



LIVRES CANADA BOOKS®

# Le marché du livre en Colombie pour les éditeurs canadiens

Rapport de la mission exploratoire  
de Livres Canada Books en Colombie  
du 27 février au 3 mars 2017

## Le marché du livre en Colombie pour les éditeurs Canadiens

Rapport de la mission exploratoire de Livres Canada Books en Colombie, qui s'est déroulée du 27 février au 3 mars 2017

© 2017 Livres Canada Books  
Tous droits réservés.

### **Membres de la délégation**

Christy Doucet  
Gestionnaire, Programmes, Livres Canada Books

Catherine Mitchell  
Directrice des droits, Pajama Press

Barbara Howson  
Vice-présidente des ventes et commercialisation, House of Anansi

Chélanie Beaudin-Quintin  
Directrice des droits étrangers, Éditions Michel Quintin

Lisa Jemison  
Coordinatrice des droits et permissions, University of Toronto Press

Alexandre Sanchez  
Droits étrangers, ventes et acquisitions, Lux Éditeur

Nous adressons nos plus sincères remerciements à Piedad Saenz, qui a fait de notre mission exploratoire un succès.

Livres Canada Books  
1 rue Nicholas, bureau 504  
Ottawa, Ontario K1N 7B7  
CANADA

[www.livrescanadabooks.com](http://www.livrescanadabooks.com)

# Table des matières

<b>La littérature générale et les livres jeunesse</b> . . . . .	<b>1</b>
Les foires du livre . . . . .	.2
Financement . . . . .	.3
Droits . . . . .	.4
L'impression . . . . .	.5
Le piratage . . . . .	.6
Les libraries . . . . .	.6
Les bibliothèques . . . . .	.6
Les livres numériques et les livres audio . . . . .	.7
<b>L'édition savant.</b> . . . . .	<b>8</b>
<b>Sommaire des rencontres</b> . . . . .	<b>12</b>
Contacts – livres fiction grand public . . . . .	12
Contacts – livres non-fiction grand public . . . . .	21
Contacts – presses universitaires . . . . .	21



# Le marché du livre en Colombie pour les éditeurs canadiens

## La littérature générale et les livres jeunesse

La mission commerciale en Colombie s'est avérée très intéressante et nous a permis d'en apprendre plus sur le marché colombien et sur son fonctionnement, mais également sur sa place dans l'ensemble des marchés hispanophones du monde. Même si nous sommes restés à Bogotá, la capitale, il est important de ne pas oublier que des éditeurs sont présents aussi à Medellín et à Cali. L'édition colombienne est une industrie dynamique, et elle a beaucoup de points communs avec l'industrie de l'édition au Canada, notamment le fait de devoir composer avec de nombreuses multinationales qui importent des livres d'Espagne ou du Mexique. Ces importations détournent souvent l'attention des éditeurs et auteurs locaux. Les médias et le public colombiens adorent les auteurs à succès britanniques ou américains, ce qui fait que leurs propres auteurs sont souvent négligés. Cela dit, les Colombiens sont aussi très fiers de leurs auteurs qui ont d'énormes succès, comme Gabriel García Márquez, affectueusement surnommé « Gabo », Laura Restrepo ou Juan Gutiérrez.

La Colombie a une population d'à peine plus de 48 millions d'habitants. Bogotá compte plus de 9 millions d'habitants. La devise colombienne est le peso (COP), qui a connu des difficultés récemment; au moment de notre séjour, le dollar canadien valait environ 2 200 pesos. Dans ces conditions, l'importation de livres par un éditeur colombien, que ce soit pour la distribution ou bien l'achat de droits, est rendue plus difficile que même l'an dernier, alors que la devise était en meilleur état.

Récemment, le gouvernement a signé un accord de paix avec les Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), groupe terroriste de gauche; le processus de désarmement avait été enclenché une semaine avant notre arrivée. Tous et toutes voyaient cet accord d'un bon œil et sentaient que le pays avait pris un nouveau tournant. La Colombie est aujourd'hui un pays plus sûr que jamais pour les touristes, dans les villes et à l'extérieur. Les éditeurs espéraient être en mesure d'atteindre les plus petites communautés afin d'y construire des écoles et y envoyer des livres. Les bibliothèques jouent un rôle très important pour changer les attitudes et bâtir une stabilité économique. Ce message nous a été répété à maintes reprises par les différents éditeurs et organismes que nous avons rencontrés.

La Cámara Colombiana de Libros (Chambre colombienne du livre) est une association d'éditeurs, de distributeurs et de libraires qui œuvrent à la promotion de la lecture,

afin d'augmenter les ventes de livres. Ils la décrivaient ainsi : « Nous développons des marchés pour que les gens lisent plus. »

L'an dernier, 15 millions de livres grand public, incluant les livres jeunesse, ont été lus dans le pays, soit à peine plus de 3 livres par personne. (Par comparaison, la moyenne au Canada est de 17 livres par personne par année.) La Chambre du livre espère voir ce nombre augmenter, grâce à une campagne intitulée « Lire, c'est prendre son envol », qui vise à augmenter la lecture au pays.

On voit peu de gens lire dans les lieux publics, les transports en commun, etc. Les bibliothèques ont commencé à permettre aux gens d'emprunter des livres. Avant, les livres devaient être consultés sur place, dans les bibliothèques. Une bibliothèque de Bogotá affirme recevoir le plus grand nombre de visiteurs dans le monde, avec une collection de 2 millions de livres. La taille moyenne d'une bibliothèque publique en Colombie est de 50 000 livres.

### Principaux problèmes rencontrés par les éditeurs colombiens

1. La distribution – Si la superficie du pays n'est pas très grande, la distribution des livres est très difficile, en raison du piètre état des routes, de l'instabilité politique (même si la situation s'améliore grandement) et de l'accent qui est mis sur la capitale. Il y a donc peu d'intérêt pour distribuer les livres à l'extérieur des grandes villes.
2. Les librairies existantes, comme la chaîne Panamericana, sont excellentes, mais elles sont très peu nombreuses.
3. Le gouvernement n'appuie pas la lecture, comme le fait par exemple le Mexique grâce au financement d'un programme d'achat de livres pour les écoles. Cela est laissé aux organismes privés comme Fundalectura, une organisation privée à but non lucratif qui achète environ 90 titres par année, à environ 1 400 exemplaires, qu'elle donne à des bibliothèques dans l'ensemble du pays.
4. On dirait que les librairies font de leur mieux pour ne pas vendre de livres. Souvent, les livres sont classés par distributeurs, plutôt que par auteurs. Cela facilite la tâche des employés pour le réapprovisionnement, mais le consommateur a beaucoup de difficultés à trouver des livres. De plus, la plupart des livres sont emballés dans une pellicule plastique. Aucun exemplaire n'est disponible pour feuilleter le livre ou en lire le premier chapitre avant de l'acheter.
5. Le piratage constitue un énorme problème, en particulier pour les manuels universitaires.
6. La vente en ligne prend de l'ampleur, mais n'est pas encore très développée. Par exemple, Amazon n'a pas de boutique en ligne pour la Colombie.
7. Les livres numériques sont réalisés « après coup » et ne constituent pas une part importante des affaires des éditeurs.

### Les foires du livre

Il existe 9 ou 10 foires du livre dans l'ensemble de la Colombie. La plus grande a lieu à Bogotá du 25 au 30 avril. La deuxième a lieu en septembre à Medellín. D'autres foires

sont tenues à Cali, Pasto et dans d'autres villes. Les foires sont très semblables au Salon du livre de Paris, où le public a la possibilité de rencontrer les auteurs, d'acheter des livres et de les faire dédicacer; on y tient d'importants événements médiatiques, et tout le monde s'enthousiasme pour la lecture.

Depuis 2016, la ville de Bogotá est le principal commanditaire de la Foire du livre de Bogotá. L'année dernière, la foire présentait pour la première fois un centre des droits. La Chambre du livre s'attend à le voir se développer, car ils reconnaissent la puissance des livres.

