

La diffusion et la distribution du livre en RD Congo

Introduction

John EKOLO Adiaka,
Assistant et Doctorant
à l'Université de
Kinshasa, Faculté
des Lettres et
Sciences Humaines,
Département des
Sciences et Techniques
Documentaires
ekolojeah@gmail.com

Parmi les fonctions de l'éditeur se trouvent la diffusion et la distribution du livre ⁽¹⁾. Cette tâche s'inscrit dans la sphère commerciale de l'édition du livre ⁽²⁾. Nous examinons ici le système de diffusion et de distribution du livre en RD Congo et donc de sa commercialisation. Notre réflexion résulte des recherches de l'information documentaire sur la "diffusion et la distribution du livre en Afrique et en RD Congo" et de nos entretiens avec les responsables des maisons d'Édition connues et répertoriées au département du dépôt légal de la Bibliothèque Nationale du Congo entre 2004 et 2008.

1. La perception congolaise des concepts "diffusion" et "distribution" du livre

Les lexiques et les dictionnaires que nous avons consultés établissent une différence sémantique entre la diffusion et la distribution. La diffusion est un service intégré (ou une filiale) dans les *maisons moyennes* qui, en fonction de leur chiffre d'affaires, peuvent supporter seules la charge financière d'une équipe de représentants défendant leur production à longueur d'année ⁽³⁾. Tandis que la distribution est l'organisation du stockage des livres-ceux du fonds et les nouveautés-et d'une organisation rigoureuse qui assume l'envoi des offices et assorts vers les points de vente ⁽⁴⁾. Tel n'est pas le cas quand on approche les lecteurs, les imprimeurs, les libraires, les bibliothécaires et les éditeurs congolais pour qui les deux concepts représentent la même réalité. Si les spécialistes du livre ne comprennent pas clairement ce que signifient

1 P. SCHUWER, *Traité pratique d'édition*, Ed. Cercle de la librairie, 3^e éd. revue, mise à jour, Paris, 2002, p 24.

2 L. BERTRAND, *Les métiers de l'Édition*, Ed. Cercle de la librairie, nouv. éd., Paris, 1999, p 353.

3 P. SCHUWER, *Op. cit.*, p 24.

4 Cfr. La gestion de la distribution in Robin (Christian), *Pratique de gestion éditoriale*, Paris, 2000. Et chapitres sur la commercialisation du livre in Rouet (François), *Le livre, mutations d'une industrie culturelle*, Paris, La Documentation française, 2000. Cité par Schuwer, *op. cit.*, p 27.

ces deux concepts, qu'en sera-t-il pour les simples utilisateurs dont la diffusion et la distribution ne sont que des idées générales sans contenu matériel spécifique ? Il est important que l'on puisse, dans le contexte congolais, cerner et assimiler les deux notions.

2. La pratique congolaise de la diffusion et de la distribution du livre

Pour les congolais responsables des institutions documentaires, la diffusion est l'un des *services des grandes maisons* d'édition qui prend en charge la promotion et la publicité de leurs produits. Par contre, dans de petites maisons d'édition, ce service n'existe pas et la publicité ou la promotion de leurs produits se limite à déposer quelques lots auprès des librairies et alimentations de la place, sans possibilité d'en assurer la promotion ⁽⁵⁾. Cependant, il existe un acteur très important dans la diffusion appelé **diffuseur**, qui est, en principe, une « société spécialisée dans la promotion des livres au service de l'éditeur. Il anime des représentants qui visitent les librairies » ⁽⁶⁾ et d'autres lieux de ventes. Cette fonction n'existe pas en RD Congo.

Il en est de même pour la distribution qui se limite à l'acte de distribuer. Par contre, dans les pays organisés, le terme "distributeur", s'agissant du métier du livre, renvoie à « une société spécialisée dans la fourniture aux librairies de leurs commandes de livres (stockage, expédition, facturation, gestion des comptes) » ⁽⁷⁾. Le distributeur est soumis à un exercice permanent d'amélioration de la qualité de son service et au rabais des coûts par ses clients, comme toute autre entreprise. Un tel service est inexistant chez nous.

