

MISSION EXPLORATOIRE DE L'AELC À NEW DELHI, INDE
et la FOIRE INTERNATIONALE DU LIVRE DE NEW DELHI

Association pour l'exportation du livre canadien

29 janvier – 6 février 2008

MEMBRES DE LA DÉLÉGATION DE L'AELC

Philip Cercone
Directeur général et Éditeur principal, McGill-Queen's University Press

Marie-Claire Borgo
Droits internationaux et projets spéciaux, Éditions de Mortagne

Bob Tyrrell
Éditeur, Orca Book Publishers

Gaye Facer
Consultante

Suzanne Bossé
Directrice générale, AELC

© Association pour l'exportation du livre canadien 2008

Association pour l'exportation
du livre canadien
Bureau 504
1, rue Nicholas
Ottawa (Ontario)
K1N 7B7

Tél. (613) 562-2324
Télec. (613) 562-2329
Courriel aecb@aecb.org
Web www.aecb.org

Canada

CONTENU

Introduction et contexte.....	4
Point de vue sur la littérature générale et l'édition savante, Philip Cercone	6
Point de vue sur l'édition de langue française, Marie-Claire Bourgo	12
Point de vue sur l'édition jeunesse, Bob Tyrrell	19
Annexe – Contacts	24

Introduction et contexte

L'Inde, un pays qui compte 18 langues officielles et où l'on trouve facilement douze alphabets différents, l'un des deux marchés qui connaissent actuellement la plus forte croissance

L'Inde, une industrie du livre diversifiée et complexe qui fait face à des défis majeurs : problèmes relatifs à la distribution et à la chaîne d'approvisionnement, manque de renseignements centralisés sur le livre (p. ex. BookNet, Nielsen), prix des livres (le prix des livres n'a pas suivi le taux d'inflation comme c'est le cas pour d'autres produits), petits tirages, importation parallèle, pour ne nommer que ceux-là. Le problème majeur demeure le piratage (l'International Intellectual Property Alliance estime qu'en 2003, le piratage a coûté plus de 45 millions de dollars à l'Inde; l'industrie estime que le coût est en fait dix fois plus élevé). Malgré cela, les éditeurs craignent que l'augmentation des prix ne favorise la photocopie, particulièrement la photocopie non autorisée des documents de cours. De plus, en 2004, 40 % des livres publiés en Inde n'avaient pas de numéro international normalisé du livre (ISBN) et 60 % étaient sans code à barres, ce qui crée plus de difficultés aux points de vente.

Malgré ces problèmes, 75 % du marché du détail en Inde est toujours indépendant. On estime que 20 millions de personnes achètent des livres et que 5 millions d'entre elles lisent des livres en anglais. Le taux de pauvreté qui était de 44 % en 1980 touche aujourd'hui 26 % de la population. Il existe quelque 16 000 éditeurs dont la plupart sont membres de l'une des deux principales associations d'éditeurs : la Federation of Publishers and Booksellers Association in India (FPBAI) et la Federation of Indian Publishers (FIP). La valeur des livres importés atteint près de 400 millions de dollars; ces importations proviennent essentiellement du Royaume-Uni et des États-Unis, et dans une moindre mesure de l'Australie, de l'Allemagne et des Pays-Bas. Quarante-cinq (45) pour cent de tous les livres publiés le sont en anglais et l'industrie se développe à un rythme effréné, devenant chaque jour plus professionnelle et plus rationalisée.

En organisant la mission exploration à New Delhi, l'objectif de l'AELC était d'évaluer le potentiel du marché indien pour les éditeurs canadiens, surtout du point de vue de la vente de droits internationaux et de la distribution. Étant donné l'intérêt croissant que suscite ce pays et compte tenu du fait que la Foire internationale du livre de New Delhi se tient tous les deux ans, 2008 constituait une excellente occasion pour l'AELC et l'industrie canadienne du livre de recueillir des renseignements fiables sur le marché indien.

La délégation de l'AELC était composée de trois éditeurs canadiens qui ont déjà montré un intérêt actif pour le marché indien ou qui ont traité sur ce marché, la directrice générale de l'AELC, Suzanne Bossé et la consultante Gaye Facer. Les délégués ont rencontré des éditeurs, agents, associations et distributeurs indiens ainsi que des représentants du gouvernement indien avant la Foire internationale du livre de New Delhi et ont participé aux premières journées de la foire afin de mieux comprendre le marché indien du livre. De plus, l'AELC a collaboré avec le Haut-commissariat du Canada à Delhi qui a présenté un stand à la Foire du livre où la collection itinérante de livres jeunesse et le matériel de promotion de l'AELC étaient bien en vus. Les délégués de l'AELC ont également rencontré des représentants du Haut-commissariat du Canada pour discuter d'un soutien possible dans l'avenir, et pour tirer parti du travail et des constatations de la mission d'exploration.

Des discussions auront lieu au cours des prochains mois sur la participation de l'AELC à la prochaine Foire internationale du livre de New Delhi et sur la meilleure façon pour les éditeurs canadiens de travailler en partenariat avec les éditeurs, agents et distributeurs indiens. De nombreux éditeurs et agents indiens ont confirmé à la délégation qu'ils participent aux principales foires internationales telles que Francfort, Londres et Bologne. En effet, nous avons revu certaines personnes rencontrées en Inde à la Foire du livre de Londres et plusieurs d'entre elles se sont informées des droits internationaux à acheter auprès des éditeurs exposant au stand du Canada. En outre, un des éditeurs membre de la mission, McGill-Queen's University Press, a signé une entente avec un éditeur indien relativement à la distribution de son catalogue et la coédition de certains titres.

Point de vue sur la littérature générale et l'édition savante

Philip Cercone, McGill-Queen's University Press

À titre de membre de la délégation d'éditeurs canadiens qui ont visité l'Inde en mission exploratoire en février 2008, mon rôle était d'explorer les occasions d'affaires pour les éditeurs canadiens dans le marché indien du livre, tant pour le secteur de la littérature générale que celui de l'édition savante. L'Inde totalise 18 langues officielles (24 sont parlées par plus d'un million de personnes) et 844 dialectes pour une population d'un milliard cent quarante-sept millions (1 147 000 000) d'habitants, qui augmente au rythme d'environ vingt millions (20 000 000) par année. Le pays compte 28 états et 7 territoires administrés par le pouvoir central; 29 % de sa population vit en zone urbaine et 71 %, en zone rurale. La langue officielle de l'administration centrale est l'hindi, la langue maternelle d'environ 40 % de la population du pays. Moins de 10 % de la population parle la seconde langue en importance. Le taux d'alphabétisation est de 57 % et le pays possède 250 universités de recherche réputées.