La Foire du livre de Bogotá se concentre sur les nouveautés et est devenue, pour de nombreux éditeurs, le centre du marché. Les éditeurs peuvent y présenter des livres qui ne se vendent pas aussi bien en librairie. Les livres jeunesse reliés se vendent bien. Des gens viennent de partout en Amérique latine, principalement des libraires, pour acheter des livres à Bogotá.

La foire, d'une durée de deux semaines, accueille un demi-million de visiteurs. L'an dernier, il y avait 450 exposants, dont la moitié étaient des éditeurs. La foire occupe une superficie de 25 000 mètres carrés et 23 pavillons. Elle unit en un même lieu tous les acteurs du marché. Les gens y viennent en famille pour acheter des livres pour une année complète. L'atmosphère à la foire est très animée. Des programmations spéciales sont présentées dans les bibliothèques, les écoles et les librairies, avec des lancements de livres tout au long de la foire.

Cette année, la Foire de Bogotá a créé un programme de bourses, mais celui-ci s'adresse uniquement aux agents. Nous les avons encouragés à l'ouvrir également aux éditeurs.

Nous avons eu certaines discussions avec des éditeurs colombiens au sujet de la valeur des foires du livre relativement aux coûts impliqués. Les plus grands éditeurs internationaux étaient très enthousiastes à l'égard des foires, nombre d'entre eux affirmant en tirer de 30 à 50 % de leurs revenus. Les plus petites maisons, elles, considèrent les foires davantage comme des occasions de marketing, car leurs revenus provenant de la vente de livres et de la présence de leurs auteurs couvraient à peine les coûts de l'exposition. Ça vous rappelle quelque chose?

### Financement

Les ministères de la Culture et de l'Éducation fournissent tous deux un financement, mais les initiatives et les programmes sont principalement menés par la Culture. Le ministère de l'Éducation fait peu d'achats. La Chambre du livre essaie de changer les choses, afin de favoriser plus d'achats de manuels. Leur programme ressemble un peu à celui du [Secretaría de Educación Pública](#) (SEP) du Mexique, où les écoles peuvent acheter directement des éditeurs une fois qu'un livre a été choisi.

Le gouvernement n'offre aucun financement aux éditeurs. Ce sera peut-être le cas à l'avenir. L'Argentine donne un million de dollars pour l'aide à la traduction. La Colombie

a annulé cette année le seul programme de traduction, celui-ci n'étant pas suffisamment utilisé. L'accent est parfois mis sur de jeunes auteurs ou sur des thèmes précis, par exemple transformer la culture par les livres pour démocratiser la société.

Les éditeurs ne reçoivent aucune aide du gouvernement pour se rendre à Bologne, Francfort ou Londres, ou pour participer à d'autres foires. La Chambre essaie de travailler là-dessus, mais en ce moment le processus de paix monopolise toute l'attention. Il s'agit d'un effort concerté des membres de la Chambre pour faire progresser la situation. Ils s'efforcent d'aider les éditeurs à développer leur entreprise et à augmenter leurs ventes. De nouveaux libraires et éditeurs font leur entrée sur le marché, il s'agit donc d'une période intéressante en Colombie.

Le taux de change a eu des répercussions importantes sur les ventes, tant pour l'achat que pour la vente de droits. Résultat : les éditeurs sont prudents dans leurs choix de ce qu'ils publient.

### L'achat de droits par les éditeurs colombiens

La plupart des éditeurs colombiens font partie de groupes multinationaux tels que SM, Planeta, Random House, etc. Les achats sont concentrés en Espagne; une fois le livre acheté par le siège social, celui-ci le présente à ses filiales. Une filiale, comme la division mexicaine ou colombienne, pourrait choisir d'en prendre de 500 à 3 000 exemplaires, d'ajouter le titre à son catalogue, ou encore de ne pas l'acheter du tout. Il se peut aussi qu'une filiale achète le livre, vende tous ses exemplaires et ne se réapprovisionne jamais.

Les éditeurs colombiens à qui nous avons parlé qui font partie de groupes internationaux ont la possibilité d'acheter des livres, même si le contrat aboutit souvent au siège social, en Espagne. Certains coordonnent leurs filiales latino-américaines par l'intermédiaire de leur bureau du Mexique. Chaque maison a sa propre manière de fonctionner.

Les éditeurs indépendants sont très intéressants. Souvent, comme [Rey + Naranjo](#), ils ont un lien de distribution avec un éditeur en Espagne et vendent donc à un marché le plus vaste possible, mais ils distribuent également leurs livres en Colombie.

Nombre d'éditeurs indépendants nous ont aussi affirmé que le marché en Espagne est très, très difficile. En conséquence, les multinationales concentrent de plus en plus leurs efforts sur les marchés d'Amérique latine et d'Amérique du Sud afin d'augmenter leur rentabilité, particulièrement au moment où de plus en plus de pays atteignent une stabilité politique (comme la Colombie) et que les gouvernements consacrent plus d'énergie à promouvoir l'alphabétisation au sein de leurs populations.

Notre première journée à Bogotá a commencé à la Chambre du livre (La Cámara del Libro), où étaient réunis un certain nombre d'éditeurs. Enrique Gonzalez, président, a présenté une vue d'ensemble du marché colombien.



Afin de nous mettre en contexte, on nous a donné des statistiques générales sur le pays, les lecteurs et l'industrie de l'édition.

La Colombie compte 50 millions d'habitants. Au début du 20<sup>e</sup> siècle, 20 % de la population ne savait ni lire ni écrire. À la fin du siècle, toutefois, après de nombreux efforts, le taux d'alphabétisation atteignait les 90 %. D'importantes campagnes de lecture ont été mises en place pour encourager les enfants et les jeunes adultes à lire. La meilleure méthode semble consister tout simplement à mettre des livres entre les mains des lecteurs – mais comme nous l'avons entendu à plusieurs reprises, cela est plus facile à dire qu'à faire sans l'aide du gouvernement pour acheter et fournir les livres.

Le succès de Harry Potter a grandement aidé, et aujourd'hui beaucoup plus de jeunes achètent et lisent des livres. La campagne de lecture lancée par le gouvernement encourage les gens à lire pour le plaisir, mais le gouvernement n'achète pas de livres. Seuls 8 % des achats de livres ont été effectués avec des fonds publics en 2016, le plus faible pourcentage en Amérique du Sud. La Colombie se distingue sur le plan culturel, mais pas en matière d'alphabétisation.

Les taux de lecture et les ventes ne sont pas proportionnels à la population, composée de 11 millions d'élèves, dont 8,5 millions fréquentent les écoles publiques. Ils n'utilisent pas de manuels scolaires, car ceux-ci ne sont ni achetés ni fournis par le gouvernement.

Dans les écoles privées, les 2,5 millions d'élèves utilisent largement des manuels. La Chambre du livre espère que le prochain gouvernement modifiera cette politique afin de s'aligner avec la plupart des pays latino-américains, qui achètent des livres pour leurs écoles. L'autre exception à cet égard est la Bolivie.

Le reste du marché est composé de l'édition générale et des livres jeunesse. Les ventes de livres jeunesse ont progressé au cours des dernières années. Les ventes proviennent de livres commerciaux populaires, notamment de romans comme ceux de Dan Brown et *50 Shades of Grey*. Ces ventes augmentent lorsqu'une année survient un bon titre. Les auteurs locaux aussi connaissent un certain succès; c'est le cas par exemple de Gabo (Gabriel García Márquez).

Un best-seller peut être un livre qui se vend à 100 000 exemplaires, mais la norme pour un bon vendeur est d'environ 10 000 exemplaires. La plupart des premiers tirages sont de 1 000 exemplaires. Les romans se vendent habituellement à 2 000 exemplaires, 5 000 exemplaires pour un livre qui suscite un grand intérêt.

### L'impression

La plupart des éditeurs impriment localement. Les formats sont généralement à couverture souple, mais la qualité des couvertures rigides s'améliore et les prix diminuent. Pour de plus petits tirages, les prix sont plus intéressants que jamais. L'impression à la demande est possible, avec de 70 à 80 % des livres imprimés sur place, les autres étant importés. Les imprimeurs colombiens sont tous situés à Bogotá, loin des villes portuaires

où l'industrie n'est pas aussi développée. Les villes les plus importantes de Colombie se trouvent au centre du pays : Bogotá, Medellín, Cali, qui représentent 60 % du marché. La géographie, les montagnes et les transports sont des éléments qui ajoutent aux coûts d'ensemble. Par comparaison, au Chili, certains imprimeurs sont installés près de villes portuaires.

