurs qu'ils n'étaient pas obligés de tout signer », explique Jean-Claude Zylberstein. Aux éditeurs de faire leurs preuves puisque les auteurs ne sont plus contraints de signer le contrat audiovisuel, disjoint du contrat d'édition.

En réalité, les éditeurs se sont dotés dès 1960 d'un outil, la Société civile des éditeurs de langue française (SCELF). Le SNE explique : « Sa création était rendue nécessaire par l'attitude des grandes sociétés d'auteurs qui, se fondant sur une lecture étroite de la loi du 11 mars 1957 sur le droit d'auteur, entendaient nier aux éditeurs la possibilité d'être, au titre du contrat d'édition, cessionnaires des droits d'exploitation dérivée des œuvres qu'ils publiaient. Cette lecture n'était pas totalement désintéressée dans la mesure où elle aurait contraint les auteurs de livres à adhérer aux grandes sociétés pour percevoir les droits collectés, au titre, par exemple, des adaptations au théâtre, à la radio, au cinéma, et bientôt à la télévision⁹⁵. »

L'instauration de la SCELF a résolu ce conflit en faveur des éditeurs. Elle perçoit les revenus tirés des adaptations audiovisuelles et, après déduction d'un pourcentage pour ses frais de gestion, les verse aux éditeurs qui eux-mêmes rémunèrent les auteurs en fonction du partage fixé par contrat. Elle fournit

⁹³ Voir la synthèse des réponses au questionnaire, en annexe II, p. 98.

⁹⁴ « Aude Samarut, agent littéraire », entretien paru sur le site www.melico.org, Mémoire de la librairie contemporaine, 19 décembre 2008.

⁹⁵ www.sne.fr/pages/informations/scelf.html

également aux éditeurs un service de conseil visant à faciliter leurs cessions de droits audiovisuels. Et, à l'occasion du Salon du livre, la SCELf organise depuis 2009 le marché de l'audiovisuel ainsi que des rencontres express (*speed dating*) entre éditeurs et producteurs. Comme on l'a déjà vu, n'étant pas membres de la SCELf, les agents n'y sont pas conviés. Selon Pascale Kramer, écrivain, agent, et co-organisatrice de cet événement en 2009, l'objectif était de « donner un signe fort aux auteurs, de leur montrer que l'édition est dynamique dans ce domaine ». En effet, la profession a salué une initiative qui a permis de multiplier les échanges et les contacts.

Les agents ont quelques griefs envers la SCELf qui les exclut *de facto*. En outre, François Samuelson considère que, comme celles de la SACD, les retenues statutaires de la SCELf grèvent la part auteur des revenus audiovisuels⁹⁶.

Avec ces outils, les éditeurs s'estiment à même de maximiser les ventes de droits audiovisuels pour leurs auteurs. Marie Dormann, responsable des droits audiovisuels, poches et clubs aux éditions Albin Michel, explique que « le projet audiovisuel fait partie de la vie du livre. Prospection, négociation, établissement des contrats, suivi vigilant du développement puis de l'exploitation du film : c'est une vraie charge, et à long terme. J'ai vu des auteurs revenir au bout de quelques mois de collaboration avec un agent et me demander de veiller à nouveau sur leurs droits dérivés, et des auteurs étrangers nous mandater pour un projet d'adaptation que nous leur proposons ». Jean-Marc Roberts se montre lui aussi très investi dans ce domaine : « Pour *Pièce montée*, de Blandine Le Callet, trois maisons de production très différentes étaient intéressées. Là, j'ai été son agent, et un bon agent, c'est-à-dire celui qui veut trouver la bonne personne, qui est garant du droit moral de l'auteur. »

• *Ce que proposent les agents*

Côté auteurs et agents, le diagnostic est plus réservé quant au rôle des éditeurs. 88 % des auteurs ayant répondu à notre questionnaire jugent les agents utiles ou très utiles pour la gestion des droits audiovisuels⁹⁷.

Actuellement, dans le monde de l'audiovisuel, les auteurs adaptés seraient en effet moins bien rémunérés que les professionnels du secteur⁹⁸. Lorsqu'il y a adaptation, l'œuvre originale devrait être première dans l'échelle de valeur du contenu ; pourtant, les romanciers sont les parents pauvres du secteur. Olivier Adam, échaudé par une expérience malheureuse avec l'adaptation peu rémunératrice de *Je vais bien, ne t'en fais pas* (éditions du Dilettante, 2000), a décidé de se faire représenter par un agent⁹⁹.

Est-ce à dire que les éditeurs ne gèrent pas bien ces droits ? La situation est très contrastée, entre des maisons qui ont développé des services de droits audiovisuels à part entière et d'autres qui en sont démunies ou qui concentrent sur une seule et même personne les cessions pour l'étranger, les clubs, les poches et les droits audiovisuels.

Même dans les maisons importantes, les auteurs ne s'estiment pas toujours défendus au mieux. Pierre Assouline, représenté par l'agence Intertalent, commente

⁹⁶ « Un agent à Paris », François Cusset, *Livres Hebdo*, 28 mai 2004.

⁹⁷ Voir la synthèse des réponses au questionnaire, en annexe II, p. 98.

⁹⁸ « Ces écrivains que le cinéma s'arrache », Léna Lutaud, *art. cit.*

⁹⁹ « L'agent ne fait pas le bonheur », Edouard Launet, *Libération*, 16 octobre 2008.

en ces termes : « Des maisons comme Gallimard et Le Seuil sont très bien outillées en termes de cessions audiovisuelles, mais elles ne sont pas en mesure de faire aussi bien qu'Intertalent. François Samuelson gérant également des réalisateurs et des comédiens, il peut réaliser des mariages en interne. »

François Samuelson lui-même va plus loin, et considère que, fondamentalement, « le cinéma n'est pas le métier des maisons d'édition. Le plus souvent, elles signent une option qui ne connaîtra aucune suite : il existe un vrai "cimetière des options"¹⁰⁰. »

Les agents se jugent mieux placés, notamment parce qu'ils se concentrent sur moins de titres que les services des maisons d'édition. Débordés par un vaste catalogue, ceux-ci sont parfois obligés d'engager des démarches pour des ouvrages sans réel potentiel audiovisuel afin de satisfaire l'auteur et d'éviter qu'il n'écoute les sirènes de maisons concurrentes. L'agent Noëlle Mouska explique que, pour elle, la priorité va à l'audiovisuel : « Je préfère commencer par essayer de vendre les droits audiovisuels. Lorsqu'un manuscrit est abouti, je l'envoie en premier lieu aux producteurs. J'ai procédé ainsi pour un premier roman, *Figurec*, de Fabrice Caro, dont j'ai ensuite vendu les droits à Gallimard. »

Même Paul Otchakovsky-Laurens, qui exclut l'intervention d'un agent pour les droits d'édition, déclare : « Pour le cinéma et le théâtre, je peux l'admettre. Lorsque j'ai signé un contrat avec une actrice, je lui ai de moi-même laissé les droits d'adaptation théâtrale : elle n'avait pas besoin de moi ! Si un auteur estime que, compte tenu de ses relations, il est armé pour le cinéma, il est normal qu'il s'en occupe. »

• *Les éditeurs prédominant*

A ce jour, les éditeurs gardent pour l'essentiel la maîtrise des droits audiovisuels. Les agents, à de rares exceptions, n'ont pas su s'imposer en la matière. Certains relativisent d'ailleurs l'importance de ce marché. « La littérature française est peu narrative et tous les ouvrages ne s'adaptent pas, loin s'en faut », juge l'agent Catherine Winckelmuller. « On a beau très bien connaître ses interlocuteurs, savoir ce qu'ils aiment, ce qu'ils cherchent, faire aboutir un contrat n'en reste pas moins très difficile », ajoute cette professionnelle réputée pour son sérieux et sa ténacité.

Le seul capable de rivaliser avec les éditeurs, François Samuelson, est d'ailleurs agent pour le cinéma avant d'être agent pour le livre, puisque environ 30 % de son chiffre d'affaires vient du livre.

Cependant, le secteur s'accorde à penser que les opportunités de développement existent et que, entre l'édition et le secteur audiovisuel, l'intermédiation est encore lacunaire. C'est pourquoi des professionnels se sont spécialisés, comme Pascale Kramer, agent d'éditeurs pour le secteur audiovisuel. La fonction est balbutiante, selon elle, alors que, aux Etats-Unis, toutes les grosses agences littéraires ont depuis longtemps un agent en charge des droits audiovisuels.

En France, Nathalie et Laure Kniazeff ont créé il y a deux ans Best-seller to box-office, un site qui vise à mettre en relation éditeurs et producteurs¹⁰¹. Il est constitué d'une banque de données de titres disponibles pour l'adaptation, proposés par les éditeurs et mis en ligne sous forme de fiches détaillées, rémunérées forfaitairement.

¹⁰⁰ « Ce n'est pas qu'une question d'argent », Mohammed Aissaoui, *Le Figaro littéraire*, 9 novembre 2006.

¹⁰¹ www.bs2bo.com

La rémunération est forfaitaire car, « si nous avons demandé une commission, la plupart des éditeurs auraient purement et simplement refusé de travailler avec nous », indique Nathalie Kniazeff. Le site est également ouvert aux catalogues des agents.

Si bataille il y a, elle sera longue, comme elle l'a été dans les pays anglo-saxons. En Angleterre, elle a duré 15 ans, mais les agents ont finalement pris la main sur les droits audiovisuels¹⁰². Et c'est avec ce transfert de revenus que la profession d'agent a connu un très fort développement.

6. A maximiser l'ensemble du contrat ?

Si un agent peut intervenir dans la négociation, c'est parce qu'un contrat n'est jamais figé. En France, la législation sur le droit d'auteur et la propriété intellectuelle impose des règles reflétées dans les contrats types proposés par des organismes comme la SGDL ou la SCAM, par exemple. Sur cette base, dans l'intérêt de son auteur, le travail de l'agent est de maximiser l'ensemble en prenant en compte tous les critères, le type de manuscrit, les attentes de l'auteur, les capacités de l'éditeur, le marché... Il n'y a donc pas de termes standards, et l'objectif est d'obtenir les meilleures conditions.

A. A-valor

A de rares exceptions près, la rémunération de l'auteur est actuellement mise à mal par les pressions économiques. Selon l'écrivain et éditeur Hervé Hamon, « quand on regarde la gestion des coûts éditoriaux, on voit que la part variable, c'est l'auteur, et elle diminue (...). Comme auteur et éditeur, j'ai toujours visé les ventes moyennes et elles se réduisent de plus en plus¹⁰³. »

La marge de manœuvre des auteurs pour négocier leurs à-valor est limitée. Pour les premiers romans, les montants sont très modestes, voire nuls. 34 % des auteurs ayant répondu à l'enquête réalisée par la SCAM en 2009 ont déclaré ne pas toucher d'à-valor¹⁰⁴. Une conséquence, jugent certains, de la surproduction dans le secteur de la fiction française.

Ainsi, chez Gallimard, pas d'à-valor pour un premier roman — mais, indique un salarié du groupe, les documents comptables sont parfaitement rigoureux et clairs, de sorte que lorsqu'ils reçoivent leurs relevés de droits d'auteur, soit parfois près de deux ans après la parution, les auteurs s'y retrouvent et sont satisfaits. En attendant, on peut noter que, pendant cette période, les revenus liés à l'ouvrage constituent de la trésorerie. D'ailleurs, l'absence d'à-valor pour un premier roman n'est pas systématique, même chez Gallimard — voir l'exemple des *Bienveillantes*, de Jonathan Littell.

L'absence d'à-valor est, pour beaucoup de petits éditeurs, une condition *sine qua non* de publication. Philippe Rey s'en explique ainsi : « Cela fait partie du risque partagé entre l'auteur et l'éditeur. En tant qu'éditeur, j'investis et j'attends de

¹⁰² « Agent of Change », Philip Jones, *The Bookseller*, 18 décembre 2009.

¹⁰³ Intervention au colloque « La révolution numérique de l'auteur », organisé par la SGDL, 20 octobre 2009.

¹⁰⁴ « Relations auteurs/éditeurs. Je t'aime, moi non plus », SCAM, 2009.

l'auteur qu'il soit solidaire, qu'il accepte la sanction du marché. Si un auteur qui n'a pas encore son public n'accepte pas ce risque, je ne le publie pas. »

• ***L'agent, responsable de la surenchère des avances ?***

Comme on l'a vu, les éditeurs pointent volontiers les dangers de la surenchère liée aux agents, notamment après le passage de Christine Angot aux éditions du Seuil grâce à son agent Andrew Wylie, transfert jugé « obscène » par Jean-Marc Roberts. « Certains auteurs ont touché des à-valoir excessifs par rapport à leurs ventes et ils ont un mal fou à se faire publier. Les agents sont responsables de cette situation », déclare Paul Otchakovsky-Laurens.

L'agent étant payé au pourcentage, il aurait intérêt à négocier au plus vite et au plus fort, à se contenter d'obtenir le plus gros chèque en négligeant la qualité. D'ailleurs, de façon purement mécanique, « la multiplication des intermédiaires fait monter les prix », souligne Vera Michalski. Agent, sous-agent : tous les intervenants doivent se rémunérer au passage.

L'inflation des à-valoir est dangereuse pour l'ensemble de la chaîne du livre, auteur compris, jugent volontiers les professionnels. Lorsqu'Andrew Nurnberg a vendu les droits de traduction en langue anglaise des *Bienveillantes* pour un montant estimé à un million de dollars¹⁰⁵, certains se sont inquiétés. L'échec du livre en version anglaise risque de peser lourdement sur l'avenir de l'auteur dans les pays anglo-saxons. Après une déception très coûteuse, les éditeurs seront forcément très prudents sur le nom de Jonathan Littell.

En augmentant les avances, les agents tendraient même à généraliser les forfaits, c'est-à-dire des avances si élevées qu'il serait exclu de les rembourser et qu'elles ne donneraient pas lieu au versement de droits. C'est le sens des propos attribués à Andrew Wylie, selon lesquels toucher des droits représenterait à ses yeux un échec professionnel — car cela signifierait que l'avance a été remboursée !

• ***L'avance, garantie de l'engagement de l'éditeur ?***

Les avances élevées sont parfois justifiées au motif que, au-delà de leur rentabilité immédiate pour l'auteur et pour l'agent, elles auraient le mérite de motiver l'éditeur, retour sur investissement oblige. Pour Andrew Wylie toujours, « si on arrive à convaincre les éditeurs de payer cher un livre de qualité, alors ils feront ce qu'il faut pour le vendre. C'est le nerf de la guerre¹⁰⁶ ». L'avance, garantie de l'engagement de l'éditeur ? C'est aussi l'avis d'un autre agent français : « Aujourd'hui, et de plus en plus souvent, c'est la seule garantie qu'on puisse avoir que le livre ne tombe pas dans les oubliettes, même chez les indépendants. »

Catherine Cusset offre à ce sujet un témoignage contrasté : « Un éditeur qui paie une avance minimale n'a pas besoin de pousser un livre pour rembourser ses frais... Mon deuxième roman, *En toute innocence*, a connu un succès critique important et il a été sur les listes des prix littéraires. Je n'avais pas cherché à obtenir une avance et le livre, à l'époque, s'est peu vendu. J'ai commencé à connaître un succès commercial quand j'ai demandé de l'argent à mon éditeur. Donc j'ai tendance à

¹⁰⁵ « Unrepentant and Telling of Horrors Untellable », Michiko Kakutani, *The New York Times*, 23 février 2009.

