

[livreshebdofr.com](https://www.livreshebdofr.com)

Pierre-Yves Bérenguer : « Le Festival du livre de Paris doit représenter l'ensemble de la filière » - Livres Hebdo

Par Benjamin Roure

9–11 minutes

Livres Hebdo : À quelques jours de l'ouverture du Festival du livre de Paris, où en est-on financièrement ? L'année 2026 avait mal commencé dans la course à l'équilibre budgétaire...

Pierre-Yves Bérenguer : Elle a effectivement démarré sous tension. En sept mois, nous avons perdu 800 000 euros de ressources : le désengagement de la Corée du Sud comme pays invité d'honneur, un partenariat éditorial qui n'a pas abouti, et la crise Amazon, que tout le secteur a suivie. Sur un budget global de 5 millions d'euros, c'est le coût d'exploitation du Grand Palais. Ce n'est pas anodin. Nous avons répondu sur deux fronts : une renégociation systématique de nos contrats fournisseurs, et une recherche intensive de partenariats privés. Nous sommes aujourd'hui quasiment à l'équilibre. La dernière variable d'ajustement, c'est la billetterie, et les signaux sont très bons. À J-7, nous avons déjà atteint le chiffre d'affaires billetterie de la fin du Festival 2025. Vendredi et samedi sont quasiment complets.

« *Le festival commence à être perçu comme une véritable plateforme internationale* »

Ces bons chiffres reflètent-ils une dynamique plus large ?

Oui, et c'est ce qui me frappe le plus : en un an, l'attractivité a progressé sur plusieurs curseurs simultanément. Sur les bénévoles, l'an passé nous avons eu du mal à recruter 80 personnes ; cette année, 48 heures après l'annonce sur les réseaux, nous avons 400 candidatures. Nous en retenons 360, déployés en rotation sur les trois jours pour l'accueil, l'orientation et la gestion des files d'attente. L'écart entre 80 et 360 est une mesure de désirabilité difficile à contester. Sur le plan institutionnel, les ministères (Affaires étrangères, Culture, Outre-Mer) et la Ville de Paris nous sollicitent pour des visites protocolaires, et de nombreuses délégations étrangères viennent se positionner pour les années à venir. Le festival commence à être perçu comme une véritable plateforme internationale.

Sur le cas Amazon : comment gérez-vous le fait d'être pris en étau entre des acteurs aux intérêts opposés ?

C'est l'équilibre délicat et passionnant de mon mandat. Le festival représente l'ensemble de la filière : auteurs, éditeurs, libraires, mais aussi les acteurs du commerce du livre, qu'il s'agisse d'Amazon, de la Fnac, de Cultura ou de Leclerc. Dans le cas Amazon, Kindle et Audible étaient présents les années précédentes sans que cela pose problème. Cette fois, nous n'avons pas maîtrisé la communication en amont, une gestion de crise s'est imposée, et nous avons décidé d'un commun accord de mettre fin à la participation. Le festival en a payé le prix financier. Ce que je veux éviter à tout prix, c'est que nous devenions un dommage collatéral des luttes partisans de

l'interprofession. Nous devons rester ce lieu du débat d'idées et de la concertation.

Le retrait partiel d'Hachette a aussi alimenté les commentaires...

Trop de rumeurs infondées circulent. Quatre maisons du groupe seront présentes contre huit l'année dernière : Le Livre de Poche, Calmann-Lévy, BMR et Audiolib. Le groupe a réduit sa présence et développé son propre événement à l'occasion des 200 ans d'Hachette. Un choix stratégique que je peux comprendre. Si on fait le ratio présence sur chiffre d'affaires, l'impact est marginal. Le débat devrait être clos.

« Dès 2027, nous pourrons solliciter des mécènes avec défiscalisation »

Est-il vrai que le festival est financé à 80 % par les exposants ?

C'était la photographie de 2024-2025. Cette année, nous passons à environ 70 %, un rééquilibrage réel, même s'il reste un chemin à parcourir. La part publique reste très faible : 6 % de subventions. À titre de comparaison, des manifestations comme Brive ou Nancy bénéficient de 80 à 100 % de soutien public. La Région est un partenaire Premium avec environ 200 000 euros de soutien. La Ville de Paris représente aujourd'hui 65 000 euros d'échanges en nature et 10 000 euros sur la dictée, très en deçà de ce qu'une grande manifestation littéraire mérite. Nous allons relancer les discussions pour que la municipalité redevienne un partenaire majeur dès l'an prochain.

