

## Amazon : la rébellion des libraires, l'embarras des éditeurs

PAR LAURENT MAUDUIT  
ARTICLE PUBLIÉ LE MERCREDI 15 DÉCEMBRE 2021



Dans l'entrepôt Amazon de Lauwin-Planque (Nord), en 2015. © Photo Philippe Huguen / AFP

La multinationale multiplie les coups de boutoir contre le prix unique du livre. Les libraires s'y opposent et viennent de remporter une importante victoire sur les frais de transport. Le monde de l'édition, lui, est plus ambigu.

Pour qui ne connaît pas l'univers du livre, le constat pourrait couler de source: des éditeurs jusqu'aux libraires, tous ses principaux acteurs semblent avoir un point de vue assez voisin sur Amazon, qui a fait irruption depuis bientôt trois décennies dans ce secteur économique si particulier. Tous s'en défient, même si certains manifestent leur hostilité plus bruyamment que d'autres; mais tous se réjouissent aussi que le géant américain de la distribution en ligne, aussi menaçant soit-il, ne soit pas parvenu à ébranler le système du prix unique du livre, issu de la loi Lang de 1981, qui protège la création littéraire, comme il protège les libraires indépendants.

Et pourtant, ce constat d'une vision partagée des professions du livre est erroné. Cet univers du livre vit aujourd'hui en France une véritable tourmente, qui par bien des traits ressemble à celle qui déstabilise la presse. Sous les effets d'une formidable concentration impulsée par Vincent Bolloré, et sous les effets de la politique de *dumping* conduite par Amazon, le monde des livres est aujourd'hui en grave danger. Et le plus étonnant de l'histoire, c'est que les différentes professions de la filière, contrairement à ce que l'on pourrait croire, ne font pas front commun contre les dangers auxquels elles font face.

C'est même exactement l'inverse. Si, contre le danger Amazon, les libraires sont entrés en rébellion et viennent de remporter une importante victoire, avec le vote en octobre par le Parlement de la proposition de loi portée par la sénatrice (LR) Laure Darcos et soutenue par la ministre de la culture Roselyne Bachelot, qui interdit les pratiques de *dumping* dans les frais d'envoi des livres, le monde des éditeurs est beaucoup plus ambigu.



Dans l'entrepôt Amazon de Lauwin-Planque (Nord), en 2015. © Photo Philippe Huguen / AFP

Quelques très rares éditeurs indépendants, petits mais courageux, sont aussi entrés en guerre contre le géant américain, dénonçant le modèle économique et social qu'il incarne ainsi que les valeurs qu'il porte ; mais les plus grands noms de l'édition française s'accommodent du nouveau système, qui a fait d'Amazon leur premier distributeur et premier libraire.

La pugnacité de la plupart des libraires, notamment des indépendants, et l'hypocrisie des éditeurs, notamment des plus grands: voici, en résumé, les paramètres qu'Amazon doit prendre en compte dans sa stratégie d'expansion.

Du côté des libraires, il n'y a, de fait, pas de points de vue discordants. Tous sont en guerre contre Amazon, à qui ils font grief d'essayer constamment de remettre en cause de mille manières le système du prix unique du livre, instauré en 1981, et auquel la profession tient comme à la prunelle de ses yeux.

Il suffit pour s'en convaincre d'observer comment le Syndicat de la librairie française (SLF) a célébré avec enthousiasme, l'été dernier, les 40ans de la loi Lang. «*Le prix unique du livre a été instauré en France en 1981 pour défendre l'édition "de création" face aux politiques de prix bas de la grande distribution et grâce au maintien d'un réseau de librairies. Quarante ans plus tard, les bienfaits du prix unique du livre*

ne sont plus à démontrer», résumait le syndicat professionnel, dans **un volumineux dossier** consacré à l'événement.

