



## les classes à PAC



## vie de l'édition

du côté de l'école

déterminants : des séminaires nationaux pour les inspecteurs, les formateurs et les conseillers pédagogiques ont été organisés partout en France, les IUFM se sont vu proposer, pour la formation initiale, des ateliers expérimentaux avec des artistes (plasticiens, écrivains, illustrateurs...), qui publieront un compte rendu de leur expérience à la fin de l'année. Ainsi 6 IUFM ont initié des ateliers d'écriture avec des écrivains : François Bon à Créteil, Jacques Serena à Montpellier, Charles Juliet à Clermont-Ferrand, Gérard Noiret à Lyon, Jean-Jacques Montel et Régine Detambel à Versailles.

Un Salon des arts à l'École va se dérouler du 13 au 17 mars à Paris, rassemblant tous les acteurs, enseignants, artistes, médiateurs institutionnels ou associatifs, pour donner à voir un certain nombre de réalisations dans le cadre des classes à PAC, instaurer des espaces d'échanges entre les partenaires de ces projets et proposer des outils et des informations pour tous ceux qui voudraient s'y engager. Dans le domaine de la littérature, le pôle du CRDP de Créteil va proposer un colloque de deux jours, les 13 et 14 mars, sur le thème « Construire une culture littéraire chez les enfants et chez les jeunes ». Autant dire que la grande maison de l'Éducation nationale bouillonne, fourmille d'initiatives auxquelles des centaines d'artistes, d'urbanistes, de conservateurs, de scientifiques sont associés. Les moyens engagés sont considérables.

L'avenir de ce plan dépendra de la manière dont les partenaires sauront relayer, à l'échelon local, ces initiatives : directions régionales du ministère de la Culture, directions départementales du ministère de la Jeunesse et des Sports, agences de coopération entre les bibliothèques, associations d'éducation populaire, services éducatifs des musées...

**Annick Lorant-Jolly**  
**CRDP de Créteil**

## De Harry Potter à Adibou, « customisation » et produits dérivés

Disney nous avait habitués à un marketing bien rodé et à une déclinaison sans faille de ses films en de nombreux livres, sous toutes les formes et pour tous les âges. Le succès récent de l'adaptation d'*Harry Potter* est l'occasion de revenir sur ces nouvelles formes de déclinaisons bien plus systématiques et plus inattendues qui nous envahissent. Toute série ou univers télé à succès a maintenant ses jouets, ses jeux, mais aussi ses livres, ses collections : après les cartes, K7, DVD, jeux vidéos, « Pokéroms », jouets, albums, coloriages, livres, BD, consacrés aux Pokémon (Japon, Nintendo), le phénomène s'est reproduit avec les Digimon (US & Japon, Fox et Saban) et dernièrement Harry Potter : le magicien en herbe a entraîné Mattel, Hasbro, Lego, Electronic Art, des fabricants de bonbons, de déguisements... Plus intéressant pour le domaine du livre ont été les licences acquises par Mango Jeunesse pour les livres d'activités, le plaçant en concurrence directe de l'éditeur traditionnel, Gallimard Jeunesse, avec un visuel différent : le livre-masque, le livre-posters, le livre-coloriage, le monde magique, l'école des sorciers, les amis d'Harry, l'univers d'Harry... sont quelques-uns des titres qui ont fleuri. Ces phénomènes classiques sont aujourd'hui beaucoup plus systématiques et organisés qu'auparavant, et l'exemple d'Adibou, la méthode ludico-éducative de Vivendi Universal Interactive leader mondial, est là pour nous montrer des formes surprenantes. À l'origine un logiciel Adi, puis une gamme de cd-rom, puis des gammes déclinées Adibou et Adiboud'chou, cet univers venu des nouvelles technologies et de la pédagogie envahit les librairies avant de s'attaquer aux jouets et à la télé : « Apprends les chiffres », « Cahiers de jeux ». Nathan et Hemma sont devenus des caisses de résonance de ce qu'Agnès Touraine, présidente de VUP, appelle la « customisation ».

## 2001, les nouveaux habits du Poche Jeunesse

L'année qui vient de s'achever a vu s'accroître la refonte des collections de poche jeunesse, en tout cas dans leur forme.