### Le piratage

Le piratage représente 25 % du marché. Au niveau universitaire, il atteint jusqu'à 85 %. Le piratage est moins présent dans le secteur du livre jeunesse, où il y a plus d'une couleur. Il est intéressant de noter que la Chambre du livre a un groupe d'environ cinq employés qui travaillent sur le piratage.

### Les librairies/Librerías

Nous avons visité une demi-douzaine de librairies à Bogotá : des boutiques de grandes chaînes comme celles détenues par Panamericana et le Fondo de Cultura Económica, des libraires indépendants de taille moyenne, comme la Casa-Librería Wilborada 1047, et de petites librairies, comme Sinta y Sensa, et Babel, une extension du programme d'édition. Le marché de détail nous a semblé dynamique et intéressant.

Panamericana possède plusieurs magasins, et les livres ne sont qu'une partie de la vaste gamme de produits en vente. Ils ont une section anglophone, et l'éditeur qui nous a accueillis est aussi un auteur.

La librairie du Fondo de Cultura Económica comprend une vaste gamme de livres d'auteurs colombiens.

Chez Wilborada, Daniel a été une vraie perle. Il nous a fait faire une visite approfondie d'une librairie unique, au son de musique canadienne. On y vendait quelques livres d'auteurs canadiens.

La Librería Sinta y Sensa, qui fait partie du groupe d'édition et de conception graphique Rey Naranjo, est relativement petite, mais très attirante, avec une bonne sélection d'auteurs colombiens. Des titres de sections comme « Livres pour éditeurs » ont attiré notre attention.

### Les bibliothèques

Il existe un plan national pour faire en sorte que toutes les villes de Colombie possèdent une sélection initiale, mais celle-ci n'est pas mise à jour. On trouve des livres pour adultes, jeunes adultes et enfants dans toutes les bibliothèques. IBBY/Fundalectura achète les livres et les distribue.

Un programme à Bogotá, BiblioRed, relie toutes les bibliothèques de la ville. Ils collaborent avec Fundalectura pour tenter de renforcer les capacités. D'autres pays examinent actuellement ce programme municipal, qui en est à sa vingtième année.

La bibliothèque Virgilio Barco a été conçue par Rogelio Salmons, qui est considéré comme l'architecte colombien le plus important du 20<sup>e</sup> siècle et l'un des plus éminents d'Amérique latine. La bibliothèque est un Centre du patrimoine mondial de l'UNESCO.

Les « PPP » ou « Paraderos Paralibros Paraparques » est une initiative qui consiste à rapprocher les livres des gens, là où ils se trouvent, soit dans des parcs et autres endroits publics. Ces lieux sont colorés et invitants, remplis d'un choix de livres sur un thème qui change périodiquement. Les travailleurs sont des étudiants en sciences humaines. Nous avons eu la chance d'en voir un lors du dernier jour de notre séjour.

### Les livres numériques et les livres audio

Les ventes représentent moins de 3 %. Le nombre de titres disponibles est de 24 % de tous les livres publiés. Au cours des cinq dernières années, le gouvernement a donné des tablettes avec du contenu aux étudiants pour leur formation. Selon la Chambre du livre, cela s'est toutefois avéré un échec. Bientôt les écoles commenceront à acheter des livres numériques, la plupart des best-sellers, et laisseront les lecteurs décider. Comme il n'y a pas de site Amazon en Colombie, les éditeurs vendent les livres directement au public sur leurs propres sites.

Il n'existe actuellement aucun programme qui vise à favoriser la lecture aux enfants ou aux bébés dans les hôpitaux à la naissance (par exemple, le programme « Read To Me » au Canada). En Colombie, le rendement de l'investissement dans le programme « Leer es mi cuento » (la lecture est mon histoire) est de quatre fois l'argent dépensé. Deux programmes gouvernementaux commenceront à fournir des livres aux écoles et aux bibliothèques. L'un d'eux est appelé « 0-Always ».

### D'autres façons d'acheter des livres

Il n'y a plus de ventes de porte à porte. Les événements dans les centres commerciaux pour présenter des livres au public et dans le cadre d'émissions de télévision sont plus courants.

Il existe de nombreuses façons de vendre sur le marché colombien, et cela dépend réellement du type de livres que vous publiez. Il est simple et pratique de travailler avec un sous-agent, mais on recommande de s'impliquer activement dans toute entente concernant des droits mondiaux en langue espagnole. Beaucoup de livres ne sont jamais vendus dans certains des pays sous licence, comme la Colombie. Vous pouvez communiquer directement avec les éditeurs colombiens de ces filiales pour voir s'ils sont intéressés. Comme pour toute vente de droits, choisissez avec soin vos types de livres et tirez le meilleur parti de ce marché.

### Que devraient faire les éditeurs canadiens dans ce marché?

1. Examinez les possibilités de participer à la Foire du livre de Bogotá s'ils ouvrent le programme de bourses, et profitez-en alors pour avoir des rencontres avec des éditeurs à leurs bureaux.

2. Discutez avec Livres Canada Books de la possibilité de prendre un stand à Bogotá pendant quelques années, afin d'évaluer si ce marché vaut la peine d'être exploré davantage.
3. Beaucoup d'éditeurs se rendent à Guadalajara; s'il s'agit d'une foire sur laquelle vous misez, communiquez avec les éditeurs colombiens ou avec les éditeurs des multinationales.
4. Si vous avez un sous-agent qui est basé en Espagne :
  - a. Assurez-vous que le contrat de droits utilisé par cet agent comporte une clause stipulant que, si un éditeur en Espagne à qui vous vendez ne vend pas votre livre sur le marché colombien (ou tout autre marché d'Amérique latine ou du Sud), les droits vous reviennent après un an.
  - b. Assurez-vous que votre agent participe régulièrement aux foires du livre de Bogotá, Guadalajara ou Mexico, ou encore se rend dans ces pays afin de faire des affaires directement avec les éditeurs de ces pays.
  - c. Le sous-agent est-il prêt à conclure des ententes avec des indépendants de pays d'Amérique latine ou du Sud? Si ce n'est pas le cas, il faudrait repenser cette relation.
  - d. Pouvez-vous obtenir une redevance domestique dans des marchés plus importants comme le Mexique, plutôt qu'une redevance nette sur des revenus de distribution?
  - e. Si le sous-agent n'est pas prêt à travailler de cette façon, changez d'agent ou faites vous-même le travail.
5. Vendez directement aux éditeurs indépendants et nourrissez ces relations. Comme les indépendants canadiens, ils sont enthousiastes et dévoués, et ils souhaitent développer le marché du livre colombien.
6. Prenez la liste des libraires indépendants, qui tiennent des livres en anglais ou français, et envoyez-leur des catalogues. Ils ont tendance à acheter d'Ingram ou de Baker & Taylor.
7. Livres à vendre : ils adorent les romans à succès; les Colombiens aiment beaucoup les youtubeurs. Si vous avez un livre d'un youtubeur vedette, cela pourrait les intéresser; les livres d'affaires se vendent bien.

### L'édition savante

La Colombie compte plus de 60 presses universitaires qui publient plus de 3 500 livres par année. Les presses universitaires en Colombie font partie intégrante des établissements :

- La plupart de leurs auteurs sont des professeurs de l'établissement;
- Beaucoup de livres sont publiés spécifiquement pour être utilisés dans cette université;
- Chaque faculté ou département a un conseil éditorial qui conduit le processus d'évaluation par les pairs et prend les décisions finales sur ce qui est publié (le projet est transmis aux presses universitaires pour l'édition et la production);
- Le financement pour chacun des livres provient de la faculté de l'auteur;
- Les domaines d'édition de chacune des maisons tendent à refléter les forces ou les accents de son université.

