Barluet, Sophie. *Édition de sciences humaines et sociales : le coeur en danger*. Paris, Quadrige, Presses Universitaires de France, 2005. 171 p. (ISBN 2-13-054751-6)

Guylaine Beaudry

Volume 52, numéro 1, janvier-mars 2006

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1030031ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1030031ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Association pour l'avancement des sciences et des techniques de la documentation (ASTED)

ISSN

0315-2340 (imprimé)

2291-8949 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce compte rendu

Beaudry, G. (2006). Compte rendu de [Barluet, Sophie. *Édition de sciences humaines et sociales : le coeur en danger*. Paris, Quadrige, Presses Universitaires de France, 2005. 171 p. (ISBN 2-13-054751-6)]. *Documentation et bibliothèques*, 52(1), 72-74. <https://doi.org/10.7202/1030031ar>

La section la plus intéressante et la plus utile du livre porte sur les stratégies des éditeurs. Les informations y sont récentes et leur analyse juste et pertinente.

vitesse et la violence de nos sociétés », ou encore « *la dispersion* » qui est représentée par l'opposition entre le livre et Internet. Dans cette section, c'est toutefois la description du travail du bibliothécaire qui surprend : « *Les bibliothécaires sont de plus en plus spécialisés en technique de catalogage, mais n'ont plus assez de temps pour connaître intimement les fonds. D'ailleurs, certains pensent qu'ils doivent s'en tenir à une stricte neutralité et ne pas influencer le choix des lecteurs* » (p. 87). Outre la méconnaissance du travail du bibliothécaire, ce commentaire ne semble pas considérer la transformation des domaines de la documentation.

La section la plus intéressante et la plus utile du livre porte sur les stratégies des éditeurs. Les informations y sont récentes et leur analyse juste et pertinente. Une des analyses proposées tente d'expliquer l'explosion du nombre de titres publiés. Les éditeurs sont dans l'impossibilité d'anticiper les comportements des consommateurs. Les technologies du numérique entraînant la diminution des coûts de production, ils ont été incités à multiplier les titres pour accroître leurs chances de succès de vente. Cette stratégie comporte toutefois des contradictions. D'abord, elle mène inévitablement à une concurrence accrue par l'offre qui augmente, alors que le temps du consommateur (la demande) n'est pas extensible. Ensuite, plus l'offre est élevée, plus elle est éclatée et plus le coût pour l'information sera élevé. Il s'agit donc d'une stratégie rationnelle sur le plan individuel, mais irrationnelle sur le plan collectif.

À la suite de ce constat, l'auteure présente une classification des stratégies selon une typologie des éditeurs. Les caractéristiques des éditeurs « généralistes » tels que Minuit, Flammarion et Gallimard sont présentées. Viennent ensuite les maisons « spécialistes » telles que Les Éditions du Cerf et Les Presses universitaires de France (PUF). La stratégie de relance des PUF est d'ailleurs exposée de façon assez détaillée. Karthala et Droz sont, quant à elles, des maisons à « spécialisation étroite », misant sur la qualité et leur image de marque et ne publient que le meilleur dans leur domaine. Finalement les « quantitativistes » sont représentés par Ellipses (500 titres publiés par année) et L'Harmattan (1500 titres publiés par année). Le « modèle d'affaires » de cette dernière est d'ailleurs très bien décrit par Sophie Barluet. L'Harmattan offre un service de publication à compte d'auteur, auquel sont ajoutés des services de diffusion et de distribution.

3. Notamment, Marc Minon. *Édition universitaire et perspectives du numérique*. 2002. Étude réalisée pour le Syndicat national de l'édition (SNE).