L'Inde connaît une période de prospérité économique sans précédent et nombre de gens instruits aspirent à accéder aux rangs de la classe moyenne. Pour faire partie de cette classe, il faut gagner 5 000 \$ US par année. Dans une ville comme Delhi (la seconde ville la plus peuplée du pays avec plus de 12 millions d'habitants) et sa périphérie, le coût de la vie en banlieue pour la classe moyenne est très élevé : la moitié du salaire est consacrée à l'achat ou à la location du logement. On nous a dit que plus de 20 millions de personnes grossissent chaque année les rangs de la classe moyenne, soit un nombre approximativement égal à celui du taux de croissance annuelle de la population. C'est toutefois un pays où l'écart entre les riches et les pauvres est sans égal dans le monde, où les très riches constituent la minorité et les très pauvres, la majorité (à 3 \$ par jour pour 10 heures de travail, notre chauffeur privé se considérait chanceux). Lors de notre séjour, dans certaines régions, nous avons entendu des gens se plaindre de la hausse du prix des denrées de base, en particulier celui du riz et des céréales. Un correspondant international était d'avis que l'Inde continuera d'aller bien tant et aussi longtemps que les gens auront les moyens de se procurer les aliments de base.

Nous sommes arrivés dans un pays dont la classe moyenne déborde d'espoir et de confiance en un avenir économique meilleur et où les individus moins nantis espèrent accéder le plus tôt possible aux rangs de la classe moyenne. Notre délégation, formée de trois éditeurs, de la directrice générale de l'AELC et l'experte, Gaye Facer, a assisté à une séance d'information d'une journée sur la Foire du livre et sur la situation de l'industrie du livre en Inde donnée par

des Indiens de métier, dont le personnel du Haut-commissariat du Canada, qui avait organisé et assuré une permanence au stand canadien de la Foire du livre de Delhi qui a eu lieu du 2 au 10 février. Nous avons passé 4 jours à visiter des éditeurs et des librairies et 3 jours à la Foire. Toutes les salles d'exposition avaient des étagères de livres en anglais; les publications dans les autres langues indiennes, surtout en hindi, étaient regroupées ailleurs, dans une immense salle. Penguin, par exemple, avait un second stand dans cette salle dans lequel il présentait tous ses titres publiés dans des langues autres que l'anglais. J'ai prolongé mon séjour et passé une journée à caractère tout à fait non officiel avec l'éditeur de Research Press et le vice-président de l'Association des éditeurs indiens, Ajay Pamar, un vieil ami de 20 ans, qui m'a entretenu ouvertement et passionnément des réalités de l'industrie du livre dans son pays.

Au début de notre mission, nous avons aussi assisté à un séminaire de formation professionnelle offert par l'Association des éditeurs indiens en partenariat avec la Publishers Association de Grande-Bretagne et la Foire du livres de Londres, auquel participaient plusieurs des plus importants acteurs de l'édition indienne. Nous avons été informés du potentiel du marché indien du livre, de même que des nombreux défis qu'il pose : il se compose en fait de 5 à 7 marchés différents et, pour couvrir le pays au complet, les éditeurs doivent avoir des bureaux dans toutes les régions.

Un nombre imposant de multinationales de l'édition ont ouvert un bureau commercial dans le marché indien du livre au cours des trois dernières années, tels Routledge du groupe Taylor & Francis, Harper Collins, une entreprise en participation avec India Today, Springer, Cambridge. Oxford University Press qui a ouvert un bureau à Mumbai en 1912 et, par la suite, d'autres bureaux ont été établis à Chennai et Kolkata et notre célèbre Harlequin qui, en Inde, porte le nom de Mills and Boon. En 1972, cet éditeur a transféré son siège de Mumbai à Delhi. Harlequin a fait son entrée sur le marché indien à la Foire et son plan d'affaires prévoit que, dans moins de 5 ans, l'Inde sera sa plus importante source de revenus. Auparavant, les multinationales de l'édition négociaient les accords avec des agents indiens dont plusieurs étaient soit des imprimeurs et/ou des distributeurs. Autre phénomène : des compagnies comme Penguin, qui a depuis un certain temps un siège social en Inde, vient de nommer l'un de ses employés britanniques, à son service depuis 30 ans, chef de direction et d'intégration des activités et des catalogues indiens avec la société mère, à Londres. Ce qui signifie que les éditeurs indiens locaux seront de toute évidence perdants dans la distribution et la promotion des éditeurs internationaux et qu'ils devront se consacrer davantage à la création de leur propre

catalogue et courtiser le second niveau d'éditeurs internationaux qui, à ce jour, sont peu présents en Inde. De façon générale, les éditeurs et les imprimeurs voient la situation d'un œil favorable; selon eux, la présence des éditeurs internationaux sera bénéfique pour l'industrie du livre car avec un peu de chance, ils « professionnaliseront, normaliseront et rationaliseront » l'industrie, favorisant ainsi une augmentation du prix du livre.

Le séminaire de formation professionnelle a été révélateur pour la délégation canadienne. Les statistiques contenues dans le rapport du représentant des éditeurs jeunesse nous indiquent que le prix moyen d'un livre jeunesse publié et vendu en Inde est d'environ 3 \$. Compte tenu du prix dérisoire de la photocopie, l'une des plus grandes difficultés des éditeurs indiens est la photocopie illégale des livres et la vente non autorisée, piratée, d'exemplaires de seconde, tierce ou quatrième main. Après la Foire, j'ai visité une université et constaté de visu les longues files devant les photocopieuses où s'affairait une clientèle à la fois constante et rapide. Un contraste frappant avec les allées désertes d'une librairie scolaire comme Jain, visitée par la délégation qui apprenait que « seuls les gens riches et ceux de la classe moyenne supérieure avaient les moyens d'acheter des manuels scolaires, publiés pour la plupart dans des disciplines comme les affaires et la médecine ». Rien d'étonnant alors que l'éditeur Pearson estime avoir perdu environ 2 millions de dollars au profit de la photocopie illégale l'an dernier. En ce qui a trait à l'édition pirate, le problème est aussi grave : à certains moments de la journée, des étals de fortune sont dressés un peu partout au coin des rues, sur les trottoirs et aux feux de circulation pour vendre des exemplaires de contrefaçon, imprimés dans des ateliers illégaux. Alors que l'Association des éditeurs indiens claironne ses succès dans la répression du piratage au moyen de rafles et de poursuites, d'autres éditeurs, parmi les premiers à s'attaquer à ce marché illégal, sont d'avis que cette action coercitive a été un échec total. Selon eux, lorsqu'un étal disparaît, un ou deux autres surgissent aussitôt; c'est la raison pour laquelle ils ont cessé les poursuites. Ces contraintes ont plus ou moins forcé le gel des prix, de peur qu'une augmentation rapide n'aggrave la situation et amène les lecteurs à photocopier davantage ou à acheter des éditions piratées. Alors que les prix du livre sont demeurés stables au pays, l'industrie a dû faire face à une augmentation d'environ 20 % des salaires au cours des dernières années, dans le but de retenir ses professionnels. De ce fait, les marges de profit déjà minces se trouvent davantage réduites. Le séminaire a souligné d'autres difficultés : le plagiat, le « outsourcing » et les fuites. Les fuites sont en réalité la contrebande de livres à rabais exportés illégalement, principalement vers l'Afrique. Les autorités douanières indiennes ont entrepris la saisie de ces cargaisons illégales et font un grand battage médiatique lorsqu'ils