Mais quel est le rôle de la distribution si le distributeur est absent ?

3. Les acteurs et clients du système de la diffusion congolaise.

Les acteurs de la diffusion se trouvent dans la chaîne comprise entre l'auteur et le lecteur. Pour Bertrand, ces acteurs sont au nombre de quatre : Les éditeurs, les réseaux de points de vente, la distribution, le lecteur.

3.1. Les éditeurs

Ils ont pour fonctions d'assurer le financement de la fabrication du livre, sa diffusion et sa distribution ou sa mise à la disposition des lecteurs potentiels, mais aussi d'attendre un résultat. Cette dernière fonction exige que les

5 E. TAMBWE, *La chaîne du livre en Afrique noire francophone. Qui est éditeur aujourd'hui ?*, coll. Recherche en bibliologie, Paris, L'Harmattan, 2006, p 75.

6 J. BERTHELOT, *Lexique de l'édition et des techniques éditoriales*, Hachette Technique, Paris, 1992, p 54.

7 J. BERTHELOT, *Op. cit.*, p 54.

éditeurs prennent particulièrement soin des lecteurs pour la simple raison qu'« un livre sans lecteur ne reste qu'un objet de papier, d'encre et de carton »⁽⁸⁾. Or en RD Congo, les éditeurs et les lecteurs s'ignorent mutuellement. Cette distance entre éditeurs et lecteurs constitue une barrière qui bloque la machine de l'imagination et de la créativité des éditeurs congolais qui, au demeurant, ne fournissent aucun effort pour organiser la diffusion et la distribution de manière professionnelle parce qu'elles hésitent de prendre le risque financier requis. C'est le cas de la plupart de maisons d'édition religieuses à l'exception de Médiaspaul et Paulines édition. Dans des pays où les diffuseurs existent, ils se présentent comme des grands clients pour les éditeurs car : « Sans éditeurs, le diffuseur n'a évidemment pas de livres à diffuser. Aussi le diffuseur considère-t-il les éditeurs comme ses premiers clients »⁽⁹⁾.

3.2. Les réseaux de points de vente

Ce sont des canaux qui mettent en contact les éditeurs et les lecteurs. Ces points représentent la plus grande clientèle pour les maisons d'édition. Ce sont des lieux où le produit « livre » est disponible. Il s'agit des librairies, des grandes surfaces, des maisons de la presse, etc.⁽¹⁰⁾

Les librairies sont des marchés sûrs de vente de livres pour les éditeurs congolais. Mais en RD Congo, la situation des librairies est déplorable. En 2005, indique Bernard Pongo, « la ville de Kinshasa avec ses dix millions d'habitants ne compte pas plus de quinze librairies dignes de cette appellation. La situation est encore plus catastrophique en province »⁽¹¹⁾. Depuis, cette situation n'a pas évolué malgré l'installation de deux grandes librairies : L'Harmattan et Les librairies de Grands Lacs. Les éditeurs importants de la RD Congo ont pu se créer leurs propres canaux de diffusion à l'instar de Médiaspaul (8), et de Paulines (5). Les librairies de Paulines éditions, par exemple, sont les mieux organisées de la RD Congo avec trois services : un service personnalisé, un service de kiosques et la "librairie" "paulines" chez vous⁽¹²⁾. Le premier "*service personnalisé*" est composé d'une équipe d'employés de la "librairie qui se charge de guider, d'orienter et de suggérer des pistes d'études, des thèmes de conférence et de travail intellectuel auprès des clients. Le second "*service des kiosques*" fournit tous les kiosques paroissiaux ou les librairies de l'intérieur qui le désirent en leur accordant une remise à l'achat des livres. Le troisième

8 L. BERTRAND, *Op.cit.*, p 387-388.

9 *Idem.*

10 *Ibid.*, p 388.

