

Date : 22/03/2014**Auteur** : François Oulac

Amazon à fond sur l'autoédition



Le stand Amazon au Salon du livre 2014. - © O. DION

Absent l'année dernière, le géant américain est présent cette année au Salon du livre pour promouvoir Kindle Direct Publishing et son service d'impression à la demande CreateSpace.

"Quand les voitures sont arrivées, il a bien fallu que les fabricants de carrioles réagissent!", lâche Marie-Pierre Sangouard, directrice des contenus Kindle... à l'intention des éditeurs traditionnels. De retour au Salon du livre après une absence remarquable en 2012, Amazon est regonflé à bloc. Le groupe américain croit dur comme fer à l'expansion de Kindle Direct Publishing, sa plateforme consacrée à l'autoédition numérique, et CreateSpace, son service d'impression à la demande. Pour convaincre, il met en avant ses auteurs, comme Chris **Costantini**. Son nouveau roman **policier**, *// n'est jamais trop tard*, paraît la semaine prochaine aux éditions Versilio (17 euros) pour la version papier et en ebook sur Amazon (6,99 euros): *" Je voyais cela comme un défi, une mise en danger, explique-t-il. C'est très vivant, très interactif, on a l'impression que toute la planète est au courant que*

a Évaluation du site

Ce site présente l'actualité du monde littéraire. il propose : un agenda des manifestations, les meilleurs ventes de livres, ainsi qu'une section "opinions" (blog, forum, courrier des lecteurs).

Cible
Spécialisée

Dynamisme* : 22

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

le livre sort.” C'est le deuxième livre que l'auteur publie ainsi. Le précédent, **Lames de fond**, s'est vendu à 15000 exemplaires en version ebook et a été lu en France, mais aussi au Québec et jusqu'en Papouasie-Nouvelle Guinée.

En 2013, les cinq meilleures ventes de l'année étaient des textes autopubliés. Marie-Pierre Sangouard

Didier Imbot, ancien directeur des éditions du Masque devenu agent littéraire à New York, partage le même enthousiasme. Pour lui, le système de notation (par attribution d'étoiles), les commentaires, mais surtout *“l'élasticité des prix”* permise par l'édition numérique constituent les points forts d'Amazon, par rapport à une vente classique en rayonnage. Et qu'on ne lui parle pas d'une concurrence dangereuse pour l'écosystème classique du livre: *“Aux Etats-Unis, quand le lecteur aime un ebook, il le rachète en physique pour avoir l'objet ou l'offrir à ses amis. C'est donc un rapport gagnant-gagnant pour l'industrie papier!”*

“Toutes les semaines, il y a sur Amazon entre 35 et 40% d'ouvrages autopubliés, souligne Marie-Pierre Sangouard . En 2013, les cinq meilleures ventes de l'année étaient des textes autopubliés”. L'autopublication génère pour Amazon un CA *“significatif”*, ajoute-t-elle sans toutefois avancer de chiffre, et pour elle, le numérique est un outil de familiarisation à la lecture qui ne porte pas préjudice au marché du papier. Et d'évoquer les ambitions d'Amazon, qui voudrait voir la publication d'ouvrages français à l'étranger facilitée, le cadre légal français et européen assoupli. En un mot, une édition numérique déterritorialisée.