

Verlegen : placer à un autre endroit ; éditer ; assumer des dépenses pour quelqu'un d'autre ; évincer

Au début des Temps modernes, soit à peu près depuis le début du XVI^e siècle jusqu'à la Révolution française, les maîtres artisans des villes travaillaient de moins en moins eux-mêmes, mais faisaient travailler d'autres pour eux. Ils déplaçaient la production à la campagne, dans les mains de travailleurs à domicile issus de la paysannerie, qui de leur côté s'étaient peu à peu affranchis des corvées pour leurs seigneurs mais avaient besoin de revenus supplémentaires. C'est ainsi que se sont développés des systèmes de production différée plus ou moins marqués, et parmi eux le système d'achat en demi-gros (Verlag) : les travailleurs à domicile produisaient de la marchandise avec leur propre matière première, les intermédiaires (Verleger) l'achetaient à leur prix et en organisaient la distribution. Ce système s'est répandu surtout pour la fabrication de textiles, jusqu'à ce que la révolution industrielle en sonne le glas. Mais il a survécu pour la production de médias imprimés : journaux, revues ou livres. Sauf que l'engagement du Verleger (éditeur) à dédommager les travailleurs à domicile s'est perdu en route.

Les honoraires ne sont pas un must...

Le versement d'honoraires n'est pas une condition sine qua non pour un contrat d'édition. Pour le cas où ni des honoraires ni une participation au produit des ventes de l'ouvrage publié ne sont convenus explicitement, la loi ne fait qu'une hypothèse : l'auteur qui donne une oeuvre à éditer « est réputé avoir droit à des honoraires, lorsque les circonstances ne permettent pas de supposer qu'il entendait renoncer à toute rémunération » (art. 388, al. 1, CO). Donc, si le livre ne permet pas à l'éditeur de réaliser un bénéfice, ou seulement un bénéfice minime, on peut admettre, en l'absence d'un accord explicite, que l'éditeur n'a pas à rétribuer l'auteur de l'ouvrage.

...mais bien la fabrication et la diffusion du livre

En revanche, le contrat oblige l'éditeur à reproduire l'oeuvre littéraire cédée « en un nombre plus ou moins considérable d'exemplaires et à la répandre dans le public » (art. 380 CO). Reproduire signifie produire un nombre suffisant d'exemplaires de l'oeuvre « sous une forme convenable », impression ou autre procédé technique ; cette obligation lui impose également de « faire les annonces nécessaires et prendre les mesures habituelles pour le succès de la vente » (p. ex. prospectus, annonces publicitaires dans la presse ou sur Internet, service de presse ou organisation de lectures ; voir l'art. 384, al. 1, CO). Ce qu'il faut entendre par forme convenable ou par mesures nécessaires pour assurer le succès de la vente ne dépend pas seulement de ce qui est considéré comme usuel dans la branche, mais aussi de l'infrastructure et des usages commerciaux de la maison d'édition. L'ensemble des frais de production et de diffusion sont à la charge de l'éditeur, et constituent donc son risque entrepreneurial. Ils répondent par là à un autre sens que le verbe verlegen avait en moyen haut allemand : « assumer des dépenses pour quelqu'un d'autre ».

Inversion du principe de l'édition

Si l'autrice ou l'auteur finance entièrement ou partiellement la fabrication et la diffusion de son livre, on n'a plus affaire à un véritable contrat d'édition – même si l'accord porte ce nom

– mais à un contrat dit d'édition en commission. Le principe traditionnel du financement préalable de la publication par l'éditeur, qui récupérera ses fonds par le produit des ventes qu'il encourage, est ainsi inversé.

L'autrice ou l'auteur n'écrit plus seulement le livre, mais paie en plus pour sa publication chez un éditeur qui fonctionne par contributions aux frais d'impression, ou comme prestataire de services (Druckkostenzuschussverlag ou Dienstleisterverlag, comme on dit en Allemagne), ou à compte d'auteur (Selbstzahlerverlag, comme on dit en Autriche et en Suisse alémanique). Soit les auteurs paient de leur poche, soit ils trouvent des tiers qui allouent un subside à l'éditeur. – Certains pourraient se dire : mieux vaut encore publier à compte d'auteur qu'en autoédition. Ils espèrent, après la recherche la plupart du temps longue et pénible d'une patrie éditoriale, arriver au moins sur les étals des libraires par les canaux de distribution.

Cela peut arriver, raison pour laquelle l'AdS ne déconseille pas systématiquement à ses membres de conclure des contrats de ce genre. Et toutes les maisons d'édition qui fonctionnent avec de telles contributions ne sont pas a priori l'une des maisons peu sérieuses à qui s'adresse la campagne Fairlag. D'ailleurs il n'est souvent pas si facile de séparer le bon grain de l'ivraie. Les promesses faites sonnent presque toujours bien. Mais lorsque qu'un éditeur recherche des auteurs par petites annonces, il ne suffit pas d'y regarder à deux fois. Une troisième vérification au moins des conditions de publication s'impose, si possible sur la base du contrat d'édition type pour les oeuvres littéraires et de son commentaire par l'AdS, et l'on aboutira peut-être à la conclusion qu'en fin de compte il vaut quand même mieux chercher un autre éditeur.