¹⁰⁶ « Je plaiderai toujours pour la complexité », Andrew Wylie/Josyane Savigneau, *Le Monde*, 6 octobre 2006.

penser qu'il y a un lien entre les deux, et je crois qu'il ne faut pas avoir peur de se battre pour son livre. Mais si l'éditeur peut avoir une certaine influence sur deux des facteurs de succès, l'accueil critique et les prix littéraires, il ne contrôle pas l'élément le plus important : le bouche à oreille. Parce que le lecteur garde son indépendance (du moins, on l'espère !), l'avance ne garantit pas le succès d'un livre. Par ailleurs, demander une avance très importante met une grosse pression sur l'écriture : on se sent redevable d'un succès commercial. Or le désir d'écrire est fragile, il ne faut pas l'entraver. Je ne pourrais jamais, comme les romanciers américains, vendre un livre sur synopsis après en avoir écrit juste le premier chapitre. Cela bloquerait l'écriture. De sorte que je ne suis pas sûre que les agents soient favorables à la diversité littéraire. »

Les vertus d'une avance élevée sur les ventes ne sont pas garanties car, malheureusement, l'investissement de l'éditeur ne porte pas toujours ses fruits, comme le résume Olivier Nora : « Les enchères déterminent certes des dépenses de marketing supplémentaires mais celles-ci n'induisent pas nécessairement des ventes ! » En revanche, on en mesure les dangers pour une gestion éditoriale équilibrée.

• *Des pratiques en fait raisonnables ?*

Les propos d'Andrew Wylie ont beaucoup frappé le milieu éditorial, mais ils relèvent en bonne partie de la provocation. Les éditeurs concèdent que Wylie lui-même sait être tout à fait raisonnable. D'ailleurs, souligne François Laurent, directeur général adjoint d'Univers Poche, s'il peut être parfois nécessaire de prendre un vrai risque sans attendre un retour direct sur investissement, afin de garder un auteur dont la perte aurait des conséquences en termes d'image ou de place en linéaire, ce cas de figure ne saurait être qu'une exception dans une maison saine. En revanche, il est clair que l'estimation préalable de la rentabilité d'un ouvrage ne peut être absolument certaine. Une avance élevée implique une part de risque — notion tout à fait à l'opposé du forfait mentionné plus haut. Croire que l'agent pourrait être lucide sur la non-rentabilité du « produit » qu'il vend alors que l'éditeur serait l'optimiste dindon de la farce semble pour le moins simpliste. D'ailleurs, dit Susanna Lea, « aujourd'hui, les chiffres de vente en librairie sont connus, personne ne peut tricher ».

La vision de l'agent en redoutable négociateur obsédé par les gros chiffres, une caricature ? « Je ne pratique pas les enchères », déclare François Samuelson. Selon lui, le bon agent sait quel est le bon éditeur pour tel auteur, et il est là pour favoriser la rencontre. « Les enchères », confirme Susanna Lea, « cela peut être utile mais cela crée des mécontents. Résultat : le montant risque de se savoir et cela peut influencer négativement le lancement d'un livre. Associer des chiffres à un livre est presque toujours mauvais, ça ne fait pas vendre. C'est pour cela que je me méfie des enchères. »

Pour Claire Nozières, les éditeurs n'ont pas attendu les agents pour se disputer les auteurs. « L'inflation des à-valoir est surtout liée à l'évolution des maisons d'édition où l'impératif de profit est de plus en plus mis en avant. Dans les grands groupes, il faut des auteurs best-sellers, donc tous les éditeurs courent après les mêmes, agent ou pas. » Considérer que les agents sont responsables des dérives financières du secteur peut sembler hypocrite. « Ce sont les éditeurs qui sont

fautifs. Personne n'oblige personne à payer plus», reconnaît volontiers Abel Gerschenfeld.

Il est tout de même logique d'estimer qu'un bon agent obtiendra un meilleur à-valoir qu'un auteur piètre négociateur. Mais un bon agent pourrait aussi être celui qui ménage l'avenir en limitant les prétentions de son client ou en mettant en avant un package dont l'avance n'est qu'un des éléments. C'est l'expérience de Marc Dugain : « Samuelson n'est pas pousse-au-crime en matière d'argent. Il décrypte bien les propositions et peut me dire que des choses très rentables ne sont pas intéressantes, soit artistiquement, soit parce que les interlocuteurs ne sont pas fiables. » Régis Jauffret, quant à lui, est catégorique : « L'idée que les agents ruinent les maisons d'édition par leurs demandes d'à-valoir exorbitants est grotesque. Il y a bien des éditeurs parisiens classés très honorablement dans la liste des 300 plus grandes fortunes françaises, mais n'y figure aucun écrivain (...). »

A noter qu'un bon agent s'assurera également que l'éditeur ne cède pas à la tentation de « transférer une part du risque sur leurs auteurs en retenant sur l'à-valoir une "provision sur retours" ou en pratiquant la "compensation intertitres"¹⁰⁷. »

B. Pourcentages

En fiction française, le standard du pourcentage de rémunération pour le grand format est une échelle qui va de 8 à 14 %. Pour les auteurs stars, le palier supérieur peut être plus élevé, mais c'est de plus en plus rare.

Bien entendu, tout est négociable. Un auteur témoigne : « Pour mon dernier contrat, mon éditeur a baissé les droits de 10, 12 et 14 % à 8, 10 et 12 %. Il m'a dit que, de toute façon, étant donné les ventes de mon précédent roman, je n'avais pas à me plaindre. »

Pour les agents, rien n'est figé, tout dépend de l'ouvrage et de la catégorie à laquelle il appartient. En littérature générale, le premier palier moyen semble toutefois s'établir à 10 % jusqu'à 5 000 exemplaires.

C. Droit de préférence

L'agent refusera le droit de « passe », coutume en principe obsolète et condamnée par la Cour de cassation. Il négociera le droit de préférence couramment pratiqué. Par cette clause, l'auteur s'engage à accorder une priorité à l'éditeur pour un certain nombre de manuscrits à venir. Le droit de préférence est limité à 5 ouvrages nouveaux ou à la production de l'auteur réalisée dans un délai de 5 ans, et il est généralement précisé qu'il est spécifiquement applicable à des ouvrages relevant de la même catégorie que celui faisant l'objet du contrat.

Encore régulièrement appliqué mais pour un nombre limité de titres, le plus souvent 2, le droit de préférence est contesté par les agents. Ils y voient une entrave à la négociation, voire à la mise sur le marché des titres à venir de leur client. Le droit de préférence peut en effet paralyser un auteur, en difficulté avec son éditeur et attendant l'expiration de la clause pour publier ailleurs. Une autre maison hésitera en effet à s'engager même sur un titre déjà refusé par l'éditeur initial et

¹⁰⁷ *Edition, l'envers du décor, op. cit.*, p. 43.

sans savoir ce qu'il adviendra des manuscrits restants couverts par le droit de préférence.

« On ne donne jamais de droit de préférence car... il n'y a pas d'amour, il n'y a que des preuves d'amour ! », déclare Susanna Lea, qui par ailleurs, dit privilégier la loyauté et ne pas souhaiter déplacer les auteurs.

D. Durée de la cession

Les contrats d'édition standards sont valables pour toute la durée de la propriété intellectuelle, sous réserve d'une exploitation minimale censée garantir que le livre reste « vivant ». La question de la durée du contrat est jugée essentielle par les éditeurs, elle assure une pérennité d'exploitation et un possible retour sur investissement tardif (redécouverte d'un texte, adaptation au cinéma, etc). Un changement remettrait en question l'aspect patrimonial de l'édition française, le travail dans la durée, la constitution d'un fonds, d'un catalogue. Paul Otchakovsky-Laurens en pointe les dangers : « La réduction de la durée d'exploitation pousse à la "best-sellarisation". Dans le système actuel, même un livre qui vend 50 exemplaires par an contribue à la vie de la maison. Pour moi, le fonds représente peut être 15 % de l'activité. » Olivier Cohen est encore plus ferme : « Le jour ou on basculera vers une exploitation limitée dans le temps, je changerai peut-être de métier. Si on ne peut pas construire sur la durée, le modèle sera cassé et ce métier d'aventurier ne sera plus possible. »

C'est pourquoi les éditeurs craignent la pression des agents dans ce domaine. D'ores et déjà, avance l'agent Sandrine Paccher, « pour les documents français, nous cédon les droits pour 10 ans, et cela n'est pas l'objet de discussions avec les éditeurs. Autrement dit, la durée de la propriété intellectuelle n'est pas figé. ». Catherine Winckelmuller confirme : « Les choses vont si vite qu'au bout de 5 ans les livres ont vécu leur vie. L'édition poche arrive très rapidement, alors pourquoi céder les droits pour toute la durée de la propriété intellectuelle ? »

Les agents anglo-saxons qui s'implantent en France vont-ils accélérer le processus ? C'est la crainte naturelle des éditeurs, habitués à ce que, pour les achats à l'étranger, les droits soient cédés pour des durées limitées. Mais on a vu que, contrairement à une idée répandue, la cession pour toute la durée de la propriété intellectuelle reste courante aux Etats-Unis.

La plus sérieuse menace envers la durée d'exploitation des droits vient peut-être du numérique. Concrètement, certains auteurs ne cèdent leurs droits numériques que pour une durée limitée à deux ou trois ans. Cette pratique va les familiariser avec la notion de contrats à durée limitée.

En outre, les nouveaux modes de circulation de l'information et la généralisation de la gratuité battent en brèche la notion de droit d'auteur telle qu'elle existe en France. Christian Engström, député européen du Parti pirate suédois, un parti politique encore minuscule en France mais important dans les pays d'Europe du Nord et en Allemagne, défend les droits des internautes et remet en question le droit d'auteur. Il « reconnaît l'utilité des copyrights sur les œuvres culturelles dans le cadre des échanges commerciaux, mais à condition que leur durée ne dépasse pas cinq à dix ans. Au-delà, c'est le domaine public qui est spolié par les intérêts privés. En revanche, pour les échanges non commerciaux, y compris le partage sur le Net,

il prône l'abolition pure et simple du copyright. Quant au droit d'auteur à la française, il s'attend à le voir disparaître à brève échéance¹⁰⁸ ».

Dans un tel contexte, agents et éditeurs ne sont-ils pas plutôt des alliés objectifs dont l'intérêt commun est de protéger le droit d'auteur — ou de l'aider à s'adapter aux contraintes nouvelles ?

7. A établir, gérer, expliquer les contrats ?

L'étape de négociation et de discussion sur les termes du contrat est peut-être la plus délicate, mais ce n'est que l'aspect visible d'un iceberg dont la partie immergée est également essentielle. Le contrat est un engagement dans le temps, dans l'espace, et, aujourd'hui, dans le virtuel. Tous les détails comptent et ces documents peuvent désormais compter jusqu'à une quinzaine de pages. Pour défendre leurs intérêts, les auteurs peuvent faire appel à des agents ou à des sociétés d'auteurs.

A. Contrat d'agence ou contrat d'éditeur

• *Une prérogative importante*

Laquelle des deux parties établit le contrat ? C'est une prérogative importante, car le contrat standard utilisé sera la base des modifications ultérieures. Celui qui l'a établi selon ses termes a un avantage de départ et l'autre partie devra argumenter, justifier, peser pour des révisions à partir de l'existant. Si le contrat initial est celui de l'agence, il a été élaboré dans le sens des intérêts de l'auteur, et la négociation lui sera en principe plus favorable. Si, en revanche, l'agent cherche à amender le contrat standard de l'éditeur, sa marge de manœuvre sera plus réduite.

Pour certains, un agent sérieux se doit d'établir le contrat. Aux yeux des Anglo-Saxons, c'est une de ses fonctions essentielles. Mais il s'adapte : ainsi l'agence Nurnberg a un contrat type en anglais pour les auteurs anglo-saxons dont elle vend les droits de traduction en France, mais, pour les auteurs français, elle utilise le contrat des maisons d'édition françaises. Pas de règle chez les Français non plus. Intertalent déclare ne signer que son propre contrat, d'autres utilisent les contrats des éditeurs en demandant des modifications, comme Global Literary Management, d'autres encore alternent selon les cas de figure.

Impossible d'entrer ici dans le détail des contrats ni d'établir des comparaisons terme à terme. Voici un exemple des variantes entre contrat d'agence et contrat d'éditeur.

• *Exemple*

Au chapitre « Attributions de l'éditeur », le contrat type d'une agence est formulé ainsi :

« Sous réserve qu'il ne portera pas atteinte au droit moral de l'AUTEUR ;
1/ L'EDITEUR seul déterminera les formats, les présentations, les prix de vente au public des exemplaires de toute édition, dans l'intérêt commun des parties.

¹⁰⁸ « Le Parti pirate à l'abordage de l'Europe », Yves Eudes, *Le Monde*, 12 décembre 2009.

Toutefois, la couverture prévue pour son livre et le texte de quatrième de couverture devront être approuvés par l'AUTEUR. (...)

Il est d'autre part précisé que le titre définitif de l'ouvrage sera déterminé d'un commun accord entre l'EDITEUR et l'AUTEUR.

2/ La rédaction et la diffusion d'un "prière d'insérer", d'une bande publicitaire et plus généralement la conception de la campagne publicitaire seront également laissées à la compétence de l'EDITEUR, qui devra cependant obtenir l'accord préalable de l'AUTEUR. (...) »

Dans le contrat d'un grand groupe d'édition français, l'éditeur « se réserve expressément le droit de déterminer seul, pour toutes éditions : 1. Le format ; 2. La présentation et la couverture ; 3. Les textes promotionnels, verso de couverture et rabats, prière d'insérer, campagnes publicitaires ; (...) Le titre ».

B. Judiciarisation accrue et agent pédagogue

Les contrats d'édition se sont étoffés et sont devenus difficiles à décrypter pour un non-juriste. Pour Régis Jauffret, qui a fait appel à François Samuelson en 2007, « les contrats sont devenus extrêmement complexes. Moi qui ne sais même pas faire une règle de trois, et qui ne comprends guère ce que représente un pourcentage ou des droits audiovisuels, j'ai dû me tourner vers un agent pour que mon éditeur ait un interlocuteur qualifié ».

Face à un univers éditorial souvent opaque, impénétrable, incompréhensible, l'agent peut éclaircir les choses, les faciliter et, le cas échéant, arrondir les angles. A l'image d'Epinal de l'agent businessman qui va rendre l'auteur riche et célèbre, les professionnels préfèrent celle d'un interlocuteur informé, apte à décrypter, expliquer, voire encourager l'auteur à accepter les conditions qui lui sont proposées.

