

# Les Presses Universitaires aux Etats-Unis



Département Etudes du BIEF  
Août 2011

© Association of American University Presses  
Mars 2011



## Sommaire

Note d'introduction .....	5
Le financement des publications universitaires : développement de nouveaux modèles économiques .....	7
I. Synthèse .....	8
II. Garantir un environnement académique solide.....	11
III. Rénover les presses universitaires .....	17
A. Éditer des documents numériques gratuits et des publications papier payantes.....	19
B. Le libre accès comme mode de publication prioritaire.....	23
C. Proposer des ebooks payants .....	30
D. Nouveaux formats — au-delà des livres et des revues .....	33
IV. L'importance de la collaboration .....	36
V. Vers de nouveaux modèles économiques .....	40
A. Caractéristiques communes aux modèles économiques efficaces .....	42
B. Défis inhérents à l'adoption de nouveaux modèles économiques.....	43
C. Défis inhérents à la gestion de modèles économiques hybrides et changeants.....	44
D. Les enjeux de la transition pour un changement réussi .....	45
Conclusions.....	46
Annuaire .....	51
Annexe : grille de repartition des presses universitaires par discipline présente au catalogue.....	76



## Note d'introduction

Bien que précis, le sujet des presses universitaires aux Etats-Unis recouvre en réalité de multiples aspects difficiles à traiter de façon synthétique en un seul document. Le BIEF, avec l'aide de son Bureau de New-York (la French Publishers' Agency), a sollicité plusieurs spécialistes de l'édition susceptibles de réaliser une étude « sur mesure » pour ses adhérents, mais il s'est avéré que les personnes ressources sur place sont souvent trop spécialisées pour traiter le sujet de façon globale, ou – à l'inverse – trop généralistes pour faire ressortir chaque enjeu de façon pertinente.

Ainsi, a-t-il été décidé de cibler cette étude sur la question du numérique, thématique centrale pour l'édition en général et pour les ouvrages de sciences humaines et sociales en particulier. Le très net écart entre le développement du marché du livre numérique en France et aux Etats-Unis conduit aussi à ce qu'un état des lieux des pratiques des éditeurs universitaires américains constitue un outil pertinent. Et cela à double titre :

- une meilleure connaissance des pratiques en la matière doit permettre d'organiser les échanges avec les partenaires américains de façon plus efficace d'une part et,
- d'autre part, elle doit aider à donner des éléments d'anticipation – en « miroir » de l'expérience américaine – aux évolutions possibles du marché français et, par là même, enrichir la réflexion sur les problématiques liées à l'édition numérique.

Le BIEF s'est rapproché de l'Association des Presses Universitaires Américaines (AAUP), association très dynamique en matière de réflexion sur l'organisation de la profession et riche en ressources documentaires. Cette association, qui rassemble la plupart des presses universitaires du pays, a publié une étude qui présente à la fois les différentes options existantes en matière de diffusion numérique des publications à caractère académique, les préoccupations que celles-ci font naître chez les éditeurs concernés et les perspectives d'amélioration du fonctionnement de l'édition numérique universitaire en vue de la mise en place d'un modèle économique viable pour les éditeurs dans ce nouveau contexte.

C'est cette étude, que le BIEF a traduite, qui est exposée plus loin.

L'AAUP rend de plus disponible - en vente *via* son site - un document intitulé « Annuaire 2011 ». Le BIEF a remanié ce document pour vous proposer un annuaire des principales presses universitaires des Etats-Unis, que vous trouverez en annexe de l'étude.

Enfin, vous trouverez également en annexe une grille des disciplines centrales pour chacune des presses universitaires américaines de façon à vous permettre de cibler votre prospection selon les différents points forts de vos catalogues.



## **Le financement des publications universitaires : développement de nouveaux modèles économiques**

Rapport du groupe d'étude de l'*Association of American University Presses* (AAUP) sur les modèles économiques des presses universitaires

Lynne Withey, presse universitaire de Californie, Steve Cohn, directeur de la presse universitaire de Duke, Ellen Faran, presse du MIT, Michael Jensen, National Academies Press, Garrett Kiely, presse universitaire de Chicago, Will Underwood, presse universitaire de l'état du Kent, Bruce Wilcox, presse universitaire du Massachusetts.

*Ex officio:*

Richard Brown, presse universitaire de Georgetown, Peter Givler, de l'AAUP, Alex Holzman, presse universitaire de Temple, Kathleen Keane, presse universitaire Johns Hopkins.

**Traduction : Nathalie Magne**

## ***I. Synthèse***

Les publications académiques constituent l'un des piliers du système de communication des universités. Les presses universitaires, tout comme les organismes académiques, les instituts de recherche, et autres éditeurs académiques, faisons de notre mieux pour remplir notre mission de « porter sur la place publique les fruits de la recherche académique » et ce, aussi efficacement que possible au sein du système. Bien que notre objectif reste le même, le cadre dans lequel nous exerçons nos activités a été l'objet de changements drastiques au cours de ces dernières années. De l'avènement des nouvelles technologies à la redistribution des cartes économiques, en passant par les interactions changeantes entre ses différents acteurs, le monde de la communication académique en 2011 présente un aspect totalement différent de celui que l'on pouvait observer il y a une génération.

Les évolutions technologiques et culturelles survenues lors de la décennie précédente ont sonné le glas d'un système basé sur l'impression, la rareté des contenus et la centralisation ; pour donner lieu à un système numérisé, décentralisé, permettant une abondance de contenus, un accès à l'expertise toujours plus facile, proclamant la notoriété comme donnée essentielle, nécessitant la maîtrise des technologies portatives, et la mise en avant du ludique comme facteur de succès. Si cet état de fait représente un défi pour les modèles économiques des éditeurs, il peut surtout constituer un danger pour la sauvegarde des caractéristiques intellectuelles les plus fondamentales et inhérentes à la démarche académique: la concentration, l'analyse, et l'expertise approfondie.

Dans cet environnement de surabondance d'informations, les universités peinent à faire entendre leur propre voix. Beaucoup de lecteurs estiment que les publications académiques se font de plus en plus distantes. Les monographies restent, pour la plupart, des documents figés, isolés des connections présentes dans les réseaux sociaux, alors qu'elles pourraient remplir un rôle de plate-forme active, un lieu d'échanges d'idées et de points de vues. Si cette situation n'est souhaitable ni pour la qualité des publications académiques ni pour celle des presses universitaires, elle représente néanmoins une conséquence inévitable du modèle économique (financement indépendant sur les ventes) imposé aujourd'hui par la plupart des sociétés détentrices des presses.

Les presses universitaires s'enthousiasment à l'idée de s'engager à éditer un grand nombre de projets intéressants, bien qu'expérimentaux, imaginés par des académiciens créatifs. L'inventivité éditoriale, graphique, promotionnelle et économique démontrée par les projets d'édition décrits dans le présent rapport, met en évidence le fait que les presses universitaires représentent une source d'expertise prête à soutenir les universités dans la voie que le futur leur réserve. L'expertise détenue par les presses universitaires peut en effet contribuer au succès des initiatives académiques, tant au niveau de leur influence que de leur impact, tout en évoluant vers un système de plus en plus numérisé.



Cependant, les modèles linéaires en vigueur au 20<sup>ème</sup> siècle basés sur les ventes de produits, conçus pour un système où l'information se faisait rare et chère, ne sont clairement plus adaptés à l'environnement académique du 21<sup>ème</sup> siècle. Comme ce rapport l'explique en détail, de nouvelles formes de franchises, droits, inscriptions, produits et services doivent être pris en compte afin de tenter de développer des modèles économiques durables, permettant de financer des presses universitaires innovantes et numériques dans divers domaines.

Les conclusions de ce rapport, présentant des modèles économiques durables d'édition académique, ne représentent qu'une esquisse de solutions potentielles. Les évolutions culturelles que nous observerons lors de la décennie à venir sont impossibles à prédire de manière exacte, et la phase de transition est amenée à durer encore plusieurs décennies.

Le présent rapport a) identifie les caractéristiques actuelles des éditions académiques qu'il convient de protéger et de conserver à travers cette période de transition et celles à venir ; b) étudie les modèles économiques prometteurs proposés dans le cadre de projets actuels ; c) met en valeur les caractéristiques communes aux modèles économiques efficaces ; d) s'intéresse aux défis engendrés par le début de cette nouvelle période de transition ; et e) dégage des recommandations à suivre afin de permettre le maintien d'une presse académique de qualité, alors même que les attentes fondamentales du monde de l'édition sont en plein mouvement.

Parmi ces recommandations, le rapport préconise les axes suivants :

- Le partage des enseignements acquis par les acteurs actuellement impliqués dans des projets éditoriaux numériques doit constituer un processus constant, actif, structuré et transparent.
- Les partenariats existants entre les presses, les bibliothèques, et autres organismes académiques sont des modèles essentiels, et constituent une base d'apprentissage et de développement pour établir les collaborations à venir.
- Le soutien de fondations, de bibliothèques et d'administrations universitaires dans la recherche de financement pour se préparer au futur numérique a été, et restera, crucial.
- Le libre accès est un principe à adopter si les coûts d'édition sont pris en charge par le monde académique au sens large. Il convient d'impliquer totalement les presses universitaires et autres éditeurs à but non lucratif dans ces discussions.
- Les offres et programmes proposant de nouveaux modèles économiques doivent s'intéresser de manière explicite à l'impact potentiel de ces derniers sur les autres aspects des programmes de presse, ainsi qu'aux exigences, fonctionnelles ou financières, qu'impliquera la transition vers un nouveau système.

En tant que clefs de voûte de l'environnement académique au sens large, les presses universitaires peuvent se targuer d'être indépendantes. Le rapport de ce groupe d'étude montre bien, cependant, que durant toute la période de transition

abrupte à venir, tous les acteurs des communautés universitaires concernés - presses, auteurs, bibliothèques, administrateurs, organismes académiques, et agences de financement – devront prendre part à des discussions flexibles et ouvertes dans le but de garantir la mise en place d'un système de communication universitaire solide et durable.

## ***II. Garantir un environnement académique solide***

Avant l'avènement d'Internet, les éditeurs représentaient un composant essentiel de l'environnement académique. Le seul moyen pour les universitaires de voir leurs travaux diffusés au sein de la communauté académique était de les faire publier par un éditeur. Pour certaines personnes, cette situation n'a plus lieu d'être à l'aune des évolutions drastiques du milieu, et l'utilité même des presses universitaires est remise en question.

Internet n'a pas son pareil pour assurer une diffusion directe et non filtrée ; ce qui constitue à la fois sa force majeure et sa principale faiblesse. Aujourd'hui, nous sommes en phase de passer d'une abondance d'informations à un certain excès, une profusion à la fois merveilleuse et générant une perte de temps monumentale. La diffusion d'informations brutes est devenue si facile que tout et son contraire peut être « publié » en ligne – et accessible via Google, Bing, ou en circulation sur Twitter.

Pour les universitaires, la diffusion est une condition nécessaire pour espérer avoir un impact, mais elle n'est pas suffisante pour promouvoir à long terme un travail académique de qualité. Les initiatives universitaires s'inscrivent dans une démarche de longue durée, et n'ont pas pour ambition de faire l'objet du prochain 'buzz' sur la toile. Ainsi, les acteurs académiques - librairies, bibliothèques, universités, éditeurs académiques et universitaires - doivent impérativement garantir le maintien d'un environnement académique solide dans son intégralité, s'inscrivant dans la durée, et s'efforcer de construire un système favorable aux enjeux académiques.

Le rôle de l'éditeur ne se limite pas à un simple travail de diffusion. La garantie de qualité, la sélectivité, les améliorations graphiques, la conception et la maintenance de métadonnées, la réponse aux nouveaux besoins du marché, la mise en place de versions faisant autorité, ainsi que les tâches continues de prospection, de promotion, d'impact, ainsi que de collaboration et de mise en relation avec d'autres académiciens et universitaires constituent les éléments fondamentaux pour une communication universitaire efficace. Certains d'entre eux sont nécessaires quel que soit le média, d'autres répondent à des caractéristiques propres à l'édition en ligne.

Historiquement, pour les presses universitaires et autres éditeurs académiques, la vente de livres représentait simplement un moyen de parvenir à une fin —éditer plus de titres, de meilleure qualité. Les groupes de presses ont poussé plus loin le modèle économique basé sur l'impression, pour finalement en faire un outil d'indépendance universitaire ; s'émancipant ainsi d'éventuelles pressions de la part des administrations universitaires, de la nature cyclique du marché - en diversifiant les disciplines traitées - et des fluctuations budgétaires inhérentes à la gestion des institutions.

Cette indépendance va de pair avec la qualité académique, du fait que l'investissement placé dans un titre par les presses représente un risque pour ces dernières. Typiquement, l'investissement financier consacré à l'impression et à la diffusion physique représente environ un cinquième des coûts ; le gros du budget étant dédié à l'embauche et au développement des compétences des éditeurs, réviseurs, gestionnaires de projets, relecteurs, et indexeurs, ainsi que dans l'électricité, les photocopieurs, la location des bureaux et autres frais généraux rentrant dans le cadre de la publication d'un livre. Ainsi, l'un des moteurs garantissant la qualité des publications – et qui permet en partie aux éditeurs de conserver leur expertise – est d'avoir un intérêt financier dans le succès d'une publication. Cela peut sembler paradoxal, mais ce sont précisément ces contraintes financières qui permettent d'en assurer la qualité, en plaçant la barre haute pour qu'un auteur soit publié. La qualité et le besoin, dans un environnement basé uniquement sur l'impression, étaient à l'origine d'une diffusion solide à l'indépendance contrôlée, et la pression exercée par les motivations financières constituait un élément fondamental de l'environnement académique.

En abolissant les contraintes financières – dans le cas où n'importe quel ouvrage peut être « publié » –, il est clair que d'autres forces entrent en jeu. Le défi pour le monde académique consiste alors à s'assurer que les meilleurs critères de sélectivité, d'enrichissement, d'autorité et d'imprimatur soient sauvegardés, malgré l'abolition de certaines limites autrefois imposées par le marché, et qui n'existent plus dans le cadre du mouvement de libération observé actuellement.

Vous trouverez ci-dessous une liste de services fournis actuellement par les presses universitaires. Notre défi culturel au sein du monde académique est précisément d'identifier ceux qu'il convient de conserver, et d'imaginer des modèles intégrant ces services, afin de garantir la solidité du nouveau système d'édition et de publications universitaires.

### ***Sélectivité :***

Dans cet environnement d'excès d'informations, la garantie de qualité sera toujours primordiale, peut-être même davantage qu'avant. En effet, une surabondance de contenu peut cacher la rareté de leur qualité. Le processus de sélection éditoriale (acquisition sélective, analyses critiques des manuscrits, comités éditoriaux) prend du temps et demande une expertise certaine. Tout modèle basé sur les votes enregistrés sur des sites de réseaux sociaux (souvent envisagés comme susceptibles de remplacer la sélection éditoriale) comporte le risque inhérent d'être biaisé par les parties intéressées. La notoriété, la popularité et la capacité à obtenir un grand nombre de votes ne sont en aucun cas un gage de mérite académique. Comment s'assurer que les meilleurs ouvrages universitaires soient reconnus à leur juste valeur ?

### ***Implication éditoriale :***

Les meilleurs auteurs peuvent se trouver dépassés du fait même de leur implication dans le sujet traité. Les meilleurs universitaires ne possèdent pas nécessairement une plume agréable, indépendamment de la grande qualité de leurs travaux. Les éditeurs peuvent intervenir afin de retravailler, améliorer et synthétiser un ouvrage. Un recul éditorial intéressé permet de générer des critiques constructives, ce qui est plus difficile de la part d'amis, de collègues (ou même d'inconnus parfaitement désintéressés). Comment garantir au mieux l'implication des éditeurs ?

### ***Expertise graphique :***

Peu d'auteurs, d'acteurs académiques, de libraires ou d'étudiants en thèse sont des typographes, concepteurs de jaquettes ou maquetistes chevronnés. Bien que tous les ouvrages ne dépendent pas des améliorations graphiques pour briller, la valeur ajoutée visuelle que proposent les éditeurs confère souvent au livre un aspect plus agréable. Rares sont les titres dont le rendu graphique n'est pas amélioré par rapport à l'état du manuscrit d'origine. Comment financer cette expertise graphique et typographique ?

### ***Nouveaux marchés :***

La conservation d'un intérêt propre sur une propriété intellectuelle constitue une motivation pour inciter à la promotion de manière continue au sein de marchés émergents, de nouvelles communautés, et d'arènes intellectuelles récentes. Ainsi, une publication d'archives institutionnelles datant de 1999 (qui a pu bénéficier d'une promotion d'avant-garde à l'époque) est, de fait, invisible dans le contexte du marché actuel dominé par les livres numériques. Faute de motivation poussant à s'intéresser à l'amélioration des métadonnées, à s'impliquer activement sur les portails NetLibrary, Google Editions ou iBookstore de cette année, des audiences et impacts potentiels sont perdus. Tout accord avec un diffuseur, qu'il soit numérique ou papier, demande de prêter attention à ses exigences, et peut nécessiter des négociations contractuelles. Toute entité nouvelle peut fonctionner selon des mécanismes d'intégration de métadonnées, de processus de recherche d'image de couverture, et de contraintes de format différentes. Comment promouvoir au mieux les titres académiques bien après leur sortie, et veiller à ce que chaque nouveau marché soit pénétré ?

### ***Référence et amélioration des métadonnées :***

Le nombre de références attachées à un livre dépasse largement son titre et son auteur. Numéro d'ISBN, données CIP (pour les Etats-Unis), catégorie, versions multiples de la copie descriptive (à des fins diverses), date de dépôt légal, renseignements concernant les détenteurs des droits sur les images et graphes inclus dans le livre, nombre de pages, et bien d'autres références sont non seulement stockées, mais aussi diffusées avec certitude et autorité. Idéalement, ces données sont améliorées au fil du temps ; par exemple à l'aide de citations d'analyses et de liens vers les analyses complètes, en intégrant les nouvelles références suite à une réédition, ou encore en établissant des connections avec les

nouvelles publications sur le même thème. Ceci illustre bien les tâches procédurières, mais cruciales, qui permettent à un titre de se démarquer parmi des centaines de milliers de livres, année après année. Comment garantir l'existence d'une motivation suffisante pour mener à bien ces tâches fondamentales ?

#### ***Licences et autorisations juridiques :***

Droits de traduction, procédés de diffusion, permissions d'extraction et autres démarches demandent également de l'attention et du temps. Les licences proposées par Creative Commons permettent d'alléger partiellement certains de ces processus, et d'aucuns considèrent que le libre accès résout totalement le problème. Cependant, certaines protections juridiques contre les usages impropres (comme les reventes, les traductions erronées, les mauvaises représentations, ou autres abus) sont couvertes par les droits d'auteur, et indispensables pour une majorité d'auteurs et d'institutions. Comment institutionnaliser ces problèmes ?

#### ***Procédés de diffusion numérique :***

Les livres imprimés resteront un canal de distribution obligatoire, et ce pour diverses raisons : les clients adoptent une démarche différente selon qu'ils se trouvent dans une bibliothèque physique ou sur des sites comme Amazon ou Google Books, et les auteurs tiennent à disposer de leurs livres sous tous les formats et formes possibles. Un grand nombre de lecteurs restera fidèle aux livres reliés pour des questions d'habitude, d'utilité et de formation, et ce pendant au moins la décennie à venir ; le marché des livres papier associés à leurs versions numériques ne cesse de se développer. Ces données montrent qu'il est nécessaire d'adopter une approche de l'édition polyvalente en mélangeant plusieurs formats. Le long processus de distribution physique et de vente est géré de manière optimale par les professionnels — notamment puisque la promotion et la diffusion numériques peuvent être gérées de pair avec la promotion et la diffusion physique. Comment tirer pleinement parti des industries papier et numérique, dans un contexte d'informations constamment en évolution ?

#### ***Formats multiples :***

Cela fait deux décennies que nous sommes « à la veille » de mettre au point un format universel pour les publications numériques. En attendant ce jour, il est probable que les secteurs du marché qui exploitent de multiples formats continuent de progresser. Par exemple, les fichiers PDF ne sont pas compatibles avec l'iPad (celui-ci lisant exclusivement le format EPUB), et il n'est pas probable que cette situation soit amenée à évoluer. Google Editions (maintenant nommé Google eBookstore) contourne le problème du format PDF en ayant développé son propre lecteur, et la liseuse de Kindle intègre également son propre format de fichiers, MOBI. Les titres plus anciens doivent être actualisés pour mieux s'adapter au dernier format en date. Les moteurs de recherche veulent des copies au format HTML, facile à travailler, alors que les distributeurs préfèrent traiter leurs données sous ONIX. TEI XML est parfaitement adapté pour certains objectifs et pour satisfaire une clientèle particulière, et NLM XML peut être davantage apprécié pour d'autres. Le problème le plus complexe réside peut-être

dans le fait de déterminer un niveau de garantie de qualité et de relecture nécessaire à tous les formats, puisqu'un écrit en PDF offrira une représentation différente d'un texte en EPUB « hyper fluide » trouvable sur l'iBookstore, ou encore d'un même texte lu sur un Kindle. Comment assurer une garantie de qualité adaptée à de multiples formats, de manière à ce qu'elle évolue de concert avec les attentes des lecteurs, les navigateurs, et les systèmes de librairie du futur ?

### ***Indépendance :***

Les presses universitaires entretiennent des liens étroits avec les institutions auxquelles elles sont rattachées, mais leur fonctionnement indépendant les protègent d'éventuelles pressions de la part d'académiciens, de collègues ou encore de contraintes imposées par les cadres universitaires. Cette indépendance permet également aux éditeurs de concentrer leurs efforts sur un nombre restreint de disciplines dans lesquels ils se sont spécialisés, travaillant avec des auteurs rattachés à diverses universités, plutôt que d'endosser un rôle d'édition plus généraliste au sein d'une seule université. En termes de liberté d'expression et d'indépendance académique, le fait de collaborer avec un éditeur indépendant, qui ne travaille pas sous les injonctions ni n'est à la solde financière du doyen est très important. En outre, l'environnement académique se nourrit et s'enrichit de ces centres d'expertise indépendants. Comment s'assurer que l'indépendance et l'objectivité éditoriale iront toujours dans le sens des universitaires ?

### ***Imprimatur, titularisation, promotion, prestige :***

Toutes les caractéristiques évoquées ci-dessus demandent beaucoup de temps, d'efforts, d'énergie et d'investissement financier. Ainsi, voir un titre publié par une presse universitaire signifie que cet ouvrage est passé avec brio à travers une batterie de sélections, visant à déterminer si la valeur académique de ce livre sera suffisante pour justifier un effort financier de dizaines de milliers de dollars et pour risquer la réputation du groupe de presse, en vue de sa publication. Le tri ainsi effectué est un gage de qualité, et constitue un indicateur fiable, dont tiennent compte les comités de titularisation et de promotion (ainsi que les collègues opérant dans le même secteur) pour les accréditations universitaires. Les écosystèmes ne sont pas toujours sauvages. Ainsi, un pommier non taillé produira des pommes de plus en plus petites. Pour obtenir des fruits de qualité, il convient d'élaguer les arbres. Cependant, les pommes poussant dans les vergers traditionnels européens ne pouvaient pas non plus survivre en Amérique sans une hybridation préalable avec des espèces plus sauvages. De même, l'environnement académique traditionnel est repoussé vers de nouvelles frontières. De nouvelles formes universitaires et de produits académiques ont vu le jour grâce à l'émergence d'outils technologiques et à Internet. Or, le système d'évaluation et d'accréditation ne s'y est pas encore adapté. Comment favoriser l'émergence d'un système où les fruits sauvages, hybrides, et cultivés pourront tous prospérer ?