attrapent, à l'occasion, un individu expédiant jusqu'à 9 000 livres à la fois; certains prétendent toutefois qu'il ne s'agit que d'une éraflure sur la pointe de l'iceberg. Sans compter que les gens qui pratiquent ce commerce illégal opèrent ouvertement à la Foire. Ainsi, lors de ma visite au stand de Simon & Schuster, un homme à l'accent du Yorkshire accompagné de son équipe de trois Indiens a demandé à un employé s'ils expédiaient des commandes d'exemplaires multiples vers l'Angleterre et l'Afrique. Le représentant lui ayant répondu négativement, il est parti. J'ai cependant continué de l'observer dans les autres salles de Pragati Maidan et l'ai vu négocier rapidement avec des éditeurs et leurs représentants.

Le marché du livre au détail est très restreint alors qu'entre 5 et 20 millions de personnes achètent des ouvrages d'intérêt général et que le marché génère 250 millions de dollars canadiens en ventes annuelles. Au cours d'une visite de 4 jours dans les librairies – qui sont de petite taille et semblent refléter les goûts de leurs clients habituels – un propriétaire m'a dit vendre beaucoup de livres à des Occidentaux en poste dans des ambassades et dans des multinationales en Inde. Bien que plus vaste, située au centre de la ville et sous haute protection, la librairie de prestige Oxford – que nous avons d'abord cru appartenir à Oxford University Press à cause de ses nombreux titres publiés chez OUP – est peu fréquentée et n'a rien de commun avec l'université ou la ville dont elle porte le nom. Compte tenu du prix élevé des loyers dont se plaignaient les propriétaires, il est difficile d'imaginer comment ils arrivent à joindre les deux bouts. Les succès de librairie atteignent le même nombre de ventes qu'au Canada dont la population représente moins de 10 % de celle de l'Inde.

Il est impensable d'expédier des livres du Canada à une librairie, un distributeur ou un agent en Inde, car les coûts d'expédition et de la douane en Amérique du Nord sont prohibitifs. Un distributeur nous disait qu'une commande spéciale pour un seul exemplaire en provenance du Canada pouvait coûter, sans égard au prix du catalogue, jusqu'à 200 \$. Si un éditeur canadien possède un fonds de librairie chez un gros distributeur britannique basé à Londres, l'opération est plus facile et moins coûteuse car il y a toujours la possibilité d'utiliser le réseau du distributeur pour acheminer l'exemplaire avec sa cargaison. Il est donc peu habituel d'expédier des livres en provenance de l'Amérique du Nord vers l'Inde, la tradition commerciale étant établie entre l'Angleterre et l'Inde. Si, par ailleurs, un livre traite de l'Inde ou d'une région avoisinante, il peut valoir la peine d'en vendre les droits, mais il faut s'attendre à de très faibles avances (entre 400 et 600 \$), car le coéditeur voudra le faire imprimer en Inde.

En Inde, il existe un certain marché pour les manuels scolaires et les publications savantes, mais les ouvrages d'érudition coûtent environ 85 \$ ou 50 £, ce qui explique la rareté des ventes. Il est néanmoins possible de vendre quelques exemplaires par titre moyennant les services d'un imprimeur/distributeur qui s'occupe des ventes et de la distribution. Même à 19,95 \$, les manuels scolaires sont encore trop chers en Inde et seront probablement photocopiés dès qu'un exemplaire sera offert à la librairie ou à la bibliothèque. Toutefois, dans certaines disciplines scolaires et universitaires et dans quelques domaines d'intérêt général, il vaut la peine pour un éditeur canadien d'avoir comme partenaire un imprimeur/distributeur indien. Un éditeur canadien pourrait s'associer à un éditeur indien digne de confiance pour distribuer et représenter tout le contenu de son catalogue en Inde et dans le sous-continent. Il pourrait, par exemple, signer un premier mandat de trois ans et les deux éditeurs, canadien et indien, s'entendraient sur une liste de remise globale, avec des remises plus substantiels sur certains titres sélectionnés. Chaque fois qu'un titre serait imprimé en Inde dans la zone d'exportation, l'éditeur/distributeur indien paierait à l'éditeur canadien l'équivalent ou le double des coûts de la réimpression (papier, impression et reliure) ce qui représente environ 1 \$ l'exemplaire et garderait par la suite tout le profit des ventes du titre. Dans certains cas, l'éditeur indien voudra acheter les droits pour sa marque d'édition et l'éditeur canadien recevra alors un avaloir pour au moins 1 000 exemplaires, basée sur un pourcentage prélevé sur le prix de détail en Inde. Il est alors préférable que l'éditeur canadien maintienne des stocks de sa liste en Angleterre, ce qui facilitera l'acquisition pour l'éditeur indien. Dans ce cas, l'éditeur canadien livrera F.A.B. tous ses livres au transitaire attribué du distributeur. L'éditeur indien sera alors responsable de tous les frais ultérieurs d'expédition, d'assurance et de dédouanement.

À l'heure actuelle, ce sont peut-être les éditeurs indiens d'ouvrages savants qui bénéficient des meilleures chances de succès, compte tenu que le nombre d'universités augmente et que les bibliothèques voient le jour à un rythme effréné en Inde. Les rayons vides des nouvelles bibliothèques auront besoin de livres, comme ce fut le cas pour les bibliothèques occidentales au moment de la rapide expansion des universités au cours des décennies 1960 et 1970 et de l'augmentation du nombre d'étudiants universitaires. En ce moment, la diffusion électronique des livres ne pose pas problème aux éditeurs indiens puisque la plupart des étudiants et professeurs n'ont pas d'ordinateur, sauf que là aussi la photocopie inquiète sérieusement les éditeurs. D'ici quelques années, on prévoit une hausse du prix du livre en Inde et un éditeur canadien d'importance qui publie pour une clientèle internationale dans le domaine des sciences sociales, du commerce et des sciences humaines aurait alors intérêt à entrer sur le

marché dès maintenant. Pour les maisons d'édition d'ouvrages savants ou de littérature générale qui publient moins de 50 livres par année, un partenariat avec un imprimeur/distributeur indien ne représente pas encore une solution.