Le représentant de l'une des presses universitaires que nous avons rencontrées est allé jusqu'à affirmer que la maison était essentiellement un service de communications pour l'établissement. Nombre de presses universitaires font régulièrement des coéditions avec d'autres presses universitaires (en espagnol ou autres langues) et des ONG ou d'autres organismes; cela semble être souvent le cas lorsque des professeurs collaborent avec des chercheurs d'autres établissements ou organisations, et l'œuvre qui en résulte peut être coéditée par les presses.

Les presses universitaires font à l'occasion des traductions : parfois, un professeur exprimera le désir d'avoir une édition en espagnol d'un livre précis, alors que dans d'autres cas le personnel éditorial de la maison d'édition défendra un livre et trouvera un financement à l'extérieur des facultés de l'université; si le livre a traversé le processus d'évaluation par les pairs dans sa langue d'origine, l'évaluation par les pairs en espagnol n'est habituellement pas nécessaire. Dans ces cas-là, le livre doit avoir un certain potentiel commercial à l'extérieur du monde universitaire.

De façon générale, les universitaires en Colombie lisent l'anglais : on nous dit que pour faire une maîtrise ou un doctorat dans la plupart des domaines, il faut impérativement lire l'anglais. Le marché est toutefois plus important pour les traductions en espagnol de livres destinés aux étudiants de premier cycle universitaire ou au grand public, car la population en général n'est pas bilingue. L'anglais est enseigné dans les écoles publiques et privées, mais à des degrés divers, et les personnes qui peuvent parler et lire l'anglais tendent à provenir de régions à plus hauts revenus et des écoles privées.

Les maisons d'édition – universitaires ou générales – ne reçoivent aucun soutien financier du gouvernement. C'est une organisation privée, Fundalectura, qui collabore parfois avec le ministère de la Culture pour appuyer des achats massifs de livres pour les bibliothèques. S'ils le font d'abord pour les livres destinés aux jeunes lecteurs, comme nous l'avons affirmé ci-dessus, ils appuient aussi certains livres de presses universitaires, comme nous le montrerons plus bas.

La plupart des presses universitaires colombiennes sont distribuées dans l'ensemble du marché hispanophone par Siglo del Hombre; ces derniers distribuent les livres imprimés et numériques. Siglo del Hombre représente aussi plusieurs des presses universitaires lors des foires internationales du livre et autres événements connexes.

Les foires du livre sont des occasions très importantes pour vendre des livres et rencontrer des partenaires de coéditions et de traductions. Les presses universitaires colombiennes participent (ou sont représentées) aux foires tenues par exemple à La Havane, Buenos Aires, Lima, Panama, Sao Paulo, Barcelone, Santiago, Guadalajara et, bien sûr, Bogotá. Des éditeurs commerciaux nous ont dit que les ventes à la Foire du livre de Bogotá peuvent représenter de 10 à 50 % des ventes de l'éditeur pour l'année. Les éditeurs – tant commerciaux qu'universitaires – planifient leurs parutions et organisent d'importantes promotions autour de la foire.

Le tirage habituel pour un livre universitaire serait de quelques centaines d'exemplaires. Un ouvrage de non-fiction pour un marché plus général serait tiré à environ 1 000 exemplaires. Si la plupart des éditeurs lancent des versions numériques de leurs nouveautés, les ventes de livres numériques en Colombie demeurent peu élevées; un éditeur a souligné que ses ventes de livres numériques ont tendance à provenir de l'extérieur du pays, ce qui n'est pas étonnant étant donné le coût d'exportation des livres imprimés. Les tirages sont plus élevés si l'éditeur colombien exporte dans d'autres pays d'Amérique latine. Si certains des éditeurs commerciaux que nous avons rencontrés ont affirmé avoir tendance à être conservateurs dans leurs tirages et à réimprimer au besoin, cela n'est pas le cas pour au moins une des presses universitaires que nous avons rencontrées : parce que les facultés offrent un financement pour chaque livre, au cas par cas, elles préfèrent fournir de l'argent pour que la maison d'édition publie de nouveaux ouvrages plutôt que des réimpressions. Les presses universitaires utilisent plutôt l'impression à la demande ou encore accordent une licence à leur distributeur, au besoin.

De nombreux éditeurs colombiens considèrent le marché hispanophone en Amérique du Nord comme un marché cible en croissance. Par exemple, certaines des presses universitaires participent à la conférence annuelle du Seminar on the Acquisition of Latin American Library Materials (SALALM), pour rencontrer des libraires et des universitaires hispanophones d'Amérique du Nord.

Le piratage et les violations des droits d'auteur constituent une préoccupation importante pour les éditeurs colombiens. Environ 85 % des étudiants utilisent des photocopies illégales de manuels dans leurs cours. Cette proportion est semblable à celle des autres pays de la région. Par comparaison, environ 25 % du marché de la littérature générale est piraté. Les presses universitaires et les universités essaient d'examiner différentes options afin de réduire le piratage (p. ex. fournir des livres numériques à travers des systèmes de cours, créer des versions audio de manuels, etc.), mais elles n'ont pas encore eu beaucoup de succès.

Étant donné le fait que chacune des presses universitaires se concentre sur sa propre université, il existe un grand degré de collaboration et de soutien entre les presses universitaires en Colombie et en Amérique du Sud. Par exemple, dix des plus grandes presses universitaires publient un catalogue de droits internationaux conjoint. Les maisons que nous avons rencontrées ont souligné l'importance de groupes tels que : l'Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia (ASEUC), un réseau de 60 presses universitaires qui travaillent avec la Cámara Colombiana del Libro, les associations universitaires et autres, afin de promouvoir la production et la distribution de livres universitaires et d'offrir de la formation et du perfectionnement professionnel; et l'Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe (EULAC), l'association de réseaux d'éditeurs universitaires des différents pays d'Amérique latine et des Caraïbes, qui s'efforce de promouvoir le travail des presses universitaires et la professionnalisation de tous les intervenants.

Lors de nombreuses rencontres avec différents types d'éditeurs, nous avons entendu parler des difficultés que constitue la distribution de livres dans l'ensemble de la Colombie.



En raison de la géographie du pays et du réseau de transport intérieur déficient, il est coûteux et ardu de transporter les livres de chez un imprimeur (habituellement situé à Bogotá) jusqu'aux libraires et aux acheteurs partout au pays. Sans surprise, 60 % du marché du livre sont concentrés dans les trois villes principales (Bogotá, Cali et Medellín). On nous a aussi parlé des difficultés en matière de fixation des prix : beaucoup de livres sont importés d'Espagne ou d'autres pays hispanophones, alors de nombreuses librairies n'apposent pas de prix sur les livres, parce que les prix doivent souvent être modifiés, en raison des fluctuations des taux de change. Ces deux facteurs font en sorte que l'importation en Colombie de livres en anglais est également difficile. Dans les librairies que nous avons visitées, les sections de livres en anglais avaient tendance à être dominées par des best-sellers et des classiques. Cela dit, les presses universitaires que nous avons rencontrées ont suggéré qu'il pourrait y avoir un marché pour des livres universitaires en anglais. La [Librería de la U](#) nous a été indiquée comme distributeur possible.

Nous avons rencontré quelques éditeurs commerciaux qui produisent des livres de non-fiction pour adultes. Il s'agit pour la plupart des filiales colombiennes d'éditeurs multinationaux en langue espagnole : Grupo Planeta, Ediciones B et le Fondo de Cultura Económica (FCE). Chaque entreprise fonctionne différemment sur le plan des responsabilités des divers bureaux : pour certains, toutes les décisions éditoriales doivent être examinées et approuvées par le siège social au Mexique ou en Espagne, alors que chez d'autres le bureau colombien possède une plus grande indépendance éditoriale. Dans la plupart des cas, le nombre de livres « locaux » issus du bureau colombien et publiés par lui est relativement peu élevé comparé à ceux publiés par l'ensemble de la compagnie. L'éditeur de chez Planeta a précisé que, pour des titres destinés à un marché de niche comme la plupart des ouvrages universitaires, ils importeraient une centaine d'exemplaires de l'un de leurs autres bureaux, car les ventes ne justifieraient pas les coûts de l'impression en Colombie.