### ***Disponibilité à long terme :***

Les publications universitaires ont une très grande « espérance de vie ». Or, l'impact global d'un ouvrage sur le long terme et la probabilité qu'il soit présent

sur le « marché des idées » sont améliorés si un éditeur est en charge de ce titre. Les archives institutionnelles sont en substance des documentalistes passifs, ne remplissant pas un rôle de promotion de leur contenu. Les bibliothèques et les universités ne sont pas appelées à se lancer dans l'activité de promotion de publications uniques. Le système dans lequel elles évoluent est conçu pour gérer des centaines de milliers de documents de manière efficace, et non pas d'exploiter au maximum un nombre restreint de publications. La communauté académique gagne à compter sur des éditeurs dont la motivation est de cultiver les fruits de la recherche académique. Actuellement, celle-ci se concrétise par l'objectif de vendre des livres. Comment faire évoluer cette motivation tout en conservant un équilibre optimal et sans préjudice de la qualité académique, dès aujourd'hui et sur le long terme ?

Nous accueillons avec intérêt tous les points de vue émettant une tentative de réponse aux questions ci-dessus. L'environnement académique évoluera à mesure que notre réseau découvrira de nouveaux modes de connexion, aussi inattendus soient-ils. Nous pouvons toutefois orienter cette évolution en nous impliquant dès à présent dans ses enjeux à venir. Au sein du monde académique, il nous faut coopérer ensemble afin de parvenir à trouver les bons points d'équilibre : entre ouverture et sélectivité, entre garantie de qualité et richesse intellectuelle variée ; et enfin, parvenir à préserver les meilleurs fruits hérités de l'ère de l'édition papier tout en permettant aux nouvelles espèces hybrides et sauvages de prospérer.



### ***III. Rénover les presses universitaires***

Les éditeurs académiques se sont adaptés à ces évolutions en intégrant de nouvelles technologies à leur chaîne de production, à leur approche du marketing et à leurs procédés de distribution, ainsi qu'en établissant des partenariats pour améliorer la diffusion de leur propriété intellectuelle et multiplier les sources de revenus à partir de contenus Internet, alors que les gains générés par l'impression stagnent ou diminuent. Si le futur de l'édition académique est incertain, nous pouvons affirmer, en revanche, que sur les dix prochaines années au moins, les publications universitaires seront assurées par une diversité de médias, à travers des supports différents, financées par une vaste gamme de sources, et selon divers modèles économiques.

Les modèles d'édition traditionnels sont menacés de bien des côtés : stabilisation des ventes de livres papier, popularité grandissante des ouvrages numériques, tirage des prix à la baisse imputable aux vendeurs d'ebooks, et consensus émergeant en faveur du libre accès aux ouvrages. Les secteurs du livre et des revues rencontrent des défis spécifiques à chacun, mais le principal moteur de changement est commun : la transition de l'impression papier vers l'édition numérique. L'édition de revues a réussi sa conversion au numérique tout en conservant son ancien modèle économique —la vente par abonnement à des institutions. Ainsi, le numérique a remplacé l'impression pour devenir le premier support (et est en voie de devenir le seul), tout en permettant l'avènement de nouvelles sources de revenus, comme la lecture à la demande, la vente d'articles à l'unité, et la possibilité de s'abonner à un package rassemblant plusieurs revues. Les éditeurs de revues sont même en passe d'être victimes de leur propre succès, avec la pression montante pour le passage d'un modèle basé sur les abonnements à un système de libre accès (OA, de l'anglais Open Access). Le mouvement pour l'OA vise avant tout les groupes éditoriaux dégagant de grands profits, mais les presses universitaires sont impliquées dans les débats à mesure que l'emprise des universités et du gouvernement s'étend, bien qu'il soit de plus en plus difficile pour les presses de concurrencer les sociétés commerciales dans l'acquisition de revues, faute de pouvoir bénéficier des économies d'échelle dont jouissent ces dernières.

Comparé au secteur des revues, l'édition de livres vient tout juste d'amorcer la transition du support imprimé vers le numérique, et il est probable que sa mise en place s'effectue de manière plus chaotique. Le marché du livre est segmenté de manière plus équitable entre les ventes au détail et à des institutions, ce qui implique le développement simultané de stratégies diverses. De plus, la réticence largement répandue parmi les lecteurs à lire des travaux volumineux sur un support écran (malgré la croissance exponentielle récente du marché des liseuses) implique que les éditeurs doivent continuer à produire et à vendre des livres papier en priorité, et développer en parallèle les éditions numériques des mêmes titres. Jusqu'à présent, le marché des livres numériques croît surtout sur le

segment de la consommation, avec les romans et la non fiction populaire en tête de file : le prix est donc un enjeu fondamental. Le succès du Kindle et les efforts entrepris par Amazon pour fixer le prix de base d'un ebook à 9,99 \$ contribuent à conforter le public dans l'idée que les livres numériques sont moins chers. Tant que les ebooks représentent une source de revenus très annexe pour les éditeurs, ceci n'est pas un problème majeur, mais qu'adviendra-t-il lorsque les ventes de livres numériques supplanteront celles des livres imprimés de manière significative ? Les réductions des coûts d'impression et de distribution suffiront-elles à compenser le manque à gagner ainsi engendré ? Cela semble peu probable, tant que les éditeurs seront astreints à publier des éditions papier et numériques. En outre, la multiplication rapide des offres de livres numériques accapare une grande partie des ressources et du temps des éditeurs, alors que les ventes qu'ils engendrent ne représentent encore qu'un faible pourcentage du marché total.

Si le libre accès ne représente pas encore un défi majeur pour les éditeurs de livres, le débat autour de l'OA dépasse le secteur l'édition de revues. Les presses universitaires font l'objet de plus en plus de pressions pour tester l'édition d'ouvrages en libre accès, ce qui constitue un enjeu supplémentaire à prendre en compte pour penser les stratégies d'édition numérique ; si les versions numériques de certains ouvrages sont proposées en libre accès, cela condamne-t-il ces titres à ne jamais être vendus en tant que livres numériques ?

Contrairement au marché des revues, aucun modèle économique prioritaire ne se dégage pour les livres numériques, bien que la plupart des presses universitaires s'essayent à des expériences en adoptant de nombreuses approches innovantes pour éditer, promouvoir et vendre leurs ouvrages. Il conviendra d'embrasser de multiples modèles économiques, non seulement car les ouvrages numériques et imprimés coexisteront probablement encore un long moment, mais aussi car il est peu probable qu'un unique modèle économique régissant le marché des ebooks puisse remplacer les méthodes traditionnelles d'édition et de vente. De plus, les collaborations, éléments fondamentaux du processus éditorial des presses universitaires, prennent des proportions encore plus importantes, notamment parce que l'édition numérique profite bien davantage des diffusions à grande échelle que l'édition papier. Ces collaborations peuvent prendre diverses formes : des groupes de presses réunis en partenariat, des presses travaillant de concert avec diverses entités sans but lucratif comme des musées, bibliothèques, organismes académiques ou autres instituts de recherche, ou encore des presses établissant des alliances approfondies avec d'autres unités au sein des institutions auxquelles elles sont rattachées.

Le renouveau des presses universitaires passera par de nouvelles approches, que l'on peut globalement regrouper comme suit :

- La publication d'éditions numériques en libre accès associée à des éditions papier payantes, en tirage limité ou par le biais de méthodes d'impression à la demande ;
- La publication en libre accès comme priorité ;

- La publication d'ebooks payants, vendus individuellement ou sous forme de collections ;
- Tester des projets d'édition de contenus sortant du cadre habituel des formats de livres ou de revues.

Bien sûr, beaucoup de presses publient également des revues sous leurs formats papier et numérique. Cette pratique est mieux établie que l'édition numérique dans le secteur du livre, mais comporte ses propres enjeux, notamment la concurrence montante que représentent les éditeurs commerciaux.

## **A. Éditer des documents numériques gratuits et des publications papier payantes**

Un grand nombre de presses universitaires que nous avons interrogées proposent certains titres de leur catalogue gratuitement en ligne et en édition papier payante, et les autres envisagent de suivre la même direction. Dans la plupart des cas, les éditions en ligne sont hébergées par la bibliothèque du campus, et les éditions papier sont imprimées à faible tirage ou à l'aide de technologies d'impression à la demande. L'objectif premier de ces projets est de tester la théorie selon laquelle les publications en ligne jouent un rôle de publicité, notamment pour les titres les plus anciens dont la visibilité est largement entamée. Dans certains cas, les presses rééditent des ouvrages épuisés. Les premiers retours d'expérience sur ce modèle associant des publications gratuites en ligne à des impressions payantes semblent indiquer que la mise à disposition en libre accès de livres en ligne ne réduit pas les coûts d'impression, et peut augmenter le volume de ventes. Cependant, des retours ultérieurs montrent que cette augmentation est à nuancer par divers facteurs liés au contenu et au format (vous trouverez ci-dessous une discussion à ce sujet à propos du modèle de la National Academies Press.) Les éditeurs sceptiques craignant une diminution de leurs ventes sont plus facilement disposés à tenter l'expérience du libre accès en ligne sur des livres à publication plus ancienne. La plupart de ces projets visent également à proposer un service communautaire et/ou à contribuer aux objectifs de libre accès de la maison mère. Voici quelques exemples :

- La presse universitaire du Michigan a un catalogue d'ouvrages en libre accès de plus en plus fourni, disponible dans le monde entier et hébergé par HathiTrust (environ 800 titres à ce jour). La collection s'inscrit dans le cadre d'une politique visant à rendre toutes les nouvelles parutions librement consultables en ligne presque simultanément avec leur date de publication papier. En outre, la quasi-totalité des titres sont disponibles en version numérique payante à travers divers revendeurs d'ebooks, qui peuvent être commandés par un panier numérique sur le site Internet de la presse.  
<http://www.press.umich.edu/ebooks/>
- La presse universitaire de Californie met à disposition quelques 2000 titres

en ligne par le biais de la California Digital Library (CDL). Environ 500 ouvrages (la plupart étant épuisés) sont en libre accès total, alors le reste est rendu accessible gratuitement exclusivement pour la communauté de l'Université de Californie. La Californie élargit son programme de libre accès dans le cadre d'un accord avec Google, qui a numérisé environ 2000 titres épuisés de cette presse ; et sont accessibles via Google Editions. Les publications connaissant un succès significatif en ligne seront rééditées selon le système d'impression à la demande. Cependant, une publication des nouvelles parutions en libre accès n'est pas envisagée dans l'immédiat.  
[http://www.cdlib.org/services/publishing/ucpress\\_ebooks.html](http://www.cdlib.org/services/publishing/ucpress_ebooks.html)

- La presse universitaire de Pittsburgh met la quasi-totalité de son catalogue à disposition (plus de 500 titres) dans le cadre de son programme Prologue Books, également hébergé par la bibliothèque de l'université. Les nouvelles parutions seront intégrées au catalogue numérique, dans un premier temps en permettant de consulter l'introduction et un chapitre, puis l'intégralité du texte deux à cinq ans après, selon les ouvrages.  
<http://digital.library.pitt.edu/p/pittpress/>
- La presse universitaire de l'Indiana propose environ 400 titres consultables par la communauté de l'université à travers sa bibliothèque.  
[http://www.iupress.indiana.edu/catalog/information.php?info\\_id=129&meid=129\\_](http://www.iupress.indiana.edu/catalog/information.php?info_id=129&meid=129_)
- La presse universitaire de Floride met à disposition toutes ses parutions antérieures à 2006 aux archives institutionnelles de l'État de Floride, Orange Grove.  
<http://www.theorangegrove.org>

Dans le cadre d'une expérience axée sur les manuels universitaires plutôt que sur les monographies de recherche, les presses universitaires de Floride et Orange Grove, les archives numériques de Floride, ont rassemblé tous les manuels en libre accès disponibles à travers toutes les sources – qu'elles proviennent d'Orange Grove ou d'autres archives – utilisés dans les cours universitaires en Floride. Ce programme, motivé tout d'abord par le coût élevé des manuels pour les étudiants, propose des impressions à la demande des textes mis en ligne à des prix typiquement situés 40 à 50 pourcent en dessous des cours en vigueur sur le marché en passant par les autres canaux. Les achats de ces impressions par les étudiants financent actuellement le programme, mais l'idée est de passer à un système « d'honoraires techniques » payables par les universités impliquées (ce qui nécessitera une démarche de légalisation de la part de l'État). Pour les nouveaux titres, la presse propose des services éditoriaux et de retour critique pour les livres destinés à être disponibles en OA chez Orange Grove cinq ans après leur parution.

Beaucoup d'autres presses proposent une collection plus restreinte de titres disponibles en ligne. En voici quelques exemples :

- La presse universitaire de New York, en collaboration avec les bibliothèques de l'université, ont lancé un catalogue de 125 titres à l'automne 2010, et prévoient d'y ajouter des titres chaque année.
- La presse universitaire de Géorgie propose un catalogue de 50 titres consacrés à l'histoire de l'État de Géorgie.  
<http://www.ugapress.org/index.php/books/ebooks>
- La presse universitaire de Fordham met à disposition des titres issus de la faculté de Fordham, et envisage d'élargir ce programme à des auteurs issus d'autres horizons.
- La presse universitaire de Texas A&M propose tous les titres publiés à ce jour dans le domaine de la psychologie analytique.  
[http://www.tamupress.com/pages/series\\_description.aspx](http://www.tamupress.com/pages/series_description.aspx)
- Metalmark Books est une maison fondée par la presse de l'Université de Penn State et ses bibliothèques dans le but de rééditer des ouvrages plus anciens. <http://www.psupress.org/metalmark.html>
- Le programme e-Pubs, de la presse universitaire de Purdue propose une sélection de titres, ainsi que plusieurs revues.  
<http://docs.lib.purdue.edu/thepress/>
- Le programme AccessAble Books de la presse universitaire de Caroline du Sud propose une sélection de titres parmi les collections spéciales des bibliothèques de l'université.  
<http://www.sc.edu/uscpress/books/accessiblebooks/accessible.html>
- La presse du MIT édite un nombre restreint de titres individuels en édition numérique gratuite, généralement lorsqu'ils font l'objet de subventions.
- Dans le cadre de recherches sur la possibilité d'élargir la communication académique aux pays en voie de développement grâce à l'édition en libre accès, la Society for Biblical Literature (SBL) a fondé une initiative de coopération internationale, rendant les ouvrages sélectionnés accessibles à toute personne possédant une adresse IP provenant de l'un de ces pays.  
<http://www.sbl-site.org/publications/onlinebooks.aspx>

Dans la plupart des cas, les bibliothèques universitaires proposent des services d'hébergement gratuits aux presses ; et il arrive que les libraires prennent également en charge la numérisation des livres. Sans un tel soutien institutionnel, ces programmes n'auraient pas pu voir le jour. L'intégration des parutions à venir est plus aisée, puisque la production de livres est maintenant gérée de manière totalement numérique, et que la norme est de conserver les fichiers numériques après la production. Le problème majeur relève de la crainte de perdre les revenus

issus de la vente de livres papier (et, de plus en plus, de la vente d'ebooks) si les ouvrages sont accessibles gratuitement en ligne. Ainsi, la plupart des presses universitaires sont réticentes à tenter l'expérience avec leurs nouvelles publications. Néanmoins, ceci a tendance à évoluer, notamment dans le cas de titres universitaires très spécialisés.

Une poignée de presses universitaires, en collaboration avec leurs bibliothèques, font l'expérience d'un système de « consultation en ligne gratuite et d'impression à la demande payante », pour des collections d'ouvrages spécialisés. Par exemple :

- La presse de d'université de Penn State pour les études consacrées aux langues latines  
[http://www.psupress.org/books/series/book\\_SeriesNewRomStu.html](http://www.psupress.org/books/series/book_SeriesNewRomStu.html)
- Signale, une collection d'études germaniques modernes éditée par la presse universitaire de Cornell  
<http://signale.cornell.edu>
- Flashpoints, une collection d'études littéraires, ainsi que diverses séries financées par le programme UCPubS (plus d'informations ci-dessous) éditées par la presse universitaire de Californie  
[http://www.escholarship.org/uc/ucpress\\_flashpoints\\_](http://www.escholarship.org/uc/ucpress_flashpoints_)
- Digitalculturebooks, par la presse universitaire du Michigan Press  
[http://www.digitalculture.org\\_](http://www.digitalculture.org_)
- Nouvelles parutions sélectionnées par la presse universitaire de Nouvelle Angleterre en collaboration avec la bibliothèque du Collège de Dartmouth

Les raisons poussant à utiliser ce modèle pour les ouvrages académiques spécialisés varient selon les presses, mais elles reconnaissent toutes la valeur potentielle de la publication en ligne comme outil marketing et de gestion d'inventaire, grâce aux procédés d'impressions en petit tirage et à la demande. Derrière ces expériences, se trouve l'idée sous-jacente que les monographies spécialisées représentent un marché si limité et rigide que le manque à gagner est minime en les publiant en libre accès, et de bénéficier d'un accès élargi aux études universitaires tout en jouissant d'une réputation de bonne volonté au sein de la communauté académique.

Cependant, alors que ce modèle semble efficace en terme de réduction des coûts de publication, il est peu probable qu'en l'état actuel des choses les ventes en impression à la demande compensent pleinement les coûts globaux d'édition. Les premières expériences d'édition de livres en ligne tout en proposant des versions papier payantes – qu'il s'agisse de nouvelles parutions ou de titres de l'ancien catalogue – indiquent que, si les éditions en ligne sont largement consultées, les

ventes papier restent limitées.<sup>1</sup> En outre, les éditeurs impliqués dans ces projets redoutent fortement une érosion encore plus significative des ventes papier, à mesure que les lecteurs s'habituent à lire en ligne et que les bibliothèques se sentent moins obligées d'acheter des éditions papier à des fins d'archivage. Le modèle combinant parution gratuite en ligne et impression payante semble bien représenter une stratégie viable pour opérer la transition.

Les revenus limités engendrés par les ventes de livres papier également disponibles gratuitement en ligne ne constituent pas un problème majeur lorsque les titres en question sont issus des anciens catalogues. De fait, lorsque cette méthode est adoptée pour des titres épuisés, elle génère une nouvelle source de revenus bienvenue. Cependant, les presses éditant des parutions *nouvelles* en suivant ce modèle doivent pouvoir compter sur des sources de revenus variées, incluant typiquement un financement institutionnel.

## **B. Le libre accès comme mode de publication prioritaire**

Quelques éditeurs universitaires ont adopté le principe de publication en libre accès sur Internet comme modèle d'édition prioritaire, en proposant souvent les versions imprimées à la vente. Les chiffres de vente aident à financer les frais généraux liés à l'édition, mais le soutien institutionnel reste crucial dans le modèle économique de ces éditeurs. Parmi ces derniers, l'on retrouve : 1) des presses universitaires récentes, spécialisées dès leur lancement dans le numérique en libre accès ; 2) deux éditeurs associés à des instituts de recherche majeurs, les Académies Nationales et la RAND Corporation ; et 3) un consortium de presses universitaires européennes tentant l'expérience de l'édition en libre accès à grande échelle.<sup>2</sup>

Parmi les presses universitaires ayant adopté ce modèle, l'on retrouve Rice, Athabasca, et la presse électronique de la Australian National University. Rice, qui propose à ses auteurs des solutions utilisant toute une gamme multimédia – fichiers audio, hyperliens, images mobiles – afin de présenter leurs arguments académiques de manière dynamique, utilise Connexions, une plateforme d'édition numérique en open-source. Cependant, l'Université de Rice a mis un terme aux financements alloués à la presse en septembre 2010, bien qu'elle ait confirmé la continuité de son soutien à Connexions. Pour justifier cette coupe, l'université a avancé l'argument que les ventes de produits imprimés ne

---

<sup>1</sup> Reportez-vous à l'expérience tentée par la National Academies Press. Les données de notre enquête sur les directeurs de presses universitaires indiquent également que les chiffres de vente de livres papier ne couvrent pas tous les coûts inhérents à l'édition en ligne.

<sup>2</sup> Pour une analyse plus exhaustive consacrée aux programmes de livres en libre accès, reportez-vous au rapport de mars 2010 de Janneke Adema pour l'OAPEN, *Overview of Open Access Models for E-books in the Humanities and Social Sciences*, <http://project.oapen.org/images/OpenAccessModels.pdf>.

répondent pas aux attentes et qu'un soutien institutionnel plus important est nécessaire à la viabilité du modèle.<sup>3</sup>

À une échelle beaucoup plus importante, la National Academies Press (NAP) et la RAND Corporation rendent toutes leurs publications accessibles librement. Leurs modèles de subvention financière – alliant revenus des éditeurs, acquittements de services institutionnels, et autres soutiens directs (bureaux, services de paie, etc.) – sont des exemples intéressants à étudier, notamment car leur modèle économique diffère de celui de la plupart des presses universitaires.

La National Academies Press édite environ 180 titres par an, issus de la National Academy of Sciences (l'académie des sciences), de l'Institute of Medicine (institut de médecine), de la National Academy of Engineering (académie nationale d'ingénierie), et du National Research Council (centre national pour la recherche), organismes regroupés sous le terme 'd'Académies Nationales'.

Ces académies nationales comptent principalement sur l'appui d'experts bénévoles impliqués dans la mise en place de rapports sur les questions importantes posées par le congrès, les agences fédérales ou d'État, ou encore par des organismes non gouvernementaux (fondations...). Les financements inhérents aux déplacements, à l'hébergement, au support des équipes en interne et aux frais généraux sont pourvus lorsqu'une étude est mandatée. Le processus de révision interne est solide, mais indépendant de la presse. En conséquence, les coûts éditoriaux d'acquisition de la NAP sont inexistantes, bien que les services éditoriaux comme l'indexage, la révision, et l'acquisition d'œuvres soient maintenus, à la manière d'autres fonctions comme la gestion de projet, la conception graphique, la composition, le marketing, le développement du site Internet, la comptabilité, l'impression et la distribution.

Depuis 1994, la NAP met à disposition l'intégralité de toutes ses nouvelles parutions gratuitement en ligne sur son site, tout en vendant des livres imprimés par les réseaux de distribution traditionnels comme virtuels. Depuis lors, elle développe ses propres serveurs et son site Internet, ainsi que sa production numérique, son infrastructure de maquette et ses outils de recherche.

La NAP a scrupuleusement étudié et partagé les diverses stratégies possibles pour proposer son contenu en ligne : en différents formats (HTML et PDF), séparés en chapitres PDF, et à diverses gammes de prix.<sup>4</sup> L'une de ses découvertes clefs est que la disponibilité de versions HTML n'entraîne pas de diminution des ventes papier, contrairement aux PDF gratuits. En 2003, la NAP a commencé à vendre

---

<sup>3</sup> Jennifer Howard, « Rice U. to Close Its Digital Press Next Month, » *Chronicle of Higher Education*, août 10, 2010, <http://chronicle.com/blogPost/Rice-U-to-Close-Its-Digital/26342/>.

<sup>4</sup> Au sujet des expériences de la National Academies Press, voir le rapport de Barbara Kline Pope et de P. K. Kannan, *An Evaluation Study of the National Academies Press's E-publishing Initiatives: Final Report*, du 31 janvier 2003, <http://aaupnet.org/resources/mellon/nap/index.html>.



des fichiers PDF sur son site, tout en proposant simultanément ces mêmes PDF en téléchargement gratuit aux pays en voie de développement. Depuis 2004, elle met gratuitement et librement à disposition des fichiers PDF traitant de sujets spécialisés ou à faible potentiel de lectorat – soit environ la moitié de ses titres.

Environ 30% des ventes de la NAP proviennent de son site Internet. Les ventes de versions numériques (PDF) représentaient moins de 10 % des ventes totales au cours de l'année 2009-2010. 500 000 ouvrages en PDF ont été téléchargés gratuitement en 2009. En 2010, la NAP compte plus de 4 500 titres disponibles sur son site.