Point de vue sur l'édition de langue française
Marie-Claire Bourgo, Éditions de Mortagne

Nous avons rencontré lors de cette mission exploratoire, de façon personnalisée, plus d'une trentaine de maisons d'édition directement à leur siège social ou encore à la Foire internationale du livre de New-Delhi, une dizaine de librairies, 2 agents littéraires, quelques distributeurs et quelques auteurs. Nous avons également assisté à un colloque international traitant de l'édition en Inde et à plusieurs lancements.

Ma présence à cette mission, en tant que représentante de la littérature générale de langue française au Canada, visait principalement à explorer l'accueil de cette littérature en Inde et d'élargir la vision aux ententes possibles entre nos deux pays. Pour ce faire, outre les questions habituelles lors des rencontres, j'ai proposé pour vente de droits et quand pertinent, une série de langue française considérée comme bestseller au Québec et en Europe ainsi qu'un livre dans le domaine de la « psycho-pop » : « *Les Chevaliers d'Émeraude* » vendue à 1 200 000 exemplaires au Canada et dont les acquéreurs de droits de langue française pour l'Europe, ont aussi propulsé la série aux premiers rangs des bestsellers Livres-Hebdo ainsi qu'un livre à succès dans le domaine de la spiritualité « *Les clés du secret* » 24,000 exemplaires vendus en 2 mois.

Toujours en vue de mieux percevoir les intérêts éditoriaux communs de nos deux pays, j'étais à la recherche d'un best-seller de langue anglaise mais publié initialement en Inde traitant de croissance personnelle, d'ésotérisme ou de spiritualité afin d'en acheter les droits mondiaux de langue française. Le rapport qui suit se veut donc un résumé des principales constatations suite aux diverses rencontres ainsi qu'une énumération des principales conclusions qui en découlent.

D'entrée de jeu, il est important de mentionner que le BIEF (Bureau international de l'édition française) a publié une étude « *L'édition en Inde : une unité dans la diversité* » en février 2005 . Une synthèse de cette étude, réalisée par Karen Politis, est disponible au BIEF (www.bief.org). Les conclusions de cette étude sont très pertinentes encore aujourd'hui et elles devraient être consultées par tous les éditeurs canadiens francophones intéressés.

De toute évidence, il y a , en ce moment, un fort dynamisme éditorial en Inde, les éditeurs

locaux et les multinationales se livrant une chaude lutte. En effet, la dévaluation de la roupie et les prix démesurés des livres importés, ont incité les éditeurs locaux à augmenter le nombre de leurs publications scolaires et à élargir leur politique éditoriale aux autres secteurs : littérature générale, littérature jeunesse, livres jeunesse, guides pratiques. Il existe également une lutte féroce et bien organisée contre le trafic de livres achetés à bas prix en Inde et vendus au prix fort en Occident.

Le dynamisme éditorial suit le dynamisme général de l'Inde qui, par exemple, constitue le deuxième plus important marché international du... téléphone mobile!

Lors du colloque auquel nous avons assisté, nous avons retenu les généralités suivantes :

- 45% des titres publiés en Inde (soit 31,000 annuellement) le sont en anglais. Les autres le sont dans une des autres langues nationales de l'Inde.
- L'Inde, avec ses 16,000 maisons d'édition, est au 3^{ième} rang mondial des producteurs de livres. 75% des plus grands éditeurs indiens se trouvent à New-Delhi.
- Les prix publics moyens sont de l'ordre de : 350 roupies pour un livre cartonné, 150 roupies pour un livre de poche et 40 roupies pour un livre d'enfant.
- Dans le cadre de la fiction, un très bon vendeur se vend à 3 000 exemplaires et un best-seller à 10 000 exemplaires.

Les conclusions générales de cette mission exploratoire pour les éditeurs de langue française tournent autour des principaux points suivants :

- Quelques maisons d'édition se sont montrées intéressées à analyser les ouvrages proposés, principalement à cause des chiffres de ventes hors du commun. Par contre, on peut conclure qu'il y a très peu d'ouverture, de la part des éditeurs de l'Inde, à analyser un manuscrit ou un livre de langue française. Il faut, dès le départ, fournir une traduction de langue anglaise.
- Il y a de belles opportunités d'achats de titres en croissance personnelle, spiritualité et livre jeunesse. Par contre, il est important de développer des liens avec quelques éditeurs, car peu d'entre eux ont des agents de vente de droits sauf, bien entendu, les multinationales.
- Il y a également beaucoup d'auteur(e)s de roman très talentueux ainsi que beaucoup de romans qui traverseraient aisément les frontières et pourraient intéresser le public francophone

du Canada et de l'Europe.

D'ailleurs plusieurs romans font l'objet de traduction en langue étrangère et obtiennent succès. Des pans de l'histoire de l'Inde, sa réalité actuelle, les retombées de la colonisation, les efforts de chacun pour se sortir de la misère, intéressent le monde occidental et les romans qui en parlent ont vu leurs droits de langues étrangères se vendre.

Prenons l'exemple de l'auteur et journaliste Tarun Tejpal, vivant à New-Delhi, qui a été distingué par le Business Week comme l'un des 50 leaders du changement en Asie. Il semble aussi que les auteur(e)s se déplacent facilement au Canada, États-Unis et Europe en vue de la promotion de leurs ouvrages, ce qui est intéressant dans le cas d'achat de droits. De plus, il semble que la poésie soit plutôt forte en Inde et bien promue.

- Une autre réalité littéraire est que plusieurs auteurs d'origine ou de descendance indienne vivent au Canada ou ailleurs dans le monde. Les éditeurs indiens, qu'ils soient des indépendants ou qu'ils représentent des multinationales, ont montré un fort intérêt à acheter les droits de traduction en langue anglaise et autres langues locales de ces auteurs pour le marché de l'Inde. Ils sont aussi intéressés à les publier directement comme cela a été le cas avec le premier tome d'une trilogie écrite par des jumeaux de 17 ans vivant en Suisse, de père indien, de mère anglaise, qui a été publiée par un éditeur de New-Delhi, en anglais pour le marché indien, éditeur qui a vendu les droits italiens et allemands trois (3) mois après la parution de la version anglaise.

- Dans le cas de ventes de droits d'un éditeur canadien à un éditeur indien, on peut généralement s'attendre à des redevances de l'ordre de 7 à 10% avec des avances variant entre 400 \$ et 800 \$.

Compte tenu de la faiblesse de la roupie , nous avons reçu quelques offres d'impression à New-Delhi à des prix inférieurs, semble-t-il à ceux proposés par la Chine. Nous avons également reçu des offres de traduction de nos ouvrages directement par des spécialistes en Inde à des prix « plus que compétitifs ».

Ci-dessous se trouve le compte rendu de quelques rencontres qui nous ont certes permis d'arriver à ces conclusions, mais aussi qui nous semblent faciliter l'amorce d'éventuels contacts par des maisons d'édition du Canada.