De nos visites aux éditeurs et aux libraires, nous avons perçu que la Colombie possède une culture du livre et une industrie de l'édition qui sont dynamiques, en croissance et collégiales. Nous avons été frappés par les partenariats et les collaborations entre différentes compagnies et divers groupes (comme la Cámara Colombiana de Libros, composée d'éditeurs, de libraires et de distributeurs qui s'efforcent de promouvoir l'industrie du livre dans le pays, ou encore un groupe de libraires indépendants qui se sont regroupés pour importer des livres de plus petits éditeurs), ainsi que par certains des projets novateurs sur lesquels travaillaient des éditeurs (un groupe de presses universitaires travaille par exemple sur les œuvres complètes d'Alexander von Humboldt, et un autre éditeur universitaire a réalisé un roman graphique sur l'histoire de la contrebande, qui a remporté un très grand succès). Étant donné la taille relativement restreinte du marché, toutefois, nous conseillerions aux éditeurs universitaires canadiens d'offrir une licence à un grand éditeur du Mexique ou d'Espagne, qui pourrait vendre le livre en Colombie, et suivre les conseils présentés ci-dessus pour encourager celui-ci à rendre le livre disponible en Colombie, à moins qu'il ne s'agisse d'un ouvrage en relation avec la Colombie ou l'Amérique du Sud.

## Sommaire des rencontres

Au cours de la semaine, nous avons rencontré individuellement ou en groupe plus de 25 éditeurs, indépendants ou multinationaux, aux catalogues restreints ou importants, distributeurs, bibliothèques et libraires.

Éditeur : **Babel Libros**

Nom du contact : Maria Osorio, éditrice, [editorial@babellibros.com.co](mailto:editorial@babellibros.com.co)

Site Web : [www.babellibros.com.co](http://www.babellibros.com.co)

Éditeur, distributeur, bibliothèque et librairie

Organisation : **Cámara Colombiana del Libro/FILBO**

Nom du contact : Sandra Pulido Urrea, gestionnaire des foires,

[spulido@camllibro.com.co](mailto:spulido@camllibro.com.co)

Site Web : [www.camlibro.com.co](http://www.camlibro.com.co)

Site Web : [www.feriadellibro.com](http://www.feriadellibro.com)

Éditeur : **Ediciones B, Grupo Zeta**

Nom du contact : Gloria V. Martinez, directrice commerciale,

[gmartinez@edicionesb.com.co](mailto:gmartinez@edicionesb.com.co)

Helena Gómez, éditrice, [hgomez@edicionesb.com.co](mailto:hgomez@edicionesb.com.co)

Site Web : [www.edicionesb.com.co/](http://www.edicionesb.com.co/)

Tirage moyen : tirage habituel autour de 2 000 exemplaires

Leur devise est « *Bonito, bueno, barato* » – beau, bon pas cher.

Ils publient des livres pour les enfants, les jeunes adultes et les adultes, mais de plus en plus de livres jeunesse et jeunes adultes.

Leur siège social est situé en Espagne et ils publient pour l'Amérique centrale, l'Amérique du Sud et l'Espagne, avec une production locale dans ces pays. Ils mettent l'accent sur les auteurs colombiens. Ils achètent aussi des droits. La plupart des licences viennent d'Espagne. Un membre de l'équipe de la société mère se rend à Bologne et ils participent aussi à la Foire du livre de Guadalajara. Ils utilisent un dépisteur en Espagne, mais pas à New York. Ils n'utilisent pas de sous-agents.

Ils publient 100 nouveaux titres par année, dont 50 % proviennent d'Espagne. Moitié livres pour adultes, moitié jeunesse et jeunes adultes. Deux éditeurs lisent les livres provenant d'Espagne pour voir s'ils les publieront en Colombie. Les ouvrages en couleur sont imprimés avec la société mère, ce qui est plus économique et leur permet de faire un plus grand tirage. Ils peuvent réimprimer rapidement au besoin, selon le titre. Ils combinent souvent les tirages, en particulier pour les albums illustrés. Leur format standard est le livre à couverture souple; certains albums illustrés pour enfants sont reliés, avec couverture rigide.



Le genre « Nouvel adulte » est celui sur lequel ils travaillent pour les 18-24 ans. La dystopie fonctionne bien.

Exemple d'un succès récent : Hush, Hush, que l'Espagne a acheté des États-Unis. Ils ont accueilli l'auteure à la Foire du livre de Bogotá et remporté un grand succès. À ce jour, 20-22 000 exemplaires du livre ont été vendus. Des ventes de 17 000 exemplaires ne sont pas rares pour des titres de collections. Les livres de non-fiction présentent surtout des contenus locaux, mais il y a aussi des ouvrages de développement personnel et de gestion. Les romans pour adultes sont littéraires ou commerciaux. Le catalogue pour adultes couvre toutes les catégories. La niña alemana se vend très bien.

Ils publient également des ouvrages de santé/médecine, affaires et politique.

Éditeur : **Ediciones SM**

Nom du contact : Maria Jimenez, [maria.a.jimenez@grupo-sm.com](mailto:maria.a.jimenez@grupo-sm.com)

Site Web : [www.grupo-sm.com](http://www.grupo-sm.com)

SM a été créée à Madrid pour publier et soutenir les enseignements de leur ordre religieux (Société de Marie) et s'est développée au cours du dernier siècle dans de nombreux pays d'Amérique du Sud et du Mexique. Leur bureau en Colombie est ouvert depuis une dizaine d'années.

Ils publient des livres de tous les genres, mais se concentrent sur l'éducation et la promotion de la lecture. Leurs livres s'adressent aux cinq ans et plus, combinant littérature et culture.

SM a commencé sous la forme d'une importante fondation visant à améliorer la qualité de l'éducation dans les pays où ils œuvraient.

Ils ont créé des prix pour la littérature pour enfants et jeunes en 1978 et ont joué un rôle de premier plan dans la promotion de l'éducation pour tous. En Colombie, il s'agit du prix de littérature jeunesse El Barco de Vapor – Biblioteca Luis Arango, qui vient avec une bourse de 10 000 \$ et qui en est à sa dixième année.

Éditeur : Entela

Nom du contact : María Teresa De La Vega G, directrice générale,  
[entela.libros@gmail.com](mailto:entela.libros@gmail.com)

Site Web : [www.entela.com.co](http://www.entela.com.co)

Tirage moyen : 1 000-5 000

La maison a été créée en 2007 et publiait des livres en tissu pour bébés et enfants jusqu'à 5-6 ans. Prix moyens : 32 \$ CA pour un grand livre, 16 \$ CA pour un petit livre. Tres Gatos avec marionnettes : 32 \$ CA.

Leur catalogue est disponible sur CD. Ils souhaitent rencontrer des éditeurs canadiens pour exporter sur notre marché. Ils ont 42 titres en espagnol. Très belle production, avec de magnifiques couleurs, une qualité et une finition excellentes. Ils ont obtenu une certification de qualité européenne, et attendent celle du Canada. Ils ont une rencontre prévue avec les douanes canadiennes au sujet de la certification et se sentent prêts à pénétrer le marché nord-américain.

Éditeur : **Fondo de Cultura Económica**

Nom du contact : Alvaro Velarca Hernández, [avelarca@fce.com.co](mailto:avelarca@fce.com.co)

Site Web : [www.fce.com.co](http://www.fce.com.co)

Tirage moyen : 1 000-1 500 exemplaires en Colombia; tous pays : 10 000 exemplaires

Martín Infante est un ancien collègue de la consultante Piedad Saenz. Nous avons donc reçu un accueil chaleureux et fait une visite complète du centre culturel Gabriel García Márquez, qui comprend une grande librairie, deux théâtres, un espace d'exposition pour artistes et autres, ainsi que les bureaux de la maison d'édition. Le FCE achète et vend des droits. Les livres jeunesse composent une part importante de leur catalogue, mais ils publient de tout. Les titres pour les jeunes sont habituellement faits en collaboration avec le Fondo de la Cultura, du Mexique, mais ils produisent aussi des livres cartonnés qui sont imprimés en Colombie.