La longue expérience du modèle libre de la NAP permet de tirer des conclusions claires, selon la directrice de la NAP, Barbara Kline Pope : « Nous sommes dans un état de transition permanente. À mesure que les habitudes et attentes de lecture changent pour nos clients et dirigeants, il a fallu adapter notre expérience de la lecture en ligne, la composition de nos équipes, et remettre en cause toutes nos approches en vue de remplir les missions principales à nos yeux que sont l'autonomie financière et la diffusion. » Avant 2004, la NAP pouvait affirmer que le libre accès permettait d'augmenter le volume de ventes, la visibilité qu'il engendrait pour les lecteurs ayant des retombées bien supérieures aux ventes qu'il évinçait. « Depuis lors, il apparaît de plus en plus clairement que les contenus gratuits concurrencent les ventes de livres, » Pope ajoute. « Ce constat n'a pas signifié pour nous qu'il convenait d'arrêter le libre accès, mais nous a plutôt incité à trouver des moyens d'améliorer notre efficacité et d'élargir la sphère de nos lecteurs potentiels afin de rester fidèles au principe de l'ouverture tout en restant économiquement viables. »

La NAP a mis en place divers mécanismes d'imputation des coûts en vue de financer les ouvrages à lectorat restreint et les rapports hautement techniques rendus accessibles à tout public gratuitement au format PDF. Ainsi, pour environ la moitié des livres publiés, les coûts de réimpression sont couverts par divers accords au sein de l'institution. L'autre moitié du catalogue obéit à un modèle d'édition classique, les coûts éditoriaux étant investis par la NAP et compensés par les ventes. Bien que n'ayant pas encore recours à des subventions directes, la NAP reçoit un soutien technique pour le site et une compensation exécutive de la part de son institution. En outre, la NAP a toujours connu la tranquillité de savoir que, si nécessaire, l'institution serait susceptible de combler d'éventuels déficits annuels.

En proposant des services de marketing, de promotion et de diffusion à valeur ajoutée à ses institutions, grâce aux 16 millions de visiteurs par an sur la librairie de leur site Internet, la NAP a eu les mains libres pour innover. Comme l'a déclaré Michael Jensen, alors directeur des technologies éditoriales, « Une partie du service que nous fournissons à l'institution consiste à conférer à leurs rapports une autorité sur Internet équivalente à l'autorité scientifique dont elle jouit depuis longtemps. »<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Extraits d'entretiens avec Barbara Kline Pope et Michael Jensen, menés dans le cadre de la recherche pour le présent rapport.

La RAND Corporation, une institution à but non lucratif qui a pour objectif d'améliorer la politique et le processus décisionnel par la recherche, publie environ 250 monographies, rapports et dossiers par an. Les recherches entreprises par la RAND sont financées par une clientèle mondiale, comprenant des agences gouvernementales, des fondations et des entreprises privées. En outre, des contributions philanthropes et des dons adressés à l'institution soutiennent les recherches innovantes concernant des sujets fondamentaux pour le débat politique et s'élevant au-delà des frontières classiques de financement.

L'analyse critique par les pairs et la révision qualité sont entreprises par des tiers en contrepartie d'honoraires, ainsi qu'en interne par des experts de l'équipe de recherche spécialisés dans le domaine concerné et des gestionnaires de programme. La RAND n'édite que les résultats de recherches qu'elle conduit elle-même. Les services éditoriaux comme l'indexage, la révision, la correction, et autres fonctions comme la gestion de projet, la conception graphique, l'impression et la distribution initiales sont couverts par des fonds alloués au projet, par les unités d'affaires ou par des fonds privés discrétionnaires.

La publication des études de la RAND est gérée par le département artistique. Ce dernier fonctionne comme un centre de coûts et facture à un taux horaire moyen par projet, comprenant les coûts de main d'œuvre (y compris en nature et informatiques), d'affectation, ainsi que les frais généraux et administratifs. De plus, ce département compte un petit budget global pour financer les efforts marketing pour la promotion d'importantes nouvelles études, la coordination des ventes par le biais d'un distributeur, et la conversion des titres phares au format ebook en vue de leur vente à travers un réseau constitué d'une douzaine de vendeurs différents. Les frais continus d'impression et de distribution sont également couverts par des fonds généraux et compensés par les revenus des ventes.

Dans le cadre de sa mission de service public, la RAND diffuse les conclusions de ses recherches aussi largement que possible. Depuis 1998, toutes les nouvelles parutions ouvertes au public sont systématiquement mises à disposition au format PDF en téléchargement gratuit sur le site de la RAND. Les copies papier de ces documents sont également disponibles en version payante sur leur site et chez nombre d'autres revendeurs traditionnels. Les efforts entrepris récemment pour intégrer des contributions influentes sur le site de la RAND ont porté leurs fruits, et environ 10 000 rapports y sont disponibles en téléchargement PDF gratuit.

Le site de la RAND est géré par le département de TI conjointement avec le groupe de communication virtuelle du Bureau des affaires étrangères. La ligne éditoriale de la RAND se veut tout d'abord percutante, reléguant les critères de revenus des ventes et d'autonomie financière au second plan. En 2009, la RAND a pris la décision de vendre tous ses ebooks à 9,95 \$. « Les frais continus engendrés par la vente de livres numériques sont bien plus bas [dans le cadre du modèle éditorial de la RAND] que les coûts de gestion d'impression, de stockage et de réalisation, et nous répercutons les économies ainsi réalisées, » déclare Jane Ryan, directeur des services éditoriaux et artistiques. Au cours de l'année fiscale

2009, la RAND a vendu 59 000 documents papier, par le biais de divers canaux, et a surtout rempli l'objectif premier de la société en enregistrant 4,2 millions de téléchargements de ses PDF.<sup>6</sup>

Au cours des deux dernières années, la RAND a observé un déclin dans la demande d'ouvrages papier, conjugué à une forte hausse du nombre de téléchargements. D'après Ryan, « la demande de livres numériques n'a cessé d'augmenter via nos partenaires de diffusion, et nos efforts marketing vont actuellement dans ce sens. » Le confort de lecture sur les liseuses et les smart phones représente un défi important, notamment pour des publications au contenu complexe comme celles de la RAND ; souvent accompagnées de tableaux, de chiffres et de schémas mathématiques.

***Des modèles différents tendant vers un objectif commun :***

Si les modèles de la RAND et de la NAP rentrent dans le cadre d'une « édition orientée objectif » (par opposition à une approche orientée marché), leurs motivations diffèrent de celles des éditeurs de presses universitaires « orientés objectif » ; tels que décrits dans le rapport de ITHAKA « University Publishing in a Digital Age, » paru en 2007.<sup>7</sup>

La NAP fonctionne avant tout comme un éditeur indépendant, et sa maison mère attend d'elle qu'elle s'autofinance par les ventes, les refacturations et autres droits. La RAND, de son côté, assume le fait que les ventes ne compenseront pas les frais d'édition prépresse. La mission fondamentale commune aux deux maisons est de créer une valeur ajoutée en assurant une large diffusion à leurs publications.

Les coûts de l'analyse critique, représentant une bonne partie des frais éditoriaux pour la plupart des presses universitaires, sont absents du budget de la NAP – la révision par les pairs est menée par une division indépendante des académies nationales. La RAND, de son côté, délègue les revues critiques à des analystes externes en contrepartie de droits nominaux, la révision interne étant assurée par une équipe d'experts polyvalents. Ce procédé de révision institutionnalisé garantit aux deux organismes des publications de qualité et scientifiquement exactes. Contrairement à la plupart des presses universitaires, il leur est impossible de concentrer la prospection d'auteurs, le marketing et la promotion sur des domaines à fort potentiel qu'ils auraient choisis ; ils sont tenus de publier tout ce qui est produit, indépendamment de la demande du marché, et sont incités par leurs institutions et auteurs à rester aussi ouverts que possible.

---

<sup>6</sup> Entretien avec Jane Ryan.

<sup>7</sup> Laura Brown, Rebecca Griffiths, et Matthew Rascoff, University Publishing in a Digital Age, ITHAKA, 26 juillet 2007, <http://www.ithaka.org/ithaka-s-r/research/university-publishing-in-a-digital-age>.

Les approches de la NAP et de la RAND concernant la portée et la diffusion de leurs ouvrages peuvent être utiles à étudier. Cependant, leurs publications sont toujours choisies par leurs institutions mères, leur rôle dans ces organismes diffère donc de celui des presses universitaires traditionnelles. En outre, l'environnement financier dans lequel ils évoluent est également particulier.

Pour percer sur le marché, les presses universitaires spécialisent leur catalogue dans des domaines académiques spécifiques, et il est rare que les auteurs issus de leurs propres institutions représentent plus de dix pour cent de leurs parutions.

La NAP, comme la RAND, jouissent aussi d'une notoriété importante liée à leur statut institutionnel. À la différence des presses, qui confèrent sa valeur qualitative à un ouvrage à travers leur sélectivité et processus de publication, ces institutions publient des travaux dont la qualité fait déjà autorité. Cette différence avec les presses universitaires n'est pas mineure. En effet, ni la RAND ni la NAP ne courent le risque de nuire à la réputation de qualité de leurs publications en les proposant en téléchargement gratuit.

Ni la NAP ni la RAND ne payent de royalties à leurs auteurs. Si les royalties ne représentent qu'un faible pourcentage des charges totales pour les presses universitaires, elles peuvent revêtir une importance conséquente du point de vue des auteurs. La priorité des auteurs et des institutions collaborant avec la NAP et de la RAND est d'assurer une large diffusion, d'avoir une influence et un impact sur le marché des idées. Les auteurs ne sont ni en quête de titularisation ni de royalties en sus.

Le département éditorial de la RAND et la National Academies Press sont mus par des approches tactiques considérablement différentes, tout en présentant des objectifs stratégiques communs. Elles utilisent toutes deux le modèle de contenu en libre accès dans le but d'atteindre les objectifs prioritaires que sont l'optimisation de la diffusion et le fait d'avoir un impact intellectuel important ainsi qu'une influence significative dans leur milieu. Leur autonomie s'évalue tout d'abord en lien avec l'atteinte de ces objectifs communs.

Pour les presses universitaires, qui subissent des pressions les poussant à rendre gratuit leur contenu, l'autonomie et l'ouverture entraînent d'autres défis. Leurs programmes éditoriaux sont très différents, mettant plus l'accent sur les sciences humaines et sociales (SHS), ce qui se répercute de manière significative sur les coûts éditoriaux et de marketing ainsi que sur leurs sources de revenus. Les presses universitaires attirent des auteurs issus de sphères plus larges et se trouvent souvent en situation de concurrence avec d'autres éditeurs pour disposer de leur contenu. Typiquement, leurs auteurs réclament des royalties, une valeur ajoutée à la production et une visibilité marketing qui augmentent de manière importante les coûts éditoriaux. Les achats par des entreprises ou par le gouvernement, ne constituent pas la cible principale des presses universitaires, et

leurs recettes dépendent essentiellement des ventes directes au consommateur (marché volatile) et à des institutions (marché en voie de diminution). Surtout, les presses ne jouissent pas d'un lien aussi fort avec leurs institutions mères que la NAP et la RAND, puisque leur ligne éditoriale se concentre sur des domaines précis, sans que les travaux issus de l'institution à laquelle elles sont rattachées soient nécessairement prioritaires. Ajouté à cela, le schéma historique consistant à couvrir les coûts éditoriaux par les ventes explique que les institutions mères n'accordent traditionnellement que peu ou pas de soutien financier direct à leurs presses universitaires. Les presses ayant pour ambition de rendre une grande partie de - si ce n'est toutes - leurs publications disponibles en libre accès rencontrent un obstacle supplémentaire dans le fait que, comme la majorité des autres presses universitaires, leur axe éditorial consiste à se spécialiser pour exceller dans des domaines précis plutôt que de renforcer les liens avec leur institution mère.

Une tentative novatrice d'édition en libre accès, l'Open Access in European Networks (OAPEN), cherche à imaginer un nouveau modèle gratuit pour les presses universitaires en compensant les frais éditoriaux grâce à un système alliant droits de publication, subventions et soutien financier institutionnel. Basé au sein de la presse universitaire d'Amsterdam, l'OAPEN (<http://www.oapen.org>) propose des monographies dans les domaines des sciences humaines et sociales depuis l'automne 2010. Le consortium comprend huit autres presses européennes, et l'Union Européenne a participé financièrement à son lancement. L'OAPEN vise à lancer sa bibliothèque avec un catalogue d'environ 750 titres, principalement des rééditions mais comptant également quelques nouveautés, et de porter ce chiffre à environ 1300 titres d'ici à mi 2011. Ensuite, l'objectif est de proposer 400 à 1000 publications supplémentaires chaque année. Les éditeurs intégrant le consortium seront libres de décider de leur propre politique éditoriale en ce qui concerne le nombre et le type de titres qu'ils souhaitent y inclure. Ainsi, la presse d'Amsterdam compte y inscrire la plupart des nouveautés de son catalogue, indépendamment de leur financement, à l'exception des livres comptant beaucoup d'illustrations, des manuels scolaires et des ouvrages référentiels ou à vocation commerciale. La plupart des autres éditeurs adopteront une politique similaire, alors que certains n'y inscriront des titres qu'en contrepartie de droits de publication.

Le modèle d'édition de l'OAPEN est mis en avant par plusieurs projets pilotes dans divers pays européens. Au Pays-Bas, un programme pilote concernant 50 titres sera publié au cours des deux prochaines années, son financement étant en partie assuré par le centre national de recherche hollandais. Au Royaume Uni, un programme similaire géré par le JISC<sup>8</sup> sera mis en place.

Le modèle de financement de l'OAPEN combinant diverses sources de revenus donne le ton d'une évolution significative, notamment via l'introduction de la notion de droits de publication. Bien que ce principe soit connu sous le nom

---

<sup>8</sup> D'après un courriel de Eelco Ferwerda, directeur exécutif de l'OAPEN.

‘d’auteur-payeur’, il est très rare que l’auteur engage personnellement les fonds, qui sont souvent fournis par des bourses de recherche ou autres institutions. Ce système est en passe de faire autorité en ce qui concerne le financement de revues scientifiques, techniques et médicales (STM) ; mais doit encore faire ses preuves sur le segment des livres, et pour toutes les publications dans le domaine des sciences humaines. Les barrières à l’institution des droits de publication pour les ouvrages de SHS sont d’ordre culturel et financier. Ce principe étant totalement nouveau pour eux, les universitaires ont tendance à l’assimiler à de la ‘publication vantardise’. Ils n’apprécient pas la place importante occupée par les bourses de subvention, courante dans le secteur des sciences, qui couvrent souvent les droits de publication. Les coûts éditoriaux inhérents à la recherche en sciences humaines représentent la deuxième difficulté. Une étude récente commandée par la National Humanities Alliance, en charge d’analyser les coûts de publication des revues phares de huit entreprises universitaires dans le secteur des sciences humaines et sociales, a conclu que le coût par article de ces revues est sensiblement plus élevé que celui des revues STM, notamment à cause de la longueur des articles, mais aussi à cause de l’importance des frais de soumission et généraux afférant au processus d’édition dans ce domaine.<sup>9</sup>

### **C. Proposer des ebooks payants**

Depuis deux ans, la plupart des presses universitaires proposent leurs parutions en version numérique payante, majoritairement en passant par des canaux de vente externalisés. Ce processus de vente se décline en deux catégories : les ebooks indépendants vendus individuellement, notamment sur le marché de détail, et les collections de titres vendus en groupe, principalement à destination des institutions. Les éditions Kindle du groupe Amazon dominent la première catégorie, composée également d’une multitude de petits vendeurs aux Etats-Unis et ailleurs. Le lancement récent de l’iPad d’Apple et l’arrivée prochaine de Google Editions entraineront probablement des conséquences sur ce marché, notamment en élargissant considérablement sa base de clients. La seconde catégorie désigne aussi bien les collections généralistes, telles que celles proposées par NetLibrary, ebrary et Questia, que spécialisées, comme le Humanities E-book Project de l’ACLS ou les collections de Alexander Street Press. En outre, les distributeurs en gros proposent aujourd’hui des ebooks à leurs clients.

Les avantages que retirent les presses universitaires en externalisant la vente se dégagent clairement. Le fait de collaborer avec des revendeurs d’ebooks reprend le modèle économique traditionnel de vente de livres papier, selon lequel la grande majorité des ventes s’effectuent via des tiers plutôt que par vente directe au consommateur. Le plus grand défi à relever pour passer à la vente d’ebooks, en

---

<sup>9</sup> Mary Waltham, « The Future of Scholarly Journals Publishing Among Social Science and Humanities Associations, » National Humanities Alliance, 18 février 2009, <http://www.nhalliance.org/bm~doc/hssreport.pdf>.

plus des enjeux que représentent l'évaluation et la négociation d'accords avec des acteurs de plus en plus nombreux sur le marché, réside dans la mise en place d'un système de création et de transmission de fichiers à ces vendeurs, qui présentent tous des critères de formatage différents. De plus en plus de presses contournent ce problème en collaborant avec un autre type de vendeur, évoluant dans le secteur de l'archivage numérique.

Adapter le modèle de l'édition papier à la vente d'ebooks ne représente qu'une partie du tableau. En effet, les livres numériques se prêtent à de nouvelles formes de distribution : la vente de collections de titres, battant en brèche le concept de « livre » à la faveur de celui de « contenu » groupé, et la vente de l'accès à des collections plutôt qu'à des téléchargements d'ouvrages à l'unité. Ici aussi les presses universitaires sont amenées à externaliser, pour deux raisons majeures. Tout d'abord, l'étendue relativement restreinte de leurs activités freine leur capacité à investir dans de nouvelles opérations commerciales. De plus, rares sont les presses qui gèrent assez de contenu, même dans des domaines très spécialisés, pour pouvoir se permettre de lancer leurs propres collections sur le marché. La presse universitaire d'Oxford est la remarquable exception qui confirme la règle, étant pionnière dans le concept de collections de livres numériques spécialisés, dans le cadre de son programme Oxford Scholarship Online (<http://www.oxfordscholarship.com/oso/public/index.html>). La collection de livres numériques e-Duke Books Scholarly Collection de la presse universitaire de Duke constitue une autre exception : elle est hébergée par la plateforme ebrary, mais est vendue comme un groupement séparé composé de la quasi-totalité des titres actuels de Duke.

(<http://www.dukeupress.edu/Libraries/collectionDetail.php?collectionid=2>).

La contrepartie financière à la vente d'ebooks indépendants – les consommateurs s'attendent à des prix réduits – a déjà été établie. En outre, si les bibliothèques préfèrent se procurer des livres numériques plutôt qu'en version imprimée – comme cela est déjà en train de se vérifier – les revenus des presses ne cesseront de diminuer. En effet, si les bibliothèques sont prêtes à payer les livres numériques au même tarif qu'un livre papier, elles n'en achèteront qu'un exemplaire, là où elles en auraient acheté plusieurs auparavant. La facilité d'utilisation des ebooks en bibliothèque peut dissuader l'université et les étudiants d'acheter leur propre exemplaire. La vente d'ebooks ou de contenu numérique sous forme de collection comporte aussi des défis financiers qui lui sont propres. S'il existe une kyrielle de modèles financiers pour structurer ces collections, le plus souvent les retombées sont très faibles pour les éditeurs, qui voient leurs titres regroupés avec ceux d'une multitude d'autres maisons. Les presses universitaires se voient donc obligées de chercher des alternatives pour la vente d'ebooks, notamment à destination des institutions.

Quatre projets illustrant des exemples d'alternatives sans but lucratif à des modèles plus commerciaux méritent que l'on s'y attarde : un consortium de presses universitaires numériques en cours de développement par les presses de la NYU, de Rutgers, de Pennsylvanie, de Temple, du Nebraska et du Minnesota ; Le projet MUSE, une collection de revues numériques gérée par les presses

universitaires Johns Hopkins et sur le point de se lancer sur le secteur des ebooks ; la Oxford Scholarship Online des presses universitaires d'Oxford et son alliance avec d'autres éditeurs ; et JSTOR, en passe d'intégrer des ebooks à ses collections.

- Le consortium de presses universitaires numériques a été fondé en juin 2009 grâce à une bourse de recherche et d'étude de faisabilité de la fondation Andrew W. Mellon, afin d'étudier la viabilité d'une collaboration très élargie entre un grand nombre de presses en vue de combiner leurs efforts pour vendre des ebooks à des bibliothèques universitaires, avec l'idée à terme d'étendre leur cible au corps enseignant et aux étudiants. Les quatre presses ont présenté les conclusions de cette recherche et l'étude de faisabilité commerciale dans le cadre du colloque annuel de l'Association of American University Presses (AAUP) de 2010. Il s'en est dégagé un scénario crédible, permettant de compenser la chute des ventes papier aux bibliothèques tout en garantissant un degré de protection contre le risque de cannibalisation sur les ventes d'ouvrages choisis par les enseignants pour être étudiés en cours. Les éditeurs impliqués ont prévu de lancer cette initiative avec un maximum de presses à l'automne 2011.
- Le projet MUSE, géré par la presse universitaire Johns Hopkins, met à disposition sur Internet l'intégralité des contenus de revues pour plus de 440 titres, représentant presque 110 éditeurs à but non lucratif. Afin de répondre aux besoins de ces éditeurs et des bibliothèques clientes, ce projet met en place un service de distribution d'ebooks qui permettra un accès élargi, facilitera la recherche d'ouvrages académiques et proposera aux éditeurs un système de distribution d'ebooks. Le projet MUSE et l'équipe des presses de JHU ont conduit une recherche sur les bibliothèques clientes, une étude technologique et une analyse de faisabilité en 2009 – 2010. Il est prévu que la première collection de parutions récentes en version numérique dans le cadre du projet MUSE soit lancée en 2011. Dix-huit éditeurs partenaires ont confirmé leur participation au programme éditorial du projet.
- La Oxford Scholarship Online deviendra la University Press Scholarship Online (UPSO) au printemps 2011, avec l'intégration de contenus issus d'autres presses universitaires. Ce nouveau portail de contenu monographique permettra aux presses de conserver leurs propres marques et critères de recherche au sein de la presse, tout en proposant aux utilisateurs d'effectuer des recherches sur toute la base de données. La plateforme UPSO intégrera les contenus actuels et publiés par le passé de toutes ses presses partenaires, au format XML.
- Le JSTOR prévoit pour 2011 la mise en place d'une nouvelle plateforme destinée à aider les éditeurs à vendre des abonnements en ligne à leurs revues actuelles aux côtés des collections issues des archives de JSTOR, avec un navigateur et un moteur de recherche communs. Parmi les éditeurs ayant participé au lancement initial de cette nouvelle plateforme de revues,



on retrouve quatre presses universitaires (de Chicago, Californie, l'Illinois, et l'Indiana). Les presses de Chicago, de Californie, de Harvard, de Yale, de Princeton, du MIT, du Minnesota, et de la Caroline du Nord seront les presses pilotes en ce qui concerne la vente de livres.

## **D. Nouveaux formats — au-delà des livres et des revues**

La plupart des exemples cités jusqu'à présent illustre le processus emprunté par les presses universitaires pour passer de l'édition papier à l'édition numérique en mettant au point des nouveaux modèles de distribution. Un problème majeur se pose toujours, concernant la publication de recherches ne rentrant pas dans le cadre des formats classiques, à savoir des livres et des revues. En effet, les universitaires s'appuient de plus en plus sur les technologies numériques afin de conduire, organiser et présenter leurs recherches ; or les méthodes de diffusion et de conservation de tels travaux n'en sont qu'à leurs premiers essais.

Plus de 50 projets à l'initiative de presses universitaires testent actuellement de nouvelles méthodes éditoriales tirant parti au maximum de toute la gamme de fonctionnalités permise par la technologie numérique. Ces nouvelles formes de recherche comprennent des ouvrages référentiels, des encyclopédies, des atlas ou des titres critiques ; des projets multimédia qui s'appuient sur les talents d'universitaires issus de domaines variés ; ou encore des communautés en ligne permettant aux enseignants d'accéder aux dernières recherches et de trouver rapidement des réponses construites concernant les travaux en cours. L'AAUP a récemment mené une étude sur de tels projets éditoriaux afin de recenser les nouveautés et de mettre au point un portail propice à l'échange d'informations sur les nouvelles méthodes de publication ; la liste des projets étudiés est disponible sur leur site Internet : <http://www.aaupnet.org/resources/electronic.html>.

