

Sabine Wespieser relève les défis d'une petite maison d'édition

ÉDITION

L'éditrice indépendante mise sur le Grand prix du roman de l'Académie française avec « Passagers de nuit ».

Nicolas Richaoui

C'est une consécration pour l'éditrice Sabine Wespieser et sa maison d'édition du même nom. Fin octobre, le livre « Passagers de nuit » – une fresque retraçant les parcours croisés et les luttes de deux femmes battantes en Haïti et à la Nouvelle-Orléans au XIX^e siècle pour leurs droits et contre l'esclavage –, de

l'autreure haïtienne Yanick Lahens, a été couronné par le Grand prix du roman de l'Académie française.

« C'est un lieu hautement symbolique où l'on fait le dictionnaire, et ce prix récompense une voix qui écrit en français et porte au-delà de l'Hexagone », souligne Sabine Wespieser.

C'est aussi un prix important sur un plan économique. Nous publions 10 livres par an dans le champ de la littérature uniquement et j'étais inquiète avant ce prix car la pérennité de notre modèle économique n'allait pas nous permettre d'être à l'équilibre cette année. »

Comptant trois salariés, la maison d'édition indépendante doit atteindre, bon an, mal an, 700.000 euros de revenus pour être dans le vert. Grâce à l'effet démulti-

plificateur sur les ventes du Grand prix du roman de l'Académie française, la structure vise le cap des 50.000 exemplaires pour « Passagers de nuit », réimprimé plusieurs fois depuis sa parution fin août, après un tirage initial à 8.000 unités.

Cession des droits à l'étranger

Présent aussi dans la deuxième sélection (soit les huit derniers livres encore en lice) du prestigieux prix Goncourt, l'ouvrage a été remarqué à l'étranger et ses droits ont déjà été achetés aux États-Unis, en Allemagne, en Espagne ainsi qu'au Brésil. Les droits audio ont été cédés à Audiolib, filiale d'Albin Michel et de Hachette. Pour le poche, les éditions Points, fidèles à l'œuvre de Yanick

Lahens, avaient acquis les droits de

« Passagers de nuit » avant parution. « Nous faisons feu de tout bois pour faire vivre notre catalogue, les différentes cessions sont donc très importantes à la fois sur un plan économique et pour le rayonnement de l'œuvre. C'est une obligation quand vous menez une politique d'auteurs de long terme », fait valoir Sabine Wespieser, qui édite avec « Passagers de nuit » son huitième livre de Yanick Lahens, déjà récompensé par le prix Femina en 2014 pour « Bain de lune ».

Entrée chez Actes Sud en 1987 comme assistante avant de devenir une éditrice chevronnée, Sabine Wespieser a fondé sa maison en septembre 2001, juste après un bref passage chez Librio (collection

de poche de Flammarion). Dès l'année suivante, elle se fait un nom à Saint-Germain-des-Près avec « La Vie de Mardochée de Löwenfels, écrite par lui-même », écrit par celle qui était alors une primo-romancière, Diane Meur, dont tous les livres suivants ont aussi été édités chez Sabine Wespieser.

Depuis, de nombreux faits d'armes littéraires ont émaillé la carrière de l'éditrice qui a frôlé le Goncourt 2007 avec « Le Canapé rouge » d'une autre de ses auteures phares, Michèle Lesbre (15 ouvrages édités chez Sabine Wespieser), a remporté un prix Femina spécial en 2019 pour l'ensemble de l'œuvre d'Edna O'Brien (« Crépuscule irlandais », « Girls ») et a signé sa meilleure vente historique (plus

de 300.000 unités, tous titres confondus) avec « Territoires oubliés », de l'autreure vietnamienne Duong Thu Huong.

« Nous réunissons près de 8 de notre chiffre d'affaires grâce à nos libraires », confie l'éditrice, qui s'adonne toujours 100 % de sa rédaction aux côtés de son sociologue Jacques Leen et n'entend en rien changer de modèle. « En vingt-quatre ans, j'ai dû réinjecter par deux fois l'argent pour tenir. Mais je garde ce cap de l'indépendance, rendant possible la pérennité. Ce qui me permet, à condition de ne pas se laisser aller, de publier des auteurs tantôt mais parfois non rentables malgré de longues années de et de nombreux livres. » ■

Kodak : un retour en force porté par les influenceurs

PHOTO

La marque dispose d'un vaste catalogue rappelant son passé.