Pierre Astier insiste sur cet aspect des choses. Selon lui, « les auteurs français ont été infantilisés ; le rôle de l'agent est d'expliquer, de faire de la pédagogie. En France, les créateurs sont nombreux mais, faute de formation, de préparation, il y a un gâchis de talents ». Un des écrivains qu'il représente, Abdourahman Waberi, le confirme : « Pierre Astier m'a aidé à m'y retrouver dans le maquis juridique. »

Les agents sont-ils amenés à supplanter les avocats, anciens interlocuteurs des auteurs sur les questions juridiques ? A entendre les mots peu amènes que chaque profession porte sur l'autre, on suppose que la menace existe. Aux yeux des agents, la plupart des avocats ne connaissent pas assez les spécificités de l'édition, de sorte que leur conseil, si précis soit-il d'un point de vue juridique, n'est pas toujours adapté. En outre, disent les agents, les avocats ne font pas le suivi.

Quant aux avocats, ils portent un regard sévère sur les agents et les jugent rarement à la hauteur sur le plan juridique. De fait, alors que les agences artistiques se sont dotées ces dernières années de services juridiques *ad hoc*, cela reste très exceptionnel dans les agences littéraires françaises, dont les équipes sont réduites — Intertalent et Susanna Lea Associates exceptées. Seule la première emploie un juriste à temps plein — indispensable pour ses activités dans le secteur audiovisuel. Les agents déclarent faire appel à des juristes si nécessaire, mais un auteur est en droit d'attendre que son agent ait de réelles compétences dans ce domaine.

C. Les organisations d’auteurs, protectrices du droit d’auteur¹⁰⁹

Les questions juridiques sont complexes, mais l’auteur, même sans agent, n’est pas seul pour y faire face. La liste ci-dessous énumère les principales organisations, dont certaines disposent de services juridiques ouverts à leurs membres.

— Les sociétés de perception et de répartition des droits (SPRD) : les trois principales sociétés de perception qui interviennent pour l’exploitation des domaines littéraire, audiovisuel et théâtral sont la SACD pour les auteurs et compositeurs dramatiques, la SCAM pour les auteurs dont les œuvres font l’objet de versions audiovisuelles ou radiophoniques à caractère documentaire, et la SOFIA, qui perçoit et répartit le droit de prêt en bibliothèque ainsi que la part du livre de la rémunération pour copie privée numérique.

— Un syndicat, le SNAC : affilié à la CGT, il regroupe tous les auteurs, quel que soit leur secteur d’activité et compte 950 adhérents, dont un tiers sont des auteurs de l’écrit. Parmi ses adhérents auteurs de l’écrit, la moitié sont des auteurs de bande dessinée.

— La SGDL : société d’auteurs historique, cette association d’utilité publique compte 6 000 membres.

— Le Conseil permanent des écrivains : fondé en 1979, il regroupe l’ensemble des associations, sociétés ou syndicats d’écrivains : Association des écrivains de langue française (ADELF), Association d’information et de défense des auteurs (COSE-CALCRE), Association des traducteurs littéraires de France (ATLF), Charte des auteurs et des illustrateurs jeunesse, Écrivains associés du théâtre (EAT), SACD, Société des auteurs des arts visuels et de l’image fixe (SAIF), Société des compositeurs et éditeurs de musique (SACEM), Syndicat des écrivains de langue française (SELF), SGDL, SNAC, UE, Union-Gilde des scénaristes (UGS), Union nationale des peintres et illustrateurs (UNPI).

L’article 1^{er} de ses statuts précise : « Le CPE a pour objet de coordonner les actions de ses membres en vue : de la défense des intérêts généraux et particuliers des écrivains, quel que soit le support de l’expression ; de l’étude des questions professionnelles, sociales, socioculturelles, économiques et juridiques y relatives et la recherche de tous les moyens de les résoudre¹¹⁰. »

8. A se professionnaliser et à maximiser les profits ?

Le sociologue Bernard Lahire a longuement enquêté et expliqué le phénomène en vertu duquel les auteurs, qui fournissent la valeur dont se nourrit toute la chaîne du livre, en sont le maillon économiquement le plus faible¹¹¹. Abdourahman Waberi décrit cette ambiguïté d’abord symbolique : « Le rituel de l’édition

¹⁰⁹ Pour une liste exhaustive des organismes du livre et de l’écrit : www.lemotif.fr/fr/ressources-professionnelles/organisme-livre/

¹¹⁰ www.conseilpermanentdesecrivains.org/Mentions_legales.htm

¹¹¹ *La Condition littéraire. La double vie des écrivains*, Bernard Lahire, La Découverte, 2006.

germano-pratine veut que les éditeurs appellent les auteurs pour les inviter à déjeuner. Réminiscence de l'époque où les écrivains crevaient de faim, peut-être ? L'auteur idéal reprend trois fois du vin, s'en va en titubant et on lui paye un taxi : il est formidable, inspiré, loin du réel. En revanche, s'il demande quel sera le prix de vente et ce qui est prévu pour les traductions à l'étranger, il devient désobligeant et, très vite, on entend dire qu'il a la grosse tête... L'écrivain ne doit pas se préoccuper d'argent, c'est de mauvais goût. Au point qu'il y a une souffrance inconsciente de l'écrivain qui a gagné de l'argent et qui éprouve une sorte de honte. »

Pourtant l'histoire de l'édition regorge de témoignages d'écrivains littéralement obsédés par l'argent. « Au lieu de la Croix, on devrait me donner de l'argent, de l'argent, rien que de l'argent », écrivait déjà Baudelaire¹¹².

Briser ces tabous et ces complexes et professionnaliser les auteurs est le projet affiché de Pierre Astier et Laure Pécher. Ils déclarent : « Notre démarche vise à rendre les auteurs plus professionnels et à clarifier les relations entre eux et les professionnels du livre et de l'image. »

A. Les méandres du statut d'auteur

Les uns le jugent simple, les autres compliqué, obsolète et incohérent. D'ailleurs tous les auteurs n'adoptent pas officiellement le statut rattaché au métier d'auteur. 41 % des répondants à notre questionnaire déclarent que leur statut principal est « auteur »¹¹³.

Qu'est-ce qu'un auteur professionnel ? Est-ce un auteur affilié à l'AGESSA ? Les seuls chiffres disponibles sont ceux de cet organisme, qui recense les auteurs assujettis et les auteurs affiliés ; nous les avons cités plus haut (p. 12) : 2 038 écrivains, 1 388 illustrateurs et 877 traducteurs sont affiliés. En France, au cours de l'année 2000, moins de 5 % des auteurs ayant touché des droits ont perçu plus de 115 341 € et 40 % d'entre eux ont perçu moins de 12 797 euros, soit l'équivalent du Smic à cette date¹¹⁴.

Des discussions concernant l'amélioration de la situation sociale des auteurs sont en cours mais le statut social des auteurs de l'écrit a toujours été compliqué à définir¹¹⁵. Martine Prosper, quant à elle, préconise la mise en place de droits sociaux et « la création d'un système de prévoyance et de mutuelle géré paritairement dans la branche¹¹⁶ ».

L'agence Astier revendique le rôle de conseil aux auteurs dans ce domaine. Elle affirme leur donner des conseils juridiques et les aider pour leur déclaration d'impôts. Mais les agents prendront-ils en charge tout le suivi fiscal, l'inscription à la SOFIA, toutes les questions administratives dont se chargent souvent les éditeurs, certains envoyant même à leurs auteurs le détail de ce qu'ils doivent déclarer au fisc ?

¹¹² Lettre de Baudelaire, 11 octobre 1860, citée par Raymond Dumay, *Mort de la littérature*, 1950, Stock, 2009, p. 72.

¹¹³ Voir la synthèse des réponses au questionnaire, en annexe II, p. 95.

¹¹⁴ D'après les chiffres de l'AGESSA, dans *Droit d'auteur et copyright*, Françoise Benhamou, Joëlle Farchy, *op. cit.*, p. 51.

¹¹⁵ Voir « Propriétaires ou travailleurs intellectuels ? Les écrivains français en quête d'un statut », Gisèle Sapiro, Boris Gobille, *art. cit.*, 2006.

¹¹⁶ *Edition, l'envers du décor*, Martine Prosper, *op. cit.*, p. 167.

B. Un agent pour gagner plus ?

Sachant que, selon l'enquête de la SCAM, 68 % des auteurs déclarent percevoir des à-valoir inférieurs ou égaux à 3 000 euros en moyenne¹¹⁷, on conçoit que l'agent représente une promesse de revenus supplémentaires. Illusion, juge Paul Otchakovsky-Laurens : « Un agent prend sa commission sur tout, y compris les ventes en librairies. Or les adaptations et les traductions se font sur les grosses ventes. Et quand les ventes sont importantes, il est plus rentable pour l'auteur de ne pas avoir d'agent. »

Il s'appuie sur le calcul qu'il a contribué à effectuer pour le SNE. Selon cette estimation, le coût de la commission versée à l'agent, qui s'applique sur tous les droits, grève les revenus des auteurs sur l'édition courante au point de ne pas compenser les « gains » effectués sur les droits dérivés¹¹⁸ (la commission d'agent étant de 20 % au lieu de 50 % pour les éditeurs). Sur les ventes en librairie, un auteur sans agent touche l'intégralité de ses droits, alors qu'un auteur avec agent reverse à celui-ci une commission que le SNE estime à 15 % (10 % ou 15 % dans la pratique).

Ce calcul ne prend pas en compte les possibles différentiels d'à-valoir et de royalties obtenu par l'agent sur l'édition courante et sur les droits dérivés. En outre, il met en valeur le point abordé plus haut, à savoir que l'enjeu majeur autour de la question de l'agent, ce sont les droits dérivés et les best-sellers internationaux.

Extrait de cette simulation :

« Livre A : ventes en librairie 90 000 ex, vente des droits poche, club, et dans 32 pays.

Droits d'auteur générés par les ventes en librairie : 220 000 €

Produit des cessions : 109 000 €

Droits d'auteurs sans intervention d'agent : 274 500 €

Droits d'auteurs avec intervention d'agent (15 %) : 279 650 €

Livre B : ventes en librairie 76 000 ex, vente des droits poche, club, et dans 13 pays.

Droits d'auteur générés par les ventes en librairie : 152 000 €

Produit des cessions : 52 000 €

Droits d'auteurs sans intervention d'agent : 178 000 €

Droits d'auteurs avec intervention d'agent (15 %) : 173 200 €

Livre C : ventes en librairie 10 000 ex, vente des droits poche, club, et dans 3 pays (parution récente).

Droits d'auteur générés par les ventes en librairie : 16 600 €

Produit des cessions : 5 700 €

Droits d'auteurs sans intervention d'agent : 19 450 €

Droits d'auteurs avec intervention d'agent (15 %) : 18 955 €

Ainsi, dans un seul des trois cas examinés (Livre A), l'auteur perçoit plus de droits lorsqu'un agent le représente. En revanche, si, dans ce même cas, la

¹¹⁷ « Relations auteurs/éditeurs. Je t'aime, moi non plus », SCAM, 2009.

¹¹⁸ « Note sur les agents littéraires », SNE.

commission de l'agent n'est plus de 15 % mais de 20 %, l'auteur ne percevra plus que 263 200 € contre 274 500 € toujours quand son éditeur seul gère ses droits. »

Le coût ou la rentabilité directe de l'agent sont difficiles à évaluer. Son apport, si apport il y a, est global.

C. La professionnalisation, danger ou atout ?

En supposant que l'on soit d'accord avec l'hypothèse selon laquelle un auteur avec agent est plus professionnel, certains considèrent que cette professionnalisation est dangereuse pour la liberté de création. Sur le blog d'un des agents américains de l'agence Curtis Brown, Nathan Bransford, on peut lire ceci : « Ce que nous cherchons, ce sont des auteurs qui paraissent avoir les qualités des auteurs à succès : le goût du travail, la régularité, l'attention aux détails, la familiarité avec le monde de l'édition¹¹⁹. » La « *query letter* », la lettre de prise de contact avec l'agent, doit selon lui montrer que l'on « respecte les conventions de l'industrie éditoriale » et que l'on s'est « informé au maximum concernant l'agent avant de lui adresser une demande de représentation ».

Inquiétant ? Guy Walter juge que, « aux Etats-Unis, il y a un vrai respect du métier d'écrivain : *via* l'agent, les auteurs sont payés, souvent mensualisés, pour écrire. En France, on se contente de vendre des livres ; à l'auteur de se débrouiller pour les écrire. Cela explique en bonne partie les formats courts des romans français : les auteurs n'ont pas le temps d'écrire, encore moins de chercher de la documentation ! »

9. A suivre la vie du livre après sa publication ?

A. Le suivi du lancement

Autant que possible, les agents réclament un suivi du livre et notamment des efforts de promotion de l'éditeur, dans l'intérêt de l'auteur et de la rentabilité du livre. Dans certains cas, les agents cherchent à prévoir contractuellement un montant de dépenses publicitaires. Pour Corinne Marotte, c'est logique : « Un journaliste du *Monde* a épinglé le fait qu'un budget publicitaire figurait dans les contrats de Christine Angot. Mais pourquoi cela serait-il scandaleux ? Fixer en commun le montant contractuellement évite les conflits, c'est dans l'intérêt de tout le monde. D'ailleurs, je pense que l'agent du futur va s'occuper aussi de promotion et d'un ensemble de services. »

Les éditeurs français craignent que ce genre de pratiques se répandent. Fixer les dépenses promotionnelles d'un livre des mois avant sa parution, parfois avant même que le manuscrit existe, est pour eux un engagement dangereux.

Mais le risque de voir ces clauses se multiplier est faible. Contrairement à une vision assez répandue, et à en croire les témoignages recueillis, elles ne sont pas très fréquentes aux Etats-Unis. La plupart des agents nous ont affirmé ne même pas chercher à obtenir de telles garanties, et ont précisé que la crise économique avait

¹¹⁹ « Holiday Repeat: Don't Fake a Personalized Query », Nathan Bransford, 30 décembre 2009.

de toute façon trop diminué les budgets de promotion pour que ce genre de discussion soit à l'ordre du jour, très gros best-sellers exceptés.

Il n'empêche que l'agent est là pour veiller au bon traitement de son auteur et pour participer si nécessaire à la préparation du lancement de son ouvrage, du plan média, des opérations publicitaires... En France, la présence d'un tiers dans le processus éditorial n'est pas entrée dans les mœurs, et seuls les gros agents parviennent à s'imposer. Dans l'édition anglo-saxonne, en revanche, il est naturel de rendre des comptes à l'agent au fil du parcours, avant et après la publication, mais aussi de solliciter son intervention, ses idées, son entregent.

Pour les éditeurs français, cette vigilance peut se transformer en une malencontreuse surveillance. Ils soulignent la pression abusive d'ores et déjà exercée par certains agents étrangers qui n'hésitent pas à exiger des pénalités de retard en cas de non-publication dans les délais, ou bien, par exemple, si la maquette de couverture n'a pas été présentée à la date exacte prévue au contrat.