En clair, le système a garanti la richesse et le pluralisme éditorial, et le maintien d'un réseau de libraires, connaissant les livres et capables de conseiller leurs clients, face aux appétits de plus en plus menaçants d'abord de la grande distribution française, puis du géant américain Amazon, qui s'installe en France en 2000, et qui ne cesse les années suivantes de prendre de l'ampleur, au point de devenir en 2016 le premier distributeur en France pour les produits non alimentaires.

### Des années d'offensive

Mais tout au long de ces années, Amazon ne cesse de conduire une guerre, tantôt larvée, tantôt ouverte, contre ce système de concurrence équilibrée que représente le prix unique du livre, suscitant une inquiétude croissante parmi les libraires. Car c'est cela, le cœur de la stratégie d'Amazon : pratiquer une politique agressive de *dumping*, pousser les prix le plus bas possible, pour devenir l'acteur dominant du secteur sur lequel il a jeté son dévolu.

En juin 2008, première grande offensive: deux amendements au projet de loi de modernisation de l'économie, inspirés en sous-main par Amazon, sont déposés. Comme le raconte à l'époque **le magazine Challenges**, le premier propose d'autoriser «*les détaillants à pratiquer des soldes (c'est-à-dire des rabais supérieurs à la limite autorisée de 5%) au bout d'un an, contre deux actuellement*». Et un second suggère de ramener le délai à seulement six mois.

En clair, les deux amendements visent à dynamiter le prix unique du livre, sauf pour les nouveautés, et encore seulement pour une période très courte. Explosive, la proposition déchaîne la polémique, car tout le monde comprend que c'est Amazon qui est à la manœuvre, dans le but de faire sauter la loi. Peine perdue! Cette fois, le stratagème échoue et les amendements finissent à la poubelle.

Défait sur ce front, Amazon engage une autre offensive, celle des frais de port des livres, ce qui est un autre moyen de contourner le prix unique du livre, en cassant les prix de transport dans des proportions telles que les libraires, et au premier chef les libraires indépendants, se trouvent confrontés à une concurrence déloyale et perdent chaque année des parts de marché. Une stratégie qui en dit long sur les pratiques de harcèlement de la multinationale américaine: puisque dans l'économie du livre, le seul domaine qui reste en dehors de la réglementation est celui du transport, Amazon, dont c'est précisément la spécialité, s'engouffre aussitôt dans cette brèche.

C'est au début des années 2010 que cette concurrence déloyale sur les frais de transport s'exacerbe: les grandes plateformes de ventes par Internet – Amazon, mais d'autres aussi – proposent à leurs clients des livres bénéficiant de la décote légale de 5%, mais aussi d'un envoi gratuit. À l'époque, les libraires s'insurgent de nouveau et le Parlement finit en 2014 par voter **une autre loi** «*encadrant les conditions de la vente à distance des livres et habilitant le gouvernement à modifier par ordonnance les dispositions du code de la propriété intellectuelle relatives au contrat d'édition*». Concrètement, le législateur entérine alors une double mesure: d'une part, l'interdiction de pratiquer la décote de 5%; d'autre part, l'interdiction de la gratuité des frais de port.

### La livraison à un euro

Qu'à cela ne tienne! Puisque la loi interdit le port gratuit, Amazon décide peu après de facturer l'envoi d'un livre pour... seulement un euro, quand le prix d'acheminement moyen pour un libraire indépendant est en moyenne de 6,80euros!

Et le plus stupéfiant, c'est qu'Amazon reçoit alors l'appui de La Poste, qui est pourtant supposée être une entreprise publique soucieuse des questions d'intérêt public. Devenant assez vite le premier client de La Poste, Amazon obtient d'elle des conditions tarifaires très avantageuses. Si le contrat qui lie les deux entreprises n'a jamais été rendu public, on sait malgré

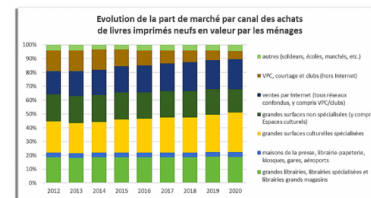
tout qu’il repose sur un système qui s’apparente à une licence forfaitaire annuelle, et non sur une tarification indexée sur les expéditions.