Organisation : **Fundalectura** (à but non lucratif)

Nom du contact : Carolina Rey, directrice générale, [diana.rey@fundalectura.org.co](mailto:diana.rey@fundalectura.org.co)

Alberto Sanabria, directeur adjoint juridique et financier

Site Web : [www.fundalectura.org.co](http://www.fundalectura.org.co)

Tirage moyen : jeunesse, 3 000; jeunes adultes, 1 500.

Le conseil d'administration de Fundalectura compte des membres de la Chambre du livre, ainsi que des imprimeurs qui ont créé le groupe il y a 25 ans pour faire la promotion de la lecture. Ils doivent constamment frapper aux portes pour trouver de nouvelles sources de financement.

Les éditeurs ne sont pas membres de Fundalectura, mais ils collaborent avec la Chambre du livre pour organiser la promotion de la lecture, travaillant avec les gouvernements national et locaux pour distribuer des livres dans les bibliothèques scolaires. Ils choisissent et produisent des livres avec le ministère de la Culture pour décider des livres qui iront dans les écoles. Le comité de sélection comprend des écrivains ainsi que des promoteurs de la lecture, selon le thème des livres. Ils ont montré les répercussions sociales et économiques d'un investissement dans l'industrie du livre, chaque peso investi rapportant 4,5 pesos.

Des 3 000 livres qui leur sont proposés, 10 % sont choisis. Et de ces 300 livres, ils en achètent 90, qui finissent par être publiés. Vingt-cinq bibliothécaires examinent la liste finale de 300 titres et décident lesquels seront finalement choisis. Les bibliothécaires ont donc le dernier mot.

Fundalectura produit aussi des livres spécialisés visant à préserver les langues autochtones, avec des chansons, de la musique, des contes oraux, etc., sur des CD pour en faciliter la transmission. Cette collection est impressionnante.

Les Paraderos Paralibros Paraparques, ou PPP, sont de petites bibliothèques permanentes à Bogotá, qui contiennent chacune seulement 300 livres. Ils rêvent d'atteindre le nombre de 100 petites bibliothèques PPP, une dans chaque parc de la ville. À ce jour, ils en ont 60 et en ajouteront bientôt 10. Chaque bibliothèque PPP comprend une collection différente de livres pour adultes et pour enfants, qui change deux fois par année. Les résidents sont impliqués, et plusieurs activités culturelles sont organisées. Les gens lisent des histoires aux enfants.

Bogotá, une ville de 9 millions d'habitants, ne compte que 19 bibliothèques publiques. Une autre bibliothèque publique sera ajoutée dans un quartier de banlieue. Les enfants aiment bien avoir leur propre carte, car ils peuvent emprunter des livres correspondant à leurs intérêts. Les gens se montrent très responsables à l'égard des livres. Les aînés aussi aiment beaucoup les bibliothèques. Le gouvernement municipal a contribué au financement. Le matériel promotionnel et la formation des professionnels sont assurés par Fundalectura.

Ils ont six bibliothèques au sein du système de transport en commun, Transmillenia, avec une collection de 600 livres. Comme c'est le cas au Canada, les bibliothèques publiques sont indépendantes de la Bibliothèque nationale.

Ils assurent une présence à la Foire du livre de Bogotá et dressent une liste des meilleurs livres pour promouvoir la lecture, avec des publications pour les parents.

Ils comptent 50 employés à Bogotá, avec certains partenariats dans des villes comme Medellín et Cali.

Carolina a parlé de petites bibliothèques faciles à transporter qui se développent, particulièrement des livres sur la façon de gérer le processus de paix. La bibliothèque nationale est très impliquée dans ce programme, « Livres sans frontières ».

Tous les deux ans, dans le cadre de la Foire du livre de Bogotá, Fundalectura collabore à l'organisation d'un congrès international destiné aux enseignants, bibliothécaires et promoteurs de la lecture. La Chambre du livre invite les Américains à y participer.

Éditeur : **Grupo Planeta Colombiana**

Nom du contact : Andrea Loeber, éditeur jeunesse et jeunes adultes,

[aloeber@planeta.com.co](mailto:aloeber@planeta.com.co);

Andrés Grillo, éditeur de livres de non-fiction, [agrillo@planeta.com.co](mailto:agrillo@planeta.com.co)

Luis Fernando Paez Chaustre, éditeur de livres universitaires et d'affaires,

[lpaez@planeta.com.co](mailto:lpaez@planeta.com.co)

Site Web : [www.editorialplaneta.com.co](http://www.editorialplaneta.com.co)

Tirage moyen : de 1 500-3 000 à plus de 20 000

Planeta est l'un des plus grands éditeurs espagnols d'Amérique latine et d'Espagne, et le plus important en Colombie. Son siège social est situé à Barcelone. L'entreprise a également des bureaux en Argentine, au Brésil, au Chili et au Mexique. Ce dernier bureau s'occupe des États-Unis et d'Amérique centrale.

Ils ont de 90 à 100 marques, sur tous les sujets : littérature, jeunesse, santé, affaires, leadership. Ils possèdent une liste bien garnie de livres de non-fiction, mais sont plutôt commerciaux et ouverts au marché. Planeta publie également pour les écoles. L'an dernier, ils ont commencé à publier pour les universités, principalement dans les domaines des affaires et du leadership.

Ils viennent de lancer une collection de classiques (Cendrillon, Peter Pan, etc.) illustrés par des Colombiens. Ils ont obtenu des licences de Disney et de Mattel. Parmi leurs marques, mentionnons Diana, Destino pour la littérature et jeunes adultes, et de plus en plus de youtubeurs. Un youtubeur local a obtenu des ventes de 8-10 000 exemplaires.

Ils publient peu d'albums illustrés, qui sont coûteux à imprimer. Les Colombiens ne lisent pas beaucoup. Planeta travaille à promouvoir la lecture. La devise fluctue beaucoup et perd de sa valeur, et tout est en dollars US; cela rend les choses très difficiles et affecte l'ensemble du pays.

Ils essaient de ne pas acheter, en raison du taux de change. Ils impriment donc en Colombie et expédient les livres au Pérou, en Équateur et au Venezuela (pour la région des Andes). Les essais et les études scientifiques peuvent venir d'Espagne. Ils tentent aussi de lancer tous leurs livres en format numérique.

Les ventes de droits peuvent être faites directement, chacune des marques étant indépendante. Il y a une exception dans le cas des « grands » auteurs (p. ex. Dan Brown), pour lesquels l'organisation se fait par l'Espagne. Ils n'ont pas l'obligation de publier, mais ils auront des discussions avec les bureaux des autres pays. Ils ne travaillent pas du tout avec des sous-agents, à l'exception d'une personne au Mexique qui vend leurs livres.

Ils participent aux foires de Bologne, Guadalajara, Francfort, Londres et parfois New York.

Leur principal marché est les librairies. Formats couverture souple : 15 cm x 23 cm. Plusieurs parutions aux mois de mars et d'avril, avec environ 40 livres.

Éditeur : **Loqueleo, Santillana**

Nom du contact : Ana Maria González Sanz, éditrice, [amgonzalez@santillana.com](mailto:amgonzalez@santillana.com)

Site Web : [www.loqueleo.santillana.com](http://www.loqueleo.santillana.com)

Tirage moyen : 1 000 exemplaires couverture souple (couverture rigide : albums illustrés seulement)

Il s'agit d'un grand groupe espagnol propriété de Presa, un groupe de communications avec des filiales partout en Amérique latine, aux États-Unis et en Espagne. Autrefois Alfaguerra, mais cette marque a été vendue à Random House. Ils ont conservé leurs droits et leurs auteurs, et s'appellent désormais Loqueleo, avec un catalogue de quelques centaines de livres.

Ils travaillent avec d'autres bureaux de Santillana, avec des parutions qui pourraient être acceptées par l'ensemble de la maison. Ils ont fait l'acquisition de Norma en 2016. (Cette maison fonctionne différemment. Dix titres pourraient être rendus disponibles dans le monde, mais chaque maison décide des livres qu'elle-même veut publier.)