11 Bernard PONGO, « La librairie en République démocratique du Congo : les problèmes de diffusion du livre en RDC », In *Bibliothèques, Livre, Ecrit et technologie de l'information et de la communication en République démocratique du Congo : défis et perspectives* », Acte de Colloque internationale de bibliologie (Kinshasa 27 novembre-3 décembre 2004), 2005, p 179.

12 FSP, *Catalogue 100 ans : 1914-2014*, mai 2012, p 32.

“la librairie « Paulines » chez vous” offre la possibilité aux organisateurs des cérémonies de demander à Paulines édition d’exposer ses produits aux congrès, rencontres de groupes, séminaires, colloques, écoles, etc.

Dans les grandes surfaces, les maisons d’édition et les librairies congolaises ne sont pas toujours présentes au rendez-vous des présentations, des expositions et de la foire du livre. C’est toujours les mêmes qui se retrouvent partout où l’on parle des livres Médiaspaul, Paulines, Editions Universitaires africaines et l’Harmattan ⁽¹³⁾ parfois avec des dépliants, des affiches, des catalogues et plaquettes qu’elles distribuent aux acheteurs et à leurs clients potentiels. Ces instruments de diffusion sont aussi exposés à leurs points de vente et dans certaines maisons de la presse.

Les maisons de la presse ne sont pas exploitées à bon escient par les éditeurs congolais. Il est rare de voir qu’un éditeur a contacté un quotidien ou un journal pour la publicité ou la promotion des ouvrages. Par contre, ce sont les auteurs d’ouvrages qui, le plus souvent, prennent contact, à titre personnel, pour faire connaître leurs publications, notamment lors des vernissages de leurs livres. Médiaspaul est l’une des rares maisons d’édition, sinon la seule, qui dispose d’une revue mensuelle pour la promotion et la publicité de ses ouvrages. Cette revue, L’*“Avenir”*, annonce régulièrement toutes les nouveautés dans des rubriques telles que *“va bientôt paraître”*, *“vient de paraître”*. Médiaspaul et Paulines ont, l’une comme l’autre, une structure audio-visuelle dont le but est de préparer des émissions qu’elles proposent finalement à la Radio-télévision catholique Elikya (RTCE) et à la Radio-Télévision Nationale Congolaise (RTNC) pour une large diffusion de leurs produits. Les éditions du Centre de recherche pédagogique (CRP) et Epiphanie quant à elles, font appel aux journalistes de la RTNC et de l’*“Antenne A”* à l’occasion de la présentation d’un nouveau manuel scolaire.

3.3. La distribution

Elle est l’une des tâches les plus importantes pour l’éditeur. C’est le troisième maillon dans la chaîne de la diffusion. Dans un pays où le distributeur n’existe pas comme société, la distribution devient un service indispensable à cause de l’arsenal des services qu’elle rend à l’éditeur : stocker les ouvrages, faire la comptabilité, préparer la facturation, assurer le paiement et le transport, livrer les ouvrages à tous les points de vente. Dans des pays industrialisés, le distributeur est lié à l’éditeur et au diffuseur par un contrat ⁽¹⁴⁾. Ce qui n’est pas le cas en RD Congo où la distribution est confondue à la diffusion ou au ser-

13 Nous citons L’Harmattan à cause de sa présence remarquable sur le marché congolais du livre, même si elle n’est pas dépositaire au dépôt légal de la Bibliothèque Nationale du Congo et qu’elle n’a pas fait l’objet de notre enquête.

14 L. BERTRAND, *Op.cit.*, p 388.

vice marketing. Ce service est appelé “diffusion” pour les maisons importantes d’édition congolaises simplement parce que les mêmes agents s’occupent indistinctement de la distribution et de la diffusion. Chez Médiaspaul, la préparation de colis se fait déjà au niveau de l’imprimerie pendant que la facturation et le paiement s’opèrent dans le service de la comptabilité, indépendant du service de la diffusion. La tâche de la distribution s’arrête à la livraison des produits vers les points de vente (librairies, paroisses, écoles, etc). C’est à ces points de vente que les lecteurs passeront pour s’approvisionner en livres.