À peine votée, la loi de 2014 n’a donc plus aucun effet; et Amazon continue de gagner des parts de marché, au détriment des libraires, et tout particulièrement des libraires indépendants. C’est donc dans ce contexte très inquiétant que, dans le courant de 2021, la sénatrice (LR) Laure Darcos dépose une proposition de loi pour interdire les pratiques de *dumping* dans les frais d’envoi des livres et instaurer un prix plancher, défini en concertation par les ministères de l’économie, de la culture et l’Autorité de régulation des communications électroniques.

Il suffit de lire les deux rapports parlementaires qui sont réalisés, l’un à l’Assemblée nationale, l’autre au Sénat, afin de préparer l’examen de cette proposition de loi, pour comprendre la gravité de la situation, en même temps que les effets sur les librairies indépendantes de l’offensive interrompue conduite par Amazon.

« Aux dires de certains, constate le rapport de l’Assemblée nationale, la situation actuelle serait finalement analogue à celle dans laquelle se trouvaient les libraires indépendants en 1981: la vente en ligne, comme l’achat en grandes surfaces dans les années 1970, serait en passe de devenir le modèle commercial dominant et ses acteurs se livreraient à des pratiques agressives comparables à celles des grandes surfaces culturelles et des hypermarchés d’alors en matière de prix, éclipsant de facto les librairies indépendantes. Ces similitudes plaideraient donc en faveur d’une mesure semblable de report de la concurrence sur d’autres éléments que le prix, afin de permettre aux librairies indépendantes de jouer à armes égales avec les plus grands détaillants. C’est précisément l’objet de l’article 1<sup>er</sup> de la présente proposition de loi, qui vise à instaurer un tarif plancher pour la livraison des livres neufs, auquel seraient donc assujettis l’ensemble des vendeurs en ligne. »

Constat tout aussi alarmiste du rapport du Sénat: «En 2020, la France compte plus de 20000 points de vente de livres. Parmi ceux-ci, les librairies que l’on peut qualifier “d’indépendantes” représentent un peu plus de 4000 établissements en 2019, soit une hausse de plus de 20% en 10 ans. Ils représentent environ 15000 emplois. Leur part de marché a cependant régressé de près de trois points entre 2006 et 2019, pour s’établir à 22,5%. Deuxième constat, la part croissante des ventes sur Internet: si les grandes surfaces culturelles spécialisées constituent le plus important réseau de vente de livres, avec 27% des ventes en valeur en 2019, la vente en ligne a connu une croissance très rapide ces dernières années. De 2,2% en 2002, son poids global dans les achats de livres des ménages, tous circuits confondus, a été multiplié par 10 pour atteindre 21% en 2019. Troisième constat, une forte concentration des vendeurs en ligne. Selon les données fournies à la rapporteure, en volume comme en valeur, Amazon, la Fnac et France Loisirs représentent environ les trois quarts des achats en ligne, tous réseaux confondus. La part de marché d’Amazon serait environ de la moitié de ce total, soit 10% du marché total du livre en France.»



Dans son exposé des motifs, la proposition de loi Darcos sonne donc ainsi le tocsin: «La vente à distance de livres est en croissance depuis plus d’une décennie, notamment en raison de l’essor d’Amazon, qui capte environ 11% du marché du livre, et d’autres entreprises telles que la Fnac. La compétitivité de ces entreprises sur ce canal de vente s’explique en partie par la performance de leurs plateformes de ventes en ligne et leurs capacités logistiques ou commerciales (réactivité, fidélisation, service après-vente, etc.), mais également par une facturation quasi gratuite des frais de port à leurs clients. Cette quasi-gratuité provient d’accords négociés avec le Groupe La Poste pour leur octroyer un tarif postal avantageux.»