Agences littéraires

Redink

Représenté par Anuj Bahri Malhotra et rencontré à plusieurs reprises outre cette agence littéraire, Anuj Bahri possède une librairie bien cotée ainsi que 2 maisons d'éditions soit Tara Press ainsi que India Research Press. Nous l'avons plutôt rencontré dans le cas de l'agence littéraire. Marié avec une Canadienne d'origine indienne (également impliquée professionnellement dans les maisons d'édition et la librairie), A. Bahri vient 2 fois par année au Canada et travaille de pair avec plusieurs agents internationaux, bien cotés.

Il a entre autres, publié le premier tome d'une trilogie et, par le biais de ses agents, réussi à vendre les droits en Allemagne à Rowohl Publishers.

Ses honoraires d'agent sont les suivants, (sauf s'il publie dans une de ses 2 maisons d'édition, auquel cas, aucune commission n'est exigée) :

- pour une vente nationale en Inde : 20%
- pour une vente à l'international avec 2 agents : 25%
- pour une vente internationale avec 2 agents mais dont les redevances initiales sont de 30,000 euros ou plus : 22.5 %

Il a acheté les droits, pour ses maisons d'édition, de quelques livres du Canada et même du Québec en français, et après vérification auprès de ces éditeurs, il s'avère que l'achat de droits s'est fait dans les normes avec avance de redevances et rapports annuels.

Conclusion : Personne-ressource intéressante pour renseignements de toutes sortes.

Personne ouverte à toutes sortes de projets et intéressée à aider.

OSIAN: l'agence littéraire « The Publishing and Design House »

Représentée par Renuka Chatterjee, Vice-Président principal et rencontrée à leurs bureaux.

Cette agence est née de la proposition de Madame Chatterjee, auparavant chez Harper Collins et chez Roli, et qui tentait de démarrer à son compte mais qui s'est finalement associée à une agence spécialisée en art, cinéma, agence qui trouvait intéressant de s'adjoindre une section de vente de droits littéraires. Elle se décrit comme une agence « littéraire » qui se spécialise

dans la vente de droits de manuscrits d'auteurs indiens en Inde et à l'étranger.

Cette partie de l'agence existe depuis à peine 2 ans et elle en est venue à la conclusion qu'il est préférable de vendre les manuscrits à l'étranger, avant même de tenter de les vendre en Inde, afin de faire monter l'intérêt .

Conclusion : Contact intéressant pour l'achat de droits de « bestseller en devenir » dans le domaine de la fiction.

Maisons d'édition

Paljor Publications

Représentée par son propriétaire et une de ses bénévoles, rencontrés à leur siège social.

Monsieur Dorjee Dewatshang fondateur de la maison d'édition alors nommée « Library of Tibetan Works and Archives » (fondée en 1971 pour les besoins de publication de sa Sainteté le XIVième Dalai Lama et appartenant alors au gouvernement Tibétain) est architecte de métier et disciple du Dalai Lama. Il rachète en l'an 2000 cette maison d'édition alors en vente et change son nom. Depuis, il élargit la politique éditoriale alors réservée à « Tibetological studies, culture, history, politics, Dalaï Lama » pour s'intéresser à la littérature jeunesse.

Il publie alors des livres dont le contenu est basé sur les fables et légendes tibétaines conservées dans les archives. Cette littérature a toujours les buts tibétains de compassion et de sagesse. La maison d'édition entend faire connaître ces légendes à de jeunes artistes visuels pour les illustrations, et ainsi proposer des livres d'art. Nous avons également rencontré l'éditrice bénévole, (un docteur en éducation et adepte des préceptes du Dalaï Lama) de cette collection en devenir. Cette personne est l'auteur d'essais chez d'autres éditeurs.

Les livres sont publiés principalement en anglais mais certains sont bilingues (hindi). La maison d'édition n'a jamais vendu de droits à l'étranger, cette politique ne faisant pas véritablement partie de leur mission de base. Ils parlent par contre de mettre l'accent sur cette possibilité dans les années à venir.

Même si le Dalaï Lama publie ses bestsellers avec des maisons d'édition internationales, il conserve une relation privilégiée avec Paljor, en préfaçant plusieurs de leurs titres.

Les prix de vente varient entre 50 et 750 roupies et pour eux, le facteur prix ne semble pas être vraiment une préoccupation. Le prix de vente de 750 roupies est de loin supérieur à ceux pratiqués par les éditeurs « internationaux » qui visent des prix ne dépassant pas 295-300 roupies.

Conclusion : Contact intéressant pour l'achat de droits.

Full Circle (The HPB Group : en édition depuis 1958)

Personnes rencontrées : Shekhar, Poonam et Priyanka Malhotra, les 3 propriétaires soit père , mère et fille (qui arrive de sa formation en édition en Angleterre et qui constitue la relève à moyen terme).

Ce groupe, qui célèbre ses cinquante ans d'existence en 2008, a véritablement acquis ses lettres de noblesse et se trouve parmi les plus grands groupes indépendants de l'Inde. Ce groupe publie en anglais et en hindi sous six marques en fonction des sujets : HIND POCKET BOOK, FULL CIRCLE, MAIN STREET, GLOBAL BUSINESS PRESS, SARASVATI VIHAR, CLARION BOOKS. Ce groupe possède aussi une structure de distribution (Book Supply Co.) ainsi qu'une grande librairie avec un petit café, preuve d'ajustement aux goûts du jour! The HPB Group a également été le premier en Inde à développer le principe du « Bookclub » style Québec-Loisirs. Ses publications sont reconnues pour leur qualité!

Ce groupe est à consulter et est très ouvert à des collaborations pour toute action posée vers l'Inde.

Manjul Publishing House Pvt.

L'Éditeur de Harry Potter en Hindi. Harry Potter en anglais se vend directement par Bloomsbury, à prix compétitif . Il s'est montré à intéressé à la collection « bestseller » présentée pour l'achat de droits en Hindi et a demandé un ou deux tomes en langue anglaise. Les exemplaires de langue française sur place ne l'intéressaient pas.

Harpers Collins Publishers India

Nous avons rencontré Karthika V.K., éditeur. Elle avait reçu et lu les documents parlant des collections best-seller au Québec et d'emblée, s'est montrée intéressée à recevoir des « reading copy » ... en anglais aussi.

Cette maison d'édition vise à offrir à sa clientèle, des livres à des prix variant entre 195 et 295 roupies.

B.Jain Group of Companies

Créé en 1968, ce groupe publie 300 titres annuellement et est reconnu internationalement pour ses ouvrages en homéopathie. Il semble que chaque bureau de médecin à l'international, ait à sa disposition au moins 2 livres de BJain.

L'entreprise a lancé le 2 février 2008, une nouvelle marque éditoriale intitulée « *Pegasus* » en mettant sur le marché 100 titres pour enfant. Ce groupe publie sous 4 autres marques soit Health Harmony, Impact (design et mode) et Leads Press (business et learning). Il est intéressé à vendre des droits.