Évoluant entre les smartphones et les reflex, elle creuse son sillon sur le segment de la nostalgie.

Thomas Pontiroli

Son cas est enseigné dans toutes les écoles de commerce comme l'exemple de l'entreprise qui a raté le virage du numérique. Si Kodak n'est plus le champion de la photo qu'il a été, ses boîtiers se multiplient pourtant, avec près de 150 références.

Le dernier exemple est le Charmera, un appareil numérique miniature en forme de porte-clé, qui pourrait se retrouver sous de nombreux sapins de Noël. Inspiré du design iconique Kodak Flame des années 1980, décliné en plusieurs couleurs et vendu 34,99 euros, il a été lancé à l'automne et s'est retrouvé en rupture de stock. Plus proche de l'objet lifestyle que de l'appareil traditionnel, il vise un public nostalgique.

L'effet « Stranger Things »

« La demande a été vraiment forte dès le lancement. En Asie, on a vu des queues devant les magasins », se félicite Julien Lelange, le directeur marketing de GT Company, un licencié de la marque Kodak en Europe (comme le hong-kongais Recto). La société française gère l'import-

export de produits photo sous licence et participe au développement de certains modèles.

Kodak n'est pas seul sur le créneau vintage. Les appareils instantanés, portés par Fujifilm et sa gamme Instax, ont montré qu'un marché pouvait exister hors du smartphone. Fujifilm revendique plus de 100 millions d'appareils instantanés vendus et continue d'en écouler plusieurs millions d'unités par an, tandis que Polaroid s'est repositionné sur le premium.

Dans le sillage de la série Netflix « Stranger Things », les produits des années 1980 (BMW, talc, walkie-talkie, bonnes d'arcade) sont revenus à la mode. Mais le phénomène connaît aussi ses limites. « L'appareil s'achète une fois, mais le coût de revient de la pellicule et du développement limite le changement

d'échelle », souligne Julien Lelange. Comptez en effet quelque 25 euros pour développer la pellicule, 25 pour racheter une, etc.

Retour dans les années 2000

Chez GT Company, l'argentique (jetables, appareils réutilisables et pellicules) représente près de 30 % des volumes. L'entreprise fait aussi revivre des appareils AgfaPhoto, y compris des modèles pour enfants. En fait, le jetable n'a jamais disparu, car il connaît une nouvelle jeunesse dans les mariages et les événements. « Il a retrouvé une visibilité auprès d'une génération qui n'a connu que le mobile, attirée par l'aspect du rendu et le cachet des images », note la société. La nostalgie associée à Kodak n'est pourtant plus forcément celle que l'on croit. En 2024, une vidéo (non sponsorisée) de Lena Situa-

tions crée la stupeur chez GT Company, l'influenceuse se mettant à recommander le Kodak FZ55, un appareil numérique noir à carte SD, loin des boîtiers jaunes connus de la marque. Pour l'influenceuse, cela lui rappelle les années 2000.

Rapidement, l'appareil devient le nouveau best-seller de la marque. Il voit ses volumes multipliés par cinq, au point de représenter 60 % du chiffre d'affaires photo de GT Company. Au Japon, il s'est hissé au rang d'appareil photo le plus vendu, profitant du retrait des grands acteurs de l'entrée de gamme. Dans cette histoire d'emballement sur les réseaux sociaux, Julien Lelange se dit spectateur et se demande quand il sera à nouveau aspiré par le haut par un influenceur.

Pour autant, Kodak ne bénéficie que peu de cette dynamique, qui

repose sur un modèle différé celui du Kodak d'hier. La n américaine ne fabrique plus tiers mais licence son nom partenaires asiatiques, change conception et de la product société GT Company, fond Grégory Taude, emploie plus de 80 salariés fin 2025, 25 millions de chiffre d'affaires croissances à deux chiffres par De son côté, Kodak pose une activité industrielle bien discrète. En 2024, le groupe a produit 1 milliard de dollars de affaires, tiré surtout par des d'impression, la chimie la pellicule argentique, et la produite en partie aux États-Unis. Fragilisé par une dette de 5 millions, le groupe évolue dans réalité bien moins colorées boîtiers. ■