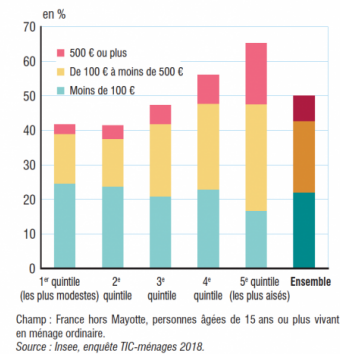
Quand la proposition de loi vient en débat devant le Parlement, Amazon use pourtant de tous les arguments et de tous les moyens pour s’y opposer. «*La multinationale américaine a multiplié les actions de lobbying pour tenter de contrecarrer cette proposition de loi. Visite aux parlementaires, mail envoyé aux journalistes pour les inviter à se mettre en lien avec un gros cabinet d’avocats pour débattre du thème: “Prix unique du livre: une loi anti-Amazon justifiée?”*», raconte **Télérama**.

Entrant dans la mêlée, le directeur général d’Amazon France, Frédéric Duval, publie de son côté **un billet sur le site de son groupe**, pour essayer de torpiller la proposition de loi, avec un argument-choc: «*Si une telle mesure était adoptée, elle pénaliserait la diffusion des livres sur notre territoire et la lecture en général. En effet, nous n’aurions pas d’autre choix que d’ajouter ces frais d’expédition au prix unique du livre, fixé par la loi. Les citoyens pourront certes y échapper en achetant leur ouvrage en librairie, mais pour les autres, la facture sera élevée: pour un livre de poche vendu 6,50€, le tarif “lettre verte”, c’est-à-dire le tarif postal le moins onéreux, est de 3,94€, ce qui représente un surcoût de 61%, soit plus de 250 millions d’euros par an de perte de pouvoir d’achat pour des millions de lecteurs français. Il existe une idée fautive selon laquelle cette mesure ne pèserait que sur de riches citoyens, qui en seraient donc les seules victimes, mais ce n’est pas le cas: la lecture n’est heureusement ni l’apanage des citoyens ni celui des plus aisés. Au contraire, une récente enquête d’opinion réalisée par l’Ifop indique que les lecteurs aux revenus les plus modestes ont davantage tendance à acheter exclusivement en ligne.*»

L’argument, pourtant, rate sa cible, car la vérité n’est pas celle que prétend le patron de la filiale française d’Amazon. Une étude de l’Insee, autrement sérieuse que n’importe quel sondage, établit que ce sont les citoyens, figurant dans les tranches de revenus les plus élevées, qui achètent le plus de livres en ligne. Selon **cette étude (à consulter page 73)**, 60% des Français habitant dans les communes de 2000 à 50000 habitants

ont acheté ou consommé des produits ou des services sur Internet en 2018, alors que le taux grimpe à 70% en région parisienne.

3. Répartition de la population par montant dépensé sur Internet au cours des trois derniers mois en 2018



Et comme l’établit l’infographie ci-dessus, ce sont les clientèles les plus fortunées qui consomment le plus en ligne. Bref, les arguments d’Amazon n’ont pas fait mouche. Et la proposition de loi a été adoptée dans les deux assemblées à l’unanimité, **pour la plus grande satisfaction du Syndicat de la librairie française (SLF)**, qui a chanté victoire: «*Quarante ans après l’adoption de la loi de 1981 sur le prix unique du livre, ce vote confirme le statut particulier du livre dans notre pays justifiant une régulation de la concurrence pour favoriser la présence d’un réseau de détaillants sur l’ensemble du territoire et promouvoir la diversité de la création éditoriale ainsi que le développement de la lecture. Cette nouvelle loi conforte les libraires dans leur engagement quotidien en faveur de la diversité culturelle, de l’emploi local et de l’animation de nos villes, de nos bourgs et de nos villages, tout en levant un obstacle essentiel au renforcement de leur présence sur Internet.*»

Interrogé par Mediapart, le délégué général du SLF, Guillaume Husson, souligne certes que, pour les libraires, des difficultés demeurent. Car si le prix plancher pour les frais de transport est fixé, comme c’est probable entre 3 et 4 euros, les libraires resteront toujours soumis à une concurrence déloyale. «*Cela ne va pas permettre aux libraires d’équilibrer leurs comptes, mais ils perdront moins*», relève-t-il.