3.4. Le lecteur

C’est le destinataire final que l’éditeur, le diffuseur et le distributeur ne peuvent négliger. Dans l’élaboration de son plan de diffusion, le diffuseur a l’obligation d’imaginer le profil du lecteur type auquel serait destiné l’ouvrage ou la collection à commercialiser ⁽¹⁵⁾. En RD Congo, il est difficile que les éditeurs fassent des études sérieuses sur les lecteurs. L’ignorance des méthodes à utiliser pour obtenir des résultats escomptés en est la cause. Si déjà l’organisation dans le secteur de diffusion pose problème, il n’est pas évident qu’on réussisse une telle entreprise quand ceux qui y travaillent en minimisent l’importance. Cependant, pour certaines catégories d’ouvrages tels que les manuels scolaires et les livres religieux, les éditeurs connaissent leur lectorat (paroisses, écoles, religieux, universités, institutions,...) ainsi que la manière dont fonctionne la diffusion.

4. Le fonctionnement de la diffusion du livre en RD Congo

Dans la chaîne du livre, la diffusion commence par la réunion des représentants regroupant notamment les équipes de vente, les éditeurs et, parfois, un ou plusieurs auteurs ⁽¹⁶⁾. En RD Congo, la plupart des maisons d’édition sont un service ou un secteur secondaire dans une grande structure. Ainsi, les éditions Médiaspaul sont un secteur de la grande société de l’Imprimerie Saint-Paul ; Pauline éditions est une partie de la Société des Filles de Saint-Paul dont l’activité principale est la librairie ; le CRP et Epiphanie sont deux activités de la Congrégation des Pères de Scheut dont la raison d’être est l’évangélisation ; les éditions du Centre d’études pour l’action sociale (CEPAS) des Pères Jésuites ; etc. Les réunions qui s’y tiennent concernent l’ensemble des activités de la grande structure au détriment du secteur éditorial où se trouve la diffusion des livres. Cet étouffement empêche l’épanouissement des services de diffusion et de distribution comme en témoignent l’office et les modes de vente.

¹⁵ *Ibid*,p 389.

¹⁶ *Ibid*,p 385.

4.1. Office ou achat

Il s'agit de « l'envoi automatique, périodique et régulier, de nouveautés, voire de réimpressions, que les éditeurs ou les diffuseurs destinent aux libraires »⁽¹⁷⁾. Quand l'éditeur publie des nouveautés, comment les libraires les reçoivent-ils ? Quelle est la réaction de l'éditeur face à ses nouvelles publications ? Que fait le diffuseur à la sortie d'une nouvelle parution ? Comment le distributeur s'organise-t-il pour gérer les nouveaux produits à sa disposition ? Ce sont là les questions auxquelles devra répondre l'éditeur pour faire fonctionner son service de diffusion où le libraire, l'éditeur, le diffuseur et le distributeur ont, chacun, un rôle à jouer.

Pour le libraire, la nouveauté est quelque chose de très précieux car les lecteurs sont souvent à la recherche effrénée de nouveaux écrits. Mais le plus souvent, il y a tellement de nouveautés que le libraire ne sait pas prendre tout ce que les éditeurs lui apportent. D'où l'obligation, pour lui, de faire des choix, des sélections allant parfois jusqu'à l'élimination de certains ouvrages. Les libraires congolais des maisons d'édition organisées ont suivi quelques formations professionnelles qui leur permettent de comprendre l'importance des produits nouveaux. Mais le travail de choix, de sélection et d'élimination se fait en conformité avec la politique de la direction de la grande structure où se trouve logé le secteur de la diffusion.

L'éditeur est appelé à effectuer une mise en place à la sortie des nouveautés. Le renom, la marque, le nom de son auteur, l'actualité ou la pertinence du sujet traité vont être des atouts qui favoriseront la vente de nouvelles publications, à condition que l'ouvrage soit présent dans les magasins⁽¹⁸⁾. Les nouveautés de livres congolais ont une place de choix pour les éditeurs qui organisent une rencontre afin de planifier les opérations jusqu'à la mise en vente. Certains s'efforcent d'aider la diffusion et la distribution du titre qui vient de paraître. D'autres décident de procéder à la distribution sans suivre le processus, ni s'informer sur la diffusion.