B. Le suivi des comptes

« Aux Etats-Unis, un auteur prend un agent pour vérifier ses comptes, s'assurer que les contrats ne sont pas échus et, s'ils le sont, renégocier un contrat », explique Corinne Marotte.

En France, l'éditeur est cessionnaire des droits pour la durée de la propriété intellectuelle, la situation est assez simple. Pourtant, les auteurs témoignent qu'il y a encore des abus, y compris dans de grandes maisons qui omettraient d'envoyer des relevés. Sans parler des relevés de comptes incompréhensibles, ni de certains éditeurs parfois talentueux mais malhonnêtes.

Les résultats de notre questionnaire indiquent que les auteurs surveillent d'assez loin la « gestion » de leurs ouvrages (avances, droits, cessions, versions numériques). Sur 27 auteurs ayant répondu à cette question, seuls 6 déclarent suivre leurs comptes régulièrement ou très régulièrement¹²⁰. L'enquête de la SCAM indique en outre que 51 % des auteurs sondés reçoivent leurs relevés de compte irrégulièrement et que 79 % d'entre eux considèrent qu'ils n'ont pas les moyens de vérifier ces informations comptables.

Concernant les cessions internationales, par exemple, la transmission des informations reste déficiente même si, de l'avis général, les choses se sont améliorées. Plusieurs écrivains nous ont déclaré que certains de leurs titres, pourtant publiés dans de grandes maisons, avaient été vendus à l'étranger sans qu'ils en aient été avertis. Au hasard d'un voyage ou d'une visite en librairie, ils ont reconnu leur nom sur une jaquette et constaté, avec une satisfaction mitigée, que la bonne nouvelle ne leur avait pas été transmise, et pas davantage les revenus afférents. Dans la plupart des cas, il faut y voir un retard de gestion ou même un manque d'information au sein de services de droits étrangers souvent sous-équipés. Le constat n'en est pas moins troublant pour l'auteur concerné qui peut espérer être mieux protégé si un agent veille à ses affaires.

Cela dit, si ce service participe, en principe, de la prestation offerte par les agents, les résultats ne sont pas toujours probants. Des auteurs témoignent du faible suivi des comptes par leur agent. D'ailleurs, si celui-ci est censé mieux maîtriser la lecture des documents comptables que son client, il n'est pas forcément mieux

¹²⁰ Voir la synthèse des réponses au questionnaire, en annexe II, p. 100.

placé pour en obtenir la reddition dans les délais et en bonne forme. Sandrine Paccher en témoigne : « On est obligés de faire confiance aux relevés d'éditeurs. On peut difficilement les remettre en cause. »

Dans ce domaine, les sociétés d'auteur peuvent jouer un rôle. Nathalie Orloff en témoigne pour la SCAM : « Les auteurs se plaignent de la difficulté à comprendre les relevés de droits, voire à obtenir gain de cause lorsqu'il y a non-reddition des comptes ou non-paiement des avances. Nous sommes là pour défendre leurs droits, voir là où ça pêche, faire bouger les choses, même si nous ne sommes pas habilités à exiger les comptes des éditeurs. »

Le SNAC plaide pour un accès informatique des auteurs à leurs comptes, sur le mode du bulletin de paye électronique, mais le SNE y serait tout à fait opposé.

C. Gain de temps

Le suivi administratif des dossiers d'un écrivain qui publie beaucoup et qui a de nombreuses cessions dérivées est une activité envahissante. Les auteurs avec agent en témoignent volontiers : le gain de temps dont leur fait bénéficier l'agent amortit largement la commission due. « Si je n'avais pas d'agent, je serais submergé par le travail administratif, financier et contractuel », explique Marc Dugain, représenté par François Samuelson.

D. Lectures, conférences et revenus accessoires

« Lorsqu'on m'invite à intervenir dans un collège, on me propose 50 euros et on m'invite à déjeuner à la cantine, soit 3 euros et quelques. C'est une rétribution symbolique. Dans aucun autre métier on n'offrirait un montant aussi dérisoire », témoigne un écrivain¹²¹. Dans ce domaine, les Français sont très pénalisés. En Allemagne ou en Espagne, la rémunération des lectures et des conférences peut atteindre couramment jusqu'à 1 000 ou 1 500 euros, de sorte que les sommes perçues sont une part non négligeable des revenus. « Les auteurs allemands ont obtenu d'être rémunérés, tant et si bien qu'un auteur allemand qui publie un livre vivra non pas de son livre, mais d'activités secondaires, de cette espèce de produit dérivé que sont les lectures publiques », explique Olivier Mannoni¹²².

Les éditeurs français ne sont pas très volontaristes dans ce domaine. En Espagne, explique Mercedes de Ambrosis, « les éditeurs sont très actifs en terme de promotion. Ils organisent des conférences de presse dans dix ou douze villes, une tournée de deux mois, et ils n'attendent pas les invitations des festivals et des librairies pour proposer leurs auteurs ».

Là est pourtant l'avenir, affirme Olivier Nora : « Un métier devrait se développer : celui de tourneur d'auteurs. Il va y avoir une "jurisprudence Madonna" sur le livre. On est dans un univers froid qui valorise le contact direct avec le créateur. D'ores et déjà, certains auteurs gagnent plus d'argent en donnant des conférences que par les ventes de leurs livres. »

Mettre en place des rencontres, organiser lectures et discussions : tel est

¹²¹ Il faut tout de même préciser qu'il existe un accord entre les diverses organisations d'auteur sur des tarifs minimaux (mais rien n'empêche à l'auteur ou l'agent de demander plus), qui sont bien supérieurs à ce qui est indiqué ici ; voir par exemple www.lemotif.fr/fr/ressources-professionnelles/droit-gestion-fiscalite/vous-etes-auteur/sub-b/remunerer-un-auteur-intervenant/

¹²² « Pour une nouvelle dynamique de la chaîne du livre », Les dossiers de la SGDL, 2007, page 65.

l'objectif d'Anne Fontaine, qui se définit comme agent d'événements et « agent de tous les auteurs ».

Outre la question du niveau de rémunération, ces activités périphériques ont un statut mal défini. Pour les auteurs affiliés à l'AGESSA, leur rémunération peut s'effectuer, selon l'activité concernée, en droits d'auteurs ou bien en « revenus accessoires aux droits d'auteur ». Pour les auteurs non affiliés, la rémunération est versée en salaire ou, si l'auteur est travailleur indépendant et a la possibilité d'émettre une facture, en honoraires. Evidemment, charges et avantages varient d'un statut à l'autre. Il est envisagé de faire basculer une partie de ces activités de la catégorie « revenus accessoires » vers la catégorie « droits d'auteurs », plus avantageuse pour les intéressés.

10. A assurer un lien stable, un rôle de coach ?

Au plus fort de son acception, l'agent littéraire serait-il à la fois impresario, avocat, VRP, coach, voire psychologue et confident de ses auteurs ?

A. Conseiller durable et fiable, ou niveau de dépendance supplémentaire ?

L'agent se targue d'être le mieux à même de conseiller son auteur et de réfléchir à sa stratégie de carrière dans la durée.

« Un agent est solidaire de son auteur car, si l'auteur gagne, il gagne. L'éditeur est salarié donc, si un livre ne marche pas, ça ne change rien pour lui. Bien sûr, si on ne vend pas, on peut être lâché par son agent, mais on risque aussi d'être lâché par son éditeur, ça, c'est normal », témoigne un auteur. On rejoint le constat, répandu aux Etats-Unis, selon lequel le seul point fixe, pour un auteur, c'est l'agent. Susanna Lea en atteste : « Dans les pays anglo-saxons, l'agent est le point de repère pour l'auteur dans un secteur éditorial où les maisons d'édition sont en proie à un incessant jeu de chaises musicales. » Pour Claire Roberts : « Nous sommes totalement impliqués dans la carrière de nos auteurs. Notre métier, c'est d'essayer de les emmener là où ils veulent aller. »

En France, la mobilité des éditeurs est encore limitée, de sorte que la notion d'agent comme repère stable y est moins essentielle. En revanche, qu'en est-il du rôle de coach ? Pour Claire Nozières, de l'agence Nurnberg, il est impossible de généraliser : « Selon l'agent et l'auteur, le rôle de conseil est plus ou moins important. Certains auteurs ont besoin de conseils et souhaitent aussi que l'on organise les choses pour eux. D'autres gèrent seuls ou avec leurs éditeurs l'aspect promotionnel. Lorsque nous signons avec un auteur, nous nous attachons à le défendre et à représenter ses intérêts en général, dans sa langue et à l'étranger. »

En tout état de cause, la relation entre agent et auteur peut se dégrader. « Elle est basée sur la confiance, et il arrive que ça casse », témoigne Catherine Winckelmuller. Certains auteurs changent d'agent, comme Philippe Djian, qui a récemment quitté Intertalent pour l'agence Wylie, ou choisissent de ne plus avoir d'agent, comme Jean-Christophe Rufin, qui a quitté l'agence Susanna Lea Associates. La situation pourrait s'avérer délicate pour certains auteurs qui ne parviendraient plus à trouver d'agent.

B. L'agent tend à accentuer la mobilité des auteurs

Si l'agent devient le lien stable de l'auteur et si l'une de ses fonctions est de servir au mieux les intérêts de son client en l'aidant à choisir le meilleur éditeur et à négocier de bonnes conditions financières, éditoriales et autres, il risque d'accentuer la mobilité éditoriale de ses auteurs. L'agent peut choisir de remettre sur le marché l'œuvre d'un de ses clients pour lequel l'éditeur lui semblerait ne pas avoir fait le maximum.

Ce faisant, l'agent peut vouloir apprécier la valeur marchande de son auteur et sa rémunération. Il peut aussi espérer trouver dans une nouvelle maison des compétences différentes, un environnement plus favorable, un changement salutaire, voire le simple bénéfice lié au fait que, pour un éditeur, un nouvel auteur a l'attrait de la nouveauté, qu'il faut le séduire et faire ses preuves afin de le fidéliser. Ainsi l'agent serait logiquement amené à reconsidérer régulièrement, voire titre par titre, le choix de telle ou telle maison d'édition.

En ce sens, l'agent est un facteur de déstabilisation et d'accélération des mouvements, une entrave à la politique d'auteurs et à la constitution de catalogues.

Sandrine Paccher juge cette vision réductrice : « Si on transfère un auteur, c'est qu'il n'est pas satisfait. L'agent est souvent là pour expliquer à l'auteur qu'il ne doit pas quitter sa maison d'édition. D'ailleurs, les auteurs de langue anglaise ne changent pas si souvent d'éditeurs. John Le Carré a changé une fois en 50 ans et ça a fait la une des journaux ! D'ailleurs, il a quitté en même temps sa maison et son agent. » François Samuelson explique avoir parfois tenté de freiner des auteurs désireux de quitter leur éditeur. Car la question, explique Susanna Lea, n'est pas forcément de partir ou de rester : « Il faut rester fidèle sans pour autant faire partie des meubles. Un éditeur qui pense qu'un auteur est acquis, c'est le début de la fin. On est là pour réveiller l'éditeur, l'empêcher d'infantiliser l'auteur. »

Les professionnels évoquent aussi à mots couverts les cas où le transfert se fait à la satisfaction des deux parties : après des années de travail en commun, difficile de dire à son éditeur qu'on pense pouvoir obtenir mieux ailleurs ; et, à l'inverse, comment expliquer à un auteur qu'il coûte décidément plus cher qu'il ne rapporte ? L'intervention de l'agent revalorise l'auteur et facilite la séparation.

En France, la notion de fidélité entre auteur et éditeur a évolué, et ce, sans attendre l'intervention des agents. Certes, la plupart des auteurs importants se stabilisent, mais « les poids moyens, anciens poids lourds qui voudraient retrouver leur public (certains auteurs font un parcours sinusoïdal) ont tendance à changer de maison, s'ils ne sont pas pénalisés par un casier judiciaire trop lourd (ingérable, toujours en retard) », décrit avec verve un bon connaisseur du secteur.

Agent ou pas, l'auteur n'a plus aujourd'hui le même éditeur du début à la fin de sa carrière. Les relations sont souvent remises en question de part et d'autre.

C. L'agent, chef de produit d'une littérature jetable ?

Comme l'éditeur, l'agent suit un *pool* d'auteurs et la pression de la rentabilité le conduit, puisque sa rémunération est indexée sur celle de ses clients, à s'intéresser à ses « gros » auteurs. « Plus son auteur gagne, plus il gagne », mais quel auteur ?

Olivier Cohen invite les auteurs à la prudence : « Les auteurs ne devraient pas s'imaginer qu'ils seront forcément mieux traités chez les agents. Les gros agents,

comme les éditeurs, passent 80 % de leur temps sur les auteurs les plus importants et 20 % sur le reste ! »

11. A gérer les droits numériques ?

A. Les enjeux du numérique

Avec l'apparition de nouveaux modes d'exploitation dématérialisés et les transformations du droit d'auteur qui en découlent, on peut penser qu'un vaste champ s'offre aux agents littéraires. Les questions émergentes sont en effet complexes, techniquement et juridiquement, le terrain incertain et susceptible de dissocier les intérêts des auteurs et des éditeurs. « Jusqu'à l'émergence de cette question du numérique, il n'y avait pas de grosses discussions sur les contrats », témoigne Karina Hocine. Le numérique, source de désaccords entre auteurs et éditeurs ?

En matière de « numérique », les enjeux contractuels sont les suivants :

— La nature de droits numériques, droits premiers ou seconds, contractualisés à part ou non : sont-ils à considérer comme premiers quand il s'agit de l'œuvre intégrale et que le livre numérique est exploité directement par l'éditeur ? Et comme seconds quand il s'agit de morceler le texte, sous forme de feuillets pour Smartphones, par exemple, ou bien de l'adapter avec images et sons ? La nuance est de taille : si les droits numériques sont premiers, ils doivent faire l'objet d'un contrat à part, comme les droits audiovisuels.

— Leur propriété : certains auteurs s'interrogent sur le statut des contrats pré-numériques. En vertu de ceux-ci, la propriété des droits numériques leur demeure-t-elle de fait ? Les professionnels consultés jugent que oui et qu'il suffit que l'auteur en avertisse son éditeur de son intention d'exploiter directement les droits numériques.

— Le principe d'« exploitation permanente et suivie » normalement assurée par l'éditeur : à terme, la disponibilité d'un texte en version numérique vaudra-t-elle disponibilité tout court ? Qu'en sera-t-il de la possibilité de récupérer ses droits en cas d'épuisement de la version papier ?

— La rémunération de l'auteur : en France, souvent, un pourcentage du prix public équivalent au premier taux pratiqué pour l'édition courante ; aux Etats-Unis, une rémunération qui varie entre 20 et 50 % des recettes nettes, et jusqu'à 70 % dans le cadre d'une offre récemment faite par Amazon aux auteurs et aux éditeurs désireux d'offrir leur ouvrage en auto-édition sur le site marchand (à noter qu'Amazon assortit ses propositions de diverses conditions¹²³).

— L'usage qui en sera fait et la rapidité du développement de ces exploitations, *via* des opérateurs nouveaux, pas nécessairement éditeurs eux-mêmes.