Sur le sponsoring privé, nous sommes passés de 100 000 euros en 2024 à 400 000 euros en 2025, niveau que nous maintenons en 2026, avec notamment Pilot ou cette année SNCF

Voyageurs et le lancement d'un nouveau prix BD. Sur le mécénat, nous n'avons pas pu enclencher faute de véhicule juridique adapté. Nous travaillons de concert avec le SNE afin de le créer : dès 2027, nous pourrions solliciter des mécènes avec défiscalisation. L'objectif à terme est de baisser la pression commerciale sur les éditeurs.

« *La littérature générale représente 65 % des rencontres* »

La relation avec les libraires reste un sujet sensible. Quelle est la réalité ?

J'ai fait le choix de mettre fin à la grande librairie centralisée héritée de mon prédécesseur. Les éditeurs recrutent désormais leurs propres libraires, qui conservent 100 % de leur chiffre d'affaires. Pour la BD invitée d'honneur, un libraire dédié gère l'ensemble des ouvrages dont les planches sont exposées sur plus de 400 mètres carrés d'exposition. Le stock de départ représente 250 000 ouvrages. Le réassort fonctionne chaque soir : libraires et éditeurs remontent leurs commandes, nos équipes coordonnent avec les distributeurs, et les ouvrages sont en place avant l'ouverture à 8 heures le lendemain. À titre indicatif, le montage du Festival dont la livraison des ouvrages, implique 53 rotations de semi-remorques sur les 36 premières heures de montage, en trois-huit.

La place de la romance est mal vue par certains. Que répondez-vous ?

C'est le procès classique du festival généraliste. Dans notre programme officiel, la littérature générale représente 65 % des rencontres. La jeunesse, la BD et la romance se partagent les 35 % restants, la jeunesse en tête. Nous accueillerons 1 800

auteurs, contre 1 300 l'an passé, pour lesquels les éditeurs organiseront plus de 3 000 séances de dédicaces, l'occasion pour le public de rencontrer leurs autrices et auteurs préférés. Trois expositions supplémentaires ont été produites, dont une avec la Cité internationale de la bande dessinée.

Comment abordez-vous la jeunesse dans un contexte de baisse de lecture préoccupant ?

Le village jeunesse n'existait pas à mon arrivée. Nous l'avons créé avec l'équipe en 2025 avec, à la clé, une progression du chiffre d'affaires moyen par exposant de 33 % sur l'ensemble du festival entre 2024 et 2025. Cette année, nous doublons la superficie, avec deux espaces ludiques, une scène agrandie et dédiée, et des partenaires culturels qui viennent sur leurs propres fonds : la Philharmonie des enfants, la chaîne Lumni, le service jeunesse de la Réunion des musées nationaux Grand Palais. C'est un échange de bons procédés : chacun y trouve un accès à des publics qu'il cherche à conquérir. L'année dernière, le public familial nous a permis d'obtenir une fréquentation identique le dimanche par rapport au samedi, alors que nous perdions un tiers du public les années précédentes. Comme quoi, quand il y a l'offre...

« L'objectif est de ramener vers le livre des publics qui en sont éloignés »

Vous avez lancé une nocturne culinaire le vendredi soir. Quelle est la logique ?

L'an passé, le festival fermait à 20 heures le vendredi, une plage horaire sans recette. La nocturne, de 19 heures à 23 heures, génère de la billetterie et des partenariats privés spécifiques. Le concept : deux parcours mêlant arts culinaires et littératures

dans le Grand Palais, un ferroviaire Européen en huit escales, un maritime international en onze. Le visiteur achète un passeport du goût, rencontre à chaque étape un chef et un auteur, déguste et repart avec un objet collector. Nous avons déjà vendu plus de 400 passeports à J-7. Sur nos scènes, **Philippe Etchebest** et **Guillaume Gomez** animeront des rencontres. C'est une démonstration concrète du « livre augmenté » : enrichir l'expérience autour du livre pour conquérir des publics qui en sont éloignés. Cela permettrait par ailleurs aux éditeurs de livres pratiques, absents du rendez-vous depuis plusieurs éditions, de revenir parmi nous...

Quelle est votre feuille de route à l'horizon 2030 ?

Elle repose sur deux jambes. La première, c'est l'expérience visiteur : le livre augmenté - numérique, audio, cinéma, arts vivants, arts culinaires... Le Festival doit se réinventer chaque année et c'est très stimulant ! L'objectif est de ramener vers le livre des publics qui en sont éloignés. La seconde, c'est le développement international et le BtoB. Nous avons créé un rang « invité spécial » pour des organisations comme l'Unesco, qui s'implante durablement cette année, afin de tisser un réseau avec les 63 villes créatives littéraires dans le monde. Cession de droits avec Paris Book Market, rencontres professionnelles internationales : tout cela doit permettre, à terme, de baisser la pression tarifaire sur les éditeurs français. Mais ce modèle ne fonctionnera que si l'ensemble de la profession joue le jeu, solidairement.