La diffusion. La mise en place des nouveautés est essentielle pour son image. Il faut se rappeler que l'éditeur congolais est aussi le client de la diffusion. Aussi met-elle tout en œuvre afin que la mise en place des nouveautés soit importante et suffisante pour être perçue par les lecteurs potentiels, de telle sorte qu'elle déclenche des actes d'achat⁽¹⁹⁾. Cependant, l'on constate qu'en général, les éditeurs congolais se contentent des actions promotionnelles à durée très limitée, qui ne garantissent pas le succès de la vente. Seuls les éditeurs à caractère confessionnel s'efforcent de faire davantage.

17 M. OLLENDORFF, *Le métier de libraire I la gestion de stock*, Ed.Cercle de la librairie, 2004, p 20.

18 M. OLLENDORFF, *Le métier de libraire I la gestion de stock*, Ed.Cercle de la librairie, 2004, p 18-19.

19 *Ibid*, p 19.

La distribution. Les nouvelles publications représentent une source potentielle de revenu. Voilà pourquoi le service de distribution doit veiller à organiser une chaîne particulière pour effectuer une mise à part rapide avec des palettes pour la préparation, la facturation et les différents titres de la mise en vente à travers les modes de vente. L'absence d'un distributeur congolais attiré fait que les ouvrages pourrissent dans les dépôts des éditeurs et des libraires qui, pour y faire face, recourent à différents modes de vente.

4.2. Les modes de vente employés par la diffusion

Ceux-ci nécessitent, parfois, l'emploi de techniques différentes selon la nature des ouvrages ou de leurs publics ⁽²⁰⁾. Les éditeurs congolais se servent de deux catégories de vente pour la diffusion de leurs livres, à savoir la vente directe et la vente indirecte, la première étant beaucoup plus pratiquée que la seconde.

Dans la diffusion directe, les ventes des produits aux lecteurs se font en dehors des réseaux de diffusion habituels, soit par le contact physique direct, soit par correspondance ⁽²¹⁾. L'autre mode de vente est le courtage qui ne concerne que des ouvrages lourds réalisés spécialement pour ce mode de diffusion, à savoir les encyclopédies et les dictionnaires multivolumes essentiellement. Elle nécessite des équipes très importantes de courtiers qui visitent les particuliers en faisant du porte-à-porte après avoir reçu une formation sur les argumentaires et les modes de présentation des produits dont ils ont la charge. Médiaspaul est la seule maison qui emploie la vente par correspondance et le courtage pour un seul produit : la Bible. Les autres maisons d'édition ne le font pas par manque de moyens technologiques et financiers conséquents. D'autres moyens pour accéder aux lecteurs existent avec des supports multimédias.

Dans la diffusion indirecte, l'on emploie souvent les supports multimédia. Si le Net a permis le développement des ventes en ligne, le support multimédia constituant la nouveauté dans la pratique de ventes par correspondance cherche à répondre au besoin de se procurer des livres sans avoir à se déplacer vers les points de vente ⁽²²⁾. Quatre supports de diffusion au moyen de net que les éditeurs congolais n'utilisent pas encore même si certains ont des sites, peuvent leur offrir l'opportunité d'accéder à leur lectorat et à d'autres clients : la vente en ligne, les sites des éditeurs, les sites des éditeurs et les agences indépendantes.

La vente « en ligne » concerne les librairies en ligne, qui, outre le fait qu'elles permettent l'achat des livres, répondent aussi à une autre demande, celle des produits difficiles à trouver. Ces librairies ont la particularité de pouvoir satis-

20 L.BERTRAND, *Op.cit.*, p 207.

21 L.BERTRAND, *Les métiers de l'Édition*, Ed.Cercle de la librairie, nouv.éd., Paris, 2002,p 400.

22 *Ibid.*,p 415.

faire les lecteurs qui exigent toute la production éditoriale, y compris des livres qui ne sont pas disponibles en librairie. Ce faisant, elles montrent la faiblesse de certains points de vente qui ne répondent plus suffisamment aux besoins des clients ⁽²³⁾.

