

Lagardère et Hachette Livre :

une combinaison de marques employeur premium

Hachette Livre capitalise sur la légitimité d'une marque historique de l'édition à l'échelle mondiale, et en tant que filiale du groupe Lagardère, sur celle d'un leader de la création de contenus. Ronald Blunden, Directeur de la Communication de Hachette Livre, nous emmène à la découverte d'une constellation de maisons d'édition unies par la passion du savoir, la force d'une expertise historique et des ambitions internationales et futuristes.



© Eric Couderc

Ronald Blunden,
Directeur de la
Communication
de Hachette Livre
(groupe Lagardère).



© Pierre-Yves Dhiraout



“
Hachette Livre exprime le métier de l'édition dans ce qu'il a de plus historique avec une expertise développée depuis 1826, et de futuriste, avec un développement international et dans le numérique.
”

Hachette Livre est identifié sous son nom de branche - Lagardère Publishing - pour ce qui concerne la communication à destination des marchés financiers, ce qui marque son appartenance au groupe Lagardère en tant que l'une de ses quatre branches d'activités. Pour s'adresser à ses auteurs, aux médias, à ses 150 maisons d'éditions, ses fournisseurs et pairs de l'édition, la filiale se présente sous son nom historique et mondialement reconnu de Hachette Livre. « *Nous fonctionnons en articulant ces deux marques depuis trois ans. Le territoire de chacune est bien établi, ainsi que les publics auxquels elles s'adressent. Nous avons également lancé il y a deux ans un nouveau logo pour Hachette Livre, moderne et international, en cohérence avec notre stratégie.* »

Hachette Livre est donc une marque ombrelle pour les 150 maisons d'éditions du Groupe ?

Elle est une marque mondialement reconnue du monde du savoir et du livre, fondée en 1826. Un jeu de société sur les grandes marques nous a récemment demandé notre autorisation pour faire partie du jeu. Cette anecdote témoigne de sa force. Hachette Livre est à la fois fédératrice et suscite un fort sentiment d'appartenance des 7 400 collaborateurs,

et nous identifie à l'extérieur. Sa notoriété mondiale témoigne de notre légitimité dans le monde de l'édition.

Autour de quelles valeurs sont réunies les maisons d'édition ?

La plupart de nos 150 maisons d'édition possèdent une forte identité, née pour certaines d'une longue histoire. C'est le cas par exemple de Calmann-Lévy, de John Murray en Grande-Bretagne ou de Little, Brown and Company aux États-Unis qui sont nées à la fin du 18^e ou au début du 19^e siècle. Elles n'auraient rien à gagner à être publiquement et ostensiblement rattachées à Hachette Livre. Notre culture est celle de l'autonomie et de la diversité éditoriales et donc de marques fortes. D'un point de vue corporate en revanche, la communication se fait sous le nom de Hachette Livre. Les règles de gestion sont communes comme l'est la stratégie de développement. Lors des recrutements, la constitution de notre Groupe en « fusée à trois étages » est présentée aux candidats : groupe Lagardère, Hachette Livre et la maison d'édition. Savoir que l'on intègre un groupe mondial, solide et leader est sécurisant et valorisant. Les points d'entrée dans le métier d'éditeur sont multiples.

On y trouve des profils hétérogènes : enseignants, journalistes, Sciences Po, master en édition, écoles de commerce... Cette diversité crée le métissage nécessaire à la création.

Dans quelles directions se développe Hachette Livre ?

Hachette Livre est résolument tourné vers l'avenir. Déjà implanté dans les bassins francophones, anglophones et hispanophones, il est le seul groupe d'édition français international et publie en 12 langues. Il poursuit son développement dans les pays émergents, notamment dans le livre scolaire et la littérature commerciale. Il est également pionnier dans le livre numérique avec déjà 8 % de l'activité aux États-Unis en 2010. Cette belle expertise est un atout de taille pour son développement sur nos autres marchés.

A. D-F

↳ **Contacts :**
www.hachette.com
www.lagardere.com