
La diversité comme stratégie éditoriale et commerciale

Christophe Schuwey*^{2,1}

²Université de Lausanne – Suisse

¹Université de Fribourg – Suisse

Résumé

Souvent abordée sous l'angle esthétique, la *varietas* constitue également un procédé éditorial et commercial. Elle permet en effet à un auteur ou à un éditeur de décupler les contenus au sein d'un même ouvrage.

Évoluant dans le marché tendu des années 1660, de jeunes auteurs à la mode (Donneau de Visé, Edme Boursault, Madame de Villedieu...) développent des usages sophistiqués de la diversité. Celle-ci leur permet de multiplier les sujets abordés dans un même livre et les actions que ce dernier réalise sur le monde. En assemblant des contenus variés, ils élargissent également leur public cible.

Cette communication interroge ces différentes entreprises sous l'angle des pratiques d'écriture, mais aussi de lecture.

Mots-Clés: diversité, *varietas*, stratégies commerciales, marketing, édition, stratégies de contournement, action

*Intervenant