Les sites des éditeurs sont aujourd'hui accessibles aux consommateurs ; certains présentent l'activité globale d'une maison d'édition, d'autres sont liés à un produit multimédia (cd, dvd) ou à une activité scolaire ⁽²⁴⁾. Ces sites sont l'une des vitrines de la production de l'éditeur et présentent, dans les détails, les différentes collections. Ils sont destinés aussi bien aux consommateurs qu'aux libraires. Mais ces sites comportent une exigence : la mise à jour quotidienne ou hebdomadaire ⁽²⁵⁾.

Les sites des distributeurs, contrairement aux sites des diffuseurs, sont exclusivement destinés aux points de vente afin d'aider leurs clients à transmettre leurs commandes et à s'informer sur les productions des éditeurs.

Enfin, *Les agences indépendantes* offrent des services dans les points de vente des livres, lesquels ouvrent la possibilité d'avoir des références du titre recherché et d'obtenir plusieurs formes de réponses, indiquant la disponibilité ou non des ouvrages ⁽²⁶⁾. Ce service a l'avantage de présenter en détail des milliers d'ouvrages et des nouveautés sans en avoir en stock, comme le ferait le service de distribution.

5. La distribution dans les structures éditoriales congolaises

Dans une structure éditoriale, la distribution a, à son actif, plusieurs rôles que nous résumons de la manière suivante : assurer la prestation logistique ⁽²⁷⁾ c'est-à-dire, expédier les livres en fonction des commandes et des contrats "Office" et traiter les retours ; assurer la facturation et le recouvrement ; fournir aux éditeurs et aux diffuseurs les données statistiques pour leur permettre de suivre leurs affaires ; ne pas acheter les livres pour les revendre mais les recevoir comme dépositaire. Les éditeurs congolais auprès de qui nous avons effectué nos enquêtes ont intégré la distribution dans leur structure éditoriale, sans la détacher sur le plan juridique, comme le font les grandes maisons d'édition des pays industrialisés. Etant donné que Médiaspaul et Paulines éditions ont des partenaires étrangers, elles s'en servent pour constituer un réseau de distribution sûr et régulier.

23 *Idem.*

24 *Ibid.*, p 417.

25 *Idem.*

26 L. BERTRAND, *Les métiers de l'Édition*, Ed.Cercle de la librairie, nouv.éd., Paris, 2002,p 417.

27 Au niveau de la logistique, tout s'articule autour d'un dépôt central. Pour Bertrand, ce dépôt comprend une structure de stockage, une structure de commandes, et un service de traitement des retours.

Le processus de distribution des livres obéit à un mécanisme complexe pareil à celui d'autres produits des entreprises commerciales. Il exige une gestion rigoureuse de trois mouvements : l'information, la marchandise et la finance.

L'information circule à plusieurs niveaux pour l'organisation de la distribution entre éditeur, diffuseur, libraire, ... Un livre n'est compté comme ouvrage que si une "fiche-produit" ⁽²⁸⁾ est constituée. Les informations utiles à la commercialisation pour des maisons d'édition congolaises passent par des téléphones, des courriers ordinaires ou électroniques. Le courrier ordinaire pose le problème de la rapidité tandis que le courrier électronique se butte à l'irrégularité de la desserte en électricité, même s'il demeure le plus rapide et le plus fiable. Le téléphone a l'avantage d'être rapide quand on voudrait une commande de un à dix titres, soit par sms, soit oralement. Mais au-delà de cette quantité, pour être précis, la présence physique est le moyen sûr malgré sa lenteur.