Par surcroît, Amazon n'est pas du genre à rendre les armes. Le magazine *Challenges* vient ainsi de révéler que la multinationale a récemment proposé au gouvernement français de relever ses frais d'envoi des livres en France en échange d'un engagement à retirer la loi établissant un prix de port minimal. Une réunion à ce sujet s'est même tenue le 25 août au ministère de la culture en présence de la ministre Roselyne Bachelot et du patron de la division Livres d'Amazon, David Naggar, venu de Seattle aux États-Unis.

La concurrence restera d'autant plus faussée qu'Amazon ne paie pas d'impôt – à la différence de tous les opérateurs français. Et ces pratiques d'optimisation fiscale sont aussi considérables que choquantes. Selon **une enquête** du journal britannique *The Guardian* publiée en mai 2021, largement reprise en France par le magazine *Capital*, la multinationale américaine a réalisé en 2020, tous secteurs d'activité confondus, des ventes record en Europe, à hauteur de 44 milliards d'euros. Mais, grâce à une astuce fiscale montée au travers de la filiale luxembourgeoise, elle n'a pas payé le moindre centime d'euro en impôt.

La distorsion de concurrence reste donc considérable puisque Amazon n'est pas assujéti à l'impôt pour les livres vendus en France, même si le syndicat des libraires a eu mille fois raison d'applaudir l'adoption de la loi Darcos, qui constitue pour lui une très importante victoire.

### Le mutisme des éditeurs

Et le Syndicat national de l'édition (SNE), lui, qu'a-t-il dit? S'est-il réjoui du combat victorieux des libraires? A-t-il publié seulement un communiqué pour applaudir l'adoption de la loi Darcos? Eh bien non... nous y voilà! À notre connaissance, il s'est gardé de faire le moindre commentaire, comme si l'affaire ne le concernait pas. Comme si les plus grands éditeurs français s'accommodaient de la situation et ne voulaient pas froisser le groupe qui est devenu leur premier client.

Cette indifférence est surprenante et à courte vue. Car derrière les frais de transport, c'est le prix unique du livre qui est dans le collimateur d'Amazon. Ce qui aurait pu justifier une solidarité beaucoup plus

active des éditeurs envers les libraires et surtout les libraires indépendants. D'autant que ces derniers ont un pouvoir de conseil et de recommandation majeur, que ne remplacera jamais une plateforme de vente en ligne. Derrière cette confrontation, c'était donc aussi la fonction citoyenne de la librairie indépendante qui était en balance ; et on aurait pu espérer que de grands éditeurs donnent de la voix pour défendre ces valeurs.

Par surcroît, il serait illusoire de penser que le monde de l'édition n'a rien à craindre des avancées d'Amazon. Car dans tous les métiers qu'il exerce, Amazon ne se limite jamais à ses fonctions de transport. Il cherche à dominer toute la filière, de la production ou la création jusqu'à la distribution. Et de cela, il existe de nombreux indices. Amazon a ainsi commencé en 2015 à ouvrir des librairies physiques aux États-Unis, en commençant par New York, alors que jusque-là sa seule activité était sur Internet.



Librairie Amazon à New York. © Photo Sébastien Calvet / Mediapart

Et c'est bien ce qui se dessine aussi pour l'avenir du livre, où Amazon cherche à développer de nouvelles pratiques, en particulier celle de l'auto-édition.