— Etant donné les incertitudes techniques, éditoriales et commerciales, quelle doit être la durée des contrats numériques ? Deux ans, trois ans, cinq ans ? Quelle doit être leur modalité de reconduction ? Quel critère minimum de vente ou de disponibilité appliquer ?

¹²³ La situation est en mutation constante aux Etats-Unis, comme partout ailleurs. Avec l'arrivée de l'iPad, un modèle dit « *agency model* » semble en train de s'imposer, en vertu duquel l'éditeur fixerait le prix et le e-libraire se rémunérerait au pourcentage.

L'enjeu est crucial pour les auteurs. Quelle sera la progression des ventes du secteur ? Quels en seront les nouveaux acteurs ? Quelles modifications du contenu entreront en jeu ? A moyen terme, les auteurs seront-ils à même de faire fructifier directement leurs droits numériques, ou devront-ils passer par d'autres intermédiaires que leurs éditeurs ? Le métier d'éditeur numérique est-il le même que celui d'éditeur papier ? Simple question de support, ou bien adaptation radicale du contenu et des fonctions ? Toutes ces questions, complexes également pour les autres acteurs de la chaîne (distribution démultipliée ou groupée au sein de plateformes, rôle des librairies, des bibliothèques, des moteurs de recherche et des fournisseurs d'accès, harmonisation européenne en matière législative et fiscale, gestion collective des droits numériques, etc.) ouvrent un vaste champ de réflexion quant au lien entre l'auteur et l'éditeur. Aux Etats-Unis, elles sont d'ores et déjà abordées frontalement¹²⁴. En Espagne, un groupe de travail constitué par Random House, Santillana, Planeta et des agents littéraires a, dès l'été dernier, commencé à élaborer des propositions communes¹²⁵.

B. L'agent, meilleur protecteur de l'auteur pour le numérique ?

Le questionnaire adressé aux auteurs dans le cadre de cette étude comprenait la question suivante : « Pensez-vous que le développement de nouveaux supports numériques favorise l'éclosion des agents ? » On compte une écrasante majorité de non-réponses ou de « ne sais pas » et 6 réponses négatives. Seuls 5 auteurs ont émis un avis plutôt favorable comme :

— « C'est probable »

— « C'est peut-être une opportunité, car les auteurs risquent de se faire manger tout crus (...). »

— « Aucune idée. Mais ils seraient les bienvenus pour contrôler l'usage qui en est fait, la gestion des droits, etc. »

En revanche, 76 % des auteurs sondés jugent qu'un agent leur serait utile ou très utile pour gérer les droits numériques¹²⁶.

De fait, les agents ont déjà engagé la réflexion, parce qu'ils ont besoin d'aborder leurs négociations avec les éditeurs de façon claire et argumentée. Le constat est sévère. Pour Anna Jarota, les contrats qu'elle a pu observer étaient loin d'être satisfaisants : « Les éditeurs ont profité de l'ignorance des écrivains pour leur donner à signer un contrat sans les informer de son contenu. Or celui-ci ne les protège nullement. Les auteurs donnent tous leurs droits numériques aux éditeurs sans savoir comment ceux-ci vont les exploiter, ni sur quelles bases ils seront rémunérés. » Pierre Astier précise que, lorsque les avenants sont censés être « pour tous supports présents et à venir », ce n'est pas reconnu par les tribunaux.

En ce sens, les agents constituent dans ce domaine et donc pour l'avenir du métier une force d'analyse, d'expérience et de proposition intéressante. Ainsi, François Samuelson s'est battu pour faire reconnaître le droit numérique comme un droit plein. Selon Alain Absire, « au vu des avenants que les auteurs signent

¹²⁴ « The New eRights Battle », *Publishers Marketplace*, art. cit.

¹²⁵ « Primera gran batalla por la distribución del libro digital », Rosa Mora, Carles Geli, *El País*, 3 juillet 2009.

¹²⁶ Voir la synthèse des réponses au questionnaire, en annexe II, p. 98.

actuellement en masse, les agents auraient vraiment un rôle à jouer pour les protéger ».

Pour François Samuelson, la question est au cœur des discussions actuelles entre auteurs et éditeurs. Il synthétise ainsi sa position : « Je suis stupéfait quand je vois des addenda dans lesquels les éditeurs proposent le même pourcentage pour les droits numériques que pour le papier », explique-t-il. « Lorsque les outils de développement numérique seront amortis, que la TVA du numérique sera passée à 5,5 % et que les seuls vrais interlocuteurs pour la librairie seront les grands moteurs de recherche, c'est-à-dire lorsque nous serons dans une vraie économie numérique du livre, il faudra que la situation soit réévaluée. En attendant, je suis d'accord pour signer des contrats dans lesquels les droits numériques sont les mêmes que les droits papiers, mais alors pour une durée très limitée, au-delà de laquelle on renégociera. Par ailleurs, je considère qu'il n'y a pas d'exploitation numérique sans disponibilité de l'édition papier ; je refuse aujourd'hui les systèmes d'abonnement qui empêchent la rémunération titre par titre tant qu'on ne pourra pas individualiser les remontées de recettes ; j'exige des comptes séparés : pas d'amortissement du numérique par le papier ou *vice versa*. »

Susanna Lea est sur une ligne plus restrictive, puisqu'elle déclare ne pas céder les droits numériques pour la France, « sauf s'il y a un projet en face ». Mais, à cette exception près, les agents rencontrés nous ont tous déclaré que, dans la phase actuelle d'incertitude et d'exploration, il était essentiel d'avancer de façon solidaire des éditeurs et de donner à ceux-ci les moyens d'explorer le champ des possibilités, tout en protégeant le droit d'auteur. Concrètement, cela signifie accepter de signer les contrats numériques aux conditions proposées, mais en exigeant une renégociation d'ici deux, trois ou quatre ans.

Dans le domaine du numérique, à côté d'auteurs fragilisés et d'éditeurs soucieux de garder un large champ d'intervention, le diagnostic des agents est constructif. La comparaison des contrats, leur expertise et leur négociation sont une pratique courante pour eux, de sorte que leur diagnostic est à la fois informé, pragmatique et ouvert.

CONCLUSION

L'auteur fragilisé

Agent, une profession comme les autres ? Au terme de cette enquête, le métier d'agent d'auteurs apparaît banalisé. Il s'agit d'un simple intermédiaire dans la chaîne éditoriale. Il peut exercer une fonction utile dans certains cas, pas dans d'autres, mais il est difficile de lui imputer sans nuance une capacité de nuisance globale sur le système littéraire. En revanche, la profession est certainement pénalisée par son absence de structure, de statut, de pratiques cohérentes. Elle gagnerait en image si elle s'organisait et s'unifiait.

S'agissant de l'utilité des agents, il va de soi que les besoins des auteurs, des éditeurs et de toute l'édition sont très divers. Les fonctions des agents et celles des éditeurs se rejoignent pour partie, ce pourquoi les seconds réproouvent ces concurrents qui interviennent sur leur domaine. Mais ils gardent la main sur les choix éditoriaux, et ils ont suffisamment fait la preuve de leurs compétences pour ne pas avoir à craindre l'intervention de nouveaux partenaires. Cette cohabitation est peut-être même parfois à leur bénéfice. Et dans un système de pluralisme économique, l'émergence de nouveaux interlocuteurs contribue peut-être à dynamiser et à équilibrer les échanges, en élargissant la marge de manœuvre et les possibilités de choix des auteurs.

Sans prédire l'avenir, il semble que la singularité française en matière d'agents s'atténuera progressivement.

La situation actuelle reflète certes la capacité du secteur à préserver ses principes, son respect des auteurs et de la créativité littéraire. Mais à moins d'un cataclysme dû par exemple aux transformations numériques, l'édition devrait poursuivre le processus de concentration en cours. On peut déplorer la perte des liens traditionnels entre auteurs et éditeurs et la financiarisation de l'édition, force est de les constater et de s'y adapter au mieux. Eu égard à ces évolutions, l'introduction progressive de l'agent dans le jeu éditorial semble un processus inévitable, les agents trouvant leur place au cœur même de ces transformations, avec l'édition numérique pour opportunité de développement.

Quant aux conséquences de ce processus, peut-être convient-il d'y réfléchir sans dramatiser. Les exemples étrangers montrent que l'émergence des agents est plutôt la conséquence que la cause des transformations de l'économie du livre. Si ces dernières ont des effets néfastes pour les auteurs, l'intervention des agents contribue peut-être à les pallier en partie. Certains vont même plus loin : « Pour l'avenir de ce qui s'écrit en langue française et avant qu'il ne soit trop tard, à savoir que bon nombre d'auteurs français aient pris des agents à Londres, Barcelone, Zurich, Berlin, New York, voire à Shanghai et à Mexico, ce qui serait une sorte de capitulation, il est urgent de faire de la place aux agents littéraires, découvreurs et propulseurs de talents, en France¹²⁷. »

Pour poursuivre la réflexion, on peut constater que ces évolutions reflètent la fragilité du statut de l'auteur et de ses droits. A la sortie de son roman *Les Bienveillantes*, Jonathan Littell, contraint de se justifier d'avoir pris un agent,

¹²⁷ Pauline Miel, « L'agent littéraire en France : acteur incontournable ou médiateur éventuel ? », Master II Edition, université Paris-IV – Paris-Sorbonne, 2009.

décrivait ainsi le système français : « Un équilibre assez délicat fait qu'il s'y publie des livres qui ne le seraient pas ailleurs. Ce système a un coût. En France, pratiquement aucun auteur ne peut gagner sa vie ; toute la chaîne du livre vit du livre, sauf l'écrivain¹²⁸. »

Le propos résume clairement l'ambivalence du schéma français, garant d'une richesse et d'une diversité spécifiques, mais préservé parce qu'il est en grande partie financé par les écrivains eux-mêmes.

Comment intervenir pour adapter le « système » français aux nouvelles réalités et permettre à tous d'en bénéficier ? Faut-il aider les auteurs pour éviter les agents ? Ou aider les auteurs — avec les agents ? En tout état de cause, le plus menacé à court terme par la multiplication des formats, l'absence de modèle économique du livre numérique, le tout-gratuit, la remise en question du droit d'auteur, c'est bien l'auteur — et avec lui la créativité artistique et la vitalité économique de toute la chaîne du livre. Défendre l'auteur, par tous les moyens, est donc essentiel. « Il est grand temps d'organiser un Grenelle des rapports auteur-éditeur », déclarait François Samuelson en 2004, façon selon lui d'imposer l'agent littéraire sur le marché français. « Sauf que, comme souvent en France, la solution ne sera malheureusement pas contractuelle, mais violente¹²⁹. » Par ailleurs, s'intéresser aux agents conduit à se pencher sur la problématique de la représentation des auteurs, par l'intermédiaire de leurs différentes organisations ; cet aspect a été évoqué ici, mais les modes d'action, les objectifs, etc., de ces organisations nécessiteraient une étude à part entière¹³⁰.

Imposer l'agent d'auteur n'est pas notre propos, et le système français a largement prouvé ses vertus. Mais il laisse les auteurs à leurs problèmes économiques et sociaux, et les perspectives futures ne vont pas, sans action volontariste, dans le sens d'une revalorisation de leurs droits. Alors réfléchissons à la façon de mieux valoriser l'auteur, créateur de valeur intellectuelle, artistique et financière, et de le remettre au cœur du système.

¹²⁸ « Il faudra du temps pour expliquer ce succès », entretien avec Jonathan Littell, propos recueillis par Samuel Blumenfeld, *Le Monde*, 16 novembre 2006.

¹²⁹ « Un agent à Paris », François Cusset, *art. cit.*

¹³⁰ On notera toutefois que 21 des 29 auteurs ayant répondu à notre enquête ne sont affiliés à aucune organisation d'auteur.

ANNEXES

I. Tableau des agents littéraires

Agent	Statut / Intitulé	Représente des écrivains français	Auteurs	Spécificités	Agence	Localisation
Pierre ASTIER	Agent littéraire	Oui	Abdourahman A. Waberi, Leïla Marouane, Hélène Marienské...	International, découvertes, auteurs francophones	Pierre Astier & Associés	Paris
Bruno BATREAU	Agent littéraire	<i>Oui (à venir)</i>		Agent d'éditeurs		Rome
Eliane BENISTI	Co-agent	Oui		Agents et éditeurs étrangers	Agence Eliane Benisti	Paris
Tiffany BREUVART	Agent littéraire	Oui, audiovisuel	Eliette Abécassis, Karine Tuil, David Foenkinos...	Audiovisuel exclusivement	Story Makers	Paris
Sylvain COISSARD	Consultant en cessions de droit		Lewis Trondheim, Guy Delisle...	Représentant d'auteurs et d'éditeurs (bande dessinée, jeunesse : éditions Palette, éditions Paquet, Futuropolis...)	Sylvain Coissard Agency	Paris
Arabella CRUSE	Agent littéraire	Oui, en Scandinavie et aux Pays-Bas	Tahar Ben Jelloun, etc. – pour Scandinavie et Pays-Bas	Cessions de titres français dans ces pays et de titres scandinaves en France	Agence littéraire Wandel-Cruse	Paris
Niki DOUGÉ	Agent littéraire	Non		Représentant d'éditeurs français en Grèce	Agence littéraire Kleoniki Dougé	Paris
Anne FONTAINE	Agent artistique	Oui		Organisation d'événements littéraires	Anne F.P.L.	Paris
Lora FOUNTAIN & Sandrine PACCHER	Co-agents	Oui	Aurore Guitry, Jérôme Leroy, Kenan Görgun...	Agents et éditeurs étrangers	Lora Fountain & Associates	Paris
Chantal GALTIER-ROUSSEL	Agent littéraire	Non	Pierre Boulle (exception)	Représentation à l'étranger de maisons d'édition francophones	Agence littéraire Chantal Galtier-Roussel	Paris
Anna JAROTA	Co-agent	Oui	David Camus, Daniel Arsand, Claire Faÿ...	Agents et éditeurs étrangers	Anna Jarota Agency	Paris
Yasmina JRAISSATI	Agent littéraire	Seulement s'ils écrivent en arabe	Jabbour Douailhy, Khaled Khalifa, Samar Yazbek...	Littérature arabe contemporaine	RAYA Agency for Arabic Literature	Paris
David KERSAN	Agent littéraire	Oui	Maurice G. Dantec, Marc Besse...			
Mary KLING	Co-agent	Oui	Nancy Huston, Nadine Ribaud, Mathieu Belez...	Agents et éditeurs étrangers	La Nouvelle agence	Paris