Ces projets cherchent à concilier les valeurs académiques traditionnelles, telles que la rigueur de la révision par les pairs et l'excellence intellectuelle avec l'adoption de moyens d'expression numériques innovants. Ils impliquent souvent des partenariats entre universités et avec des entités externes, notamment des fondations. Beaucoup de ces projets adoptent le principe du libre accès, mais le financement constitue toujours un problème. Ils ont pour la plupart reçu des subventions d'affectation de la part des universités ou des bourses de fondation, sachant que l'autonomie financière reste l'objectif à terme. Certains projets ont atteint ce but, que ce soit en adoptant un modèle d'abonnements ou une combinaison de sources de revenus. Nous retiendrons notamment les exemples suivants :

- Le Columbia International Affairs Online (CIAO) est l'un des projets d'édition numérique les plus anciens. Il a été lancé en 1991 par les presses universitaires de Columbia en association avec la bibliothèque de l'université et son département informatique. Il publie une large palette de

recherches dans le domaine des relations internationales, et notamment des ouvrages émanant d'instituts de recherche, des travaux ponctuels émis par des ONG, des projets d'études subventionnés par des fondations, des comptes-rendus de conférence, des livres, revues et directives politiques. Le CIAO est financé par les abonnements, un modèle qui a fait ses preuves pour les collections numériques spécialisées et proposant des actualisations annuelles (<http://www.ciaonet.org>). Nous pouvons également citer le projet CogNet des presses du MIT (<http://cognet.mit.edu>) et une quantité de collections dans le domaine des sciences humaines et sociales publiées par Alexander Street Press, un éditeur universitaire commercial (<http://alexanderstreet.com>).

- Le projet Euclid propose un espace en ligne diffusant une série de documentations révisées par des pairs dans les domaines des mathématiques et des statistiques. Il est parrainé conjointement par les presses universitaires de Duke et la bibliothèque de l'université de Cornell. Le projet propose des moteurs de recherche d'articles en PDF, des solutions de traitement des statistiques compatibles avec les dernières versions de COUNTER 3- et de SUSHI -, une fonctionnalité transversale par le biais de l'initiative Open Archives, ainsi que des outils de recherche intégrale parmi toute la collection. Il est financé par une combinaison de frais d'hébergement pour une série de revues mathématiques et statistiques (pour lesquelles l'accès numérique est vendu par leurs éditeurs d'origine) et des ventes issues d'une autre série de revues (pour lesquelles l'accès numérique n'est aucunement vendu). Le montant ainsi engendré est partagé entre les éditeurs et le projet Euclid (<http://projecteuclid.org>).
- Rotunda est l'exemple de projet le plus récent. Il s'agit de l'éditeur numérique de la presse universitaire de Virginie (<http://rotunda.upress.virginia.edu>). Financé initialement par la fondation Andrew W. Mellon et l'université de Virginie, il a été lancé en 2004 avec la publication des ouvrages produits dès leur origine sur support numérique de Dolley Madison Digital Edition. La collection American Founding Era de Rotunda comprend aujourd'hui des éditions numérisées en plusieurs tomes des *Papers of George Washington*, d'*Adams Papers*, des *Papers of Thomas Jefferson*, des *Papers of James Madison*, et de la *Documentary History of the Ratification of the Constitution and Bill of Rights*. Parmi les parutions à venir, l'on retrouve des éditions numérisées des travaux d'auteurs comme Alexander Hamilton, Andrew Jackson, John Jay, ou encore John Marshall. Rotunda est aussi à l'origine de la création de collections à thème sur la culture et la littérature du dix-neuvième siècle et dédiées au 'Siècle Américain'. Les publications de Rotunda sont vendues aux bibliothèques, aux écoles ou aux particuliers à une tarification indexée sur le classement de Carnegie. Les chiffres de ventes ne couvrent pas les frais totaux du programme, mais Rotunda met en place un modèle économique d'autofinancement basé sur de multiples sources de revenus, comme les brevets de publication, les services fournis par sa branche conseil (Oculus) et les subventions allouées à certains projets. Le travail déjà accompli par Rotunda a porté ses fruits, puisque la commission des National Historical Publications and Records - l'organisme en charge de

l'attribution des bourses des archives nationales - a annoncé en octobre 2010 un accord avec la presse universitaire de Virginie lui accordant un financement de deux millions de dollars pour créer The Founders Online, une ressource ouverte au public regroupant toutes les publications des six fondateurs — Washington, Adams, Jefferson, Madison, Hamilton, and Franklin.<sup>10</sup>

En plus de couvrir les frais de mise en place de projets tels que les collections Rotunda, les éditeurs doivent prévoir les coûts engendrés par les nouvelles responsabilités allant de pair avec l'adoption d'un programme éditorial numérique. Andrew Jewell a soulevé cette difficulté dans un rapport publié par *Resources for American Literary Study* : « La vulnérabilité potentielle des projets numériques, associée aux constantes évolutions technologiques, oblige les éditeurs d'études académiques numériques (dans le cas présent, les presses universitaires de Virginie), non seulement à prendre en charge la production, la distribution, le marketing et tous les services classiques communs à l'édition papier, mais aussi à assurer une intendance particulièrement intense. Contrairement à l'édition imprimée, dont les produits finis sont relativement stables, les publications numériques exigent en permanence d'être actualisées ; il convient de veiller constamment à leur maintenance et de se tenir prêt à effectuer des migrations vers de nouveaux systèmes. »<sup>11</sup> Penelope Kaiserlian, directrice de la presse universitaire de Virginie, confirme ce point de vue « En fin de compte, cette intendance permanente constitue le véritable défi de l'édition numérique. Ce secteur est changeant par nature, il faudra toujours compléter les publications, effectuer des migrations vers de nouveaux formats, et conserver les contenus en toute sécurité. Nous nous sommes engagés à assurer la publication numérique des documents écrits par les pères fondateurs, en complétant la collection jusqu'à exhaustivité. Nous continuerons à trouver les moyens pour financer cette activité et à soutenir Rotunda dans son rôle de revendeur éditorial crédible dans les domaines des sciences humaines. »<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Anne Bromley, « Grant Allows U.Va. Press to Make Founders' Documents Online Free to Public, » *UVA Today*, 11 octobre 2010,

<http://www.virginia.edu/uvatoday/newsRelease.php?id=13117>.

<sup>11</sup> *Resources for American Literary Study*, Vol. 31, 2006;

[http://www.ucm.es/BUCM/compludoc/W/10803/00487384\\_1.htm](http://www.ucm.es/BUCM/compludoc/W/10803/00487384_1.htm).

<sup>12</sup> Penelope Kaiserlian, "Rotunda: A University Press Starts a Digital Imprint," *Connexions*, 14 mai 2010, <http://cnx.org/content/m34326/1.2/>.

#### ***IV. L'importance de la collaboration***

Les presses universitaires ont une longue tradition de collaboration, sous diverses formes : entre elles pour des aspects commerciaux comme la distribution ; avec des éditeurs étrangers, musées et autres institutions culturelles dans le cadre de coéditions ; et de plus en plus avec des bibliothèques et autres groupes au sein de leurs universités, notamment sur des projets de publication numérique. De plus, comme nous l'avons vu précédemment, les presses externalisent plusieurs activités à des revendeurs commerciaux. Cette pratique très courante dans la production de livres et de revues s'étend aujourd'hui également aux activités technologiques. De telles collaborations sont efficaces, permettant aux presses de se concentrer sur leur expertise tout en cherchant des partenaires pour gérer les fonctions dépassant le cadre de leurs compétences clefs. Il est également utile d'établir des partenariats pour certaines activités bénéficiant d'économies d'échelle, comme le stockage et la distribution. Dans un monde de plus en plus numérisé, la collaboration est d'autant plus cruciale que les compétences attendues se spécialisent, les évolutions technologiques s'accélèrent, les investissements dans des systèmes techniques se font plus conséquents et les économies d'échelle plus considérables.

Les principales collaborations concernent la distribution. Ceci est d'abord vrai pour l'édition papier, mais se vérifie de plus en plus pour les publications numériques. Harvard, Yale, et le MIT se sont associés au sein d'une société de distribution, tout comme Princeton et l'université de Californie. Les presses universitaires de Chicago, Johns Hopkins, Columbia, Cornell, UNC, et Texas A&M prennent toutes en charge la distribution de presses universitaires ou sans but lucratif de petite taille. Chicago propose depuis peu des services d'archivage numérique en plus de la distribution papier, par le biais de BiblioVault. Bien que n'étant pas une plateforme d'hébergement, BiblioVault conserve les fichiers numériques de ses clients et les convertit aux divers formats selon les critères exigés par les vendeurs commerciaux d'ebooks.

D'autres presses travaillent de concert avec leurs bibliothèques universitaires pour héberger leurs livres numériques, comme décrit ci-dessus. Cependant, de tels partenariats entre presses et bibliothèques se limitent à la publication en libre accès. Les bibliothèques sont astreintes au principe de libre accès par la nature de leur objet moral, et les systèmes de bibliothèque numérique, pour la plupart, ne sont pas adaptés à des fins commerciales (bien que la majorité d'entre eux peuvent en restreindre l'accès à un groupe particulier, et que des programmes comme Michigan's MPublishing permettent de vendre des éditions papier des titres de leurs catalogues). Johns Hopkins fait figure d'exception avec son projet MUSE, lancé en 1993 conjointement par la presse et la bibliothèque. Financé initialement par la fondation Mellon et le National Endowment for the Humanities, MUSE a été créé avec l'objectif de publier les revues de la JHU en ligne pour 1995. Depuis 2000, les activités de MUSE se sont élargies, et il

représente aujourd'hui une plateforme d'hébergement qui propose des ouvrages issus de plus de 100 éditeurs. Ce qui était au départ une expérience de collaboration entre une presse et une bibliothèque est devenu une affaire gérée par la presse avec l'assistance continue de la bibliothèque. Il jouit d'une autonomie financière depuis plus de dix ans.

À mesure que les presses proposent de plus en plus de livres numériques à la vente, et de contenus sous d'autres formes, il est probable qu'elles fassent appel à des revendeurs commerciaux ou à des entités sans but lucratif de grande taille et bien établies comme MUSE et JSTOR pour héberger leur contenu. Cette pratique est courante depuis longtemps chez les presses universitaires éditrices de revues.

Traditionnellement, les collaborations éditoriales peuvent se diviser en deux catégories : les partenariats entre deux éditeurs se partageant des zones de vente, et les partenariats entre un musée, un institut de recherche ou une autre institution et une presse, au sein duquel l'entité non éditrice produit le contenu et la presse produit, commercialise et vend les ouvrages ainsi créés. De tels accords permettent aux presses d'acquérir des livres qu'ils n'auraient pas pu se procurer autrement, et à l'organisme partenaire d'avoir accès à des services et/ou marchés dépassant le cadre habituel de leurs activités. Plus récemment, certaines presses universitaires se sont lancées dans des collaborations avec des institutions culturelles de leurs régions dans le but de développer et de publier du contenu sous des formes nouvelles. Parmi ces initiatives novatrices, l'on peut citer une série d'encyclopédies en ligne consacrées chacune à un état, comme la *New Georgia Encyclopedia* (<http://www.georgiaencyclopedia.org>), un projet commun regroupant la presse de l'université de Géorgie, le Georgia Humanities Council, le système universitaire de Géorgie/GALILEO et le bureau du gouverneur. Plusieurs autres états et régions travaillent actuellement à des projets similaires, impliquant pour la plupart des collaborations entre presses, bibliothèques et autres institutions culturelles. Entre autres, nous retrouvons les encyclopédies du New Jersey, de Philadelphie et sa région, de Cleveland, de Chicago, du Midwest, du Tennessee, des Appalaches, de la Caroline du Nord et du Sud, de la ville de New York, de l'état de New York et de la Nouvelle Angleterre.<sup>13</sup>

Des exemples de collaborations au sein d'une même université ont vu le jour récemment, comme le projet Quadrant de l'université du Minnesota (<http://www.ias.umn.edu/quadrant.php>) et le mouvement Publishing the Long Civil Rights de l'université de Caroline du Nord (<https://lcrm.lib.unc.edu/blog>). Le lancement de ces deux initiatives a été subventionné par la fondation Mellon. Dans ces deux cas, les presses travaillent de concert avec des centres de recherche présents sur le campus afin de mettre en place et publier des travaux dans des domaines constituant les points forts académiques propres à ces universités. Quadrant, qui regroupe la presse universitaire du Minnesota et son

---

<sup>13</sup> Pour une analyse exhaustive des projets existants et des enjeux posés par leur développement et financement, voir l'ouvrage de Doug Barnett, et coll., *Toward a Community of Practice: Initial Findings on Best Practices for Digital Encyclopedias* (American Association for State and Local History, ébauche 8/26/2009).

Institut d'études avancées, a été conçu pour développer le programme éditorial de la presse dans quatre domaines académiques clefs pour l'université et pour impliquer la presse directement dans la vie intellectuelle de l'institution à laquelle elle est rattachée. Le projet convie des auteurs sur le campus dans le cadre de recherches approfondies ou de visites d'une semaine, durant lesquelles ils présentent, discutent, et organisent des ateliers autour de leurs travaux en cours avec la faculté du Minnesota.

Publishing the Long Civil Rights Movement est une collaboration entre la presse de l'UNC, la bibliothèque UNC-Chapel Hill Library, le Center for Civil Rights, et le Southern Oral History Program du Center for the Study of the American South, visant à éditer des ouvrages en versions papier et numérique, la bibliothèque étant en charge d'héberger les contenus numériques. Le projet UNC se donne également comme objectif de développer des nouveaux modèles économiques de diffusion de contenu. Ces projets capitalisent sur les principales compétences des diverses entités au sein de l'université pour assurer la diffusion des recherches menées dans les domaines prioritaires pour l'université. Cet effort commun permet une production mieux ciblée et coordonnée que si chaque unité travaillait séparément.

Dans un autre cadre, la presse universitaire de Californie et la California Digital Library (CDL) ont cofondé le projet UC Publishing Services (UCPubS) en 2008 afin de proposer un hébergement en ligne de contenu en libre accès, d'impression à la demande, ainsi que de services de vente d'éditions papier et de distribution à des programmes éditoriaux de moindre taille gérés par des unités de recherche à travers les dix campus de l'UC (<http://www.ucpress.edu/partners.php?p=ucpubs>). La production éditoriale et la création des fichiers sont assurées et financées par les programmes éditoriaux (dans certains cas, de concert avec la presse.) L'hébergement en ligne par le CDL est proposé gratuitement, conformément à l'objet du CDL (et le principe de financement de l'université). Les revenus dégagés par les ventes papier sont partagés entre les unités de publication et la presse de l'UC. Ce programme est autonome financièrement, selon un modèle hybride mêlant financement institutionnel et revenus des ventes. Cette dépendance vis à vis des ventes papier pose la question de la viabilité financière à terme du programme. Les presses universitaires de Harvard proposent des services d'impression, de vente et de distribution similaires aux clients des campus de Harvard et d'ailleurs.

Toutes ces initiatives s'inscrivent dans le cadre d'une orientation globale observée dans le secteur de l'édition universitaire, visant à rapprocher les presses et l'institution à laquelle elles sont rattachées. Cette approche a été identifiée et recommandée aux presses universitaires par le rapport ITHAKA de 2007.<sup>14</sup>

Les collaborations entre presses – plutôt qu'au sein d'une même université – à des fins éditoriales sont beaucoup plus rares. Alors que les avantages de collaborer

---

<sup>14</sup> Brown, et al., *University Publishing in a Digital Age*, <http://www.ithaka.org/ithaka-s-r/research/university-publishing-in-a-digital-age>.

pour les activités commerciales semblent évidents depuis des décennies, les partenariats éditoriaux sont plus difficiles à établir, puisque les économies d'échelles y sont rares voire inexistantes, et car les presses universitaires connaissent certaines rivalités entre elles, même si elles sont moins présentes que chez les éditeurs commerciaux. Malgré tout, quelques presses se sont récemment lancées dans des expériences de collaboration éditoriale, encouragées par un programme financé par la fondation Mellon. Nous pouvons citer notamment l'initiative Archaeology of the Americas Digital Monograph Initiative (AADMI), basée au sein de la presse universitaire du Colorado, et le projet Ethnomusicology Multimedia (EM), basé à l'université de l'Indiana. Les deux projets dépassent le cadre traditionnel de publication de monographies en diversifiant les médias, dans des domaines où de telles présentations multimédias profitent considérablement à la diffusion de la recherche.

Dirigé par les presses universitaires du Colorado, le projet AADMI, réunissant également les presses de Texas A&M et des universités d'Alabama, de Floride et de l'Utah, prévoit de développer et de publier une nouvelle génération de monographies améliorées intégrant une série de données multimédias qui soutiennent les analyses et leurs interprétations académiques sous-jacentes, rendues possibles grâce à la publication numérique (<http://www.archaeologyoftheamericas.com>). Ces avancées comprennent des tables de données, des liens dynamiques vers des bases de données, des fichiers d'image immobiles et animés (notamment des plans GIS en couleur, des scans laser en 3D, des objets rotatifs et des vidéos), et des textes supplémentaires. Les publications seront présentées numériquement dans un format flexible permettant, autant que possible, la recherche, l'affichage, la mise à jour, l'analyse et le téléchargement de monographies numériques et de l'ensemble des données multimédias qui y sont associées. Afin de s'émanciper des contraintes de plateforme, les presses sont en passe de créer un système commun basé sur XML intégrant les avancées numériques correspondantes et réutilisables pour des publications via divers canaux de consommation, comme l'impression, la vente en ligne, le Kindle, l'iPad, PDF, etc.

En plus de financer les parutions nouvelles dans le domaine de l'ethnomusicologie, la mise en place d'un site Internet consacré au contenu audiovisuel complétant ou illustrant les monographies classiques constitue l'un des éléments clefs du projet collaboratif EM. Fruit d'un accord entre les presses universitaires de l'Indiana, de l'état de Kent et de Temple, le projet EM proposera un portail Internet où des fichiers audio, vidéo, et d'images révisés par des pairs pourront être chargés, commentés par les auteurs et les éditeurs, puis migrés vers un site Internet ouvert à tout public. Les trois presses travaillent de concert avec l'EVIADA (Indiana University's Ethnographic Video for Instruction and Analysis Digital Archive) en vue de développer leur site et de le rendre accessible d'ici à fin 2011 (<http://www.eviada.org>). À l'aide des outils créés lors de la mise en place de ses archives, EVIADA développe un atelier en ligne consacré aux commentaires (AWB, de l'anglais 'annotators' workbench online') permettant aux auteurs de charger du contenu audio ou vidéo pour édition et commentaires, et de les orienter vers les références correspondantes dans le texte. Au moment de

l'écriture de ce rapport, l'AWB est en phase de test par des ethnomusicologues afin de mieux cerner et adapter ce système pour faire de l'intégration de contenu et de commentaires un processus intuitif.

Le site public du projet EM intègrera des données bibliographiques, avec une présentation des livres par vignettes et la présence de contenu multimédia ramenant vers des titres spécifiques classés selon la référence des pages correspondantes. Des icônes « Acheter ce livre » relieront les utilisateurs aux sites commerciaux des éditeurs. Les subventions de lancement de la fondation Mellon prendront fin en 2015. D'ici là, il est prévu que le projet EM intègre également des publications ethnomusicologiques provenant d'autres sources de financement, et qu'il invitera des éditeurs provenant d'horizons extérieurs aux trois presses initiales à intégrer sur son site des titres de leur catalogue et du contenu audiovisuel contre de modiques frais d'hébergement, ou en contrepartie d'un accord de partage des revenus. Bien que l'intégration d'ebooks à ce projet ne soit pas d'actualité, cette perspective est envisagée par les presses et l'implication de l'université de l'Indiana dans les systèmes de stockage de masse permet au projet EM d'assumer un rôle de ressource en ligne à très long terme. En faisant du site de l'EM un outil incontournable pour la recherche de publications ethnomusicologiques, ainsi qu'en envisageant la possibilité d'y ajouter des contenus relatifs à des disciplines périphériques comme des études ethniques, de musicologie ou de folklore, les presses espèrent garantir la pérennité du projet.

Il est significatif que ces collaborations éditoriales, qu'elles impliquent des entités multiples au sein d'une même institution ou qu'elles regroupent des presses rattachées à diverses universités, intègrent toutes des approches novatrices de l'édition – dans lesquelles la diversification des compétences et/ou le passage à une échelle plus large est perçu comme un point fort. Tous ces programmes, aussi différents soient-ils, constituent une tentative de réponse aux évolutions du monde de l'édition. Ils nécessitent également de repenser les stratégies de génération de revenus en vue de parvenir à un stade d'autonomie financière. Tant l'AADMI que l'EM misent, à terme, sur l'hébergement de contenus provenant d'autres éditeurs comme source de financement supplémentaire.

## ***V. Vers de nouveaux modèles économiques***

Le degré de créativité et le rythme des changements au sein du monde de l'édition académique ont atteint un niveau sans précédent, comme l'attestent les expériences décrites ci-dessus. Ces dernières constituent des tentatives diverses visant à tirer profit des nouvelles technologies, répondre aux attentes des universitaires désireux de présenter leurs travaux sous des formats novateurs, contenir les coûts, et à s'impliquer dans les évolutions prioritaires des universités concernant la communication académique. Si les opportunités se dégagent clairement, les moyens à adopter pour les financer sont un peu plus complexes. Les éditeurs se retrouvent dans une situation de transition, en lançant de nouveaux



programmes suivant des modèles économiques expérimentaux tout en continuant leurs modes de publication traditionnels selon des modèles éprouvés – voire en voie de disparition.

Les nouvelles orientations des presses universitaires peuvent se définir par trois caractéristiques générales :

- un passage de relais généralisé d'une diffusion papier à une diffusion numérique, notamment pour les revues mais qui se vérifie également de plus en plus pour les livres ;
- l'émergence de modes de publications totalement novateurs, motivée par les nouvelles possibilités offertes par les technologies numériques ; et
- la tendance consistant à remplacer les traditionnels accès payants par un libre accès, également motivée par les possibilités offertes par les technologies numériques mais surtout par les prix en constante hausse des revues scientifiques.

Dans tous ces domaines, des progrès considérables ont pu être observés quant à la résolution des enjeux liés à la production et à la diffusion des travaux académiques. Cependant, le moyen de parvenir à instaurer un modèle de financement viable sur le long terme représente un obstacle supplémentaire. L'enseignement principal à tirer des expériences menées jusqu'à présent concerne la nécessité de multiplier les sources de revenus pour permettre aux presses universitaires de se développer et de répondre aux besoins des auteurs et des lecteurs. Cet argument est développé clairement par Raym Crow dans une étude sur les modèles économiques pour l'édition en libre accès. Dans l'exemple du marché des revues STM, Crow distingue deux modes principaux d'apport financier pour soutenir le libre accès : « en amont » (la pierre angulaire étant le principe d'auteur-payeur, mais comprenant également les revenus publicitaires, les parrainages, et les subventions institutionnelles) ; et « en aval », (services à valeur ajoutée, éditions papier payantes, licences d'utilisation, et autres honoraires basés sur le bénévolat.) Il parvient à la conclusion que le système d'auteur-payeur sera la principale manne financière pour les revues en OA, mais estime que, dans la majorité des cas, une combinaison de diverses sources sera nécessaire pour assurer leur viabilité.<sup>15</sup>

Un rapport de l'Ithaka S+R est parvenu à des conclusions similaires à propos du financement des ressources académiques en ligne, une catégorie englobant une large gamme de projets, parmi lesquels les ouvrages référentiels, les recherches et les bases de données bibliographiques. Bien que la plupart de ces projets ne fonctionnent pas en libre accès, ils font face à des défis semblables à ceux des revues en OA en termes de pérennité financière, dans le sens où les modèles économiques traditionnels ne sont plus nécessairement efficaces ou adaptés. L'étude distingue les bénéficiaires directs et indirects en identifiant les sources potentielles de soutien financier. Les bénéficiaires directs sont les auteurs et les

---

<sup>15</sup> Raym Crow, *Income Models for Open Access: An Overview of Current Practice*, SPARC, septembre 2009, [http://www.arl.org/sparc/bm~doc/incomemodels\\_v1.pdf](http://www.arl.org/sparc/bm~doc/incomemodels_v1.pdf).

lecteurs ; avec un financement passant par des abonnements, des modes de paiement à l'utilisation, et le principe de l'auteur-payeur. Les bénéficiaires indirects désignent surtout les institutions universitaires, mais également les fondations et les entreprises ; avec un financement passant par un soutien institutionnel, des parrainages, des publicités et des licences.<sup>16</sup> Une étude menée en vue d'approfondir ces questions a analysé 12 projets ayant fait leurs preuves, pour conclure que chacun d'entre eux était parvenu à assurer leur viabilité en optant pour un mode de financement qui lui était propre, et adapté aux caractéristiques particulières de leurs activités.<sup>17</sup>

Il apparaît clairement que les modèles économiques à venir ne ressembleront pas à ceux d'aujourd'hui. Il faut s'attendre à – et encourager – l'arrivée de nouveaux acteurs occupant de nouvelles fonctions, de nouveaux types de risques et de nouvelles relations de dépendance. La liste ci-dessous récapitule certaines caractéristiques globales que l'on retrouve dans les modèles économiques efficaces.