Pour l'heure, le danger est faible, parce que le numérique dans l'univers de l'édition est une activité encore marginale. «*Mais pour l'avenir de la filière du livre, c'est très inquiétant*», souligne Guillaume Husson.

Alors pourquoi le monde de l'édition ne se mobilise-t-il pas contre Amazon, même si c'est son premier client? Nous avons sollicité le Syndicat national de l'édition, présidé par Vincent Montagne (patron du groupe Média-Participations), espérant un éclairage sur la loi Darcos, même «*off the record*». La réponse a beaucoup tardé, mais elle est venue confirmer l'extrême embarras de la profession. La fin de non-recevoir a pris cette forme: «*Il n'est pas prévu de prise*

*de parole des membres du SNE avant l'intervention du président, programmée début janvier 2022, à l'occasion des vœux des éditeurs à l'interprofession.»* Nous avons eu beau insister, personne n'a voulu nous parler.

Nous avons aussi joint de nombreux éditeurs pour leur demander leur opinion sur le modèle Amazon, et les dangers qu'il pouvait induire. Sans plus de succès. Un éditeur parisien de premier plan nous a promis une réponse écrite, mais elle n'est jamais arrivée; de nombreux autres ne nous ont pas même répondu... Bref, nous avons fait chou blanc.

Ou plutôt si, nous avons découvert quelques rebelles – pugnaces mais peu nombreux. Il y a ainsi Hobo Diffusion, qui est une structure de diffusion de livres, DVD et revues en librairies, qui regroupe 80 éditeurs, et qui est animée notamment par d'anciens trotskistes. Elle a pris l'initiative l'an passé d'un appel dont le titre souligne la radicalité: *«Nous ne vendrons plus nos livres sur Amazon.»*

L'appel faisait en particulier ces constats: *«Les librairies sont des lieux de rencontre, d'échange critique, de débat, de proximité. Un livre doit pouvoir être défendu auprès de ses lecteurs·rices par un·e libraire, un·e éditeur·rice, un·e auteur·rice et ne pas être invisibilisé par les "meilleures ventes du moment"». Nous ne voulons pas remplacer les conseils d'un·e libraire par ceux d'un algorithme ni collaborer à un système qui met en danger la chaîne du livre par une concurrence féroce et déloyale.»*

Et puis, il y a un éditeur français qui a le courage de dénoncer le système Amazon, mais il est installé... en Belgique! Il s'agit d'Alexandre Laumonier, qui a créé en 2011 à Bruxelles une petite maison d'édition dénommée **Zones sensibles** et spécialisée dans les sciences de l'homme. Très hostile au système mis au point par la multinationale américaine – *«tout est dégueulasse chez Amazon – sauf évidemment celles et ceux qui y sont exploités»*, nous dit-il sans détour –, il a décidé voilà un an de ne plus vendre ses livres par ce biais ; et il a décidé de le faire savoir publiquement.

Dans une tribune intitulée *« Bye bye Amazon: "Il en va de la responsabilité de chaque éditeur"»*, il s'est donc expliqué sur son choix: *«Nous sommes donc dans une situation (pour le moins paradoxale, voire absurde) où Amazon engendre la plus grande part des ventes des éditeurs français alors que, pour la compagnie, ces ventes ne représentent quasiment rien. Si l'on ajoute à cela qu'Amazon fait, comme d'autres multinationales, de l'optimisation fiscale, ce qui lui permet de payer moins d'impôts sur ces ventes que ne le font les librairies "physiques", et si l'on se rappelle qu'aux États-Unis, où le droit du travail est quasi inexistant, certains employés d'Amazon sont obligés d'aller chercher de quoi se nourrir dans des banques alimentaires faute d'être rémunérés correctement, nous en arrivons à une situation insoutenable : le premier vendeur de livres des éditeurs français est une société qui ne gagne rien sur ces ventes, tout en ne payant que très peu d'impôts et en exploitant à outrance des êtres humains, surveillés par des robots qui sont sous pression dans un hangar pour qu'un livre arrive le lendemain chez celle ou celui qui l'a commandé.»*