Agent	Statut / Intitulé	Représente des écrivains français	Auteurs	Spécificités	Agence	Localisation
Pascale KRAMER	Agent d'éditeurs	Non		Audiovisuel		Paris
Michelle LAPAUTRE	Co-agent	Non		Agents et éditeurs étrangers	Agence Michelle Lapautre	Paris
Susanna LEA	Agent littéraire	Oui	Marc Levy, Marek Halter, Antoine Audouard, François Bizot, Michel Quint...	Vocation internationale	Susanna Lea Associates	Paris/ New York/ Londres
Hannelé LEGRAS	Agent d'éditeurs	Non	Jeunesse	Représentant d'éditeurs	Hannelé Legras Literary Agency	Maintenon
Anne LENCLUD	Agent littéraire	Non		Ouvrages anglo-saxons à traduire en français	Agence littéraire Lenclud	Paris
Anastasia LESTER	Scout et agent		Russie	Littérature et sciences humaines	Agence littéraire Anastasia Lester	Montrouge
Virginia LOPEZ-BALLESTEROS	Agent littéraire	Oui	Myriam Chirousse, Michel Gardère...	Auteurs français et espagnols	Agence Virginia Lopez-Ballesteros	Madrid
Corinne MAROTTE	Co-agent	Oui	Luc Chomarat	Agents et éditeurs anglo-saxons	L'Autre agence	Paris
Jacqueline MILLER	Co-agent	Non	Jeunesse	Agents et éditeurs anglo-saxons	Jacqueline Miller Agency	Ouistreham
Nathalie MONGIN	Agent littéraire	Oui	Dominique Sampiero, Philippe Blasband...	Activité plutôt centrée sur l'audiovisuel	Paris Septembre	Paris
Marie-Sophie du MONTANT	Agent littéraire	Oui	Eliette Abécassis, Wendy Delorme, Yan Gérard...		Global Literary Management	Bruxelles/ New York
Noëlle MOUSKA	Agent littéraire et co-agent	Oui	Fabrice Caro, Jean-Paul Husson...	Secteur audiovisuel	Alnovas	Vallauris
Phi-Anh NGUYEN	Agent d'éditeurs	Non	Jeunesse	Représentant d'éditeurs	La Petite agence	Paris
Andrew NURNBERG	Agent littéraire	Oui	Jonathan Littell, Frédéric Beigbeder, Eric Reinhardt...	International, ouverture aux pays de l'Est	Andrew Nurnberg Associates	Londres
Patricia PASQUALINI	Agent littéraire	Non		Auteurs des pays de l'Est en France	Agence de l'Est	Paris
François SAMUELSON	Agent et littéraire artistique	Oui	Michel Houellebecq, Pierre Assouline, Marc Dugain, Fred Vargas...	Secteur audiovisuel	Intertalent	Paris
Christine SCHOLZ	Co-agent	Oui	Annie Saumont, Georges Walter, Albert Cossery...	Agents et éditeurs étrangers	Agence Hoffmann	Paris
Anna SOLER-PONT	Agent littéraire	Oui	Carine Fernandez, Véronique Tadjó...	Auteurs français et espagnols	Pontas Literary and Film Agency	Barcelone
Natacha UDO-BEAUVISAGE	Agent littéraire	Oui	Patricia Ramahandry, Nathalie Donnadieu		Natacha Udo-Beauvisage	Paris

Agent	Statut / Intitulé	Représente des écrivains français	Auteurs	Spécificités	Agence	Localisation
Michael WENZEL	Agent littéraire	Oui	Pierre-Yves Tinguely, Dominique Maison, Caren Benedikt	Représentation d'éditeurs étrangers, auteurs allemands et français	Editio Dialog, Literary Souting Agency, Foreign Langage Rights	Lille
Catherine WINCKELMULLER	Agent artistique	Oui	Virginie Brac, Sophie Chérier, Dominique Garnier... Arléa, Verdier...	Auteurs mais surtout scénaristes et réalisateurs	Catherine Winckelmuller, Agents Associés	Paris
Andrew WYLIE	Agent littéraire	Oui	Christine Angot, Philippe Djian...	International, classiques contemporains	The Wylie Agency	New York/ Londres

II. Synthèse des réponses au questionnaire

Questionnaire administré par mail en septembre 2009 à 100 écrivains français ayant publié un texte littéraire dans l'année.

39 réponses ont été reçues :

- 5 rédigées,
- 5 exprimant un refus de répondre,
- 29 questionnaires remplis, dont 27 d'auteurs sans agent et 2 avec agent.

Synthèse des réponses des 29 répondants concernant leur activité d'écrivain

1. Quand avez-vous publié votre premier roman ?

Non significatif

2. Combien de romans ou recueils avez-vous publié ?

Un seul n'a publié qu'un seul livre.

8,5 romans ou recueils publiés en moyenne.

Nombre maximum de titres publiés : 40.

3. Quels sont le titre, la date de parution et le nombre d'exemplaires vendus de votre dernier roman ?

Non significatif

4. Avez-vous publié d'autres types d'ouvrages ? Si oui, combien ?

Non significatif

5. Avez-vous publié chez plusieurs éditeurs ? Lesquels ?

2 auteurs n'ont publié que chez un éditeur.

Moyenne du nombre d'éditeurs : 4

1 auteur a publié chez 12 éditeurs.

6. Quelle est votre profession déclarée ?

Journaliste : 7

Ecrivain (ou romancier ou auteur) : 12

Enseignant : 4

Consultant : 1

Attaché de presse : 1

Assistant social : 1

Métiers de l'édition : 2

Rédacteur télé : 1

7. Quel est votre statut principal ?

Salarié : 5

Fonctionnaire : 5

Pigiste : 5

Statut d'auteur : 12

Retraité : 1

Profession libérale : 1

8. Vous considérez-vous bien informé concernant :

	Mal	Plutôt mal	Plutôt bien	Bien
Vos contrats	3	5	17	4
Vos rémunérations	3	9	14	3
Votre assurance maladie	10	8	9	2
Vos droits à la retraite	12	12	4	1
Votre fiscalité	12	9	6	2
Votre patrimoine et votre succession	12	9	7	1

9. En tant qu'auteur, vous cotisez à l'AGESSA ; bénéficiez-vous de prestations de l'AGESSA ? (lesquelles ?)

Non : 20

Oui : 6

Ne sait pas : 3

10. Vivez-vous de votre seule activité d'écrivain ? Sinon, est-ce votre objectif ? Quelle part de vos revenus tirez-vous de l'écriture ?

100 % : 5

70 % : 2

50 % : 1

Une part satisfaisante : 1

Non négligeable : 1

30% : 4

25 % : 1

20 % : 1

15 % : 1

« Une faible part » : 7

« Pas assez » : 5

11. Savez-vous quelle part de vos revenus littéraires provient, en pourcentage : des ventes en librairie, des exploitations secondaires (poche, clubs, digests), des traductions, des droits audiovisuels, des conférences, prestations publiques...

Non : 18

Oui : 11 (dont 1 : 50 % sur exploitations secondaires ; 7 : ventes en librairies prédominantes)

12. Connaissez-vous les revenus d'autres écrivains ?

Oui : 7

Approximatif (exemple : par les médias) : 6

Non : 16

**13. Etes-vous affilié(e) à une ou plusieurs société(s) ou association(s) d'auteurs ?
Lesquelles ? (Plusieurs réponses possibles.)**

Non, aucune : 21

Oui : 8, dont :

- Maison des écrivains et de la littérature : 2
- SGDL : 5
- Pen Club : 1
- SACD : 4
- SACEM : 1

14. Quelle(s) fonction(s) rempli(ssen)t-elle(s) pour vous ?

Sans réponse ou NSP : 20

Elles ont des fonctions :

- d'information (5)
- de suivi et de gestion (3)
- de défense des droits des auteurs et aide juridique (6)

15. Si vous n'êtes pas affilié(e), pourquoi ?

• Pas d'occasion (4)

Pas encore pris le temps de le faire.

Pas encore eu l'occasion.

L'occasion ne s'est pas présentée.

Pas encore songé à le faire.

• Manque d'information (7)

Je n'en ai aucune connaissance.

Je n'ai aucune information sur les services qu'elle rendent.

Manque de connaissance de leurs fonctions.

Manque d'information.

Je ne connais pas bien leur utilité.

Par méconnaissance de ces association.

Mal informé et allergique à l'administration.

• Pas de nécessité et/ou pas d'intérêt (7)

Ni le besoin, ni l'envie.

Pas besoin et aucune ne m'a sollicité.

On ne me sollicite pas.

Pas compris l'intérêt.

Jamais posé la question.

Je ne considère pas l'écriture comme un métier.

La paperasserie me rend hystérique.

16. Pensez-vous que le statut social et le régime fiscal actuels des auteurs en France leur soient favorables ?

Non ou Pas du tout : 11

Plutôt non : 10

Oui ou Plutôt oui : 2

Ne sait pas : 5

Sans réponse : 1

17. Avez-vous un agent littéraire ?

Oui : 2

Non : 27

**Synthèse des réponses des 27 répondants
n'ayant pas d'agent**

1. Voici quelques avis entendus sur les agents. Cochez ceux dans lesquels vous vous reconnaissez le mieux (plusieurs réponses possibles) :

« Le métier d'agent littéraire n'est pas assez développé en France »	12
« Les agents littéraires sont peu nombreux et mal connus en France »	21
« Le métier d'agent littéraire n'est pas adapté au marché français »	7
« Les agents littéraires sont chers »	5
« Les agents littéraires font de l'écriture un business »	7
« Mon éditeur défend correctement mes intérêts »	4
« Je préfère défendre moi-même mes intérêts »	4
« Je ne veux pas altérer ma relation avec mon éditeur »	13
« Le développement du métier d'agent nuirait à la créativité littéraire »	2

2. Souhaitez-vous préciser, développer ou nuancer certains de ces aspects ?

Je suis peu informé.

Les agents littéraires ont une mauvaise réputation. Seuls les auteurs qui vendent beaucoup ont des agents.

Je ne pense pas que les éditeurs fassent correctement leur travail mais je ne suis pas sûr que les agents amélioreraient la situation des auteurs, sauf pour les stars.

Le métier d'agent pourrait prendre toute sa mesure dans la découverte de talents que l'édition ne prend pas en compte.

Le système de l'agent ne colle pas avec la vieille tradition de l'édition française.

Avoir un agent, c'est s'attirer des soucis.

Je ne sais pas vraiment quoi attendre d'un agent.

La relation auteur-éditeur est importante et plutôt bien menée pour l'instant en France, attention à ne pas la brouiller.

J'estime que tant que le copyright demeurera la propriété de l'éditeur et non de l'auteur comme dans le monde anglo-saxon, le pouvoir de l'auteur et de son agent demeurera faible.

Il me semble que la clientèle d'un agent littéraire, ce serait plutôt les écrivains professionnels.

J'imagine qu'un agent s'occuperait mieux de mes traductions.

3. Si vous aviez un agent, lesquelles de ces fonctions vous paraîtraient les plus utiles ? (Plusieurs réponses possibles — Base : 25 répondants à cette question.)

	Inutile	Peu utile	Utile	Très utile
Conseil littéraire et éditorial	6	8	6	1
Trouver le meilleur éditeur	3	5	11	3
Etablir lui-même le contrat	2	1	11	8
Négocier les à-valoir	1	1	13	9
Gérer les droits audiovisuels	1		10	12
Vendre les droits de traduction	1	2	7	13
Gérer les droits numériques	1	3	9	10
Apporter un soutien juridique	2	3	8	8
Gérer la comptabilité	3	3	5	9

4. Pensez-vous que vos livres pourraient générer des revenus plus importants ?

Oui : 15

Peut-être : 4

Non : 3

Je ne sais pas : 5

5. Est-ce une préoccupation pour vous ?

Oui et Plutôt oui : 13

Pas vraiment : 8

Non : 5

Sans réponse : 1

6. Dans quel domaine estimez-vous que votre situation pourrait être meilleure ?

Traductions : 20

Adaptations audiovisuelles : 17

Versions numériques : 8

Autres : 7

Sans réponse : 3

7. Selon vous, le traitement des auteurs est-il très variable selon les éditeurs ? Pensez-vous que les « petites » maisons sont moins outillées que les « grandes » ? ou que les « grandes » sont moins soucieuses des intérêts de leurs auteurs ?

• **Le traitement des auteurs est très variable selon la taille des maisons (6)**

• **Les auteurs sont mieux traités chez les petits éditeurs :**

Je préfère les petites maisons car elles sont plus humaines. (2)

Il est évident que les grandes sont moins soucieuses des intérêts des auteurs.

Les petites maisons présentent des avantages lorsqu'on débute, ensuite, moins.

Les petites maisons ont peu de moyens mais sont proches de leurs auteurs ; les grandes se contentent d'assurer une bonne mise en place mais n'accompagnent pas assez l'écriture.

• **Les auteurs sont mieux traités par les grandes maisons :**

Oui, les petites maisons sont moins outillées. (2)

Je préfère un grand éditeur. (3)

Les petites structures ont du mal à diffuser leurs livres.

Beaucoup de petites maisons comptent sur le quasi-bénévolat des auteurs.

• **Autres :**

La division se fait plutôt selon la personnalité et l'envergure de l'auteur. (3)

Les auteurs qui vendent des livres sont mieux traités que les autres, quelles que soient les maisons.

L'aspect humain est le plus important.

Non, le traitement n'est pas variable selon la taille des maisons (4)

8. Conseilleriez-vous à un jeune auteur de prendre un agent ? Pour quelle(s) raison(s) ?

Non : 12

Oui peut-être : 5

Oui : 3

Ne sait pas : 7

9. Avez-vous déjà été contacté par un agent ? Si oui, quelle a été votre réponse ?

• **Non, je n'ai jamais été contacté : 21**

• **Oui, j'ai déjà été contacté : 6**

Dont :

2 auteurs ont décliné l'offre

Pour 2 auteurs, cela n'a servi à rien

1 auteur a été dissuadé par son éditeur

1 auteur est tombé sur un escroc

10. Avez-vous déjà sollicité un agent ? Si oui, quelle a été sa réponse ?

- **Non, je n'ai jamais sollicité un agent : 21**

Dont 1 auteur pense à le faire.

- **Oui, j'ai déjà sollicité un agent : 6**

Parmi eux, 2 pour la traduction de leur livre et 1 pour information ; 3 ont reçu des réponses négatives (« Je suis débordé », « Vous êtes qui ? », etc.).

11. Comment suivez-vous la « gestion » de vos ouvrages (avances, droits, cessions, versions numériques) ?

Très régulièrement : 2

Régulièrement : 4

Episodiquement : 7

Rarement : 10

Sans réponse : 4

12. Pensez-vous que le développement de nouveaux supports (numériques) favorise l'éclosion des agents ?

Non : 6

Probablement oui : 5

Ne sait pas : 16

13. Selon vous, qu'est-ce qu'un agent littéraire ?

Je ne sais pas. (4)

Un métier à inventer.

Tout ce qu'il y a dans votre grille.

Un intermédiaire un peu plus costaud que l'auteur.

Un intermédiaire. (3)

Un professionnel qui rentabilise le travail d'un auteur. (4)

Un parasite qui profite de la zone de non-droit du monde de l'édition.

Un personnage inutile, sauf pour les auteurs de best-sellers.

Quelqu'un qui a été éditeur et qui sait ce qu'il en est.

Quelqu'un qui peut m'aider pour les adaptations ciné et télévision.

Une aide comptable, un défenseur de mes intérêts.