Le propriétaire, Sarwan Jain, nous a par la suite, invités à visiter son imprimerie et nous a remis un dossier complet démontrant la qualité de ses impressions couleur. Le groupe s'est d'ailleurs mérité par deux fois, des prix d'excellence pour la qualité d'impression ainsi que pour la qualité intellectuelle de ses publications.

Point de vue sur l'édition jeunesse
Bob Tyrrell, Orca Book Publishers

Une première visite à New Delhi combinée à la Foire internationale du livre de New Delhi est une expérience révélatrice. De la majesté des monuments comme la Porte de l'Inde et le palais Red Fort au chahut de la circulation diurne et nocturne, en passant par les foules innombrables et les marchés sordides de l'ancienne Delhi, il s'agit certes d'une expérience exceptionnelle. Et le site de la Foire internationale du livre de New Delhi offre une étude de contrastes similaire. De grande envergure et élégamment configuré, Pragati Maidan a été tristement négligé ces derniers temps; les installations, ou leur absence, sont absolument stupéfiantes pour un Occidental. Néanmoins, durant 9 jours, au début de février 2008, les exposants ont rempli les 12 salles de dimension moyenne ou plus vaste, ont étalé des livres et des médias apparentés au livre, déployant ainsi un éventail complet du monde de l'édition.

Le marché en général

Le deuxième jour de notre mission, nous avons assisté à une séance de formation professionnelle, intitulée « International Publishers in India – Issues and Solutions », organisée conjointement par l'Association des éditeurs indiens (une de 3 ou 4 associations commerciales du pays) et la Publishers Association de Grande-Bretagne. Au cours de la plus pertinente des 6 séances (entre 15 et 20 minutes de présentation et 10 minutes de questions et réponses), Mike Bryan, de Penguin India, nous a entretenus des « difficultés auxquelles sont confrontés les éditeurs indiens de littérature générale » et nous a fourni, entre autres, les informations suivantes :

- La (prétendue) classe moyenne indienne compte possiblement 200 millions d'habitants.
- Le public qui achète actuellement des livres varie, selon les estimations, entre 5 et 20 millions d'individus.
- Le marché du livre d'intérêt général totalise 125 000 000 £.
- Les librairies au détail sont indépendantes dans une proportion d'environ 75 %.
- La majorité des livres d'intérêt général se vendent à 2 000 ou 3 000 exemplaires.

Ces facteurs, et ceux dégagés dans d'autres séances (piratage, plagiat, impartition) ont dissipé toute illusion que nous aurions pu entretenir sur l'immense potentiel de marché de ce vaste pays.

Notre mission consistait à analyser le potentiel offert par l'industrie indienne du livre pour le commerce avec les éditeurs canadiens. Je me suis personnellement concentré sur le marché du livre jeunesse. Après avoir passé 3 jours complets à la Foire et avoir rencontré des éditeurs, des libraires et autres professionnels durant la plus grande partie des 4 journées hors site, je concluais mon analyse générale en disant que les éditeurs de livres jeunesse et le marché indien du livre dans son ensemble n'ont pas véritablement *besoin* des livres canadiens pour enfants. Cela ne signifie pas une absence de marché potentiel pour nos livres en Inde, mais il est évident que l'industrie indienne du livre jeunesse est très bien développée et semble prospère. Au moins deux salles d'exposition étaient entièrement consacrées aux livres pour enfants, en plus des éditeurs répartis dans les autres salles ayant eux aussi un catalogue de livres jeunesse.

Autre perception initiale : dans l'ensemble des publications pour enfants, l'éclat des couleurs, l'impression et le papier sont en quelque sorte inférieurs aux normes auxquelles nous sommes habitués. À mon avis, ceci s'explique par le fait que le marché indien de détail est très sensible au prix, plutôt que par le manque d'expertise ou d'accès à un papier de meilleure qualité. Et il existe certes des exceptions comme Tara Books, Random House India, Harper Collins India et autres. Au fur et à mesure que la classe moyenne continue de s'élargir, on peut espérer que la demande pour une production de meilleure qualité augmentera elle aussi.

Nous avons rencontré plusieurs éditeurs de livres pour enfants et/ou des éditeurs qui en ont dans leur catalogue.

- Karthika V. K., éditrice et chef de rédaction chez [Harper Collins India](#), commence tout juste à dresser un catalogue de titres pour enfants. Autour d'un thé, avec deux de ses directeurs de collection, elle nous a fait part de nombreuses difficultés semblables aux nôtres (distribution, coûts d'impression, marketing, etc.) et a laissé entendre que le tirage pour un livre illustré se situerait entre 2 000 et 3 000 exemplaires.

- Chiki Sarkar, éditrice et directrice de collection chez [Random House India](#), compte elle aussi dresser un catalogue de titres pour enfants et a souligné les mêmes problèmes. Elle a exprimé un vif intérêt à signer des contrats avec de jeunes et talentueux auteurs est-asiatiques de n'importe quel pays. Elle connaît bien le monde de l'édition britannique et a démontré un sens très avisé du marketing.

- [Tara Books](#), basé à Chennai, dans le sud de l'Inde, est un collectif d'auteurs, d'artistes et de graphistes qui produisent des livres pour enfants très intéressants et novateurs, tels des romans illustrés pour adolescents.

- [Rupa & Co](#) est un important éditeur de livres d'intérêt général avec un catalogue de livres jeunesse de grande qualité. L'entreprise existe depuis plus de 70 ans et se définit elle-même comme « l'une des plus importantes maisons d'édition, de distribution et d'importation de livres en Inde ».

- [Zubaan](#) est une maison d'édition indépendante sans but lucratif née de la première maison d'édition féministe de l'Inde, Kali for Women. Le catalogue Zubaan jeunesse se spécialise dans les livres illustrés et la fiction pour jeunes adultes.

- [Katha Books](#) est une autre maison d'édition indépendante sans but lucratif « qui travaille avec et pour les enfants et les adultes par l'entremise des histoires et des contes ». La politique éditoriale vise à présenter aux enfants « une collection d'histoires *de l'Inde* (l'accent est le mien) et ses traditions diverses sous forme de contes. Les livres pour enfants de Katha Books sont conçus à partir de Kathakar, un centre de littérature jeunesse. Katha publie des livres dans près de 21 langues indiennes.

- Rahul Singhal, président de XACT Design dirige une grande maison d'emballage qui offre des centaines de titres de livres jeunesse en série, basés sur les connaissances (www.xactstudio.com). Ses titres incluent : *Children's Encyclopedia*, *100 Questions and Answers*, *Illustrated Atlas of Amazing Animals*, etc., publiés chacun en plusieurs volumes.