Alexandre Laumonier © LM

Et l'éditeur courageux ajoutait: *«La seule riposte possible à cette situation, pour les éditeurs ayant un minimum d'éthique et de respect du bien commun, est très simple: ne pas vendre de livre sur Amazon. De prime abord ce choix paraît compliqué, car la majorité des éditeurs (dont nous faisons partie) n'a pas de lien direct avec la plateforme: ce sont en effet les diffuseurs-distributeurs qui négocient les conditions de vente avec leurs revendeurs, dont la majorité est constituée de librairies physiques, mais aussi d'Amazon, de Fnac.com, etc. Les éditeurs n'ont donc que peu de marge de manœuvre, et dépendent des choix de leur diffuseur-distributeur (dont certains ont*

*d'ores et déjà décidé de ne pas accepter les conditions commerciales financièrement brutales d'Amazon, ce qui de fait exclut de la plateforme les catalogues de leurs éditeurs). Il y a pourtant une solution assez simple qui permet de pallier cette situation et d'éviter que le diffuseur-distributeur ne soit confronté à un problème juridique de "refus de vente" dans le cas où un éditeur voudrait se passer de tel ou tel espace de ventes: le code-barres du livre.»*

Dans le système Amazon, où tout est automatisé à l'extrême, le code-barres, c'est la clef d'entrée. Pas de code-barres... pas de distribution par Amazon ! À l'automne 2020, en concertation avec son distributeur, **Belles Lettres Diffusion Distribution (BLDD)**, Alexandre Laumonier décide donc de ne plus faire apparaître de code-barres sur la dernière page de ses ouvrages. Et cela marche: les livres de Zones sensibles ne passent plus par Amazon. Le groupe américain propose certes d'apposer ses propres code-barres sur les livres, mais comme le distributeur refuse, l'éditeur gagne la première manche.

Pourtant, dans un deuxième temps, nouvelle difficulté: le patron de la Fnac appelle le dirigeant de BLDD pour lui faire savoir qu'il refusera lui aussi toute palette sans code-barres. Or, comme dans une palette il n'y a pas que des livres de Zones sensibles, Alexandre Laumonier décide de ne plus user du subterfuge pour ne pas pénaliser d'autres éditeurs. Il ne renonce pourtant pas à son combat: *«J'ai trouvé une solution avec mon distributeur pour que les livres de Zones sensibles échappent à Amazon, où nos livres ne sont donc plus commercialisés»*, confie-t-il à Mediapart, sans plus de détails.

Mais, à entendre Alexandre Laumonier, on devine que son initiative lui a valu beaucoup de sympathie mais... aucun soutien de ses confrères. *«Personne n'a bougé»*, déplore-t-il. Pas même, ajoute-t-il, *«les éditeurs de gauche qui ont une pratique qui ne correspond pas à ce qu'ils publient»*.

### **Les libraires bien seuls à se battre**

Encore faut-il dire que beaucoup d'éditeurs ont été progressivement dépossédés de ce type de décision. Car dans l'immense vague de concentration

que l'édition française a connue au cours de ces dernières décennies, avec l'émergence de deux pôles gigantesques, d'un côté Hachette contrôlé par le groupe Lagardère, et Editis, désormais entre les mains de Vivendi, c'est-à-dire de Bolloré, ce sont les holdings qui gèrent les stratégies de distribution et de diffusion, et non les maisons d'édition qu'elles contrôlent.

Et si l'OPA que Vincent Bolloré a décidé de lancer sur Lagardère – et même d'anticiper dès le mois de février 2022 – aboutit, avec à la clef un rapprochement des deux géants français de l'édition, Editis et Hachette, la tendance sera encore renforcée.