Cet échange d'information ne se fait pas seulement sur la commande mais aussi sur le prix. Du dépôt, le libraire reçoit les prix que lui communique le distributeur, soit par écrit, soit par téléphone. Les informations ne s'arrêtent pas seulement au niveau du libraire, de l'éditeur et du distributeur. Le transporteur aussi est concerné. Il doit savoir ce qu'il devra amener, le contenu, et la quantité, le lieu, l'heure, la durée, le destinataire, etc. Les informations statistiques sont transmises entre éditeurs, diffuseurs et distributeurs. La "distribution" qui stocke, expédie et facture, génère des informations qui vont permettre à l'éditeur de suivre la vie de ses ouvrages, et à la diffusion de suivre la commercialisation et de calculer la rémunération des représentants. Ces informations doivent être transmises quotidiennement.

La gestion des marchandises fait aussi partie de la charge de la distribution et comporte trois tâches : le contrôle et la vérification des produits reçus ; le stockage des livres ; la préparation de commande-emballage et la facture.

Pour le contrôle : Après la fabrication des livres, la détermination du tirage et l'impression, tout le stock est dirigé vers le dépôt pour la répartition ou la distribution. L'on vérifie la quantité livrée, l'on contrôle la qualité du brochage avant de procéder à l'enregistrement du poids et de la dimension du livre. La vérification des informations sur le bordereau est d'une importance capitale ; celles-ci doivent correspondre aux marchandises reçues. La seconde étape concerne le *stockage des livres* dans le magasin. L'étape finale est celle de la *préparation des commandes, l'emballage et la facturation*.

Dans la logique de la distribution, la préparation des commandes est très importante. Cette tâche implique l'emballage selon les commandes dont la

28 Cette fiche reprend toutes les informations utiles à la commercialisation et au transport de l'ouvrage. Elle mentionne aussi l'éditeur, l'auteur, le titre, le thème, le prix, la date de parution, le poids, la présentation de l'ouvrage.

rapidité et la fiabilité sont des principes directeurs. L'opération de commande et la mise à part se fait manuellement. Au même moment, l'on effectue la pré-facturation qui sera annexée au colis préparé. L'informatique et les moyens mécanisés comme des petits transporteurs rendent le travail moins pénible et plus fiable. Pour la plupart des éditeurs congolais, cette démarche est suivie avec attention. Mais, généralement, une fois le premier stock distribué, les inventaires ne suivent que plusieurs années après ou pas du tout, jusqu'à ce que l'on découvre un cas de malversation.

La gestion financière de la distribution n'est pas un service autonome dans les maisons d'édition congolaises, mais celles-ci assument seules le risque des impayés. Et cela a des conséquences sur la diffusion dont le budget ne prévoit pas des moyens suffisants. Dans des situations normales d'un distributeur autonome, comme c'est souvent le cas, le distributeur assume la charge des opérations de recouvrement. A ce titre, « il assume le risque des impayés vis-à-vis du diffuseur et de l'éditeur : il reverse au diffuseur le montant de la vente, même si la créance est impayée »⁽²⁹⁾. Les libraires bénéficient en général d'un même système de paiement différé, la durée d'échéance la plus couramment pratiquée étant de deux mois.

Deux autres opérations sont effectuées pour la distribution : la facturation et l'encaissement. En principe, la pré-facturation est faite lors de l'emballage ; elle permettra l'encaissement au moment opportun pour des commandes déjà reçues. Cet encaissement se fait par la voie bancaire à crédit ou cash par des points de vente ou les librairies.

En RD Congo, la gestion financière reste un souci permanent pour les responsables des maisons d'édition à cause de la faiblesse de la marge bénéficiaire des acteurs de la diffusion et de la manutention. Le nombre réduit de grossistes et de librairies constitue un défi énorme pour les responsables commerciaux. Pour s'en sortir, les éditeurs congolais proposent aux libraires l'achat cash assorti d'une remise de 10 à 20%.

Conclusion

La problématique de la diffusion et de la distribution du livre est indissociable de la politique commerciale adoptée par les éditeurs. Dans cet article, nous avons évoqué les obstacles techniques et pratiques que rencontrent les professionnels du livre en RD Congo. Pour en sortir, la solution réside dans la création, par l'Etat ou par le privé, des entreprises autonomes de diffusion et de distribution. ■

29 L. BERTRAND, *Op.cit.* p 296.