Un commercial, un juriste, un comptable plutôt qu'un interlocuteur littéraire et artistique.

Un éditeur doublé d'un promoteur.

Un négociateur pour les droits d'auteurs, un émissaire pour les traductions et les adaptations.

Une nounou lucrative.

Quelqu'un qui coache une écurie d'auteurs et les aide à trouver le créneau optimal.

Une personne qui gère tout ce qu'un auteur ne devrait pas passer son temps à faire.

Un premier lecteur convaincu et convaincant.

Un découvreur de nouveaux talents et de textes innovants.

III. Bibliographie

En français

• Ouvrages

Droit d'auteur et copyright, Françoise Benhamou et Joëlle Farchy, La Découverte, 2007.

L'Édition littéraire aujourd'hui, sous la direction d'Olivier Bessard-Banquy, Presses universitaires de Bordeaux, 2006.

Confessions d'une radine, Catherine Cusset, Gallimard, 2003.

Mort de la littérature, Raymond Dumay, Stock, 2009 [1950].

La Condition littéraire. La double vie des écrivains, Bernard Lahire, La Découverte, 2006.

Romance nerveuse, Camille Laurens, Gallimard, 2010.

L'Argent et les lettres, Jean-Yves Mollier, Fayard, 1988.

Un couple infernal. L'écrivain et son éditeur, Sylvie Perez, éditions Bartillat, 2006.

Le Droit d'auteur et l'édition, Emmanuel Pierrat, éditions du Cercle de la librairie, 2005.

Edition, l'envers du décor, Martine Prosper, Nouvelles éditions Lignes, 2009.

Les intellos précaires, Anne et Marine Rambach, Fayard, 2001.

Auteur/éditeur, création sous influence, Laurence Santantonios, éditions Louis Tahmart, 2001.

Tant qu'il y aura des livres, Laurence Santantonios, éditions Bartillat, 2004.

Translatio. Le Marché de la traduction en France à l'heure de la mondialisation, sous la direction de Gisèle Sapiro, CNRS éditions, 2008.

Les Contradictions de la globalisation éditoriale, sous la direction de Gisèle Sapiro, Nouveau Monde éditions, 2009.

L'Édition sans éditeur, André Schiffrin, La Fabrique, 1999.

L'Argent et les mots, André Schiffrin, La Fabrique, 2010.

Traité pratique d'édition, Philippe Schuwer, éditions du Cercle de la Librairie, 2002.

Le Livre et l'Éditeur, Eric Vigne, Klincksieck, 2008.

• Rapports, projets de lois, colloques

« Le droit moral », Les dossiers de la SGDL, 2004.

« Le statut social des auteurs de l'écrit », Les dossiers de la SGDL, 2005.

« La question du statut de l'auteur », colloque ADA, 2006.

« Rapport livre 2010 », Sophie Barluet, ministère de la Culture, 2007.

« L'auteur : une notion à géométrie très variable », Emmanuel Pierrat, *Propriétés intellectuelles*, juillet 2002, n° 4.

« Les agents littéraires : vers une nouvelle politique de la relation auteur/éditeur », SGDL, 2007.

« Pour une nouvelle dynamique de la chaîne du livre », Les dossiers de la SGDL, 2007.

« L'écrivain dans la cité », Les dossiers de la SGDL, 2008.

« Quelles perspectives pour la politique publique de soutien au livre français à l'étranger ? », rapport rédigé par Olivier Poivre d'Arvor et Marc-André Wagner, ministère de la Culture et de la Communication, février 2009.

« Rapport sur les professions du droit », rapport auprès du Président de la République, dirigé par Jean-Michel Darrois, mars 2009.

« Situation du livre. Evaluation de la loi relative au prix du livre et questions prospectives », Hervé Gaymard, Rapport à la Ministre de la Culture et de la Communication, mars 2009.

« Etude d'impact. Projet de loi relatif aux réseaux consulaires, au commerce, à l'artisanat et aux services », sénat, juin 2009.

« La Révolution numérique de l'auteur », SGDL, Les dossiers de la SGDL, 20-21 octobre 2009.

« Relations auteurs/éditeurs. Je t'aime, moi non plus », étude SCAM, 2009 (renouvelée en 2010).

• Mémoires universitaires

« Les agences littéraires en France », Jennifer Sandler, DEA, université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, 2001.

« Des services de droits aux agences littéraires : Les enjeux des cessions de droits étrangers sur le marché de l'édition française », Eloïse Elandaloussi, Paris-XIII – Villetaneuse, Master I Commercialisation du livre, 2009.

« L'agent littéraire en France : acteur incontournable ou médiateur éventuel ? », Pauline Miel, université Paris-IV – Sorbonne, Master II Edition, 2009.

• Revues

« L'agent littéraire français », Frédéric Malbois et Guillaume Bredoux, *Ecrire & Editer*, août-septembre 2002.

« Propriétaires ou travailleurs intellectuels ? Les écrivains français en quête d'un statut », Gisèle Sapiro et Boris Gobille, *Le Mouvement social*, 2006.

« Le droit d'auteur aujourd'hui », in « Economie et droit de l'information », entretien entre Emmanuel Pierrat et Yves Alix, *Bulletin des bibliothèques de France*, 2006.

« Le métier de passeur », entretien avec François Samuelson recueilli par Donatien Grau, *La Règle du Jeu*, janvier 2010.

• Presse et web

« Livres : les agents de la discorde », Jérôme Garcin, *L'Événement du jeudi*, 13 octobre 1988.

« Zorro contre Shylock », Bernard Le Gendre, *Le Monde des Livres*, 27 janvier 1989.

« Jean-Claude Zylberstein. Profession : avocat d'écrivains », Alfred Eibel, *Le Quotidien de Paris*, n°4127, 1993.

« Ces nouveaux agents venus d'Europe », Florence Noiville, *Le Monde*, 1er novembre 2002.

* 2004

« Profession : agent », Daniel Garcia et Olivier Saiman, *Livres Hebdo*, 23 janvier 2004.

« L'ambition de Flore Negroni », Daniel Garcia, *Livres Hebdo*, 23 janvier 2004.

« Le renard de la 57^e », François Cusset, *Livres Hebdo*, 6 février 2004.

« François-Marie Samuelson : le mal aimé du septième art », Emmanuel Berretta, *Le Point*, 13 mai 2004.

« Un agent à Paris », François Cusset, *Livres Hebdo*, 28 mai 2004.

« Entre Amélie Nothomb et Albin Michel, une relation d'éditeur à l'ancienne », Thiébault Dromard, *Le Figaro économie*, 9 août 2004.

« L'agente anglaise », Yann Perreau, *Livres Hebdo*, 10 septembre 2004.

« Profession : agents littéraires », Sébastien Le Fol, *Le Figaro Magazine*, 2 octobre 2004.

« Monsieur l'agent », entretien avec Pierre Astier et Alexandre Civico, par Ange-Dominique Bouzet, *Libération*, 7 octobre 2004.

« L'affaire Houellebecq a causé un tort considérable », entretien avec Francis Esménard, Daniel Garcia, *Livres Hebdo*, 8 octobre 2004.

* 2005

« L'autre affaire Houellebecq », Denis Demonpion, *Le Point*, 27 janvier 2005.

« L'agent secret », Sylain Courage, *Le Nouvel Observateur*, 17 mars 2005.

« L'agent roi », Didier Jacob, *Le Nouvel Observateur*, 17 mars 2005.

« François-Marie Samuelson, le coach », D. G., *Lire*, mars 2005.

« La percée des agents littéraires inquiète », T.D.J., *La Tribune*, 18 mars 2005.

« Agent content », par Pascale Nivelles, *Libération*, 19 mars 2005.

« Une lettre de François-Marie Samuelson », F.-M Samuelson, *Le Nouvel Observateur*, 7 avril 2005.

« Le duel des agents littéraires », Géraldine Meignan, *L'Expansion*, 1er décembre 2005.

* 2006

« Je plaiderai toujours pour la complexité », Andrew Wylie/Josyane Savigneau, *Le Monde*, 6 octobre 2006.

« Ces hommes de l'ombre qui bousculent l'édition », Mohammed Aissaoui, *Le Figaro littéraire*, 9 novembre 2006.

« Ce n'est pas qu'une question d'argent », Mohammed Aissaoui, *Le Figaro littéraire*, 9 novembre 2006.

« L'homme qui inventa Jonathan Littell », Etienne de Montety, Mohammed Aissaoui, *Le Figaro littéraire*, 9 novembre 2006.

« Les éditeurs français ne doivent pas avoir peur de moi », Etienne de Montety, Mohammed Aissaoui, *Le Figaro littéraire*, 9 novembre 2006.

« L'agent littéraire trouble l'édition française », Nathalie Silbert, *Les Echos*, 10 novembre 2006.

« Il faudra du temps pour expliquer ce succès », entretien avec Jonathan Littell, propos recueillis par Samuel Blumenfeld, *Le Monde*, 16 novembre 2006.

« Andrew Nurnberg. Profession agent provocateur », Jean-Gabriel Fredet, *Le Nouvel Observateur*, 16 novembre 2006.

« Andrew Nurnberg. Agent bienveillant », Jean-Pierre Langellier, *Le Monde*, 7 décembre 2006.

* 2007

« Soyez bienveillants avec les agents littéraires », Pierre Astier, *Libération*, 5 janvier 2007.

« L'agent, l'éditeur et la dictature des 'big books' », André Schiffrin, *Le Monde*, 19 janvier 2007.

« La France intéresse les agents étrangers », Fabrice Piault, *Livres Hebdo*, 16 février 2007.

« A quoi servent les agents littéraires », Florence Noiville, *Le Monde*, 27 avril 2007.

« L'agent fait-il le bonheur ? », Stéphane Jarno, *Télérama*, 22 septembre 2007.

« Les agents se rebiffent », Marc Roche, *Le Monde*, 12 octobre 2007.

« Agents comptant », Christophe Carrière, *L'Express*, 22 novembre 2007.

* 2008

« Rentrée littéraire : l'agent, le joker des écrivains ? », David Servenay, *Rue89*, 9 septembre 2008.

« Le contrat en or de Christine Angot », Mohammed Aissaoui, *Le Figaro littéraire*, 2 octobre 2008.

« L'agent ne fait pas le bonheur », Edouard Launet, *Libération*, 16 octobre 2008.

« Aude Samarut, agent littéraire », entretien, Mélico.org, Mémoire de la librairie contemporaine, 19 décembre 2008.

* 2009

« Ces écrivains que le cinéma s'arrache », Léna Lutaud, *Le Figaro*, 20 mars 2009.

« Les auteurs doivent-ils céder leurs droits cinématographiques à leur éditeur ? », Didier Pasamonik, *Actua BD*, 25 mars 2009.

« Profession agent d'artistes, oui, en BD aussi ! », Sébastien Naeco, *Le Monde.fr*, blog Le Comptoir de la BD, 24 avril 2009.

« Droits numériques : Les auteurs montent au front », Hervé Hugueny, Daniel Garcia, *Livres Hebdo*, 15 mai 2009.

« A quoi servent les agents littéraires », Lucie Geffroy, *L'Orient-Le Jour*, juillet 2009.

« François Samuelson, un agent en or », Sophie Dacbert, *Le Film français*, 23 octobre 2009.

« Andrew Wylie, l'agent roi », entretien avec Josyane Savigneau, *Le Monde M*, octobre 2009.

« La France adoptera-t-elle le "coaching littéraire" ? », Florence Noiville, *Le Monde*, 13 novembre 2009.

« Le Parti pirate à l'abordage de l'Europe », Yves Eudes, *Le Monde*, 12 décembre 2009.

En espagnol

- « La Edición en cifras », *Delibros.com*.
- « Las agencias literarias de España se constituyen como asociación profesional », *Noticias*, 22 novembre 2006.
- « Balcells, la dueña del boom », *Clarín.com*, 29 juillet 2006.
- « El agente literario en el siglo XXI », *Ediciona.com*, 18 juin 2008.
- « Primera gran batalla por la distribución del libro digital », Rosa Mora, Carles Geli, *El País*, 3 juillet 2009.

En anglais

- « Understanding the Author-Agent Relationship », Guide to the National Writers Union Preferred Literary Agent Agreement, National Writers Union, 1994.
- « Susanna Lea. Expat agent shakes up genteel Gallic book world », Alison James, *Variety*, 10 décembre 2001.
- « Andrew Wylie. Agent provocateur », Emma Brookes, *The Guardian*, 24 novembre 2003.
- « Book agents explore borderless world », Eric Pfanner, *International Herald Tribune*, 26 janvier 2004.
- « Ed Victor. Special agent », Tim Dowling, *The Guardian*, 1er mars 2004.
- « Literary agents now do more for authors », Jeffrey A. Trachtenberg, *The Wall Street Journal*, 24 novembre 2004.
- « Agents & Editors : A Q&A With Agent Lynn Nesbit », Jofie Ferrari-Adler, *Poets & Writers*, janvier-février 2008.
- « What next ? », Peter Straus, *The Guardian*, 20 septembre 2008.
- Literary Market Place 2009.*
- Guide to Literary Agents 2009. Where and How to Find the Right Agent to Represent your Work*, edited by Chuck Sambuchino, Writer's Digest Books, 2009.
- « Agents & Editors : A Q&A With four Young Literary Agents », Jofie Ferrari-Adler, *Poets & Writers*, janvier-février 2009.
- « Unrepentant and Telling of Horrors Untellable », Michiko Kakutani, *The New York Times*, 23 février 2009.
- « The last book party : Publishing drinks to a life after death », Gideon Lewis-Kraus, *Harper's Magazine*, mars 2009.
- « Spain's Big Three to Form New Digital Distributor », Emily Williams, *Publishing Perspectives.com*, juillet 2009.
- « Publishers Must Change the Way Authors Get Paid », M. J. Rose, *Publishing Perspectives.com*, 28 août 2009.
- « Re-thinking the Publisher/Author Partnership », Robert Miller, *Publishing Perspectives.com*, 31 août 2009.
- « Agents & Editors : A Q&A With Agent Georges Borchardt », Jofie Ferrari-Adler, *Poets & Writers*, septembre-octobre 2009.
- « Rob Weisbach on Expanding the Agent's Role », Edward Nawotka, *Publishing Perspectives.com*, 12 novembre 2009.
- « 24 Agents Who Want Your Work », Chuck Sambuchino, *Writers' Digest*, 10 novembre 2009.
- « The new eRights battle », *Publishers Marketplace*, 14 décembre 2009.

« French Literary Agents Stage a Quiet Revolution », Olivia Snaije, *Publishing Perspectives.com*, 15 décembre 2009.

« Stephen Covey's digital rights deal with Amazon startles New York publishers », Ed Pilkington, *The Guardian*, 15 décembre 2009.

« E-Gads, 2009 ! Publishing E-pocalypse or a New Age ? », M.J. Rose, *Publishing Perspectives.com*, 18 décembre 2009.

« Agent of change », Philip Jones, *The Bookseller*, 18 décembre 2009.

« Stephen Covey and the battle for the ebook goldmine », Amy Turner, *The Sunday Times*, 20 décembre 2009.