Amorcé par Pierre Marchand chez Hachette avec les nouvelles Bibliothèque Rose et Bibliothèque Verte au printemps 2000, puis la collection Côté Court (septem-

bre 2000), le mouvement a ainsi vu apparaître cet automne « J'ai lu Jeunesse » et le nouveau « Livre de poche Jeunesse ». Pocket Junior semble se concentrer sur des séries ou collections clairement identifiées et une nouvelle identité graphique ; Flammarion poursuit la réorganisation thématique des collections de Castor Poche et tente des volumes « 3 en 1 » ; Bayard Poche a procédé à un « relookage » de Passion de lire et a développé de nouvelles collections de poche en fantasy et science-fiction. Casterman a arrêté « 4 & plus » pour se concentrer sur les plus grands. Gallimard jeunesse, enfin, a bouleversé la forme autant que l'esprit de Folio Benjamin. Deux tendances semblent se dégager : d'abord, l'occupation de nouveaux segments et la multiplication des acteurs, ensuite la reprise de l'escalade esthétique : plus grand, plus beau, plus identifié, le poche doit se démarquer et frapper visuellement, jusqu'à peut-être ne plus être poche...

Après Milan Poche et Degliame (Le Cadran Bleu) en 1999, Le Rouergue en 2000, on a donc vu apparaître « J'ai lu Jeunesse », qui risque de concurrencer Castor Poche à l'intérieur du groupe Flammarion, et deux collections nouvelles chez Bayard, des séries de science-fiction, horreur, sentiments chez Pocket Junior. Le marché commence à être embouteillé. On se retrouve ainsi avec les mêmes thèmes traités partout. Du coup l'originalité de la forme et l'identité visuelle semblent être les armes des éditeurs : plus grands, plus larges, avec glaçage et relief chez Hachette Jeunesse, des photos et des logos chez Pocket, le retour à l'album avec un bandeau vertical unifiant chez Folio Benjamin, dont la taille a doublé.

### BD jeunesse, l'expansion oui, la surproduction non ?

L'année 2001 est à marquer d'une pierre blanche pour l'édition BD : environ 1890 albums parus cette année, soit plus de + 20% par rapport à 2000. Et les tirages ont suivi, emmenés par Astérix (3 millions d'exemplaires), Le Petit Spirou ou Titeuf (600 000). L'explosion des collections jeunesse chez Delcourt et Glénat s'est confirmée, débordant même dans ce dernier cas le strict cadre de la BD, et Casterman a relancé une politique axée à la fois vers de nouvelles séries / nouveaux auteurs et le public enfantin. Le milieu reste cependant marqué par la grande crise des années 80, et se méfie d'une éventuelle surproduction. À lire pour tout savoir en détail, l'étude de Gilles Ratier, secrétaire général de l'As-

sociation des journalistes et critiques de bande dessinée, téléchargeable à <http://www.universbd.com/infos/breves/5.html>.

### Pocket Junior : la « stratégie Fair witch », pour les adolescents ?

La filiale poche de Vivendi Universal Publishing nous a habitués à occuper tous les terrains, publiant Jean-Claude Mourlevat, Jacqueline Mirande autant que les novellisations de tous les films pour la jeunesse de ces dernières années. Ces dernières restaient dans le cadre classique de l'édition jeunesse : adapter des scénarios pour des enfants. Faut-il voir une nouvelle stratégie, la tentative de création ou d'importation d'un nouveau créneau dans la vague de sorcières sexy apparues depuis un an ? Il y avait eu « Sabrina » puis son chat « Salem », puis « Buffy contre les vampires » et maintenant les trois héroïnes de « Charmed » ont tour à tour bénéficié d'éditions adaptées et réécrites pour la jeunesse. Rien de surprenant, si ce n'est que ces séries télé au public adolescent très ciblé (à partir du collège), locomotives de M6, bénéficient déjà d'éditions de poches en Fleuve Noir, diffusées dans les rayons « fantastique » des librairies. Plutôt que de faire « passer » les ados dans l'édition générale, comme en fantasy ou en science-fiction, la stratégie est-elle de leur offrir une collection typée 13-16 ans ? Et y a-t-il vraiment un public à cet âge pour des novellisations de commande édulcorées ?

Olivier Piffault