Compte d'auteur camouflé

Parfois, l'auteur ou l'autrice se croient arrivés au bout de leurs peines et avoir trouvé l'éditeur de leurs rêves : une petite maison, mais de qualité. Les premiers entretiens se passent très bien, comme il serait de mise, puisque après tout un contrat d'édition suppose entre les parties une relation de confiance particulière. On témoigne une compréhension mutuelle pour les soucis de l'autre et on est trop vite (comme il s'avérera peut-être plus tard) prêt à accepter de ne pas imposer une charge supplémentaire à une maison d'édition en proie aux tracasseries financières, et de dénicher plutôt soi-même ou avec l'aide de tiers l'argent nécessaire pour fabriquer et diffuser le livre. Font partie de ces maisons la Nimrod-Literaturverlag et la Rauhreif Verlag de Zurich qui lui est rattachée, toutes deux dirigées par la même éditrice. Celle-ci a repris ces deux enseignes il y a deux ans et, depuis six mois maintenant, elle occupe la tête incontestée du classement des plaintes reçues par le service juridique de l'AdS.

D'abord, il n'est presque jamais arrivé qu'un livre paraisse chez Nimrod ou Rauhreif dans le délai prévu. Dans les contrats, qui ont tous la même teneur, le délai de parution est soumis à une réserve importante, la garantie du financement « que ce soit pas une souscription, par des contributions aux frais d'impression, par l'éditrice ou de toute autre manière ». Ce qui n'y figure pas, mais qui correspond dans la plupart des cas à un accord complémentaire oral, c'est qu'il n'y a pratiquement jamais de souscriptions chez Nimrod ou Rauhreif, que l'éditrice s'abstient élégamment d'investir ses propres ressources et qu'il revient à l'auteur ou à l'autrice de s'occuper des « autres manières » de financer comme des contributions aux frais d'impression. Ils acceptent de le faire parce qu'ils touchent en contrepartie une participation de 30 % au produit des ventes et que l'éditrice garantit « la meilleure diffusion possible de l'ouvrage en librairie » ainsi qu'un « marketing médiatique professionnel (presse, radio, TV et Internet, etc.) ».

Sauf qu'on en voit rarement la couleur. En novembre et décembre derniers, deux autrices ont dû tenir leur Buchvernissage sans livres, on n'a pas trace du moindre service de presse, et les librairies ne savent pas grand-chose de l'existence de certaines productions de la maison d'édition. Et lorsqu'on trouve dans le commerce la mention de l'un ou l'autre titre avec comme adresse de commande celle de Nimrod ou de Rauhreif, cela ne sert pas à grand-chose. Les commandes restent lettre morte ou ne sont honorées qu'avec plusieurs semaines de retard. Le site web des deux maisons d'édition n'a pas été remis à jour depuis une bonne année. Le fax est débranché, l'éditrice ne répond aux lettres que sporadiquement et s'abstient par principe de prendre livraison des recommandés, elle n'est pratiquement pas joignable au téléphone et, la plupart du temps, elle ne respecte pas les accords. Dommage, car les livres sont en général très joliment conçus et mis en pages, même si telle ou telle coquille sur le dos du livre agace ou que le sommaire a été oublié. Quant aux décomptes, auteurs et autrices les réclament en vain.

Comme les livres sont financés par autrui, l'éditrice peut avancer en suspension d'une contribution à l'autre. Mais à long terme cette manière de faire ne peut être rentable, sauf à alimenter Nimrod et Rauhreif par des contributions tirées des autres champs d'activité dont l'éditrice se vante, par exemple la dégustation de vins, l'événementmanagement ou le PC Support « (créer une page d'accueil, etc.) ». Il n'a malheureusement pas été possible non plus de l'atteindre pour connaître sa réponse à ces reproches.

Encore heureux que les auteurs n'aient cédé leurs droits que pour la première édition, dont le tirage oscille entre 300 et 400 exemplaires. Cependant, vu les circonstances, il peut se passer des années jusqu'à ce qu'elle soit épuisée. C'est pourquoi il ne reste en fait aux auteurs concernés plus d'autre solution que de dénoncer les violations de contrat et finalement, sur cette base, de quitter la maison d'édition. S'ils ont apporté leur propre contribution ou celle de tiers aux frais d'impression, il leur est plus facile de faire cette démarche que s'ils avaient conclu un véritable contrat d'édition. Plus riches d'une expérience avec le compte d'auteur camouflé, ils auront encore appris au passage une autre signification du verbe verlegen : évincer.

Regula Bähler, conseillère juridique de l'AdS