## A. Caractéristiques communes aux modèles économiques efficaces

1. L'activité concernée par le modèle doit être envisagée en tant que communication académique. Chaque nouveau modèle peut s'attarder sur un aspect spécifique ou précis au sein du système dans sa globalité, mais il ne pourra être efficace que s'il s'inscrit dans le cadre de l'environnement universitaire – les relations d'interdépendance entre les partenaires du réseau élargi que représente la communauté académique (universités, corps enseignant, bibliothèques, presses, entreprises académiques, agences gouvernementales, fondations, etc.).
2. Le modèle doit prendre en compte **divers types de contenu** : livres, revues, projets multimédias... et s'adapter aux formes nouvelles qu'empruntent les ouvrages universitaires. Les modèles concernant un unique type de contenu ne sont pas exclus, mais leur compatibilité, sinon leur interopérabilité avec les modèles économiques impliquant plusieurs formats doit nécessairement être assurée. Dans un environnement numérisé, ces différents types de formes et de contenus seront susceptibles de fusionner et d'évoluer de manière à s'harmoniser.
3. Le modèle doit **pouvoir cohabiter avec les autres modèles économiques**. Il est impossible qu'un modèle unique fonctionne pour toutes les disciplines et institutions. Il peut être utile qu'un modèle se concentre sur un unique objectif d'accès, un seul public, mode de règlement et/ou de financement, mais il ne sera pas efficace s'il demande un engagement

---

<sup>16</sup> Kevin Guthrie, Rebecca Griffiths, et Nancy L. Maron, *Sustainability and Revenue Models for Online Academic Resources*, ITHAKA, mai 2008,

[http://www.ithaka.org/ithaka-s-r/strategy/sca\\_ithaka\\_sustainability\\_report-final.pdf](http://www.ithaka.org/ithaka-s-r/strategy/sca_ithaka_sustainability_report-final.pdf)

<sup>17</sup> Nancy L. Maron, K. Kirby Smith, et Matthew Loy, *Sustaining Digital Resources: An On-the-Ground View of Projects Today*, ITHAKA, juillet 2009,

<http://www.ithaka.org/ithaka-s-r/research/ithaka-case-studies-in-sustainability>

exclusif de la part du parrain, du lecteur ou de l'utilisateur.

4. Pour être viable, le modèle économique doit dépendre d'un **soutien financier raisonnable de la part de ses fondateurs** (universités, fondations, etc.). Ceci implique de parvenir à un plafonnement des dépenses et un partage des risques.
5. Le modèle économique doit apporter une **continuité de l'investissement en capital** (qu'il soit généré en interne ou par des engagements financiers à long terme) afin de couvrir ses propres améliorations technologiques ainsi que les frais d'exploitations continus.
6. Il doit **anticiper ses évolutions à venir ou sa succession**. Les cycles de vie sont particulièrement courts dans le monde académique actuel, du fait des conséquences de l'évolution rapide des tendances technologiques et sociales sur le mode de travail des universitaires. Un modèle économique efficace doit pouvoir anticiper sa propre évolution ou disparition en faisant preuve d'une flexibilité adaptée.
7. L'efficacité du modèle économique doit être **quantifiable** afin d'appuyer les décisions importantes d'allocations de ressources au sein du système. De nouveaux concepts de quantification pourront être envisagés ; afin par exemple d'évaluer l'impact de la diffusion ouverte ou encore la portée des fonctionnalités de consultation rapide d'une page ou d'un paragraphes.

## **B. Défis inhérents à l'adoption de nouveaux modèles économiques**

L'adoption d'un nouveau modèle économique pour une partie du programme éditorial d'une presse implique de passer d'un mode d'édition ancien à une nouvelle méthode. De telles transitions sont souvent complexes, du fait que le cycle économique de l'édition (de l'acquisition de contenu à la publication) dure plusieurs années et implique de nombreux acteurs. Par exemple, dans le cas d'une collection passant d'un accès payant à un accès gratuit grâce à l'aide d'un nouveau sponsor, l'éditeur devra réévaluer son inventaire, ses tarifs et sa stratégie marketing pour les titres déjà publiés et en cours de production et lancer de nouvelles stratégies pour les nouvelles acquisitions. Tout changement doit être pris en charge par le directeur de collection et expliqué aux auteurs.

Les transitions entraînent presque toujours d'une manière ou d'une autre un gap financier, en délaissant une source de revenus en faveur d'une nouvelle source moins connue (et possiblement plus risquée). Le fait de remplacer un flux de revenus bien établi dans le marché par des sources stables de financement subventionné s'accompagne presque systématiquement d'une période d'exposition pour les frais de la presse. Lorsque les éditeurs s'engagent à proposer du contenu en libre accès ou à plafonner leurs prix, cela prend effet avant que les

nouveaux schémas de soutien soient totalement en place. Les stratégies de conversion graduelle pour les revues passant d'un modèle fonctionnant sur les abonnements à un modèle de libre accès présentent également un risque, puisqu'elles reposent sur la détermination d'honoraires par article avant d'engager les frais généraux réels relatifs à la revue. Ce gap financier a une solution évidente – le financement provisoire – mais la question de savoir quelles sources assumeront un tel financement de transition reste en suspens.

Enfin, une telle transition s'accompagne de défis importants concernant la perception de la valeur des publications pour les auteurs, les éditeurs et les lecteurs. Si une revue adopte le principe de l'auteur-payeur et que son concurrent direct ne demande aucune participation à l'auteur, les contributeurs potentiels seront amenés à choisir ce concurrent. De même, si un modèle de publication d'une collection à prix réduits ou en OA a été choisi pour économiser quelques frais traditionnels (en proposant des versions papier en impression à la demande, ou des éditions exclusivement numériques pour diminuer les frais de commercialisation), ceci peut faire fuir les auteurs. Dans certains domaines, les livres reliés sont nécessaires à la titularisation, ce qui limite les capacités des presses à faire fonctionner les nouveaux modèles économiques. Ces problèmes mettent l'accent sur le chemin à parcourir pour changer les perceptions et les attentes de certaines disciplines quant au programme des presses universitaires. Les presses universitaires seraient tout à fait disposées à collaborer avec le corps enseignant et les administrateurs d'universités en vue d'établir de nouvelles normes de publication pour des disciplines particulières.

### **C. Défis inhérents à la gestion de modèles économiques hybrides et changeants**

Les presses universitaires traversent une période de mutation fondamentale en réponse à l'évolution de leur nouvel environnement : elles doivent assurer la transition d'un modèle économique unique dominant vers l'adoption d'une multitude de modèles économiques. Ces derniers sont en constante évolution. Les projets expérimentaux occupent une place plus importante dans l'organisation des presses, et se confondent de plus en plus avec le cœur de leur activité. Bien que la vente de livres imprimés à des revendeurs représente toujours une activité centrale pour les presses, ce mode de publication cohabite avec bien d'autres activités, et partage ses ressources avec ces dernières.

Le problème de gestion posé par l'adoption de multiples modèles de publication, en passant par le fait de tenter des expériences se soldant par une réussite, un échec, ou une adaptation pour en former une nouvelle, est très différent. Diverses sources de revenus, stratégies de tarification, processus de production, concepts de produits, etc., se côtoient dans le programme global des presses. Plusieurs partenariats sont susceptibles d'émerger qui devront être gérés par la presse. Il

devient également plus compliqué de dégager une image de marque cohérente de la presse (ce qui est vital pour répondre au problème de la profusion de l'offre) pour les universitaires et autres lecteurs, lorsque les modèles d'accès au contenu, les portails de présentation et les formats de leurs produits sont susceptibles d'être si différents, même au sein d'une discipline annexe. Enfin, les presses universitaires doivent de facto adopter un profil plus entrepreneurial : adopter un nouveau modèle économique revient à lancer une activité, avec tous les enjeux économiques et les risques qui vont avec.

#### **D. Les enjeux de la transition pour un changement réussi**

Les défis inhérents à la transition pour les presses universitaires méritent que l'on s'y attarde pour planifier une évolution efficace de l'environnement des communications académiques. L'adoption de nouveaux modèles économiques, un financement de transition suffisant et la tenue de calendriers réalistes sont des facteurs vitaux de succès. Les enjeux de la transition peuvent impliquer qu'un programme soit lancé dans un organisme puis redirigé vers un autre, démarré avec une phase de test restreinte, ou encore mis en place lors de phases spécifiques. La compréhension, l'identification de signes permettant d'évaluer l'efficacité d'un programme lors de la phase de transition et la capacité à adapter ce programme en fonction constituent un autre facteur clef de succès. En finançant des initiatives, il convient d'apporter suffisamment de ressources pour permettre des retombées pour les auteurs et les lecteurs.

## ***Conclusions***

Le modèle économique dominant suivi par les presses universitaires au cours des dernières décennies – la vente de livres et de revues imprimées sur des marchés institutionnels, de détail et de manuels, complétée par de modestes subventions institutionnelles – n'est plus viable. Les raisons sont complexes, mais comprennent la réduction de la taille des marchés et l'accélération de la transition de l'impression vers le numérique. La nécessité d'adopter de nouveaux modèles économiques est indéniable, mais leur structure exacte et la nature de leurs interactions avec le modèle traditionnel restent à déterminer. Le secteur de l'édition de revues a réussi sa transition de l'imprimé au numérique tout en conservant un modèle économique principal basé sur la vente d'abonnements, avant tout à destination des institutions. Cependant, la consolidation continue dans l'industrie des éditions STM et la flambée des prix, alliée aux pressions économiques exercées sur les bibliothèques, remettent sérieusement en cause ce modèle traditionnel. Dans le secteur du livre, la situation est plus complexe pour diverses raisons ; et notamment le nombre supérieur de canaux de commercialisation et l'évolution plus lente de la transition de l'imprimé au numérique.

Les éditeurs académiques ont lancé une multitude de projets afin de tester les évolutions potentielles : l'édition de versions numériques de livres sous des formats variés, la distribution de livres numériques en libre accès - souvent combinée à la vente d'éditions papier -, ou encore la publication exclusivement numérique de travaux dont le format dépasse le cadre habituel des livres et revues. Afin de financer ces expériences, les éditeurs adoptent diverses stratégies, notamment la vente de versions imprimées pour couvrir le manque à gagner engendré par les publications numériques en libre accès, la vente d'abonnements donnant accès à des collections de livres numériques ou à des projets exclusivement numériques, les subventions de la part de fondations - souvent dans le cadre d'un investissement en capital pour de nouveaux projets - et le soutien financier de l'institution à laquelle ils sont rattachés. D'autres stratégies sont envisagées, sans avoir assez de pratique pour que l'on puisse juger de leur efficacité, comme le principe de l'auteur-payeur (courant dans les domaines STM mais pas dans les SHS), la publicité en ligne, et les parrainages institutionnels ou privés. Certaines stratégies sont plus adaptées à une phase de transition que viables sur le long terme, comme les subventions de lancement de la part de fondations, ou le fait de compter sur les ventes papier pour financer la publication en libre accès.

Une certitude se dégage clairement des divers rapports sur l'état actuel des presses universitaires ainsi que des recherches conduites dans le cadre de cette étude : le modèle traditionnel basé sur l'impression ne sera pas remplacé par un modèle économique unique. Une combinaison de sources de revenus sera nécessaire pour financer les presses universitaires à l'avenir, et elle diffèrera probablement selon

les types de publications. Qui plus est, ces nouveaux modèles cohabiteront dans un premier temps avec le modèle traditionnel de publication. Malgré tous les projets en cours et la conviction partagée au sein de l'industrie de l'édition que le numérique remplacera à terme l'impression, les presses académiques dégagent la majorité de leurs revenus des ventes d'ouvrages papier (pour les livres) et des abonnements, en version papier ou numérique (pour les revues). Les éditeurs sont donc amenés à conserver et à renforcer les pratiques commerciales classiques tout en mettant au point de nouveaux modes d'édition et les méthodes permettant d'assurer leur financement.

Il est important de reconnaître que ces modèles multiples combineront des revenus commerciaux et institutionnels. Le financement sera assuré par les consommateurs *et* par les producteurs de contenu. En théorie, cette situation ne représente pas de changement majeur par rapport au passé : les éditeurs académiques ont toujours été subventionnés à un certain niveau, associant ainsi revenus des ventes et soutien de la part d'institutions. Les presses universitaires ou autres éditeurs sans but lucratif ont longtemps trouvé un équilibre entre leur mission première et les impératifs commerciaux, entre la gestion de lignes de produits différentes sur des marchés changeants (livres commerciaux, monographies académiques, manuels universitaires, revues). Les presses ont ainsi appris à gérer divers modèles économiques et à adapter leur offre aux évolutions du marché. Cependant, sur les années à venir, il apparaît que l'équilibre entre ces deux sources de revenus va totalement s'inverser, les financements par les ventes laissant de plus en plus de place au financement par les producteurs de contenus, que ce soit par le biais d'un système d'auteur-payeur ou sous plusieurs formes de financements institutionnels.

La nécessité de disposer de sources de revenus multiples se dégage particulièrement clairement dans le cadre de l'édition en libre accès, qui est amenée de manière certaine à devenir un élément important des presses universitaires. Des discussions récentes au sujet de la publication en libre accès commencent à prendre en compte les frais impliqués, en reconnaissant qu'elle n'est pas « gratuite », malgré les économies de coût potentielles réalisées dans le cas de modèles de publications exclusivement numériques. Des analyses récentes de modèles économiques adaptés à l'édition en libre accès indiquent qu'une combinaison de sources de revenus sera essentielle pour assurer la viabilité de ce type de publication sur le long terme.

La nécessité des collaborations entre éditeurs académiques apparaît plus clairement que jamais. La plupart des presses universitaires et des autres éditeurs universitaires sans but lucratif ne sont pas de taille à concurrencer les éditeurs commerciaux. Or, une majorité des nouveaux modes de publication nécessite une production à très grande échelle. Pire, les presses universitaires disposent rarement d'un capital à investir, et sont incapables d'assumer financièrement le type d'investissement technologique à grande échelle exigé par ces nouvelles formes de publication. Les partenariats avec des bibliothèques, les collaborations entre presses universitaires et organismes sans but lucratif pour les ebooks, et les

associations entre éditeurs comme celles financées par la fondation Mellon sont vitales, et représentent les démarches les plus prometteuses observées dans la communauté ambitieuse et constamment mobile de l'édition académique.



## Sources

Ce rapport se base en partie sur les informations tirées d'une enquête menée à l'automne 2009 auprès des directeurs de presses universitaires, suivie d'entretiens plus approfondis avec des directeurs de presse et des administrateurs d'universités sélectionnées au préalable. En outre, nous nous sommes inspirés d'un grand nombre d'articles et de rapports récents concernant les tendances actuelles au sein des presses universitaires dont vous trouverez une liste ci-dessous.

Janneke Adema, *Overview of Open Access Models for Ebooks in the Humanities and Social Sciences*, étude commandée par l'Open Access in European Networks, mars 2010, <http://project.oapen.org/images/OpenAccessModels.pdf>.

Association of American Universities, *Scholarly publishing Roundtable Report and Recommendations*, 12 janvier 2010, [http://www.aau.edu/policy/scholarly\\_publishing\\_roundtable.aspx?id=6894](http://www.aau.edu/policy/scholarly_publishing_roundtable.aspx?id=6894); Voir également les sources citée dans la bibliographie, p. 22-24.

Laura Brown, Rebecca Griffiths, et Matthew Rascoff. *University Publishing in a Digital Age*. ITHAKA, 2007, <http://www.ithaka.org/ithaka-s-r/research/university-publishing-in-digital-age>.

Raym Crow, *Income Models for Open Access: An Overview of Current Practice*. SPARC, septembre 2009, [http://www.arl.org/sparc/bm~doc/incomemodells\\_v1.pdf](http://www.arl.org/sparc/bm~doc/incomemodells_v1.pdf).

———. *Campus-Based Publishing Partnerships: A Guide to Critical Issues*. SPARC, janvier 2009, <http://www.arl.org/sparc/partnering/guide/>.

Kevin Guthrie, Rebecca Griffiths, et Nancy L. Maron. *Sustainability and Revenue Models for Online Academic Resources*. ITHAKA, mai 2008, [http://www.ithaka.org/ithaka-s-r/strategy/sca\\_ithaka\\_sustainability\\_report-final.pdf](http://www.ithaka.org/ithaka-s-r/strategy/sca_ithaka_sustainability_report-final.pdf).

Nancy L. Maron, K. Kirby Smith, et Matthew Loy. *Sustaining Digital Resources: An On-the-Ground View of Projects Today*. ITHAKA, juillet 2009, [http://www.ithaka.org/ithaka-s-r/strategy/ithaka-case-studies-in-sustainability/report/SCA\\_Ithaka\\_SustainingDigitalResources\\_Report.pdf](http://www.ithaka.org/ithaka-s-r/strategy/ithaka-case-studies-in-sustainability/report/SCA_Ithaka_SustainingDigitalResources_Report.pdf).

Groupe Kaufman-Wills. *The Facts about Open Access: A Study of the Financial and Non-financial Effects of Alternative Business Models on Scholarly*

*Journals*. Association of Learned and Professional Society Publishers, 2005, [http://www.alpsp.org/ngen\\_public/article.asp?id=200&did=47&aid=270&st=&oa=-1](http://www.alpsp.org/ngen_public/article.asp?id=200&did=47&aid=270&st=&oa=-1).

Barbara Kline Pope and P.K. Kannan. *An Evaluation Study of the National Academies Press's E-publishing Initiatives: Final Report*. NAP, 31 janvier 2003, <http://aaupnet.org/resources/mellon/nap/index.html>

Stuart M. Sheiber, "Equity for Open Access Publishing," *PLoS Biology*, août 2009, <http://www.plosbiology.org/article/info%3Adoi%2F10.1371%2Fjournal.pbio.1000165>.

Mary Waltham, *Learned Society Open Access Business Models*. JISC, juin 2005, <http://www.marywaltham.com/JISCReport.pdf>.

———. *The Future of Scholarly Journals Publishing Among Social Science and Humanities Associations*. National Humanities Alliance, février 2009, <http://www.nhalliance.org/bm~doc/hssreport.pdf>.

John Willinsky, "Monograph funding," 2008, [http://pkp.sfu.ca/files/Monograph%20Funding\\_0.doc](http://pkp.sfu.ca/files/Monograph%20Funding_0.doc). [Working Paper]

Universities UK, Research Information Network. "Paying for Open Access Publication Charges," 2009, <http://www.rin.ac.uk/our-work/research-funding-policy-and-guidance/payingopen-access-publication-charges>

## Annuaire

### **Abilene Christian University Press**

1626 Campus Court  
Abilene, Texas 79601  
Tél. : (325) 674-2720 ou (877) 816-4455  
Sites :  
[www.abilenechristianuniversitypress.com](http://www.abilenechristianuniversitypress.com)  
[www.leafwoodpublishers.com](http://www.leafwoodpublishers.com)

#### **Equipe**

Directeur et responsable des acquisitions :  
C. Leonard Allen : [leonardallen1@cox.net](mailto:leonardallen1@cox.net)

Date de création : 1984  
Publications 2010 : 25  
Titres actuellement disponibles : 295

### **The University of Akron Press**

120 E. Mill Street, Suite 415  
Akron, OH 44308  
Tél. : (330) 972-5342  
Site : [www.uakron.edu/uapress](http://www.uakron.edu/uapress)  
Blog : [uakronpress.wordpress.com](http://uakronpress.wordpress.com)

#### **Equipe**

Directeur et responsable commercial :  
Thomas Bacher  
[bacher@uakron.edu](mailto:bacher@uakron.edu)

Date de création : 1988  
Publications 2010 : 15  
Titres actuellement disponibles : 124  
Reuves : 1

### **The University of Alabama Press**

200 Hackberry Lane  
Tuscaloosa, AL 35401  
Adresse postale :  
Box 870380  
Tuscaloosa, AL 35487-0380  
Tél. : (205) 348-5180  
Site : [www.uapress.ua.edu](http://www.uapress.ua.edu)

#### **Equipe**

Responsable des acquisitions : Dan  
Waterman  
[waterman@uapress.ua.edu](mailto:waterman@uapress.ua.edu)  
Responsable des acquisitions senior :  
Joseph Powell  
[jpowell@uapress.ua.edu](mailto:jpowell@uapress.ua.edu)

Date de création : 1945  
Publications 2010 : 64  
Titres actuellement disponibles : 1420  
Reuves : 3

### **University of Alaska Press**

PO Box 756240  
Fairbanks, AK 99775-6240  
Tél. : (888) 252-6657; (907) 474-5831  
E-mail: [fypress@uaf.edu](mailto:fypress@uaf.edu)  
Site : [www.uaf.edu/uapress](http://www.uaf.edu/uapress)

#### **Equipe**

Directeur : Joan Braddock  
[jfbraddock@alaska.edu](mailto:jfbraddock@alaska.edu)  
Responsable des acquisitions et  
responsable commercial : Elisabeth  
Dabney [e.dabney@alaska.edu](mailto:e.dabney@alaska.edu)

Date de création : 1967  
Publications 2010 : 20  
Titres actuellement disponibles : 280

**The University of Alberta Press**

Ring House 2  
Edmonton, AB T6G 2E1  
Canada  
Tél. : (780) 492-3662  
Site : [www.uap.ualberta.ca](http://www.uap.ualberta.ca)  
Blog : [holeinthebucket.wordpress.com](http://holeinthebucket.wordpress.com)

**Equipe**

Directeur : Linda D. Cameron  
[linda.cameron@ualberta.ca](mailto:linda.cameron@ualberta.ca)  
Editeur senior et responsable acquisitions :  
Peter Midgley  
[peter.midgley@ualberta.ca](mailto:peter.midgley@ualberta.ca)

Date de création : 1969  
Publications 2010 : 24  
Titres actuellement disponibles : 218

**American Historical Association**

400 A Street, S.E.  
Washington, DC 20003-3889  
Tél. : (202) 544-2422  
E-mail: [aha@historians.org](mailto:aha@historians.org)  
Site : [www.historians.org](http://www.historians.org)  
Blog : [blog.historians.org](http://blog.historians.org)

**Equipe**

Directeur : James R. Grossman  
[jgrossman@historians.org](mailto:jgrossman@historians.org)

Date de création : 1884  
Publications 2010 : 9  
Titres actuellement disponibles : 93  
Reuves : 2

**American Psychiatric Publishing, Inc.**

1000 Wilson Blvd., Suite 1825  
Arlington, VA 22209  
Tél. : (703) 907-7322  
E-mail: [appi@psych.org](mailto:appi@psych.org)  
Site : [www.appi.org](http://www.appi.org)

**Equipe**

Directeur éditorial : John McDuffie  
[jmcduffie@psych.org](mailto:jmcduffie@psych.org)  
Coordinateur des acquisitions : Bessie  
Jones [bjones@psych.org](mailto:bjones@psych.org)

Date de création : 1981  
Publications 2010 : 32  
Titres actuellement disponibles : 726  
Reuves : 7

**The American School of Classical  
Studies at Athens**

6–8 Charlton Street  
Princeton, NJ 08540-5232  
Tél. : (609) 683-0800  
E-mail: [castein@ascsa.org](mailto:castein@ascsa.org)  
Site : [www.ascsa.edu.gr/publications](http://www.ascsa.edu.gr/publications)

**Equipe**

Directeur de publication : Andrew  
Reinhard  
[areinhard@ascsa.org](mailto:areinhard@ascsa.org)

Date de création : 1881  
Publications 2010 : 4  
Titres actuellement disponibles : 124  
Reuves : 2