« Why authors need agents », Rachele Gardner, Rants & Rambling, On Life as a Literary Agent, blog, 13 janvier 2010.

IV. Liste des entretiens

France (56)

Alain Absire, écrivain, président, SGDL
Mercedes de Ambrosis, écrivain
Pierre Assouline, écrivain
Pierre Astier, agent, Pierre Astier & Associés
Frédéric Beigbeder, écrivain (par mail)
Anne-Sophie Berthelin, agent, Adequat
Olivier Cohen, éditeur, L'Olivier
Teresa Cremisi, P-DG, Flammarion
Catherine Cusset, écrivain
Pierre Delerive, écrivain
Wendy Delorme, écrivain
Marie Dormann, responsable des droits dérivés, Albin Michel
Marc Dugain, écrivain
Hella Faust, *scout*
Anne Fontaine, agent, Anne F.P.L.
Lora Fountain, agent, Lora Fountain & Associates
Abel Gerschenfeld, éditeur
Sylvie Gouttebaron, directrice, Maison des écrivains et de la littérature
Karina Hocine, éditeur, Jean-Claude Lattès
Didier Imbot, agent, Global Literary Management Agency
Anna Jarota, agent, Anna Jarota Agency
Régis Jauffret, écrivain (par mail)
Mary Kling, co-agent, La Nouvelle agence
Laure et Nathalie Kniazeff, Best-seller to Box-office
Pascale Kramer, écrivain et agent
Mathias Lair-Liaudet, écrivain, secrétaire général de l'Union des écrivains
François Laurent, directeur général adjoint, Univers Poche
Susanna Lea, agent, Susanna Lea Associates
Michel Le Bris, écrivain
Virginia Lopez-Ballesteros, agent
Olivier Mannoni, président, Association des traducteurs de langue française
Corinne Marotte, co-agent, L'Autre agence
Vera Michalski, présidente, groupe Libella
Nathalie Mongin, agent, Paris-Septembre
Noëlle Mouska, agent, Alnovas
Anne-Solange Noble, directrice des droits étrangers, Gallimard
Olivier Nora, P-DG, Grasset et Fayard
Claire Nozières, agent, agence Nurnberg
Nathalie Orloff, juriste, SCAM
Paul-Otchakovsky Laurens, P-DG, P.O.L.
Sandrine Paccher, agent, Lora Fountain & Associates
Laure Pécher, agent, Pierre Astier & Associés
Emmanuel Pierrat, avocat, écrivain et éditeur

Emmanuel de Rengervé, délégué général, SNAC
Philippe Rey, directeur, éditions Philippe Rey
Jean-Marc Roberts, directeur, Stock
Christian Roblin, directeur, SOFIA
François Samuelson, agent, Intertalent
Louis Sanders, écrivain
Léo Scheer, directeur, éditions Léo Scheer
Patricia Stansfield, directrice des droits étrangers, Flammarion
Catherine Texier, écrivain
Abdourahman Waberi, écrivain
Guy Walter, écrivain, directeur de la Villa Gillet
Catherine Winckelmuller, agent, Agents Associés – Catherine Winckelmuller
Jean-Claude Zylberstein, avocat et éditeur

Espagne (13)

Rosa Arrizabalaga, éditeur, éditions Santillana
Sandra Bruna, agent, Sandra Bruna Agencia literaria
Juan Cerezo, éditeur, éditions Tusquets
David Fernandez, éditeur, éditions Edhasa
Antonio Gómez-Rufo, écrivain, président de l'Asociación Colegial de Escritores
de España (par mail)
Gloria Gutiérrez, agent, agence Carmen Balcells
Jorge Herralde, éditeur, éditions Anagrama
Monica Martin Berdagué, agent, MBA Agencia literaria
Guenter G. Rodewald, agent, Üte Körner Literary Agent
Catherine Passion, agent, ACER
Elena Ramirez Rico, éditeur, Seix Barral
Eva Schubert, International Editors & Co (par mail)
Anne-Marie Vallat, agent, AMV

Allemagne (21)

Thorsten Ahrend, éditions Wallstein
Petra Albers, éditions Beltz
Matthias Bischoff, éditions Eichborn
Lisette Buchholz, éditions Persona
Peter Fritz, agence Paul & Peter Fritz
Michael Gaeb, agence Michael Gaeb
Tanja Graf, éditions Schirmer Graf
Petra Hardt, éditions Suhrkamp (par mail)
Uwe Heldt, agence Mohrbooks
Arno Kleibel, éditions Otto Müller
Nicole Koch, éditions Lübbe
Eva Koralnik, agence Liepman
Eva Lüdgen, éditions Kiepenheuer&Witsch GmbH& Co (par mail)
Astrid Poppenhusen, Piper & Poppenhusen (par mail)

Jörg Reckmann, écrivain
Sebastian Ritscher, agent, Mohrbooks (par mail)
Julia Schade, éditions Fischer (par mail)
Kathrin Scheel, éditions Schöffling (par mail)
Thomas Überhoff, éditions Rowohlt
Marion Vasquez, éditions Ullstein (par mail)
Oliver Vogel, éditions Fischer (par mail)

Etats-Unis (20)

Timothy Bent, Oxford University Press
Georges Borchardt, agent, agence Borchardt
Henry L. Carrigan, Northwestern University Press
Barbara Eppler, éditions New Directions
Jason Epstein, ancien directeur de Random House et fondateur de la *New York Review of Books*
Jofie Ferrari-Adler, éditions Grove Atlantic
Lucinda Karter, agent, French Publishers' Agency
Abigail Koons, agent, The Park Literary Agency
George Lucas, agent, Inkwell Management
Jennifer Lyons, agent, Jennifer Lyons Literary Agency
Robert Miller, éditions Harper's Studio
Will Murphy, Random House
Robert Nash, Soft Skull Press
Claire Roberts, agent, Trident Media Group
André Schiffrin, The New Press
Dan Simon, Seven Stories Press (par mail)
Ira Silverberg, agent, Sterling Lord Literistic
Lorin Stein, éditions Farrar, Straus & Giroux
Drenka Willen, éditions Houghton Mifflin Harcourt
Al Zuckerman, agent, Writer's House

Remerciements

Pour leurs renseignements, conseils, contacts, documents, merci à :

Eric Aeschimann, *Libération*
Mohammed Aissaoui, *Le Figaro*
Christine Angot, écrivain
Silvia Bastos, agent
Maître Josée-Anne Benazeraf, avocat
Micheline Bouchez, responsable du livre à l'ambassade de France à Berlin
Iris Brandt, Kiepenheuer & Witsch
Céline Clouet, Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines
Maria de Cos, *De Libros*
Arabella Cruse, Agence littéraire Wandel-Cruse
Pierre Douillard, revue *Ecrire, éditer*
Eloïse Elandaloussi, éditions Flammarion
Christine Ferrand, *Livres Hebdo*
Alicia González, Asociación de Agencias Literarias
Cécile Grenouillet, éditions Flammarion
Marc Guillemot, Centre national du livre
Laura Hazard Owen, *Publishing Trends*
Susanne Hilf, Börsenverein des Deutschen Buchhandels
Georges Hoffman, agence Hoffman
Stéphane Joseph, Société civile des auteurs multimédia
Pascal Jourdana
David Kersan, agent
Anne Lenclud, agence Lenclud
Jonathan Littell, écrivain
Stéphane Million, éditeur
Karen Politis, Bureau international de l'édition française
Alain Timsit, *scout*
Marika Gauthier, éditions Le Passage
Antonio Gomez Rufo, Asociación Colegial de Escritores de España
Stéphanie Lancien, responsable du livre à l'ambassade de France à Madrid
Bertrand Legendre, maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication à l'université Paris-XIII
Pauline Miel
Jacqueline Miller, Jacqueline Miller Agency
Jean-Yves Mollier, professeur d'histoire contemporaine à l'université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines
Marie-Sophie du Montant, Global Literary Management
Edward Nawotka, *Publishing Perspectives*
Flore Negroni, éditeur
Phi-Anh Nguyen, La Petite agence
Julia Piaseczny, Börsenverein des Deutschen Buchhandels
Didier Pourquery, *Le Monde*
Maître Christine Ruault, avocat
Susann Rudloff, Börsenverein des Deutschen Buchhandels
Christine Scholz, agence Hoffman

Maren Sell, éditions Libella
Camille de Toledo, Société européenne des auteurs et traducteurs
Hélène Védrine, maître de conférences en littérature française à l'université
Paris-IV Paris-Sorbonne
Michel Vigoureux, Direction du livre et de la lecture
Martina Wolff-Carasso, Börsenverein des Deutschen Buchhandels

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	2
I. DEFINITION : les multiples facettes de l'intermédiation	
1. Définitions générales	
A. L'agent	5
B. Les droits	
Droits dits premiers ou principaux	6
Droits dits seconds, annexes, dérivés	6
Droits de reprographie, de prêt en bibliothèque, de copie privée	7
2. Les agents « étrangers »	
A. Missions	
Les co-agents	7
Les <i>scouts</i>	8
B. Implantation	8
3. Autres intermédiaires éditoriaux	
A. Les intermédiaires travaillant pour les éditeurs	9
B. Les intermédiaires travaillant pour les auteurs	
Les avocats	10
Les conseillers littéraires	11
4. L'agent d'auteur	
A. Les fonctions	11
B. Combien sont-ils ?	12
C. Combien d'auteurs sont représentés par des agents ?	12
D. Le recrutement des auteurs	13
E. Le mandat	13
F. Conditions commerciales	13
5. Des profils différents	
A. Formation	14
B. Qualités requises ?	14
C. L'axe droits étrangers	15
D. L'axe audiovisuel	15
E. La représentation d'éditeurs	15
F. Les faux agents	16
6. L'agent, un intrus dans la chaîne du livre ?	
A. Statut	17
B. Associations	17
C. L'absence de place des agents dans le secteur	18

II. ETAT DES LIEUX : une implantation incontestable mais lente

1. Un sujet sensible	
A. Un blocage ancien	
Rappel historique	19
La tradition du couple auteur-éditeur	20
L'agent... du changement	20
La prise en mains collective des auteurs	21
B. Pour les éditeurs, l'agent, encore une menace ?	22
L'agent, cause ou conséquence de la concentration ?	23
La péréquation, mythe ou réalité ?	23
C. Des rapports en voie de normalisation	24
Transformations du métier d'éditeur	25
Un agent dans l'intérêt de tous ?	25
D. Les auteurs : une demande contrastée	25
Des auteurs discrets	26
L'agent, un fantasme ?	26
Des déceptions	27
Des auteurs familiarisés	28
2. Les agents sont présents	
A. Un métier plus si discret	28
B. Qui sont-ils ?	
François Samuelson	29
Susanna Lea	29
Pierre Astier	30
Les nouvelles microstructures	30
C. Les Anglo-Saxons	
Andrew Wylie	31
Andrew Nurnberg	38
D. Viabilité de la fonction	
Une activité rentable à long terme	32
Un marché trop réduit ?	33
E. Des agents, mais pour qui ?	33
L'agent, découvreur de talents ?	34
L'agent, renfort pour des auteurs installés ?	34
Un développement plus rapide pour la non-fiction ?	35
F. L'avenir ?	
L'agent, éditeur de l'avenir ?	36
L'agent, un aiguillon pour les éditeurs	37

III. COMPARAISON : la France, une exception ?	39
1. L'Espagne	
A. Un phénomène historique	40
B. Un fonctionnement plus anglo-saxon que les Anglo-Saxons	40
Principaux éléments contractuels	41
C. Spécificités hispaniques	41
2. L'Allemagne	
A. Un phénomène récent	42
B. Une présence admise et en développement constant	43
C. Le fonctionnement	44
Principaux éléments contractuels	44
3. Les Etats-Unis	
A. Un système historiquement, économiquement et juridiquement incomparable	46
B. L'agent, protecteur de l'auteur ?	47
Principaux éléments contractuels	47
C. Les risques du système	49
D. Les agents face à la crise et aux transformations en cours	49
4. Comment les professionnels étrangers voient la singularité française	51
IV. DESCRIPTION : à quoi servent les agents ?	
1. A sélectionner les manuscrits ?	
A. Efficacité de la sélection par les éditeurs	53
B. Dangers et atouts des agents	54
2. A trouver un éditeur ?	
A. Un secteur très concentré	54
B. L'éditeur, interlocuteur prioritaire ?	55
C. Un éditeur, mais le bon	56
3. A travailler les textes ?	
A. L'éditorial, c'est le travail de l'éditeur	56
B. Côté agents, quelle intervention éditoriale ?	57
C. L'externalisation du travail éditorial va-t-elle se généraliser ?	57
4. A négocier les contrats ?	
A. Droit d'auteur <i>versus</i> copyright	58
B. La négociation participe de la relation entre auteur et éditeur	59
C. Fragilité de l'auteur	60
D. Négociateur, c'est un métier	61

5. A gérer les cessions de droits dérivés ?	
A. Le cœur du sujet	63
B. Le partage des droits : la répartition à 50/50 est-elle obsolète ?	64
C. Un agent, ou plusieurs, pour les droits dérivés	65
D. L'étranger	
Les éditeurs sont-ils bien équipés pour défendre leurs titres à l'étranger ?	66
Des lacunes ?	67
Des opportunités de développement ?	67
E. L'audiovisuel	
L'engagement des éditeurs	68
Ce que proposent les agents	69
Les éditeurs prédominent	70
6. A maximiser l'ensemble du contrat ?	
A. A-valoir	71
L'agent, responsable de la surenchère des avances ?	72
L'avance, garantie de l'engagement de l'éditeur ?	72
Des pratiques en fait raisonnables ?	73
B. Pourcentages	74
C. Droit de préférence	74
D. Durée de la cession	75
7. A établir, gérer, expliquer les contrats ?	
A. Contrat d'agence ou contrat d'éditeur	
Une prérogative importante	76
Exemple	76
B. Judicialisation accrue et agent pédagogue	77
C. Les organisations d'auteur, protectrices du droit d'auteur	78
8. A se professionnaliser et à maximiser ses profits ?	78
A. Les méandres du statut d'auteur	79
B. Un agent pour gagner plus ?	80
C. La professionnalisation, danger ou atout ?	81
9. A suivre la vie du livre après sa publication ?	
A. Le suivi du lancement	81
B. Le suivi des comptes	82
C. Gain de temps	83
D. Lectures, conférences et revenus accessoires	83
10. A assurer un lien stable, un rôle de coach ?	
A. Conseiller durable et fiable, ou niveau de dépendance supplémentaire ?	84
B. L'agent tend à accentuer la mobilité des auteurs	85
C. L'agent, chef de produit d'une littérature jetable ?	85

11. A gérer les droits numériques ?	
A. Les enjeux du numérique	86
B. L'agent, meilleur protecteur de l'auteur pour le numérique ?	87
CONCLUSION : l'auteur fragilisé	89
ANNEXES	
I. Tableau des agents littéraires	91
II. Synthèse des réponses au questionnaire	94
III. Bibliographie	102
IV. Liste des entretiens	108