Alors, envers et contre tout, même s'ils n'ont pas tous la liberté de parole, il reste des éditeurs qui en aparté disent leurs inquiétudes. D'abord, beaucoup font valoir que la focalisation des débats autour d'Amazon peut faire oublier que la grande distribution, aussi bien que la Fnac, qui n'a plus rien à voir avec l'idéal coopératif qu'elle portait à ses origines, ont joué aussi un rôle très pernicieux.

Ensuite, les mêmes font valoir que beaucoup d'éditeurs se sentent piégés par les évolutions de leur environnement économique, mais n'ont pas moins besoin du maillage décisif de la librairie et notamment de la librairie indépendante. En clair, Amazon occupe sûrement une place décisive, mais la plupart des éditeurs tiennent à avoir des relations privilégiées avec les libraires, qui jouent un rôle majeur, en conseillant leurs clients, en organisant des rencontres avec les auteurs. Autrement dit, leur silence ne devrait surtout pas être interprété comme de l'indifférence.

Il reste que les réactions publiques sont peu nombreuses. Face à l'offensive de Vincent Bolloré, il n'y a guère eu qu'Antoine Gallimard (patron du groupe Madrigall, maison mère des éditions Gallimard et Flammarion) qui est sorti du bois: *«Cette acquisition ne me semble pas possible, à la fois pour le respect des règles de la concurrence et pour éviter un abus de position dominante. J'attends beaucoup de la direction de la concurrence européenne qui regarde cette affaire»*, **vient-il de déclarer sur BFM-**

**Business**—il a toutefois refusé de nous parler. Et face à l’offensive d’Amazon, les libraires sont bien seuls à se battre.

En clair, ultra-concentré, le monde de l’édition, où les indépendants sont de moins en moins nombreux, est pris en tenaille entre Bolloré, d’un côté, et Amazon, de l’autre. Ce qui en dit long sur les menaces qui pèsent sur ce secteur.

**Directeur de la publication** : Edwy Plenel

**Direction éditoriale** : Carine Fouteau et Stéphane Alliès

**Le journal MEDIAPART est édité par la Société Editrice de Mediapart (SAS).**

Durée de la société : quatre-vingt-dix-neuf ans à compter du 24 octobre 2007.

Capital social : 24 864,88€.

Immatriculée sous le numéro 500 631 932 RCS PARIS. Numéro de Commission paritaire des publications et agences de presse : 1214Y90071 et 1219Y90071.

Conseil d’administration : François Bonnet, Michel Broué, Laurent Mauduit, Edwy Plenel (Président), Sébastien Sassolas, Marie-Hélène Smiéjan, François Vitrani. Actionnaires directs et indirects : Godefroy Beauvallet, François Bonnet, Laurent Mauduit, Edwy Plenel, Marie-Hélène Smiéjan ; Laurent Chemla, F. Vitrani ; Société Ecofinance, Société Doxa, Société des Amis de Mediapart, Société des salariés de Mediapart.

Rédaction et administration : 8 passage Brulon 75012 Paris

**Courriel** : [contact@mediapart.fr](mailto:contact@mediapart.fr)

**Téléphone** : + 33 (0) 1 44 68 99 08

**Télécopie** : + 33 (0) 1 44 68 01 90

**Propriétaire, éditeur, imprimeur** : la Société Editrice de Mediapart, Société par actions simplifiée au capital de 24 864,88€, immatriculée sous le numéro 500 631 932 RCS PARIS, dont le siège social est situé au 8 passage Brulon, 75012 Paris.

Abonnement : pour toute information, question ou conseil, le service abonné de Mediapart peut être contacté par courriel à l’adresse : [serviceabonnement@mediapart.fr](mailto:serviceabonnement@mediapart.fr). ou par courrier à l’adresse : Service abonnés Mediapart, 4, rue Saint Hilaire 86000 Poitiers. Vous pouvez également adresser vos courriers à Société Editrice de Mediapart, 8 passage Brulon, 75012 Paris.