**The American University in Cairo Press**

113 Kasr el Aini Street  
PO Box 2511  
Cairo, Egypt 11511  
Tél. : + 202 2797 6926  
420 Fifth Avenue  
New York, NY 10018-2729  
Tél. : (212) 730-8800  
Fax : (212) 730-1600  
E-mail: [aucpress@aucegypt.edu](mailto:aucpress@aucegypt.edu)  
Site : [www.aucpress.com](http://www.aucpress.com)

**Equipe**

Directeur : Mark Linz  
[linz@aucegypt.edu](mailto:linz@aucegypt.edu)

Date de création : 1960  
Publications 2010 : 100  
Titres actuellement disponibles : 1 200  
Reuves : 3

**Amsterdam University Press**

Herengracht 221  
1016 BG Amsterdam  
The Netherlands  
Tél. : +31-20-4200050  
Fax : +31-20-4203214  
E-mail: info@aup.nl  
Site : www.aup.nl

**Equipe**

Directeur : Saskia C. J. de Vries  
s.c.j.devries@aup.nl  
Responsables acquisitions :  
Maaïke Groot  
m.groot@aup.nl,  
Erik van Aert  
e.vanaert@aup.nl,  
Jeroen Sondervan  
j.sondervan@aup.nl

Date de création : 1992  
Publications 2010 : 344  
Titres actuellement disponibles : 1,055  
Reuves : 8

**The University of Arizona Press**

355 S. Euclid Avenue, Suite 103  
Tucson, AZ 85719-6654  
Tél. : (520) 621-1441  
E-mail: uapress@uapress.arizona.edu  
Site : www.uapress.arizona.edu

**Equipe**

Directeur éditorial : Allyson Carter  
acarter@uapress.arizona.edu

Date de création : 1959  
Publications 2010 : 68  
Titres actuellement disponibles : 968

**The University of Arkansas Press**

McIlroy House  
105 North McIlroy Avenue  
Fayetteville, AR 72701-1201  
Tél. : (800) 626-0090; (479) 575-3246  
E-mail: uapress@uark.edu  
Site : www.uapress.com  
Blog : uapress.blogspot.com

**Equipe**

Directeur et éditeur : Lawrence J. Malley  
lmalley@uark.edu  
Responsable acquisitions et éditeur : Julie  
Watkins  
jewatki@uark.edu

Date de création : 1980  
Publications 2010 : 20  
Titres actuellement disponibles : 590  
Reuves : 1

**Athabasca University Press**

Peace Hills Trust Tower  
1200, 10011 – 109 Street  
Edmonton, AB T5J 3S8 Canada  
Tél. : (780) 497-3412  
E-mail: aupress@athabascau.ca  
Site : www.aupress.ca

**Equipe**

Directeur: Walter Hildebrandt  
walterh@athabascau.ca  
Editeur : Pamela Holway  
pholway@athabascau.ca

Date de création : 2007  
Publications 2010 : 20  
Titres actuellement disponibles : 42  
Reuves : 8

**Baylor University Press**

1920 South 4<sup>th</sup> Street  
Waco, TX 76706 -2529  
Tél. : (254) 710-3164  
Site : [www.baylorpress.com](http://www.baylorpress.com)

**Equipe**

Directeur: Carey Newman  
[carey\\_newman@baylor.edu](mailto:carey_newman@baylor.edu)

Date de création : 1897  
Publications 2010 : 40  
Titres actuellement disponibles : 220

**Beacon Press**

41 MT. Vernon Street  
Boston, MA02108  
Tél. : (617) 742-2110  
Site : [www.beacon.org](http://www.beacon.org)  
Blog : [www.beaconbroadside.com](http://www.beaconbroadside.com)

**Equipe**

Director: Helene Atwan  
[hatwan@beacon.org](mailto:hatwan@beacon.org)  
Directeur éditorial : Amy Caldwell  
[acaldwell@beacon.org](mailto:acaldwell@beacon.org)

Date de création : 1854  
Publications 2010 : 57  
Titres actuellement disponibles : 827

**University of British Columbia Press**

2029 West Mall  
University of British Columbia  
Vancouver, BC V6T 1Z2 Canada  
Tél. : (604) 822-5959  
Site : [www.ubcpres.ca](http://www.ubcpres.ca)

**Equipe**

Directeur: Peter Milroy  
[milroy@ubcpres.ca](mailto:milroy@ubcpres.ca)

Publications 2010 : 66  
Titres actuellement disponibles : 811

**Brookings Institution Press**

1775 Massachusetts Avenue, N.W  
Washington, DC 20036-2103  
E-mail: [bibooks@brookings.edu](mailto:bibooks@brookings.edu)  
E-mails individuels :  
[initialduprenomnom@brookings.edu](mailto:initialduprenomnom@brookings.edu)  
Site : [www.brookings.edu/press](http://www.brookings.edu/press)

**Equipe**

Directeur et vice-président : Robert L. Faherty  
Responsable des acquisitions : Christopher Kelaher

Date de création : 1916  
Publications 2010 : 41  
Titres actuellement disponibles : 1,144  
Reuves : 3

**University of Calgary Press**

2500 University Drive N.W.  
Calgary, AB T2N 1N4 Canada  
Tél. : (403) 220-7578  
Site : [www.uofcpress.com](http://www.uofcpress.com)

**Equipe**

Director: Donna Livingstone  
[livingsd@ucalgary.ca](mailto:livingsd@ucalgary.ca)

Date de création : 1981  
Publications 2010 : 10  
Titres actuellement disponibles : 293  
Reuves : 9

**University of California Press**

2120 Berkeley Way  
Berkeley, CA 94704-1012  
Tél. : (510) 642-4247  
E-mail: [askucp@ucpress.edu](mailto:askucp@ucpress.edu)  
E-mails individuels :  
[prenom.nom@ucpress.edu](mailto:prenom.nom@ucpress.edu)  
Site : [www.ucpress.edu](http://www.ucpress.edu)  
Blog : [ucpress.typepad.com/ucpresslog](http://ucpress.typepad.com/ucpresslog)

**Equipe**

Responsable acquisitions : Sheila Levine

Date de création : 1893  
Publications 2010 : 227  
Titres actuellement disponibles : 4,300  
Reuves : 38

**Cambridge University Press**

Cambridge University Press,  
North American Branch  
33 Avenue of the Americas  
New-York, NY 10013-4211  
Tél. : (212) 337-5000  
Fax : (212) 691-3239  
E-mails individuels :  
initialduprenomnom@cambridge.org  
Site : www.cambridge.org  
Blog : www.cambridgeblog.org

Date de création: 1534  
Date de création de la filiale américaine:  
1949  
Publications 2010 : plus de 2 000  
Titres actuellement disponibles : environ  
23 000  
Revues : 266

**Carnegie Mellon University Press**

5032 Forbes Avenue  
Pittsburgh, PA 15289-1021  
Tél. : (412) 268-2861  
E-mail :  
carnegiemellonuniversitypress@gmail.com  
Site: www.cmu.edu/universitypress

**Equipe**

Directeur: Gerald Costanzo  
gc3d@andrew.cmu.edu

Date de création: 1972  
Publications 2010 : 15  
Titres actuellement disponibles : 391

**The Catholic University of America Press**

240 Leahy Hall  
620 Michigan Avenue, N.E.  
Washington, DC 20064  
Tél. : (202) 319-5052

**Equipe**

Responsable acquisitions :  
James C. Kruggel  
kruggel@cua.edu

Date de création : 1939  
Publications 2010 : 36  
Titres actuellement disponibles : 550  
Revues : 3

**The University of Chicago Press**

1427 E. 60th Street  
Chicago, IL 60637-2954  
Tél. : (773) 702-7700  
E-mails individuels :  
initialduprenomnom@press.uchicago.edu  
Sites : www.press.uchicago.edu  
www.press.uchicago.edu/presswide/  
Blog : pressblog.uchicago.edu

**Equipe**

Directeur: Garrett P. Kiely

Date de création : 1891  
Publications 2010 : 266  
Titres actuellement disponibles : 4,366  
Revues : 50

**The Chinese University Press**

The Chinese University of Hong Kong  
Units 1-3 and 18, 9/F Shatin Galleria  
18-24 Shane Mei Street, Fo Tan  
Shatin, New Territories, Hong Kong  
Tél. : +852 2946-5300  
E-mail: cup@cuhk.edu.hk  
Site : www.chineseupress.com

**Equipe**

Directeur:  
Qi Gan ganqi@cuhk.edu.hk

Date de création : 1977  
Publications 2010 : 66  
Titres actuellement disponibles : 779  
Revues : 9

**University Press of Colorado**

5589 Arapahoe Avenue  
Suite 206C  
Boulder, CO 80303  
Tél. : (720) 406-8849  
Site : www.upcolorado.com

**Equipe**

Directeur et responsable des acquisitions :  
Darrin Pratt  
darrin@upcolorado.com

Date de création : 1965  
Publications 2010 : 18  
Titres actuellement disponibles : 344

**Columbia University Press**

61 West 62nd Street  
New York, NY 10023-7015  
Tél. : (212) 459-0600  
Site : [www.columbia.edu/cu/cup](http://www.columbia.edu/cu/cup)  
Blog : [cupblog.org](http://cupblog.org)

**Equipe**

Président et directeur : James D. Jordan  
[jj2143@columbia.edu](mailto:jj2143@columbia.edu)  
Responsable acquisitions : Jennifer Crew

Date de création : 1893  
Publications 2010 : 129  
Titres actuellement disponibles : 2,969

**Cork University Press**

Représentant aux Etats-Unis:  
Stylus Publishing  
22883 Quicksilver Drive  
Sterling, VA 20166-2012  
Tél. : (703) 661-1504  
E-mail: [stylusmail@presswarehouse.com](mailto:stylusmail@presswarehouse.com)

**Equipe**

Directeur: Mike Collins  
[mike.collins@ucc.ie](mailto:mike.collins@ucc.ie)

Date de création : 1925  
Publications 2010 : 14  
Titres actuellement disponibles : 200

**Cornell University Press**

Sage House  
512 East State Street  
Ithaca, NY 14850  
Tél. : (607) 277-2338  
Site : [www.cornellpress.cornell.edu](http://www.cornellpress.cornell.edu)  
Blog : [cornellpress.wordpress.com](http://cornellpress.wordpress.com)

**Equipe**

Directeur: John G. Ackerman  
[jga4@cornell.edu](mailto:jga4@cornell.edu)  
Responsable acquisitions et directeur  
éditorial : Peter J. Potter  
[pjp33@cornell.edu](mailto:pjp33@cornell.edu)

Date de création : 1869  
Date de création en la forme actuelle :  
1930  
Publications 2010 : 151  
Titres actuellement disponibles : 2,298

**Duke University Press**

905 West Main Street  
Suite 18-B  
Durham, NC 27701  
Tél. : (919) 687-3600  
E-mail: [info@dukeupress.edu](mailto:info@dukeupress.edu)  
Site : [www.dukeupress.edu](http://www.dukeupress.edu)  
Blog : [www.dukeupress.typepad.com](http://www.dukeupress.typepad.com)

**Equipe**

Directeur: Stephen A. Cohn  
Responsable acquisition et directeur  
éditorial : Ken Wissoker  
[kwiss@duke.edu](mailto:kwiss@duke.edu)

Date de création : 1921  
Publications 2010 : 120  
Titres actuellement disponibles : 2 157  
Revue : 43

**Dumbarton Oaks**

1703 32nd Street, NW  
Washington, DC 20007-2934  
Tél. : (202) 339-6430  
E-mail: [doaksbooks@doaks.org](mailto:doaksbooks@doaks.org)  
Site : [www.doaks.org/publications](http://www.doaks.org/publications)

**Equipe**

Responsable acquisitions: John Beardsley  
[beardsleyj@doaks.org](mailto:beardsleyj@doaks.org)

Date de création : 1941  
Publications 2010 : 9  
Titres actuellement disponibles : 225  
Revue : 1

**Duquesne University Press**

600 Forbes Avenue  
Pittsburgh, PA 15282  
Tél. : (412) 396-6610  
Site : [www.dupress.duq.edu](http://www.dupress.duq.edu)

**Equipe**

Directeur: Susan Wadsworth-Booth  
[wadsworth@duq.edu](mailto:wadsworth@duq.edu)

Date de création : 1927  
Publications 2010 : 10  
Titres actuellement disponibles : 199



**University Press of Florida**

15 N.W. 15th Street  
Gainesville, FL 32611-2079  
Tél. : (352) 392-1351  
Site : [www.upf.com](http://www.upf.com)

**Equipe**

Directeur: Meredith Morris Babb  
[mb@upf.com](mailto:mb@upf.com)  
Responsable acquisitions : Kara Schwartz  
[kara@upf.com](mailto:kara@upf.com)

Date de création : 1945  
Publications 2010 : 97  
Titres actuellement disponibles : 1 641

**Fordham University Press**

Canisius Hall  
2546 Belmont Avenue  
Bronx, NY 10458-5172  
Tél. : (718) 817-4795  
Site : [www.fordhampress.com](http://www.fordhampress.com)  
Blog : [www.fordhamimpressions.com](http://www.fordhamimpressions.com)

**Equipe**

Directeur: Fredric W. Nachbaur  
[fnachbaur@fordham.edu](mailto:fnachbaur@fordham.edu)

Date de création : 1907  
Publications 2010 : 70  
Titres actuellement disponibles : 723  
Reuves : 3

**Gallaudet University Press**

800 Florida, Avenue N.E.  
Washington, DC 20002-3695  
Tél. : (202) 651-5488 11030  
Site : [gupress.gallaudet.edu](http://gupress.gallaudet.edu)

Date de création : 1980  
Publications 2010 : 14  
Titres actuellement disponibles : 257  
Reuves : 2

**Georgetown University Press**

3240 Prospect Street, NW  
Washington, DC 20007  
Tél. : (202) 687-5889  
E-mail: [gupress@georgetown.edu](mailto:gupress@georgetown.edu)  
Site : [www.press.georgetown.edu](http://www.press.georgetown.edu)  
Blog : [georgetownup.wordpress.com](http://georgetownup.wordpress.com)

**Equipe**

Directeur: Richard Brown  
[reb7@georgetown.edu](mailto:reb7@georgetown.edu)  
Responsables acquisitions:  
Gail Grella  
[grellag1@georgetown.edu](mailto:grellag1@georgetown.edu)  
Donald Jacobs  
[dpoj5@georgetown.edu](mailto:dpoj5@georgetown.edu)

Date de création : 1964  
Publications 2010 : 41  
Titres actuellement disponibles : 702  
Reuves : 1

**University of Georgia Press**

330 Research Drive, Suite B-100  
Athens, GA 30602-4901  
Tél. : (706) 369-6130  
E-mail: [books@ugapress.uga.edu](mailto:books@ugapress.uga.edu)  
Site : [www.ugapress.org](http://www.ugapress.org)  
Blog : [ugapress.blogspot.com](http://ugapress.blogspot.com)

**Equipe**

Directeur : Nicole Mitchell  
[mitchell@ugapress.uga.edu](mailto:mitchell@ugapress.uga.edu)  
Responsables acquisitions :  
Nancy Grayson,  
[ngrayson@ugapress.uga.edu](mailto:ngrayson@ugapress.uga.edu)  
Derek Krissoff,  
[dkrissoff@ugapress.uga.edu](mailto:dkrissoff@ugapress.uga.edu)  
Laura Sutton,  
[lsutton@ugapress.uga.edu](mailto:lsutton@ugapress.uga.edu)

Date de création : 1938  
Publications 2010 : 90  
Titres actuellement disponibles : 1 424

**Getty Publications**

1200 Getty Center Drive  
Suite 500  
Los Angeles, CA 90049-1682  
Tél. : (310) 440-7365  
E-mail: [pubsinfo@getty.edu](mailto:pubsinfo@getty.edu)  
Site : [www.getty.edu/publications](http://www.getty.edu/publications)

**Equipe**

Responsable acquisitions: Robert T. Flynn,  
[rflynn@getty.edu](mailto:rflynn@getty.edu)

Date de création : 1982  
Publications 2010 : 45  
Titres actuellement disponibles : 475

**Harvard University Press**

79 Garden Street  
Cambridge, MA 02138-1499  
Tél. : (617) 495-2600  
E-mail: [prenom.nom@harvard.edu](mailto:prenom.nom@harvard.edu)  
Site : [www.hup.harvard.edu](http://www.hup.harvard.edu)  
Blog : [harvardpress.typepad.com](http://harvardpress.typepad.com)

**Equipe**

Directeur : William P. Sisler

Date de création : 1913  
Publications 2010 : 262  
Titres actuellement disponibles : 5 026

**University of Hawai'i Press**

2840 Kolowalu Street  
Honolulu, HI 96822-1888  
Tél. : (808) 956-8257  
Site : [www.uhpress.hawaii.edu](http://www.uhpress.hawaii.edu)  
Blog : [uhpress.wordpress.com](http://uhpress.wordpress.com)

**Equipe**

Directeur : William H. Hamilton  
[hamilton@hawaii.edu](mailto:hamilton@hawaii.edu)  
Responsable acquisitions: Patricia Crosby,  
[pcrosby@hawaii.edu](mailto:pcrosby@hawaii.edu)

Date de création : 1947  
Publications 2010 : 62  
Titres actuellement disponibles : 1 485  
Reuves : 17

**Hong Kong University Press**

The University of Hong Kong  
14/F Hing Wai Centre  
7 Tin Wan Praya Road  
Aberdeen, Hong Kong  
Tél. : +852 25502703  
E-mail: [hkupress@hku.hk](mailto:hkupress@hku.hk)  
Site : [www.hkupress.org](http://www.hkupress.org)

**Equipe**

Publisher: Michael Duckworth  
[duckwort@hku.hk](mailto:duckwort@hku.hk)  
Responsables acquisitions:  
Christopher Munn,  
[cmunn@hku.hk](mailto:cmunn@hku.hk)  
Clara Ho,  
[cscho@hku.hk](mailto:cscho@hku.hk)

Date de création : 1956  
Publications 2010 : 68  
Titres actuellement disponibles : 820

**University of Illinois Press**

1325 S. Oak Street  
Champaign, IL 61820-6903  
(217) 333-0950  
E-mail: [uipress@uillinois.edu](mailto:uipress@uillinois.edu)  
Site : [www.press.uillinois.edu](http://www.press.uillinois.edu)  
Blog : [www.press.uillinois.edu/wordpress](http://www.press.uillinois.edu/wordpress)

**Equipe**

Directeur: Willis G. Regier  
[wregier@uillinois.edu](mailto:wregier@uillinois.edu)

Date de création : 1918  
Publications 2010 : 123  
Titres actuellement disponibles : 1 974  
Reuves : 32

**Indiana University Press**  
601 North Morton Street  
Bloomington, IN 47404-3797  
Tél. : (812) 855-8817  
E-mail: iupress@indiana.edu  
Site : iupress.indiana.edu  
Blog : iupress.typepad.com/blog  
**Equipe**  
Directeur: Janet Rabinowitch  
jrabinow@indiana.edu

Date de création : 1950  
Publications 2010 : 140  
Titres actuellement disponibles : 2,000  
Revues : 28

**University of Iowa Press**  
Editorial Office:  
119 West Park Road  
100 Kuhl House  
Iowa City, IA 52242-1000  
Tél. : (319) 335-2000  
Site : www.uiowapress.org  
Blog : buroakblog.blogspot.com/

**Equipe**  
Responsable des acquisitions : Joseph  
Parsons  
joseph-parsons@uiowa.edu

Date de création : 1969  
Publications 2010 : 43  
Titres actuellement disponibles : 850

**Island Press**  
1718 Connecticut Avenue, N.W., Suite 300  
Washington, DC 20009-1148  
Tél. : (202) 232-7933  
Fax : (202) 234-1328  
E-mails individuels :  
initialduprenomnom@islandpress.org  
Site : www.islandpress.org  
Blog : blog.islandpress.org

**Equipe**  
Responsable acquisition, éditeur :  
Barbara Dean

Date de création : 1984  
Publications 2010 : 44  
Titres actuellement disponibles : 775

**The Jewish Publication Society**  
2100 Arch Street, 2nd Floor  
Philadelphia, PA 19103-1399  
Tél. : (215) 832-0600  
Site : www.jewishpub.org

Date de création : 1888  
Publications 2010 : 14  
Titres actuellement disponibles : 250

**The Johns Hopkins University Press**  
2715 N. Charles Street  
Baltimore, MD 21218-4363 704  
Tél. : (410) 516-6900  
Tél. : (800) 537-5487  
Site : www.press.jhu.edu

**Equipe**  
Directeur: Kathleen Keane  
kk@press.jhu.edu

Date de création : 1878  
Publications 2010 : 160  
Titres actuellement disponibles : 2 233  
Revues : 62

**University Press of Kansas**  
2502 Westbrooke Circle  
Lawrence, KS 66045-4444  
Tél. : (785) 864-4154  
E-mail: upress@ku.edu  
Site : www.kansaspress.ku.edu  
E-mail: upkorders@ku.edu

**Equipe**  
Directeur: Fred Woodward  
fwoodward@ku.edu  
Responsables acquisition:  
Ranjit Arab  
rarab@ku.edu  
Fred Woodward  
fwoodward@ku.edu

Date de création : 1946  
Publications 2010 : 53  
Titres actuellement disponibles : 897

**The Kent State University Press**

1118 University Library  
1125 Risman Drive  
Kent, OH 44242-0001  
Tél. : (330) 672-7913  
E-mail: (user I.D.)@kent.edu  
Site : www.kentstateuniversitypress.com

**Equipe**

Directeur: Will Underwood  
wunderwo@kent.edu  
Responsable acquisition :  
Joyce Harrison,  
jharri18@kent.edu

Date de création : 1966  
Publications 2010 : 35  
Titres actuellement disponibles : 597  
Reuves : 2

**The University Press of Kentucky**

663 South Limestone Street  
Lexington, KY 40508-4008  
Tél. : (859) 257-8400  
Site : www.kentuckypress.com

**Equipe**

Directeur: Stephen M. Wrinn  
smwrin2@uky.edu  
Responsables acquisitions :  
Stephen M. Wrinn et Anne Dean Watkins  
annedean.watkins@uky.edu

Date de création : 1943  
Publications 2010 : 59  
Titres actuellement disponibles : 1 683

**Louisiana State University Press**

3990 W. Lakeshore Drive  
Baton Rouge, LA 70808  
Tél. : (225) 578-6294  
E-mail: lsupress@lsu.edu  
Site : www.lsu.edu/lsupress  
Blog :  
lsupress.typepad.com/lsu\_press\_blog

**Equipe**

Directeur: MaryKatherine Callaway  
mkc@lsu.edu

Date de création : 1935  
Publications 2010 : 68  
Titres actuellement disponibles : 1 500

**Marquette University Press**

1415 West Wisconsin Avenue  
Box 3141  
Milwaukee, WI 53201-3141  
Tél. : (414) 288-1564  
Site : marquette.edu/mupress/

**Equipe**

Directeur: Andrew Tallon  
andrew.tallon@marquette.edu

Date de création : 1916  
Publications 2010 : 17  
Titres actuellement disponibles : 400  
Reuves : 1

**University of Massachusetts Press**

671 North Pleasant Street  
Amherst, MA 01003  
Tél. : (413) 545-2217  
Site : www.umass.edu/umpress

**Equipe**

Directeur: Bruce Wilcox,  
wilcox@umpress.umass.edu  
Responsable acquisitions :  
Clark Dougan,  
cdougan@umpress.umass.edu

Date de création : 1963  
Publications 2010 : 43  
Titres actuellement disponibles : 1 000

**The MIT Press**

55 Hayward Street  
Cambridge, MA 02142-1315  
Tél. : (617) 253-5646  
Site : mitpress.mit.edu  
Blog : mitpress.typepad.com/mitpresslog/

**Equipe**

Directeur: Ellen Faran,  
ewfaran@mit.edu  
Responsable acquisitions :  
Gita Manaktala,  
manak@mit.edu

**McGill-Queen's University Press**

Montreal Office:  
1010 Sherbrooke Street West  
Suite 1720  
Montreal, QC H3A 2R7  
Canada  
Tél. : (514) 398-3750  
E-mail: mqup@mcgill.ca  
Site : www.mqup.ca  
Blog : www.mqup.typepad.com