Le marché de détail

Nous avons visité un certain nombre de librairies à Delhi, y compris le Oxford Bookstore, Jain Books, The Bookshop et au moins une autre. Le marché semble passablement fragmenté par nature. Plusieurs librairies sont très petites et ciblent seulement un segment de marché en particulier (fiction, domaine technique, etc.). Le Oxford Bookstore ne tient pas de livres de certains éditeurs locaux (aucune justification). Le gérant nous a dit qu'ils vendaient principalement aux étrangers et recevaient une moyenne de 150 clients par jour. Il existe apparemment quelques nouvelles librairies de grande surface, mais nous n'en avons visité aucune.

Le marché de l'éducation

Si l'on se fie au nombre d'exposants présents à la Foire, il semblerait que ce marché soit bien desservi par des maisons d'édition locales, à tous le moins pour les niveaux scolaires inférieurs (niveau primaire/élémentaire). Je ne me sens pas habilité à évaluer ce marché au-delà de ce niveau. Encore une fois, la plus grande partie du matériel est produite sur du papier bon marché avec des couleurs de qualité plutôt médiocre. À la vue du nombre d'exposants et de la quantité de matériel présenté, ce secteur apparaît comme un segment de marché hautement concurrentiel.

Enjeux de distribution

Nous avons appris de nombreuses sources que des problèmes de distribution affligent le marché indien. Dans un aussi vaste pays avec une infrastructure aussi peu développée, il ne faut pas s'étonner. Il existe beaucoup de distributeurs, mais peu, sinon aucun, ne desservent le pays tout entier. Les problèmes de transport, le caractère fragmenté du marché de détail (nombreuses librairies indépendantes et souvent très spécialisées), la langue et les distances semblent accroître cette difficulté. Du point de vue des éditeurs canadiens qui souhaitent pénétrer le marché indien, les obstacles les plus évidents sont le coût d'acheminement d'un livre sur le marché indien et les rabais demandés par les distributeurs sur place.

J'ai rencontré Sujit Dey (directeur) et Vinod Vasishtha (administrateur délégué) de Viva Books, apparemment le plus gros distributeur présent à la Foire. Seulement une partie de leur

catalogue est consacrée au livre jeunesse. En plus de leurs propres publications, Viva représente, parmi bien d'autres, Allen & Unwin, Hodder Education, Norton, Routledge et Dover. Après avoir, au départ, manifesté leur intérêt, ils ont mis en doute la viabilité financière d'un projet d'importation de livres canadiens et ont conclu que le seul arrangement possible serait de les faire d'imprimer en Inde. Je crois qu'aucun éditeur parmi nous n'est prêt à transférer ce type de contrôle dans un nouveau marché relativement inconnu. Ceux qui envisagent l'exportation d'un point de vue autonome, et à qui nous avons parlé, ne recommandent surtout pas cette approche.

J'ai aussi discuté avec Rajiv Jha, de Parrot Reads Publishers, qui, à son stand, publicisait les quelques maisons d'édition canadiennes qu'il représente. Selon la description de sa stratégie, il essaie de présenter les livres de ces éditeurs à d'autres distributeurs en leur expédiant un catalogue, un feuillet publicitaire, des échantillons, etc., et ce sont eux qui décident de commander ou non. Il ne fait pas la distribution lui-même, mais il demande 10 à 15 % de droits pour ses services. Au retour, j'ai parlé à un éditeur qu'il prétend représenter; celui-ci m'a dit que même après lui avoir envoyé « de nombreux exemplaires, plusieurs commandes de livres urgentes et entendu bien des choses extraordinaires » pendant plusieurs années, rien n'avait encore abouti. L'arrangement semblerait bien intentionné, mais inefficace.

Conclusions

Après cette courte visite à la Foire internationale du livre de New Delhi, mon impression générale est la suivante : nous avons davantage intérêt à acheter des projets d'éditeurs indiens que de tenter de leur vendre nos livres. Même si les normes de production et la qualité du papier sont inférieures aux nôtres, il existe des exceptions et l'édition indienne pour enfants est très créative et novatrice.

À l'heure actuelle, les enjeux de la vente des droits de publication de livres jeunesse aux éditeurs indiens me semblent les suivants : différences culturelles et diversité des langues, qualité de production et coûts, problèmes de distribution, taille réelle du marché (beaucoup plus petit qu'on ne l'avait soupçonné et à la fois diversifié et fragmenté) et manque de capitaux des éditeurs locaux.

ANNEXE – CONTACTS

B. Jain

Contact: Nitin Jain
Title: Director
Address: 1921/10, Chuna Mandi, Paharganj, New Delhi 110055
Tel.: 91-11-2358 0300
Fax: 91-11-2358 0471
Email: nitin@bjain.com
Website: www.bjain.com

Cambridge University Press, India Private Limited

Contact: Sanjoy Roy
Title: Marketing Manager
Address: Cambridge House, 4381/4, Ansari Road, Daryaganj, New Delhi 110002
Tel.: 91-11-43543500
Fax: 91-98-10789995
Email: sroy@cupind.com
Website: www.cambridgeindia.org

Contact: Manas Saikia
Title: Managing Director
Fax: 91-11-23288534
Email: cup@cupind.com

HarperCollins Publishers India

Contact: Karthika V.K.
Title: Publisher & Chief Editor
Address: A-53, Sector 57, Noida, Uttar Pradesh 201 301
Tel.: 91-120-4044800
Fax: 91-120-4044850
Email: karthika@harpercollins-india.com
Website: www.harpercollins.co.in

Contact: P.M. Sukumar
Title: Chief Executive Officer
Email: sukumar@harpercollins-india.com

Hay House Publications (India) Pvt. Ltd.

Contact: Ashok Chopra
Title: CEO & Managing Director
Address: Muskaan Complex, Plot No. 3, B-2, Vasant Kunj, New Delhi 110 070
Tel.: 91-11-4176-1620
Fax: 91-11-4176-1630
Email: ashok.chopra@hayhouse.co.in
Website: www.hayhouse.co.in

High Commission of Canada

Contact: Malti Bhandari
Title: Cultural Affairs and Public Diplomacy Officer
Address: High Commission of Canada, 7/8 Shantipath, Chanakyapuri, New Delhi 110 021
Tel.: 91-11-4178-2000
Fax: 91-11-4178-2021
Email: malti.bhandari@international.gc.ca
Website: www.inde.gc.ca

Hind Pocket Books, Global Business Press, Full Circle

Contact: Priyanka Malhotra
Title: Director
Address: J-40, Jorbagh Lane, New Delhi 110 003
Tel.: 24620063, 24621011
Fax: 24645795
Email: fullcirclebooks@gmail.com

Contact: Poonam Malhotra
Title: Publisher
Email: fullcircle@vsnl.com

Contact: Shekhar Malhotra
Title: Publisher
Email: fullcircle@vsnl.com

Katha (children's Books)

Contact: Geeta Dharmarajan
Title: Founder and Executive Director
Tel.: 91 11 26868193, 26514373
Email: geeta@katha.org
Website: www.katha.org

Macmillan India Ltd.