En Colombie, ils publient des collections pour divers publics, des bébés aux jeunes adultes, pour les 3 à 16 ans. Les collections d'albums illustrés sont produites avec couverture rigide. L'éditrice est Yolanda Rey, auteure et libraire, qui parle de la littérature pour enfants. Ils publient uniquement des ouvrages de fiction. Les écoles constituent leur principal marché, pour les livres jeunesse qui se vendent en librairie. Ils produisent 20 livres par année, qui paraissent habituellement à la mi-février et à la mi-août, avec quelques exceptions, notamment en avril lorsqu'ils publient quelques titres pour la Foire du livre de Bogotá.

Régions habituellement demandées pour l'achat de droits : Amérique latine et Espagne, avec certaines exceptions.

Ils travaillent beaucoup avec des auteurs locaux, parce que les enseignants le leur demandent. Ils proposent des plans de lecture pour les enseignants et offrent des activités artistiques à réaliser en lien avec les livres.

La Foire du livre de Bogotá est importante pour eux. La Colombie n'a pas de tradition de publicité ou de critiques de livres. Les écoles demandent des livres d'auteurs locaux; la production locale est donc très importante. Les sujets locaux sont essentiels.

Éditeur : **Norma**

Nom du contact : Fanuel Hana Diaz, [fdiaz@edicionesnorma.com](mailto:fdiaz@edicionesnorma.com)

Site Web : [www.edicionesnorma.com](http://www.edicionesnorma.com)

Tirage moyen : 3 000 pour les formats à couverture souple

Il arrive qu'un best-seller se vende à 50 000 exemplaires. Ils ont également des livres qui sont vendus sur le long terme. Les ventes des nouveautés varient. Ils vendent aux écoles, font des conférences vidéo et envoient leurs auteurs en tournée. Leur principal marché est le marché des écoles.

Ils ignorent au départ le succès qu'un livre connaîtra, alors ils commencent avec des avances modestes, de 1 500 à 2 000 \$. Leurs prix de détail sont plus bas. Ils atteignent 15 pays en Amérique latine. Ils se disent l'éditeur le plus grand, le plus ancien et le mieux connu. La maison d'édition appartient désormais au groupe Santillana, mais sa gestion est indépendante. Ils publient des titres avec des maisons d'autres groupes dans d'autres pays, là où cela se prête bien à différents marchés.

Ils ne publient pas d'albums illustrés, car ceux-ci ne semblent pas connaître de succès. Leurs livres sont des récits. Ils ne publient pas d'ouvrages de non-fiction. Ils ont des livres illustrés pour bébés, avec une collection « Bonne nuit » (Buenas noches), et des livres pour différents groupes d'âge, avec différents niveaux de lecture, notamment des livres pour jeunes adultes sur des sujets difficiles, comme le suicide.

Ils ont aussi des bureaux au Mexique, en Argentine, au Pérou, au Chili, en Amérique centrale, et maintenant en espagnol aux États-Unis et en Espagne. Ils publient certains des auteurs les plus importants, comme Ana María Machado, entre autres.

Ils publient un magazine bien connu, Barataria, le nom d'une île, qui présente une monographie sur un sujet particulier. Ils se concentrent principalement sur la littérature latino-américaine pour enfants. Le magazine est offert gratuitement aux enseignants. Ils ont également une brochure qui fait la promotion de la lecture (ABC), afin de contribuer à faire progresser la lecture.

Le thème du IBBY Congreso à Mexico en 2014 était l'« inclusion ». Ils ont maintenant un concours et produisent une brochure, The ABC of Reading, pour informer et améliorer la lecture dans tous les pays où ils publient, afin de s'assurer que leurs auteurs connaîtront de bonnes ventes cette année-là.

Ils décernent le prix Norma, le prix pour auteurs le plus ancien et le mieux connu, ouvert à tous les auteurs latino-américains, qui offre une bourse de 15 000 \$ US et la promesse de devenir un auteur Norma.

Auteure en vedette : **Ana María Machado**

Éditeur : Orbis Traducciones

Nom du contact : Jeannette Insignares M., directrice commerciale,  
[contacto@orbistraducciones.com](mailto:contacto@orbistraducciones.com); Elizabeth Insignares M., directrice administrative et financière

Site Web : [www.orbistraducciones.com](http://www.orbistraducciones.com)

Ils ont commencé comme maison de traduction, formée par un groupe de traducteurs de Colombie qui collaboraient avec des éditeurs. Depuis 2013, ils ont commencé à travailler directement sur des traductions littéraires pour publier leurs propres livres. Ils ont publié deux œuvres de fiction d'auteurs colombiens. *Gente que camina* (Des gens en marche), de Mariela Zuluaga, roman sur un peuple nomade, a été réalisé à partir de la tradition orale de langue nukak. Ce livre raconte l'histoire d'un garçon autochtone qui doit retourner dans sa jungle. À la Foire du livre de Bogotá, l'ouvrage a plu même aux jeunes.

Les livres qu'ils produisent sont beaux, avec une allure naturelle. Les ficelles du signet sont fabriquées à partir de matériaux utilisés pour faire des paniers, des hamacs et autres articles artisanaux. Leur marché est principalement constitué de musées et de boutiques d'art, mais aussi du grand public, pour leur premier roman. Leurs livres sont vendus comme cadeaux d'entreprises. Ils collaborent également avec Fundalectura et la Bibliothèque nationale.

*Y la jaula se ha vuelto pájaro...*, d'Alberto Bejarano, est un recueil de courts récits pour adultes de différents auteurs non autochtones, vendu à 3 500 COP (17 \$ CA). Ils peuvent vendre directement à certaines librairies pour éviter la remise.

Ils avaient aussi une jolie brochure présentant *Gente que camina*, avec des commentaires de diverses personnes. Une traduction française et anglaise, en format PDF, est disponible si certains se montrent intéressés. Ils offrent également des services de traduction.

Éditeur : **Random House Grupo**

Nom du contact : Laura Gómez Gómez, éditrice, service éditorial,

[laura.gomez@penguinrandomhouse.com](mailto:laura.gomez@penguinrandomhouse.com)

Natalia García Calvo, éditrice (jeunesse), [Natalia.garcia@penguinrandomhouse.com](mailto:Natalia.garcia@penguinrandomhouse.com)

Site Web : [www.megustaleer.com.co](http://www.megustaleer.com.co)

Tirage moyen : 1 000 exemplaires

Ils publient seulement des livres à couverture souple. Ils se concentrent sur les thèmes de la santé, la maternité, la psychologie et le développement personnel. Les youtubeurs ont un impact important. Ils souhaitent embaucher comme auteurs des non-écrivains qui ont un profil sur YouTube, Instagram, etc. Ils voient venir la concurrence provenant du monde numérique, des blogueurs, etc. Parce qu'ils doivent embaucher des rédacteurs anonymes pour réaliser les livres, ceux-ci sont plus difficiles à produire.

Ils mettent l'accent sur des livres moins coûteux, qu'ils commercialisent dans des marchés comme les supermarchés, à environ 9 \$ US. Les lecteurs veulent acheter des livres dont ils connaissent l'auteur. Leur stratégie consiste à publier des livres et à compter sur la présence de l'auteur pour mousser les ventes et assurer la promotion.

Les livres numériques sont lancés en même temps que les livres imprimés.



Ils travaillent avec des auteurs locaux et étrangers. Germán Garmendia a 25 millions d'abonnés. Il est venu à la Foire du livre de Bogotá et a dédié 3 000 livres. Son livre s'est maintenant vendu à plus de 30 000 exemplaires.

L'Espagne prend l'initiative. Ils peuvent publier n'importe quel titre. Autrefois, le bureau au Mexique s'occupait de la gestion des droits pour les autres pays.

Leur catalogue jeunesse est en croissance. Les titres proviennent surtout d'Espagne. LUMEN est leur marque pour les albums illustrés. Leur format standard est un livre à couverture rigide. Les ventes sont difficiles, mais ils espèrent que la tendance va changer. Ils essaient pour la première fois les livres cartonnés.

Ils ont une solide liste de livres pour jeunes adultes, avec une bonne valeur de production. 244 pp vs 500 pp. Le prix est de 3 500 COP/15 \$ CA. Leur catalogue contient trois pages de Caillou, achetés de Chouette. Ils achètent peu de livres, les coûts de traductions étant prohibitifs (traduire un livre de 500 pages coûte 5 millions de COP, soit 2 150 \$ CA). Ils publient de 14 à 18 nouveaux titres colombiens par année et se développent pour atteindre 80 titres.