**Equipe**

Directeur: Philip J. Cercone  
philip.cercone@mcgill.ca

Date de création : 1969  
Publications 2010 : 122  
Titres actuellement disponibles : c. 2,800

**Mercer University Press**

1400 Coleman Avenue Macon, GA 31207  
Tél. : (478) 301-2880  
Site : www.mupress.org

**Equipe**

Directeur et responsable acquisitions :  
Marc A. Jolley,  
jolley\_ma@mercer.edu

Date de création : 1979  
Publications 2010 : 34  
Titres actuellement disponibles : 850

**The University of Michigan Press**

839 Greene Street  
Ann Arbor, MI 48104-3209  
Tél. : (734) 764-4388  
E-mail: um.press@umich.edu  
Site : www.press.umich.edu  
Blog : umichpress.typepad.com

**Equipe**

Directeur: Philip Pochoda  
pochoda@umich.edu

Date de création : 1930  
Publications 2010 : 91  
Titres actuellement disponibles : 3 200

**Michigan State University Press**

1405 South Harrison Road, Suite 25  
East Lansing, MI 48823-5245  
Tél. : (517) 355-9543  
E-mail: msupress@msu.edu  
Site : msupress.msu.edu

**Equipe**

Directeur: Gabriel Dotto,  
dotto@msu.edu  
Responsable acquisitions :  
Martha A. Bates,  
batesmar@msu.edu

Date de création : 1947  
Publications 2010 : 32  
Titres actuellement disponibles : 560  
Reuves : 9

**Minnesota Historical Society Press**

345 Kellogg Blvd. West  
Saint Paul, MN 55102  
Tél. : (651) 259-3200  
Site: www.mhspress.org  
Blog : discussions.mnhs.org/10000books/

**Equipe**

Directeur: Pamela McClanahan  
(651/259-3210)  
pamela.mcclanahan@mnhs.org

Date de création : 1859  
Publications 2010 : 25  
Titres actuellement disponibles : 418  
Reuves : 1

**University of Minnesota Press**

111 Third Avenue South  
Suite 290  
Minneapolis, MN 55401-2552  
Tél. : (612) 627-1970  
Site : [www.upress.umn.edu](http://www.upress.umn.edu)  
Blog : [www.uminnpressblog.com](http://www.uminnpressblog.com)

**Equipe**

Directeur: Douglas Armato  
[armat001@umn.edu](mailto:armat001@umn.edu)  
Responsable acquisitions: Richard  
Morrison, [morri094@umn.edu](mailto:morri094@umn.edu)

Date de création : 1925  
Publications 2010 : 110  
Titres actuellement disponibles : 2 382  
Reuves : 6

**University Press of Mississippi**

3825 Ridgewood Road  
Jackson, MS 39211-6492  
Tél. : (601) 432-6205  
E-mail: [press@mississippi.edu](mailto:press@mississippi.edu)  
Site : [www.upress.state.ms.us](http://www.upress.state.ms.us)  
Blog : [upmississippi.blogspot.com](http://upmississippi.blogspot.com)

**Equipe**

Directeur: Leila W. Salisbury,  
[lsalisbury@mississippi.edu](mailto:lsalisbury@mississippi.edu)  
Responsable des acquisitions :  
Walter Biggins,  
[wbiggins@mississippi.edu](mailto:wbiggins@mississippi.edu)

Date de création : 1970  
Publications 2010 : 115  
Titres actuellement disponibles : 965

**University of Missouri Press**

2910 LeMone Boulevard  
Columbia, MO 65201-8227  
Tél. : (573) 882-7641 11030  
Site : [press.umsystem.edu](http://press.umsystem.edu)

**Equipe**

Responsable acquisitions :  
Clair Willcox,  
[willcoxc@umsystem.edu](mailto:willcoxc@umsystem.edu)

Date de création : 1958  
Publications 2010 : 30  
Titres actuellement disponibles: 1036

**Modern Language Association of America**

26 Broadway, 3rd floor  
New York, NY 10004-1789  
Tél. : (646) 576-5000  
E-mail: [info@mla.org](mailto:info@mla.org)  
E-mails individuels :  
[initialduprenomnom@mla.org](mailto:initialduprenomnom@mla.org)  
Site : [www.mla.org](http://www.mla.org)

Date de création : 1883  
Publications 2010 : 13  
Titres actuellement disponibles : 316  
Reuves : 6

**The Museum of Modern Art**

11 West 53rd Street  
New York, NY 10019  
Phne: (212) 708-9443  
E-mail: [moma\\_publications@moma.org](mailto:moma_publications@moma.org)  
Site : [www.moma.org](http://www.moma.org)

Date de création : 1929  
Publications 2010 : 20  
Titres actuellement disponibles : 160

**The National Academies Press**

500 Fifth Street, N.W.  
Washington, DC 20001  
Bookstore Tél. : (202) 334-2612  
Site : [www.nap.edu](http://www.nap.edu)

**Equipe**

Directeur: Barbara Kline Pope  
[bkline@nas.edu](mailto:bkline@nas.edu)

Date de création : 1864  
Publications 2010 : 200  
Titres actuellement disponibles : 3,447

**National Gallery of Art**

Sixth Street and Constitution Ave., N.W.  
Washington, DC  
Tél. : (202) 842-6200  
Site : [www.nga.gov](http://www.nga.gov)

Date de création : 1941  
Publications 2010 : 14  
Titres actuellement disponibles : 150

**Naval Institute Press**

291 Wood Road  
Annapolis MD 21402-5034  
Tél. : (410) 268-6110  
E-mails individuels :  
[initialduprenomnom@usni.org](mailto:initialduprenomnom@usni.org)  
Site : [www.nip.org](http://www.nip.org)

**Equipe**

Directeur: Richard A. Russell  
Responsables acquisitions :  
Thomas J. Cutler , Susan Todd Brook,  
Adam Kane

Date de création : 1899  
Publications 2010 : 81  
Titres actuellement disponibles : 700  
Reuves : 2

**University of Nebraska Press**

1111 Lincoln Mall  
Lincoln, NE 68588-0630  
Tél. : (402) 472-3581  
Sites : [www.nebraskapress.unl.edu](http://www.nebraskapress.unl.edu);  
[bisonbooks.com](http://bisonbooks.com)  
Blog : [nebraskapress.typepad.com](http://nebraskapress.typepad.com)

**Equipe**

Directeur: Donna A. Shear  
[dshear2@unl.edu](mailto:dshear2@unl.edu)  
Responsable acquisitions:  
Heather Lundine, [hlundine2@unl.edu](mailto:hlundine2@unl.edu)

Date de création : 1941  
Publications 2010 : 150  
Titres actuellement disponibles : 3 004  
Reuves : 19

**University of Nevada Press**

Morrill Hall, Mail Stop 0166  
Reno, NV 89557-0166  
Tél. : (775) 784-6573  
Site : [www.unpress.nevada.edu](http://www.unpress.nevada.edu)

**Equipe**

Directeur: Joanne O'Hare,  
[johare@unpress.nevada.edu](mailto:johare@unpress.nevada.edu)  
Responsables acquisitions :  
Matt Becker,  
[mbecker@unpress.nevada.edu](mailto:mbecker@unpress.nevada.edu)  
Margaret F. Dalrymple,  
[mdalrymple@unpress.nevada.edu](mailto:mdalrymple@unpress.nevada.edu)

Date de création : 1961  
Publications 2010 : 16  
Titres actuellement disponibles : 381

**University Press of New England**

1 Court Street, Suite 250  
Lebanon, NH 03766-1358  
Tél. : (603) 448-1533  
E-mail: [university.press@dartmouth.edu](mailto:university.press@dartmouth.edu)  
E-mails individuels :  
[prenom.nom@dartmouth.edu](mailto:prenom.nom@dartmouth.edu)  
Site : [www.upne.com](http://www.upne.com)

**Equipe**

Directeur: Michael Burton  
Responsables acquisitions :  
Stephen P. Hall,  
Richard Pult

Date de création : 1970  
Publications 2010 : 63  
Titres actuellement disponibles : 898

**University of New Mexico Press**

1717 Roma

1 University of New Mexico

Albuquerque NM 87106

Tél. : (505) 277-2346

E-mail: unmpress@unm.edu

Site : www.unmpress.com

**Equipe**

Directeur: John Byram,

jbyram@unm.edu

Responsable des acquisitions :

Elizabeth Albright,

ealbright@unm.edu

Date de création : 1929

Publications 2010 : 70

Titres actuellement disponibles : 975

**New York University Press**

838 Broadway, 3rd Floor

New York, NY 10003-4812

Tél. : (212) 998-2575

E-mail: orders@nyupress.edu

E-mails individuels :

prénom.nom@nyu.edu

Site : www.nyupress.org

Blog : www.fromthesquare.org

**Equipe**

Directeur: Steve Maikowski

Responsable acquisitions : Eric Zinner

Date de création : 1916

Publications 2010 : 112

Titres actuellement disponibles : 2 125

**The University of North Carolina Press**

116 South Boundary Street

Chapel Hill, NC 27514-3808

Tél. : (919) 966-3561 704

E-mail: uncpres@unc.edu

E-mails

individuels :prénom\_nom@unc.edu

Site : www.uncpress.unc.edu

Blog : uncpresblog.com

**Equipe**

Directeur: Kate Douglas Torrey

Responsable acquisitions : David Perry,

Date de création : 1922

Publications 2010 : 99

Titres actuellement disponibles : 2,026

Reuves : 10

**University of North Texas Press**

1155 Union Circle #311336

Denton, TX 76203

Tél. : (800) 826-8911

Tél. : (940) 565-2142

E-mail: prénom.nom@unt.edu

Site : www.unt.edu/untpress

**Equipe**

Directeur: Ronald Chrisman

Date de création : 1988

Publications 2010 : 23

Titres actuellement disponibles : 383

Reuves : 2

**Northern Illinois University Press**

2280 Bethany Road

DeKalb, IL 60115

Tél. : (815) 753-1075

Site : www.niupress.niu.edu

**Equipe**

Directeur: J. Alex Schwartz,

aschwartz@niu.edu

Responsables acquisitions :

Sara Hoerdeman,

shoerdeman@niu.edu

Amy Farranto,

afarranto@niu.edu

Date de création : 1964

Publications 2010 : 33

Titres actuellement disponibles : 481



**Northwestern University Press**

629 Noyes Street  
Evanston, IL 60208-4210  
Tél. : (847) 491-2046  
E-mail: nupress@northwestern.edu  
Site : www.nupress.northwestern.edu

**Equipe**

Directeur: Jane Bunker,  
j-bunker@northwestern.edu  
Responsable des acquisitions : Mike  
Levine, mike-levine@northwestern.edu

Date de création : 1959  
Publications 2010 : 56  
Titres actuellement disponibles : 1 160  
Revue : 2

**University of Notre Dame Press**

310 Flanner Hall  
Notre Dame, IN 46556  
Tél. : (574) 631-6346  
E-mail: undpress.1@nd.edu  
Site : www.undpress.nd.edu

**Equipe**

Responsable acquisitions : Charles Van  
Hof, cvanhof@nd.edu

Date de création : 1949  
Publications 2010 : 53  
Titres actuellement disponibles : 1,000

**Ohio University Press**

19 Circle Drive, The Ridges  
Athens, OH 45701-2979  
Tél. : (740) 593-1155  
Site : www.ohioswallow.com

**Equipe**

Directeur éditorial : Gillian Berchowitz,  
berchowi@ohio.edu

Date de création : 1964  
Publications 2010 : 45  
Titres actuellement disponibles : 1 002

**University of Oklahoma Press**

2800 Venture Drive  
Norman, OK 73069  
Tél. : (405) 325-2000  
Site : www.oupress.com  
Blog : www.oupressblog.com

**Equipe**

Directeur: B. Byron Price,  
b\_byron\_price@ou.edu

Date de création : 1928  
Publications 2010 : 84  
Titres actuellement disponibles : 1 559

**Oregon State University Press**

21 The Valley Library  
Corvallis, OR 97331-4501  
Tél. : (541) 737-3166  
E-mail: osu.press@oregonstate.edu  
Site : oregonstate.edu/dept/press/

**Equipe**

Directeur: Faye A. Chadwell,  
faye.chadwell@oregonstate.edu  
Responsable acquisitions :  
Mary Elizabeth Braun,  
mary.braun@oregonstate.edu

Date de création : 1961  
Publications 2010 : 18  
Titres actuellement disponibles : 195

**University of Ottawa Press / Les Presses  
de l'Université d'Ottawa**

542 King Edward Avenue Canadian  
Ottawa, ON K1N 6N5 Canada  
Tél. : (613) 562-5246

Site : www.uopress.uottawa.ca  
E-mail: press@uottawa.ca

**Equipe**

Directeur: Michael O'Hearn,  
michael.ohearn@uottawa.ca  
Responsable acquisitions :  
Eric Nelson,  
enelson@uottawa.ca

Date de création : 1936  
Publications 2010 : 37  
Titres actuellement disponibles : 395  
Revue : 2

**Oxford University Press, Inc.**

Editorial Offices:  
198 Madison Avenue  
New York, NY 10016  
Tél. : (212) 726-6000  
Site : [www.oup.com](http://www.oup.com)  
Blog : [blog.oup.com](http://blog.oup.com)

Date de création : 1895  
Publications 2010 : 1 200  
Titres actuellement disponibles : 21 000  
Revue (publiées aux Etats-Unis): 41

**University of Pennsylvania Press**

3905 Spruce Street  
Philadelphia, PA 19104-4112  
Tél. : (215) 898-6261  
Site : [www.pennpress.org](http://www.pennpress.org)  
Blog :

[pennpress.typepad.com/pennpresslog/](http://pennpress.typepad.com/pennpresslog/)

**Equipe**

Directeur: Eric Halpern,  
[ehalpern@upenn.edu](mailto:ehalpern@upenn.edu)  
Responsable acquisitions :  
Peter Agree,  
[agree@upenn.edu](mailto:agree@upenn.edu)

Date de création : 1890  
Publications 2010 : 136  
Titres actuellement disponibles : 1 450  
Revue : 11

**Pennsylvania State University Press**

820 North University Drive  
USB-1, Suite C  
University Park, PA 16802-1003  
Tél. : (814) 865-1327  
Site : [www.psupress.org](http://www.psupress.org)  
Blog : [psupress.blogspot.com](http://psupress.blogspot.com)

**Equipe**

Directeur: Patrick H. Alexander  
[pha3@psu.edu](mailto:pha3@psu.edu)  
Responsable acquisitions: Kendra Boileau  
[klb60@psu.edu](mailto:klb60@psu.edu)

Date de création : 1956  
Publications 2010 : 81  
Titres actuellement disponibles : 1 320  
Revue : 13

**University of Pittsburgh Press**

Eureka Building, 5th Floor  
3400 Forbes Avenue  
Pittsburgh, PA 15260  
Tél. : (412) 383-2456  
Site : [www.upress.pitt.edu](http://www.upress.pitt.edu)

**Equipe**

Directeur: Cynthia Miller  
[cymiller@pitt.edu](mailto:cymiller@pitt.edu)  
Responsables acquisitions :  
Joshua Shanholtzer  
[jos85@pitt.edu](mailto:jos85@pitt.edu)  
Beth Davis  
[jedavis@pitt.edu](mailto:jedavis@pitt.edu)

Date de création : 1936  
Publications 2010 : 44  
Titres actuellement disponibles : 775

**Princeton University Press**

41 William Street  
Princeton, NJ 08540-5237  
Tél. : (609) 258-4900  
Site : [press.princeton.edu](http://press.princeton.edu)  
Blog : [press.princeton.edu/blog](http://press.princeton.edu/blog)  
E-mails individuels :  
[initialduprenomnom@pupress.co.uk](mailto:initialduprenomnom@pupress.co.uk)

**Equipe**

Directeur: Peter J. Dougherty  
Responsables acquisitions:  
Brigitta van Rheinberg, Charles Myers

Date de création : 1905  
Publications 2010 : 314  
Titres actuellement disponibles : 5 944

**Purdue University Press**  
Stewart Center, Room 370  
504 West State Street  
West Lafayette, IN 47907-2058  
Tél. : (765) 494-2038  
E-mail: pupress@purdue.edu  
Site : www.thepress.purdue.edu

**Equipe**

Directeur: Charles Watkinson  
cwatkinson@purdue.edu

Date de création : 1960  
Publications 2010 : 26  
Titres actuellement disponibles : 440  
Reuves : 12

**RAND Corporation**  
1776 Main Street  
Santa Monica, CA 90407  
Tél. : (310) 393-0411  
Site : www.rand.org/publications

**Equipe**

Directeur: Jane Ryan  
ryan@rand.org

Date de création : 1948  
Publications 2010 : 207  
Titres actuellement disponibles : 19,500  
Reuves : 1

**Resources for the Future / RFF Press**  
1616 P Street, N.W.  
Washington, DC 20036-1400  
Tél. : (202) 328-5086  
E-mail: rffpress@rff.org  
Site : www.rffpress.org

**Equipe**

Editeur et responsable acquisitions :  
Don Reisman,  
don.reisman@earthscanpublishing.com

Date de création : 1952  
Publications 2010 : 11  
Titres actuellement disponibles : 181

**RIT Cary Graphic Arts Press /  
RIT Press**

90 Lomb Memorial Drive  
Rochester, NY 14623-5604  
Tél. : (585) 475-6766  
E-mail: mqcwml@rit.edu  
Site : carypress.rit.edu

**Equipe**

Directeur: David Pankow  
dppwml@rit.edu

Date de création : 2001  
Publications 2010 : 9  
Titres actuellement disponibles : 52

**The University of Rochester Press**

668 Mount Hope Avenue  
Rochester NY 14620-2731  
Tél. : (585) 275-0419  
Site : www.urpress.com

**Equipe**

Directeur éditorial:  
Suzanne E. Guiod  
suzanne.guiod@rochester.edu

Date de création : 1989  
Publications 2010 : 42  
Titres actuellement disponibles : 500

**The Rockefeller University Press**

1114 First Avenue, 3rd Floor  
New York, NY 10065-8325  
Tél. : (212) 327-7938  
Site : www.rockefeller.edu/rupress

**Equipe**

Directeur: Mike Rossner,  
(212/327-8881)  
rossner@rockefeller.edu

Date de création : 1958  
Titres actuellement disponibles : 39  
Reuves : 3

**Russell Sage Foundation**

112 East 64th Street  
New York, NY 10065  
Tél. : (212) 750-6000  
E-mail: pubs@rsage.org  
Site : www.russellsage.org

Date de création : 1907  
Publications 2010 : 28  
Titres actuellement disponibles : 680

**Rutgers University Press**

Livingston Campus  
100 Joyce Kilmer Avenue  
Piscataway, NJ 08854-8099  
Tél. : (732) 445-7762  
Site : rutgerspress.rutgers.edu

**Equipe**

Directeur: Marlie Wasserman  
marlie@rutgers.edu  
Responsable acquisitions: Leslie Mitchner,  
lmitch@rutgers.edu

Date de création : 1936  
Publications 2010 : 95  
Titres actuellement disponibles : 2,200

**Society of Biblical Literature**

The Luce Center  
825 Houston Mill Road, Suite 350  
Atlanta, GA 30329  
Tél. : (404) 727-3100  
E-mail: sblexec@sbl-site.org  
E-mails individuels :  
prénom.nom@sbl-site.org  
Site : www.sbl-site.org

**Equipe**

Directeur editorial: Bob Buller  
Responsable acquisitions : Billie Jean  
Collins

Date de création : 1880  
Publications 2010 : 27  
Titres actuellement disponibles : 690  
Reuves : 2

**The University of South Carolina Press**

1600 Hampton Street  
5th Floor  
Columbia, SC 29208-3400  
Tél. : (803) 777-5243  
Site : www.sc.edu/uscpres

**Equipe**

Directeur: Curtis L. Clark  
cclark@sc.edu

Date de création : 1944  
Publications 2010 : 75  
Titres actuellement disponibles : 1,000

**Southern Illinois University Press**

1915 University Press Drive  
SIUC Mail Code 6806  
Carbondale, IL 62901-6806  
Tél. : (618) 453-2281  
Site : www.siupress.com

**Equipe**

Responsable acquisitions: Karl Kageff,  
kageff@siu.edu  
Kristine Priddy,  
mkpriddy@siu.edu

Date de création : 1956  
Publications 2010 : 62  
Titres actuellement disponibles : 1 200

**Southern Methodist University Press**

314 Fondren Library West  
6404 Hilltop Lane  
Dallas, TX 75275-0415  
Tél. : (214) 768-1432  
Site :  
www.tamu.edu/upress/smu/smugen.html

**Equipe**

Directeur: Keith Gregory,  
keithg@smu.edu  
Responsable acquisitions : Kathryn M.  
Lang, klang@smu.edu

Date de création : 1937  
Publications 2010 : 4  
Titres actuellement disponibles : 226

**Stanford University Press**

1450 Page Mill Road  
Palo Alto, CA 94304-1124  
Tél. : (650) 723-9434  
Site : [www.sup.org](http://www.sup.org)  
Blog : [stanfordpress.typepad.com](http://stanfordpress.typepad.com)

**Equipe**

Directeur: Geoffrey Burn,  
[grhburn@stanford.edu](mailto:grhburn@stanford.edu)  
Responsable acquisitions : Kate Wahl,  
[kwahl@stanford.edu](mailto:kwahl@stanford.edu)

Date de création : 1925  
Publications 2010 : 157  
Titres actuellement disponibles : 2 500

**State University of New York Press**

22 Corporate Woods Boulevard, 3rd Floor  
Albany, NY 1221 1-2504  
Tél. : (518) 472-5000  
E-mail: [info@sunypress.edu](mailto:info@sunypress.edu)  
E-mails individuels :  
[prénom.nom@sunypress.edu](mailto:prénom.nom@sunypress.edu)  
Site : [www.sunypress.edu](http://www.sunypress.edu)  
Blog : [www.sunypress.blogspot.com](http://www.sunypress.blogspot.com)

**Equipe**

Co-Directeurs: Donna Dixon, James Peltz  
Responsable acquisitions : Nancy Ellegate

Date de création : 1966  
Publications 2010 : 195  
Titres actuellement disponibles : 4 664  
Revue : 5

**Syracuse University Press**

621 Skytop Road, Suite 110  
Syracuse, NY 13244-5290  
Tél. : (315) 443-5534  
Fax : (315) 443-5545  
Site : [www.syracuseuniversitypress.syr.edu](http://www.syracuseuniversitypress.syr.edu)

**Equipe**

Directeur: Alice R. Pfeiffer  
[arpfeiff@syr.edu](mailto:arpfeiff@syr.edu)  
Responsables acquisitions:  
Mary Selden Evans,  
[msevans@syr.edu](mailto:msevans@syr.edu)  
Annelise Finegan,  
[amfinega@syr.edu](mailto:amfinega@syr.edu)

Date de création : 1943  
Publications 2010 : 45  
Titres actuellement disponibles : 1 529

**Teachers College Press**

1234 Amsterdam Avenue  
New York, NY 10027-6696  
Tél. : (212) 678-3929  
Site : [www.tcpres.com](http://www.tcpres.com)

**Equipe**

Directeur: Carole Pogrebin Saltz,  
[saltz@tc.edu](mailto:saltz@tc.edu)  
Responsables acquisitions: Brian  
Ellerbeck, [ellerbeck@tc.edu](mailto:ellerbeck@tc.edu)  
Marie Ellen Larcada,  
[larcada@tc.edu](mailto:larcada@tc.edu)  
Meg Lemke,  
[lemke@tc.edu](mailto:lemke@tc.edu)

Date de création : 1904  
Publications 2010 : 66  
Titres actuellement disponibles : 700

**Temple University Press**

Street Address:

TASB

2450 West Hunting Park Avenue

Philadelphia, PA 19129

Tél. : (215) 926-2140

E-mail: prénom.nom@temple.edu

Site : www.temple.edu/tempres

Blog : templepress.wordpress.com

**Equipe**

Directeur: Alex Holzman

Responsable acquisitions :

