

Le casse-tête des éditeurs de cartes



Henri Medori, gérant de la maison d'édition AEDIS. © D.R.

Au Royaume-Uni, la maison d'édition universitaire Oxford University Press (OUP) explique être dans l'expectative.

Dedans ou dehors ? Le report de la date du Brexit vire au casse-tête pour les éditeurs et imprimeurs, qui ne savent pas comment figurer le Royaume-Uni vis-à-vis de l'UE sur les cartes et autres manuels scolaires. Dans le hangar servant d'abri logistique de l'éditeur AEDIS, installé à Lempdes en périphérie de Clermont-Ferrand (centre), plusieurs dizaines d'exemplaires de dépliants plastifiés sur "l'Europe à 27" dorment dans des cartons. Le gérant de la maison d'édition, Henri Medori, est circonspect. "On est complètement perdu. On attend pour faire redémarrer le circuit de distribution et de vente. Nous avons dix ouvrages avec la carte intégrée de l'Union européenne. Nous avons gelé leur impression. Nous la remettrons en route au moment où nous aurons toutes les certitudes sur le Brexit." Initialement prévue le 29 mars, la sortie du Royaume-Uni de l'UE a été une première fois repoussée au 12 avril, avant que la Première ministre britannique Theresa May n'obtienne des dirigeants européens un second délai, jusqu'au 31 octobre. La petite maison d'édition, qui compte 12 salariés, avait sorti le Royaume-Uni de l'ensemble de ses documents sur l'UE "dès qu'il y a eu le référendum", en juin 2016.

"Pression du public"

"Je croyais bon d'ajuster les cartes", explique M. Medori à l'AFP, mettant en avant "la pression du public". "Nous avons été contestés par certains lecteurs qui estimaient que nos cartes étaient fausses en maintenant le

Royaume-Uni (dans l'UE). Pour faire plaisir à ces gens-là, nous sommes passés à 27 pays.” Mais là encore, d'autres clients mécontents se sont plaints, dans des mails “quelques fois insultants”, de l'inexactitude des cartes : de fait, le Royaume-Uni est pour l'instant toujours membre de l'UE. “Nous avons du coup rajouté un encadré expliquant le Brexit”. Des documents présentant “l'Europe à 27”, la société en a vendu “6 000 tout au plus”, notamment dans les magasins des aires d'autoroutes. “Depuis un an et demi, on a abandonné toutes les ventes sur le sujet”, poursuit Henri Medori, qui assure n'avoir reçu aucune directive en la matière de la part des institutions européennes. Il regrette surtout l'incertitude autour du processus de divorce, mauvaise pour ses affaires. “On a perdu un filon”, souligne-t-il, “les ventes auraient pu exploser si les écoles nous avaient acheté le guide sur l'Union européenne”. Au Royaume-Uni, la maison d'édition universitaire Oxford University Press (OUP) explique être dans l'expectative. “En ce qui concerne nos cartes et publications, nous surveillons la situation mais n'apportons pas de changement majeur tant que nous n'avons pas plus de clarté mais, dans certains cas, nous retirons les cartes si elles créent la confusion”, a déclaré une porte-parole à l'AFP. John Fallon, le PDG de la maison d'édition éducative Pearson, basée à Londres, avait lui expliqué en janvier que “le plus compliqué (était) de gérer la chaîne logistique pour les manuels et les autres produits physiques”.

“Collectors”

À 400 kilomètres de là, dans la boutique de souvenirs du Parliamentarium de Bruxelles, musée situé à deux pas des institutions européennes, certains articles devraient disparaître avec le Brexit, comme les pins présentant deux drapeaux, l'un européen, l'autre britannique, devenu l'un des best-sellers. “Les articles avec la Grande-Bretagne dessus vont peut-être un jour être collectors”, prédit la gérante, Tamara Goldstein. Dans son stock, certains jouets présentent déjà l'UE comme elle sera au lendemain du retrait britannique. “Un puzzle qu'on vend très bien par exemple, c'est celui qui représente l'Union européenne. Une nouvelle version qu'on a reçue montre les 27 États membres et non pas 28. Plus de signe de la Grande-Bretagne.” Mais face à l'incertitude du processus politique, les articles n'ont pas tous été modifiés. “On dépend de nos fabricants, on est dans un entre-deux”, estime Tamara Goldstein. “Certaines lignes doivent être arrêtées parce qu'ils ne savent pas encore bien comment lancer leur prochaine production, avec ou sans les Britanniques.” Elle y voit malgré tout un point positif : la demande de goodies pro-européen est montée en flèche depuis quelques mois. “Il y a quelques années, on vendait des articles plutôt neutres. Aujourd'hui, les clients demandent beaucoup d'articles ‘J'aime l'Europe’, ‘Je suis pour l'Europe’, ‘Je me sens européen’.”

Par l'AFP