Document generated on 10/11/2024 11:33 p.m.

Études littéraires africaines

Entretien avec... Robert Ageneau
Directeur des éditions Karthala

Daniel Delas and Romuald Fonkoua

Number 7, 1999

URI: https://id.erudit.org/iderudit/1042093ar
DOI: https://doi.org/10.7202/1042093ar

See table of contents

Publisher(s)

Association pour l'Étude des Littératures africaines (APELA)

ISSN

0769-4563 (print)
2270-0374 (digital)

Explore this journal

Cite this document

Delas, D. & Fonkoua, R. (1999). Entretien avec... Robert Ageneau : directeur des éditions Karthala. *Études littéraires africaines*, (7), 4–6. https://doi.org/10.7202/1042093ar

Tous droits réservés © Association pour l'Étude des Littératures africaines (APELA), 1999

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/

érudit

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

https://www.erudit.org/en/

ROBERT AGENEAU
DIRECTEUR DES ÉDITIONS KARTHALA

ELA : Parlons pour commencer de l'histoire de votre maison d'éditions.

Karthala aura vingt ans en l'an 2000. 1980, c'était l'époque des premiers bilans d'après les indépendances et de l'époque coloniale ; de jeunes africanistes français (comme Jean-François Bayart, Christian Coulon, Alain Ricard, Etienne Le Roy, Henry Tourneux) et de jeunes intellectuels africains (comme Achille Mbembé) étaient désireux de s'affirmer par rapport aux aînés, de trouver un lieu d'expression propre et de renouveler l'approche des questions, dans le sillage de Maspéro.
Nous avons donc construit un catalogue sur ces bases, avec une dominante Afrique/Monde noir versus Nord et avec une orientation marquée sur l'histoire politique et le document. Depuis nous nous sommes un peu ouverts au monde arabe, à l'Amérique latine et à tout ce qui concerne le dialogue Nord-Sud.
C'est une logique qualitative que nous voulions faire prévaloir.

ELA : Logique qualitative et logique commerciale sont-elles compatibles, s'agissant par exemple des subventions, de la diffusion ou de la publicité ?

Nous occupons un créneau relativement diversifié, avec une dominante de collections tournées vers le monde universitaire, mais aussi quelques-unes qui visent un public large comme "Méridiens" qui occupe le secteur de la découverte et de l'aventure, pays par pays, ou comme les "Contes et légendes". Nous avons même quelques best-sellers... à notre dimension (sept-huit mille exemplaires).
Quelques subventions parfois pour des ouvrages de type universitaire, du C.N.L., des Universités, des Ministères ou des organismes internationaux.
Il faut ajouter que nous tirons un peu moins qu'autrefois, non seulement pour ne pas avoir de stocks importants mais aussi parce que le public s'est amenuisé (de mille cinq cents à deux mille en général).
Quant à la commercialisation, nous l'assurons nous-mêmes, six personnes sur les huit salariés de la maison s'occupant du secteur administratif et commercial (expéditions, facturation, comptabilité, relation avec les libraires).
Les libraires de nos jours maîtrisent bien mieux leurs stocks grâce à l'informatique. Nous investissons 100 000 F/an dans notre catalogue, tirons une lettre de Karthala trimestrielle à dix mille exemplaires et ciblons le plus précisément possible nos envois en Service de Presse.
Il faut voir que le marché est très saturé et qu'il faut se battre pour imposer un livre. Certains s'imposent certes d'eux-mêmes et il y a un premier cercle de trois cents acheteurs stables qui achètent systématiquement. Au-delà, c'est plus difficile.
Pour l'export, nous passons aussi par des grossistes tandis que pour l'Afrique, nous avons un rapport direct avec trois ou quatre libraires par pays. Pour les pays de ce continent, frappés dans leur pouvoir d'achat

depuis 1994 par la dévaluation du franc CFA, nous pratiquons une politique de rabais : - 30 % au départ, à notre charge.

ELA : Quel avenir pour l'édition en Afrique ?

L'Afrique n'est pas un grand marché et ce sont des maisons d'édition à capitaux publics qui tiennent le devant de la scène et monopolisent quasiment le marché captif de l'édition scolaire : CEDA, NEA par exemple. Existent aussi beaucoup de petits éditeurs avec un marché interne très faible et entre les deux quelques structures comme le CODESRIA à Dakar. Le Mali est depuis quatre ou cinq ans un pays important par la qualité de ce qui s'y produit.
D'une manière générale, la situation est très variable selon les pays : Cameroun, Congo-Zaïre, Gabon sont dans le creux de la vague tandis qu'ailleurs, ça et là, se manifestent des activités éditoriales intéressantes.
Pour notre part nous sommes favorables aux partenariats avec des éditeurs africains, pour diffuser leur fond et coéditer quelques ouvrages, avec le CODESRIA, avec le CEDA, avec CLE.
Il manque en France un organisme central coordinateur, du type African Book Collective d'Oxford, plate-forme qui importe la production du Sud pour une redistribution dans le Nord ; malheureusement, on n'a toujours pas réussi à mettre en place dans l'espace francophone une telle structure, malgré de nombreuses réunions à ce sujet.

ELA : Quelle est votre situation aujourd'hui ?

Je tiens à préciser d'abord que Karthala est une entreprise privée, une SARL avec trente actionnaires qui ont une démarche éthique mais auxquels je tiens à distribuer des dividendes.
Dans le même esprit, nous essayons d'avoir une politique sociale maison, à la mesure de nos moyens.
Nous n'avons jamais connu la prospérité, nous sommes des habitués de la crise puisque la crise des pays africains commence dès les années 80. Sans avoir jamais eu de gros moyens mais sans avoir jamais vécu au-dessus de nos moyens en profitant d'une euphorie passagère, nous tenons bon dans un marché saturé où il faut vendre deux fois plus qu'il y a vingt ans pour faire le même chiffre.

ELA : Cette saturation due à l'inflation du nombre des publications est-elle un signe de bonne ou de mauvaise santé ?

Des deux à la fois. Certes on produit plus facilement aujourd'hui mais on assiste à un phénomène de cavalerie assez malsain : L'Harmattan sort près de mille titres par an, autant qu'Hachette mais avec de petits tirages (trois cents exemplaires) de sorte qu'il n'y a plus aucun contrôle critique de la part de la presse, même spécialisée. A trop publier, on risque d'étouffer le marché. Le monde universitaire s'est massifié, de nombreux universitaires qui

ont besoin d'un livre à mettre dans leur CV sont prêts à payer pour un livre, voire pour un semblant de livre. La critique ne peut pas suivre.
Le pari de Karthala est de privilégier un politique de qualité avec l'idée qu'elle paie à long terme. Jusqu'ici nous arrivons à rester autonomes, ce qui n'est plus si courant aujourd'hui. Pour nous le travail de l'éditeur doit rester un tri qui hiérarchise les textes en faisant des choix.

ELA : Et l'internet ?

Notre catalogue est sur le net (http://www.karthala.com) et on pourra bientôt commander directement par le réseau.

Entretien réalisé par Daniel DELAS
avec la collaboration de Romuald FONKOUA