Contact: Prakash Kumar
Title: Senior Editor, Science and School Publishing
Address: 2/10 Ansari Road, Daryaganj, New Delhi, 110 002
Tel.: 2327 3814, 2327 3624, 2326 3969
Fax: 91-11-2327 2993
Email: prakashkumar@macmillan.co.in

Contact: Sanjay – AK Singh
Email: aksingh@macmillan.co.in

Manjul Publishing House Pvt. Ltd.

Contact: Vikas Rakheja
Title: Managing Director
Address: 10, Nishat Colony, Bhopal India 462 003
Tel.: 91-755-4240340, 2545952
Fax: 91-755-2736919
Email: vikas@manjulindia.com
Website: www.manjulindia.com

Contact: Manoj Kulkarni
Title: General Manager
Email: manoj@manjulindia.com

Mapin Publishing Ltd / Mapin Lit

Contact: Bipin Shah
Email: bipin@mapinpub.com
Website: www.mapinpub.com

National Book Trust, India

Contact: Nuzhat Hassan
Title: Director
Address: A-5 Green Park, New Delhi 110016
Tel.: 91-11-26518378
Fax: 91-11-26851795
Email: nbtindia@ndb.vsnl.net.in
Website: www.nbtindia.org

Osian's The Publishing & Design House

Contact: Renuka Chatterjee
Title: Senior Vice-President, Literary Agency
Address: B-35 Qutub Institutional Area, New Delhi 110016
Tel.: 91-11-4174 3157/58/66
Fax: 91-11-4174 3177
Email: renuka@osians.com
Website: www.osians.com

Oxford Book Store

Address: Statesman House, 148 Barakhamba Road, New Delhi 110001
Tel.: 011-2376 6080/81
Fax: 011-2376 6082
Email: oxforddel@apeejaygroup.com
Website: www.oxfordbookstore.com

Penguin Group India Pvt. Ltd.

Contact: Mike Bryan
Title: CEO & President
Address: 11, Community Centre, Panchsheel Park, New Delhi 110 017
Tel.: 91-11-2649-4401
Fax: 91-11-2649-4403 / 4404
Email: mike.bryan@in.penguingroup.com
Website: www.penguinbooksindia.com

Contact: Ravi Singh
Title: Publisher/Fiction
Email: ravi.singh@in.penguingroup.com

Random House Publishers India

Contact: Chiki Sarkar
Address: 301 World Trade Tower, Hotel Intercontinental Grand Complex, Barakamba Lane, New Delhi 110001
Tel.: 91 11 51528305/06
Fax: 91 11 51528307
Email: csarkar@randomhouse.co.in
Website: www.randomhouse.co.in

Rawat Publications

Contact: Pranit Rawat
Address: Satyam Apartments, Sector 3, Jawahar Nagar, Jaipur 302 004
Tel.: 91-141-265 1748 / 7006
Fax: 91-141-265 1748
Email: pranit@rawatbooks.com
Website: www.rawatbooks.com

Red.Ink literary agency

Contact: Debbie Smith
Address: Flat # 6, Khan Market, New Delhi 110 003
Email: debbie.redink@gmail.com
Website: www.redinkliteraryagency.com

Contact: Rima Zaheer
Title: Fiction & Non-Fiction
Email: rima.redink@gmail.com

Research Press

Contact: Medhavi Parmar
Address: 2/25 Ansari Road, New Delhi 110002
Tel.: 23284894
Fax: 23281819
Email: marketing@researchpress.co.in

Contact: Ajay Parmar
Title: Director
Email: aparmar@researchpress.co.in

Roli Books

Contacts: Pramod Kapoor, Priya Kapoor
Tel.: 91 11 26442271
Email: priyakaapor@rolibooks.com
Website: www.rolibooks.com

Routledge (An imprint of the Taylor & Francis group)

Contact: Nilanjan Sarkar
Title: Commissioning Editor
Address: 909 Tolstoy House, 15-17 Tolstoy Marg, New Delhi 110 001
Tel.: 91-11-23706110, 237110001
Fax: 91-11-23712132
Email: nilanjansarkar@tandfindia.com

Contact: Omita Goyal
Title: Publishing Director
Email: omit.goyal@tandfindia.com

Rupa Publications

Contact: R.K. Mehra
Address : 7/16, Ansari Road, Daryaganj, New Delhi 110002
Tel.: 91-11-6594 1423, 2327 7294, 2327 2161
Fax: 91-11-2327 7294
Email: rupa@ndb.vsnl.net.in, info@rupabooks.com
Website: www.rupapublications.com

Contact: Sanjana Roy Choudhury
Title: Editor
Tel: (011) 2326 6507, 2327 2161
Email: sanjana.roychoudhury@gmail.com

Scholastic India Pvt. Ltd.

Contact: Himanshu Giri
Title: Regional Manager – UN & RON
Address: GolfView Tower-A, 3rd Floor, DLF Phase-V, Gurgaon – 122 002
Tel.: 91-124-4068940-45
Fax: 91-124-4068946
Email: hgiri@scholastic.co.in
Website: www.scholasticindia.com

Contact: Sayoni Basu
Title: Commissioning Editor
Email: sbasu@scholastic.co.in

Tara Publishing

Contact: Jennifer D. Abel
Title: Marketing and Promotion
Tel.: 91-44-2440 1696
Fax: 91-44-2445 3658
Email: promotions@tarabooks.com
Website: www.tarabooks.com

Taylor & Francis Books India Pvt. Ltd.

Contact: Jaya Bhattacharji
Title: Editorial Manager (Journals)
Address: 912 Tolstoy House, 15-17, Tolstoy Marg, New Delhi 110001
Tel.: 91-11-23712131, 23351453
Fax: 91-11-23712132
Email: jaya.bhattacharji@tandfindia.com

Tulika Publishers

Contact: Radhika Menon
Title: Managing Editor
Address: 13 Prithvi Avenue, Abhiramapuram, Chennai 600018
Tel.: 44-24981639, 24671117
Fax: 44-24671113
Email: tulikabooks@vsnl.com
Website: www.tulikabooks.com

Yatra Books

Contact: Neeta Gupta
Address: 203 Ashadeep Apartments, 9 Hailey Road, New Delhi 110 001
Tel.: 91-9811063382
Email: yatrabooks@gmail.com

Zubaan Books

Contact: Urvashi Butalia

Address: K 92Hauz Khas Enclave, 1st Floor, New Delhi 110 016

Tel.: 26864497, 26521008, 26514772

Email: zubaanwbooks@vsnl.net

Website: www.zubaanbooks.com

Contact: Preeti Gill

Contact: Manicha Sobhrajani