Éditeur : **Rey Naranjo**

Nom du contact : Carolina Rey, [Carolina@reynaranjo.net](mailto:Carolina@reynaranjo.net)

Site Web : [www.reynaranjo.net](http://www.reynaranjo.net)

Tirage moyen : 1 000 exemplaires, mais parfois beaucoup plus, jusqu'à 20 000

Il s'agit d'une petite maison, mais avec des liens au Mexique, en Argentine, au Chili et au Pérou. La compagnie a sept ans et publie dix livres par année sur des sujets politiques, des thèmes universels, l'égalité en Colombie, des romans graphiques, des livres pour enfants et adultes. Ils développent un public pour les bandes dessinées pour enfants. Ils travaillent à publier des adaptations en BD de livres déjà publiés.

Rey Naranjo a reçu des prix de l'IBBY et a fait partie de la sélection pour le White Raven. En 2014, ils ont remporté le prix Nouveaux horizons à Bologne.

Carolina est photographe, son mari est graphiste. Ils tiennent un studio de graphisme où ils font des contrats pour d'autres éditeurs, et exploitent aussi une librairie, Sinta y Sensa.

Ils ont publié Gabo, une grande biographie de Gabriel García Márquez, à couverture rigide, pour adultes. Un autre livre présente une série de gens de Colombie. Ils ont également des livres numériques, pour vendre au-delà des frontières.

La maison a vendu des droits à 15 pays, à l'exception de l'anglais. Ils participent aux foires de Francfort et de Bologne, où ils exposent au stand de la Colombie, ainsi qu'au



FIL. Quand ils achètent les droits, ils souhaitent également obtenir le marché espagnol. Ils ont une importante ligne de livres de récits et de livres illustrés pour jeunes et adultes.

Éditeur/distributeur : **Siglo del Hombre Editores**

Nom du contact : Erica Alvarez Ochoa, directeur général, [ealvarez@siglodelhombre.com](mailto:ealvarez@siglodelhombre.com)

Site Web : [libreriasiglo.com](http://libreriasiglo.com)

Ils sont présents à la FIL depuis 17 ans.

Ils distribuent une petite liste de livres jeunesse du Chili et du Mexique. Certains livres sont des éditions bilingues (portugais-espagnol), mais la plupart sont en espagnol. Ils publient plus de 200 titres, notamment des livres pour adultes, livres jeunesse et des livres universitaires. Ils ont invité des universités à créer une collection. Ils essaient de développer leur propre collection de littérature et examinent les livres bilingues.

Ils distribuent partout en Amérique latine directement aux clients et à certains libraires au Japon, en Corée, dans certains pays européens, aux États-Unis en espagnol, ainsi qu'à Vancouver. Ils sont reconnus comme le meilleur distributeur d'Amérique latine.

### *Autres contacts – livres non-fiction grand public*

#### **Luna Libros**

Sciences humaines et essais (en particulier histoire et philosophie)

Catalina González Restrepo : [catalinagonzalez@lunalibros.com](mailto:catalinagonzalez@lunalibros.com)

#### **Panamericana Editorial**

Domaine des affaires et non-fiction grand public

Luisa Noguera, éditrice : [Luisa.noguera@panamericana.com.co](mailto:Luisa.noguera@panamericana.com.co)

### *Autres contacts – presses universitaires*

#### **Editorial Universidad del Rosario**

– [www.editorial.urosario.edu.co](http://www.editorial.urosario.edu.co)

– [editorial@urosario.edu.co](mailto:editorial@urosario.edu.co)

– Publient un magazine intitulé Tendencia Editorial UR, au sujet de l'édition universitaire; les numéros sont créés spécialement pour la Foire du livre de Bogotá et d'autres foires régionales, afin de souligner ce qui se passe dans le monde des presses universitaires et certains sujets qui les concernent plus particulièrement (<http://repository.urosario.edu.co/handle/10336/12365>).

– Juan Felipe Córdoba Restrepo, directeur : [juan.cordoba@urosario.edu.co](mailto:juan.cordoba@urosario.edu.co)

#### **Universidad de los Andes**

– <https://edicionesuniandes.uniandes.edu.co/>

– Julio Paredes Castro, éditeur général : [j.paredes189@uniandes.edu.co](mailto:j.paredes189@uniandes.edu.co)

– Adriana Delgado, coordonnateur éditorial : [ab.delgado@uniandes.edu.co](mailto:ab.delgado@uniandes.edu.co)

### **Editorial Pontificia Universidad Javeriana**

- [www.javeriana.edu.co/editorial](http://www.javeriana.edu.co/editorial)
- Nicolás Morales Thomas, directeur : [Nicolas.morales@javeriana.edu.co](mailto:Nicolas.morales@javeriana.edu.co)
- Rafael Alejandro Nieto Roca, coordonnateur, marketing et promotion : [nieto.r@javeriana.edu.co](mailto:nieto.r@javeriana.edu.co)

### **Editorial CESA (Colegio de Estudios Superiores de Administración)**

- [www.editorialcesa.com](http://www.editorialcesa.com)
- [Editorialcesa@cesa.edu.co](mailto:Editorialcesa@cesa.edu.co)
- Felipe Reyes, coordonnateur éditorial : [felipe.reyes@cesa.edu.co](mailto:felipe.reyes@cesa.edu.co)

### **Fondo Editorial EAFIT**

- [www.eafit.edu.co/cultura-eafit/fondo-editorial/Paginas/inicio.aspx](http://www.eafit.edu.co/cultura-eafit/fondo-editorial/Paginas/inicio.aspx)
- [fonedit@eafit.edu.co](mailto:fonedit@eafit.edu.co)
- Claudia Ivonne Giraldo G., rédactrice en chef
- Rubén Darío Vasco Mejía, libraire

### **Universidad Externado de Colombia**

- [Publicaciones.uexternado.edu.co](http://Publicaciones.uexternado.edu.co)
- Jorge Sánchez, directeur des publications : [publicacionesuexternado.edu.co](http://publicacionesuexternado.edu.co)

### **Editorial Universidad Nacional de Colombia**

- [www.editorial.unal.edu.co](http://www.editorial.unal.edu.co)
- [Edicioneditorial\\_nal@unal.edu.co](mailto:Edicioneditorial_nal@unal.edu.co)
- Alfonso Espinosa Parada, directeur : [direditorial@unal.edu.co](mailto:direditorial@unal.edu.co)

### **Editorial Universidad del Norte**

- [www.uninorte.edu.co/web/publicaciones-uninorte](http://www.uninorte.edu.co/web/publicaciones-uninorte)
- Sandra Álvarez Marín, directeur éditorial : [sanalvar@uninorte.edu.co](mailto:sanalvar@uninorte.edu.co)

### **Universidad Piloto de Colombia**

- [www.unipiloto.edu.co/publicaciones](http://www.unipiloto.edu.co/publicaciones)
- [publicaciones@unipiloto.edu.co](mailto:publicaciones@unipiloto.edu.co)
- Rodrigo Lobo-Guerrero, directeur des publications : [Rodrigo-loboguerrero@unipiloto.edu.co](mailto:Rodrigo-loboguerrero@unipiloto.edu.co)
- Diego Ramírez, coordonnateur des publications : [diego-ramierz@unipiloto.edu.co](mailto:diego-ramierz@unipiloto.edu.co)

### **Ediciones Universidad Santo Tomás**

- [Ediciones.usta.edu.co](http://Ediciones.usta.edu.co)
- [editorial@usantotomas.edu.co](mailto:editorial@usantotomas.edu.co)
- Matilde Salazar Ospina, directrice du service des éditions : [dir.editorial@usantotomas.edu.co](mailto:dir.editorial@usantotomas.edu.co)





LIVRES CANADA BOOKS®

1, rue Nicholas, bureau 504 • Ottawa (Ontario) K1N 7B7 • CANADA  
Tél. +1 613 562-2324 • Téléc. +1 613 562-2329  
info@livrescanadabooks.com • www.livrescanadabooks.com