Janet M. Francendese

Date de création : 1969

Publications 2010 : 62

Titres actuellement disponibles : 1,245

**University of Tennessee Press**

110 Conference Center

Knoxville, TN 37996-4108

Tél. : (865) 974-3321

E-mail: custserv@utpress.org

Site : utpress.org

Blog : utpress.org/utpressblog

**Equipe**

Directeur: Scot Danforth,

danforth@utk.edu

Responsable acquisitions : Kerry Webb,

webbke@utk.edu

Date de création : 1940

Publications 2010 : 36

Titres actuellement disponibles : 823

**University of Texas Press**

2100 Comal Street

Austin, TX 78722

Tél. : (512) 471-7233

Fax : (512) 232-7178

E-mail: utpress@uts.cc.utexas.edu

E-mails individuels :

initialduprénomnom@utpress.utexas.edu

Site : www.utexaspress.com

**Equipe**

Directeur: Joanna Hitchcock

Responsable acquisitions: Jim Burr

Date de création : 1950

Publications 2010 : 103

Titres actuellement disponibles : 1,533

Reuves : 11

**Texas A&M University Press**

John H. Lindsey Building, Lewis Street

College Station, TX 77843

Tél. : (979) 845-1436

E-mail: upress@tamu.edu

Site : www.tamupress.com

**Equipe**

Responsable acquisition :

Mary Lenn Dixon,

mary-dixon@tamu.edu

Date de création : 1974

Publications 2010 : 57

Titres actuellement disponibles : 1,083

**TCU Press**

Street Address:

3000 Sandage

Fort Worth, TX 76109

Tél. : (817) 257-7822

Site : www.prs.tcu.edu

**Equipe**

Directeur: Dan Williams

d.e.williamms@tcu.edu

Date de création : 1966

Publications 2010 : 15

Titres actuellement disponibles : 376

**Texas Tech University Press**  
2903 Fourth Street, Suite 201  
Lubbock, TX 79415  
Tél. : (806) 742-2982  
E-mails individuels : prénom.nom@ttu.edu  
Site : www.ttupress.org

**Equipe**

Directeur: Robert Mandel  
Responsable acquisitions: Judith Keeling

Date de création : 1971  
Publications 2010 : 27  
Titres actuellement disponibles : 401  
Reuves : 4

**Texas Western Press**

University of Texas at El Paso  
500 West University Avenue  
El Paso, TX 79968-0633  
Tél. : (915) 747-5688  
E-mail: twpress@utep.edu  
Sites : www.utep.edu/twp

**Equipe**

Directeur: Robert L. Stakes  
rlstakes@utep.edu

Date de création : 1952  
Publications 2010 : 9  
Titres actuellement disponibles : 33

**University of Toronto Press, Inc.**

Scholarly Publishing Division:  
10 St. Mary Street, Suite 700  
Toronto, ON M4Y 2W8 Canada  
Tél. : (416) 978-2239  
E-mail: publishing@utpress.utoronto.ca  
Site : www.utppublishing.com

Date de création : 1901  
Publications 2010 : 182  
Titres actuellement disponibles : 3 500  
Reuves : 32

**United Nations University Press**

53-70, Jingumae 5-chome  
Shibuya-ku, Tokyo 150-8925  
Japan

Tél. : +81-3-5467-1212

Fax : +81-3-3499-2828

E-mail: press@unu.edu

Site : www.unu.edu/unupress

**Equipe**

Responsable acquisitions : Naomi Cowan,  
cowan@unu.edu

Date de création : 1990  
Publications 2010 : 10  
Titres actuellement disponibles : 231

**United States Institute of Peace Press**

1200 17th Street, N.W., Suite 200  
Washington, DC 20036-3011  
Tél. : (202) 457-1700  
E-mail: usipmail@presswarehouse.com  
Site : www.usip.org

**Equipe**

Directeur: Valerie Norville  
Vnorville@utk.edu

Date de création : 1991  
Publications 2010 : 11  
Titres actuellement disponibles : 160

**W.E. Upjohn Institute for Employment Research**

300 South Westnedge Avenue  
Kalamazoo, MI 49007-4686  
Tél. : (269) 343-4330  
E-mail: publications@upjohn.org  
Site : www.upjohn.org

**Equipe**

Directeur: Kevin Hollenbeck  
Hollenbeck@upjohn.org

Date de création : 1945  
Publications 2010 : 8  
Titres actuellement disponibles : 218

**The Urban Institute Press**

2100 M Street, NW  
Washington, DC 20037  
Tél. : (202) 261-5687  
E-mail: pubs@ui.urban.org  
Site : www.uipress.org

**Equipe**

Directeur et responsable acquisitions :  
Kathleen Courrier  
kcourrie@ui.urban.org

Date de création : 1968  
Publications 2010 : 12  
Titres actuellement disponibles : 201

**University of Utah Press**

295 South 1500 East, Suite 5400  
Salt Lake City, UT 84112-0860  
Tél. : (801) 585-9786  
Site : www.uofupress.com

**Equipe**

Directeur: Glenda Cotter,  
glenda.cotter@utah.edu  
Responsables acquisitions : Peter  
DeLafosse, peter.delafosse@utah.edu  
Reba Rauch,  
reba.rauch@utah.edu

Date de création : 1949  
Publications 2010 : 35  
Titres actuellement disponibles : 450

**Utah State University Press**

Utah State University  
7800 Old Main Hill  
Logan, UT 84322-7800  
Tél. : (435) 797-1362  
Fax : (435) 797-0313  
E-mail: prenom.nom@usu.edu  
Sites : www.usu.edu/usupress

**Equipe**

Directeur: Michael Spooner

Date de création : 1972  
Publications 2010 : 17  
Titres actuellement disponibles : 292

**Vanderbilt University Press**

2014 Broadway  
Suite 320  
Nashville, TN 37203  
Tél. : (615) 322-3585  
Fax : (615) 343-8823  
E-mail: vupress@vanderbilt.edu  
E-mails individuels:  
Site : www.vanderbiltuniversitypress.com

**Equipe**

Directeur: Michael Ames  
Responsable acquisitions : Eli J. Bortz

Date de création : 1940  
Publications 2010 : 23  
Titres actuellement disponibles : 238

**The University of Virginia Press**

Bemiss House  
210 Sprigg Lane  
Charlottesville, VA 22903-0608  
Tél. : (434) 924-3468  
Fax : (434) 982-2655 500  
E-mail: vapress@virginia.edu  
Site : www.upress.virginia.edu

**Equipe**

Directeur: Penelope Kaiserlian  
pkaiserlian@virginia.edu  
Responsable acquisitions : Cathie  
Brettschneider  
cib8b@virginia.edu  
Richard K. Holway  
rkh2a@virginia.edu  
Boyd Zenner  
bz2v@virginia.edu

Date de création : 1963  
Publications 2010 : 61  
Titres actuellement disponibles : 1,000



**University of Washington Press**

4333 Brooklyn Avenue NE  
Seattle, WA 98195  
Tél. : (206) 543-4050  
Fax : (206) 543-3932  
Site : [www.washington.edu/uwpress](http://www.washington.edu/uwpress)  
Blog : [uwashingtonpress.wordpress.com](http://uwashingtonpress.wordpress.com)

**Equipe**

Directeur: Pat Soden  
[patsoden@u.washington.edu](mailto:patsoden@u.washington.edu)  
Responsable acquisitions: Lorri Hagman,  
[lhagman@u.washington.edu](mailto:lhagman@u.washington.edu)

Date de création : 1909  
Publications 2010 : 58  
Titres actuellement disponibles : 2,300

**Washington State University Press**

Cooper Publications Building  
Grimes Way  
PO Box 645910  
Pullman, WA 99164-5910  
Tél. : (509) 335-3518  
Fax : (509) 335-8568  
E-mail: [wsupress@wsu.edu](mailto:wsupress@wsu.edu)  
Site : [wsupress.wsu.edu](http://wsupress.wsu.edu)

**Equipe**

Directeur: Mary Read  
[read@wsu.edu](mailto:read@wsu.edu)

Date de création : 1927  
Publications 2010 : 5  
Titres actuellement disponibles : 117  
Reuves : 1

**Wayne State University Press**

The Leonard N. Simons Bldg.  
4809 Woodward Avenue  
Detroit, MI 48201-1309  
Tél. : (313) 577-6120  
Fax : (313) 577-6131  
Site : [wsupress.wayne.edu](http://wsupress.wayne.edu)

**Equipe**

Directeur: Jane Hoehner  
[jane.hoehner@wayne.edu](mailto:jane.hoehner@wayne.edu)  
Responsable acquisition : Kathryn  
Wildfong, [k.wildfong@wayne.edu](mailto:k.wildfong@wayne.edu)

Date de création : 1941  
Publications 2010 : 34  
Titres actuellement disponibles : 884  
Reuves : 6

**Wesleyan University Press**

215 Long Lane  
Middletown, CT 06459  
Tél. : (860) 685-7711  
Fax : (860) 685-7712  
Site : [www.wesleyan.edu/wespress/](http://www.wesleyan.edu/wespress/)

**Equipe**

Directeur: Suzanna Tamminen  
[stamminen@wesleyan.edu](mailto:stamminen@wesleyan.edu)  
Responsable acquisitions : Parker  
Smathers [psmathers@wesleyan.edu](mailto:psmathers@wesleyan.edu)

Date de création : 1957  
Publications 2010 : 26  
Titres actuellement disponibles : 468

**University of the West Indies Press**

A Gibraltar Hall Road  
Kingston 7  
Jamaica West Indies  
Tél. : (876) 977-2659  
Fax : (876) 977-2660  
Site : [www.uwipress.com](http://www.uwipress.com)

**Equipe**

Directeur: Linda Speth  
[lspeth@cwjamaica.com](mailto:lspeth@cwjamaica.com)

Date de création : 1992  
Publications 2010 : 25  
Titres actuellement disponibles : 257  
Reuves : 1

**West Virginia University Press**

139 Stansbury Hall  
Morgantown, WV 26506  
Tél. : (304) 293-8400  
Fax : (304) 293-6585  
Site : [www.wvupress.com](http://www.wvupress.com)

**Equipe**

Directeur: Carrie Mullen  
[carrie.mullen@mail.wvu.edu](mailto:carrie.mullen@mail.wvu.edu)

Publications 2010 : 15  
Titres actuellement disponibles : 115  
Revues : 5

**Wilfrid Laurier University Press**

75 University Avenue West  
Waterloo, ON N2L 3C5 Canada  
Tél. : (519) 884-0710 ext. 6124  
Fax : (519) 725-1399  
E-mail: [press@wlu.ca](mailto:press@wlu.ca)  
Site : [www.wlupress.wlu.ca](http://www.wlupress.wlu.ca)  
Blog : [nestor.wlu.ca/blog/](http://nestor.wlu.ca/blog/)

**Equipe**

Directeur : Brian Henderson  
[brian@press.wlu.ca](mailto:brian@press.wlu.ca)  
Responsable acquisitions : Lisa Quinn  
[quinn@press.wlu.ca](mailto:quinn@press.wlu.ca)  
Ryan Chynces  
[rchynces@press.wlu.ca](mailto:rchynces@press.wlu.ca)

Date de création : 1974  
Publications 2010 : 41  
Titres actuellement disponibles : 361  
Revues : 7

**The University of Wisconsin Press**

1930 Monroe Street, 3rd Floor  
Madison, WI 53711-2059  
Tél. : (608) 263-1110  
Fax : (608) 263-1120  
E-mail: [uwiscpress@uwpress.wisc.edu](mailto:uwiscpress@uwpress.wisc.edu)  
Site : [uwpress.wisc.edu](http://uwpress.wisc.edu)

**Equipe**

Directeur: Sheila Leary  
[smleary@wisc.edu](mailto:smleary@wisc.edu)  
Responsable acquisitions : Raphael  
Kadushin, [kadushin@wisc.edu](mailto:kadushin@wisc.edu)  
Gwen Walker  
[gcwalker@wisc.edu](mailto:gcwalker@wisc.edu)

Date de création : 1937  
Publications 2010 : 52  
Titres actuellement disponibles : 1,660  
Revues : 11

**The Woodrow Wilson Center Press**

Woodrow Wilson International Center for  
Scholars  
One Woodrow Wilson Plaza  
1300 Pennsylvania Avenue, N.W.  
Washington, DC 20004-3027  
Tél. : (202) 691-4042  
Fax : (202) 691-4001  
E-mail: [press@wilsoncenter.org](mailto:press@wilsoncenter.org)  
Site : [www.wilsoncenter.org/press](http://www.wilsoncenter.org/press)

**Equipe**

Directeur: Joseph Brinley  
[joe.brinley@wilsoncenter.org](mailto:joe.brinley@wilsoncenter.org)

Date de création : 1987  
Publications 2010 : 17  
Titres actuellement disponibles : 237

**Yale University Press**

302 Temple Street

New Haven, CT 06511

Tél. : (203) 432-0960

E-mail: prénom.nom@yale.edu

Sites : [www.yale.edu/yup/](http://www.yale.edu/yup/)

Blog : [yalepress.typepad.com/yalepresslog/](http://yalepress.typepad.com/yalepresslog/)

**Equipe**

Directeur: John E. Donatich

Date de création : 1908

Publications 2010 : 430

Titres actuellement disponibles : 5 230

**Annexe : grille de repartition des presses universitaires par discipline présente au catalogue**



THE ASSOCIATION OF AMERICAN UNIVERSITY PRESSES

## **Subject Area Grid**

This eight-page grid indicates the subject areas in which each AAUP member press has a strong interest.

For more detailed descriptions of press editorial programs and staff contacts, you should purchase a copy of the 2011 AAUP Membership Directory, and consult the individual press listings. Directories should be purchased through the [University of Chicago Press](#).









	Fordham	Gallaudet	Georgetown	Georgia	Getty	Harvard	Hawaii	Hong Kong	Illinois	Indiana	Iowa	Island	Jewish Pub.	Johns Hopkins	Kansas	Kent State	Kentucky	Leuven	Louisiana	McGill-Queen's	Marquette	Massachusetts	MIT	Mercer	Michigan	Michigan State	Minnesota Hist.	Minnesota	Mississippi	Missouri	MLA	MOMA							
Literature	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•							
Literary Criticism	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•						
Literary History	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•					
African																																							
African American	•		•			•																																	
American	•																																						
Asian	•																																						
British																																							
Canadian																																							
Classical	•																																						
Eastern																																							
European	•																																						
Medieval	•																																						
Renaissance	•																																						
Modern																																							
Contemporary		•																																					
Folklore																																							
Mythology																																							
Translations	•	•																																					
Maritime Studies	•																																						
Mathematics																																							
Medicine																																							
Ethics																																							
History																																							
Medieval Studies	•																																						
Middle East Studies																																							
Military Studies	•																																						
Near Eastern Studies																																							
Performing Arts	•	•																																					
Dance																																							
Music	•																																						
Theatre	•	•																																					
Pacific Studies																																							
Philosophy	•																																						
Ethics	•																																						
History of Philosophy	•																																						
Photography	•	•																																					
Poetry	•	•																																					
Political Science/Public Affairs	•																																						
Popular Culture	•																																						
Psychiatry																																							
Psychology																																							
Public Health																																							
Publishing																																							
Regional Studies	•																																						
Religion	•																																						
<b>Science</b>																																							
Biological Sciences																																							
Botany																																							
Genetics																																							
Earth Sciences																																							
Geology																																							
Physical Science																																							
Astronomy																																							
History of Science																																							
Slavic Studies	•																																						
Social Work																																							
Sociology	•																																						
Sports																																							
Urban Studies	•																																						
Veterinary Sciences																																							
Women's Studies	•																																						

	National Acad.	National Gallery	Naval	Nebraska	Nevada	New England	New Mexico	New York	North Carolina	North Texas	Northern Illinois	Northwestern	Notre Dame	Ohio	Oklahoma	Oregon State	Ottawa	Oxford	Pennsylvania	Penn State	Pittsburgh	PISA	Princeton	Puerto Rico	Purdue	RAND	Resources/REF	RIT	Rochester	Rockefeller	Russell Sage	Rutgers	Soc. Biblical Lit.	South Carolina			
African Studies				•										•								•															
African American Studies	•		•	•		•		•	•	•			•		•				•	•	•	•												•			
Agriculture	•																								•	•											
American Indian Studies				•	•	•	•		•			•			•	•			•	•																	
American Studies				•	•	•	•	•	•	•				•	•	•			•	•															•		
Anthropology																																					
Cultural				•	•	•	•							•	•	•			•	•				•	•												
Physical				•	•	•	•							•	•	•			•	•				•	•												
Archaeology				•	•	•	•								•	•			•	•				•	•												
Architecture					•	•	•		•							•			•	•				•	•				•	•							
Art & Art History		•	•		•	•	•		•			•			•				•	•				•	•				•	•							
Asian Studies				•										•					•	•				•	•												
Asian-American Studies						•			•										•	•				•	•												
Bibliography & Reference				•									•		•	•			•	•				•	•				•	•							
Biography	•		•	•	•	•	•	•	•	•		•	•		•	•			•	•				•	•				•	•						•	
Business	•				•	•			•	•			•						•	•				•	•				•	•						•	
Canadian Studies				•															•	•				•	•												
Caribbean Studies				•				•	•				•						•	•				•	•												
Child Development	•																		•	•				•	•												
Classics									•				•		•				•	•				•	•											•	
Communications / Media						•		•		•		•							•	•				•	•				•	•							
Computer Sciences	•																		•	•				•	•				•	•							
Creative Nonfiction				•	•	•	•		•	•		•	•			•			•	•				•	•											•	
Criminology			•					•					•						•	•				•	•												
Demography	•																		•	•				•	•												
Economics	•																		•	•				•	•												
Education	•					•			•								•		•	•				•	•												
Counseling																																					
History								•	•															•	•												
Learning Disabilities																								•	•					•	•						
Theory & Method																								•	•											•	
Engineering	•		•																•	•				•	•												
Environment / Conservation	•			•	•	•	•		•	•				•	•	•			•	•				•	•				•	•							
ESL																			•	•				•	•												
Ethnic Studies				•	•	•	•	•	•	•		•	•		•	•			•	•				•	•												
European Studies				•	•	•	•		•			•	•		•	•			•	•				•	•												
Fiction			•		•		•			•	•	•	•		•	•			•	•				•	•												
Film Studies				•	•	•	•		•			•	•		•	•			•	•				•	•												
Folklore				•	•	•	•		•										•	•				•	•												
Gay and Lesbian Studies					•	•	•	•	•										•	•				•	•												
Gender Studies	•			•	•	•	•	•	•		•	•							•	•				•	•												
Geography	•			•	•	•	•		•						•	•			•	•				•	•												
Gerontology	•																		•	•				•	•												
History			•	•	•	•	•	•	•	•		•	•		•	•			•	•				•	•												
African																			•	•				•	•												
American			•	•	•	•	•	•	•	•		•	•		•	•			•	•				•	•												
Asian				•	•	•	•	•	•	•		•	•		•	•			•	•				•	•												
British				•	•				•				•	•					•	•				•	•												
Canadian			•	•		•													•	•				•	•												
Environmental				•	•	•	•		•	•				•	•	•			•	•				•	•												
European				•	•	•	•		•				•	•					•	•				•	•												
Latin American			•	•		•							•	•					•	•				•	•												
Middle Eastern			•		•			•	•										•	•				•	•												
Ancient																			•	•				•	•												
Classical																			•	•				•	•												
Modern				•	•			•	•	•		•	•		•	•			•	•				•	•												
Law			•			•		•	•	•		•	•		•	•			•	•				•	•												
Language				•	•		•		•										•	•				•	•												
Linguistics				•	•		•		•										•	•				•	•												
Speech																			•	•				•	•												
Latin American Studies				•			•		•				•	•	•				•	•				•	•												
Library Science																			•	•				•	•												

	National Acad.	National Gallery	Naval	Nebraska	Nevada	New England	New Mexico	New York	North Carolina	North Texas	Northern Illinois	Northwestern	Notre Dame	Ohio	Oklahoma	Oregon State	Ottawa	Oxford	Pennsylvania	Penn State	Pittsburgh	PISA	Princeton	Puerto Rico	Purdue	RAND	Resources/RFF	RIT	Rochester	Rockefeller	Russell Sage	Rutgers	Soc. Biblical Lit.	South Carolina					
Literature			•	•	•	•	•	•	•			•	•	•	•	•		•	•			•	•	•								•	•	•					
Literary Criticism				•	•	•	•					•	•	•	•			•	•				•	•	•								•	•	•				
Literary History				•	•	•			•			•	•	•	•			•	•				•	•	•									•	•	•			
African									•									•	•					•	•										•	•			
African American							•		•				•					•	•					•	•									•	•	•			
American			•	•	•	•	•		•			•	•	•	•			•	•					•	•									•	•	•			
Asian									•									•	•					•	•											•	•		
British			•										•	•				•	•					•	•											•	•		
Canadian																•			•	•				•	•											•	•		
Classical									•			•	•		•			•	•					•	•										•	•	•		
Eastern																		•	•					•	•												•	•	
European			•									•	•					•	•					•	•												•	•	
Medieval													•	•				•	•					•	•												•	•	
Renaissance													•	•				•	•					•	•												•	•	
Modern							•		•			•	•					•	•					•	•												•	•	
Contemporary				•	•	•	•		•	•		•	•					•	•					•	•												•	•	
Mythology																		•	•					•	•												•	•	
Translations			•	•		•	•				•	•					•		•	•				•	•											•	•	•	
Maritime Studies	•		•			•		•								•			•	•				•	•		•										•	•	
Mathematics	•					•													•	•				•	•													•	•
Medicine	•					•	•	•	•										•	•				•	•		•										•	•	
Ethics	•					•	•	•	•				•						•	•				•	•												•	•	
History						•	•	•	•										•	•				•	•													•	•
Medieval Studies													•	•				•	•					•	•												•	•	
Middle East Studies						•		•	•				•					•	•					•	•												•	•	
Military Studies	•		•	•			•	•	•	•				•	•				•	•				•	•			•										•	•
Near Eastern Studies									•										•	•				•	•													•	•
Performing Arts						•		•	•			•	•					•	•					•	•			•										•	•
Dance												•	•					•	•					•	•													•	•
Music						•			•			•	•					•	•					•	•													•	•
Theatre						•			•			•	•					•	•					•	•													•	•
Pacific Studies														•				•	•					•	•													•	•
Philosophy						•	•		•	•		•	•					•	•					•	•		•											•	•
Ethics						•			•	•		•	•					•	•					•	•													•	•
History of Philosophy												•	•					•	•					•	•													•	•
Photography				•		•	•		•									•	•					•	•													•	•
Poetry													•	•					•	•				•	•													•	•
Political Science / Public Affairs	•		•		•	•	•	•	•	•			•					•	•					•	•		•											•	•
Popular Culture				•	•	•	•	•	•										•	•				•	•													•	•
Psychiatry	•																		•	•				•	•													•	•
Psychology	•																		•	•				•	•													•	•
Public Health	•			•	•	•	•	•	•										•	•				•	•													•	•
Publishing						•							•						•	•				•	•													•	•
Regional Studies				•	•	•	•	•	•	•	•	•		•	•			•	•					•	•													•	•
Religion						•	•	•	•	•	•	•		•	•			•	•					•	•													•	•
Science	•		•	•	•	•	•	•	•	•		•	•					•	•					•	•		•											•	•
Biological Sciences	•																	•	•					•	•													•	•
Botany	•																	•	•					•	•													•	•
Genetics	•																	•	•					•	•													•	•
Earth Sciences	•					•	•											•	•					•	•													•	•
Geology	•					•												•	•					•	•													•	•
Physical Science	•					•	•											•	•					•	•													•	•
Astronomy	•						•											•	•					•	•													•	•
History of Science	•		•				•		•			•						•	•					•	•													•	•
Slavic Studies												•	•					•	•					•	•													•	•
Social Work	•					•												•	•					•	•													•	•
Sociology	•					•	•		•									•	•					•	•													•	•
Sports						•			•										•	•				•	•													•	•
Urban Studies	•					•	•		•									•	•					•	•													•	•
Veterinary Sciences	•																		•	•				•	•													•	•
Women's Studies	•		•	•	•	•	•	•	•	•	•			•	•			•	•				•	•		•												•	•



