

L'édition jeunesse en Chine : un aperçu

par Vincent Bontoux*

Vincent Bontoux présente la structure et les caractéristiques de l'édition jeunesse en soulignant les contrastes et les tensions entre archaïsme et modernité. Il indique quelles sont les perspectives d'évolution de ce secteur économique aussi bien sur le marché intérieur qu'au niveau international.

Depuis son adhésion à la Convention de Berne en 1992, la Chine est entrée de plain-pied sur la scène éditoriale mondiale ; mais, régime politique oblige, cette ouverture s'est faite de façon moins tonitruante au niveau de l'édition que dans d'autres branches économiques. Le gouvernement chinois semble beaucoup moins disposé à inviter des capitaux étrangers à investir dans l'édition que dans la construction navale ou la viticulture. Le marché intérieur lui-même a échappé au vent de dérégularisation qui a soufflé sur l'économie chinoise depuis une dizaine d'années : 565 éditeurs, pas un de plus, se partagent officiellement ce marché de plus d'un milliard d'habitants ; tous dépendent d'entités publiques, de la municipalité à la toute-puissante Administration de la Presse et de l'Édition.

Avant d'aborder plus en détail les caractéristiques de l'édition jeunesse en Chine, nous parlerons rapidement de la structure générale de l'édition chinoise, avant d'en évoquer plus particulièrement la partie « Jeunesse », d'abord par

*Cet article est paru dans *La Lettre de France Édition*, n°38, octobre 1998.

Il a été remis à jour pour la présente publication.

Merci à Vincent Bontoux et à France Édition de nous avoir autorisés à le reproduire.

le prisme de son marché potentiel, puis en faisant la part de ses aspects archaïques et des ferments de modernité qui apparaissent dans ce secteur.

La règle et la pratique

L'édition chinoise se veut à la fois exhaustive et centralisée. Le principe en est simple : à chaque matière (littérature, sciences, jeunesse...) correspondent une maison au niveau national, située à Pékin, et une dans chaque province. Bien sûr, cette règle souffre des exceptions : certains domaines très spécialisés ne sont édités que par les maisons d'édition centrales (il existe ainsi un éditeur pour les chemins de fer, un autre pour la poste, etc.) et les moyens financiers plus restreints des municipalités ou des provinces ne permettent pas toujours la déclinaison de tous les domaines éditoriaux. Ce sont alors la littérature, l'éducation ou les sciences qui sont privilégiées, ainsi que le secteur jeunesse édité par les « Children's Publishing Houses » ou par des maisons au nom moins évocateur telles que Aurora (Yunnan), Tomorrow (Shandong), Petrel (Henan), XXIst Century (Jiangxi), etc. L'évolution actuelle montre un très grand intérêt de la part des éditeurs pour le livre de jeunesse et la plupart des maisons ont maintenant créé un secteur spécialisé.

Il existe donc actuellement 565 maisons d'édition en Chine, regroupant un total de 50 000 salariés. Toutes dépendent de l'Administration d'État de la Presse et de l'Édition, direction du ministère de la Culture, et qui a elle-même rang de ministère. Toute publication nouvelle doit en principe être approuvée par cette administration. Depuis le début des années 90, la plupart des titres obtiennent sans problème cette fameuse autorisation

qui auparavant pouvait être assimilée à une censure, tandis que d'autres, pour une raison inconnue, l'attendent pendant des mois.

Certaines provinces disposent, du fait de leur éloignement géographique, d'une liberté de publication quasi totale. C'est d'ailleurs dans l'une de ces provinces périphériques, le Hunan, qu'a été créée la première association d'éditeurs locale, rassemblant au sein d'un même organisme toutes les professions du livre, démarche que veut suivre l'Association des Éditeurs chinois, qui regroupe 28 associations provinciales.

Son Président, M. Pan Guo Yan, estime à environ 610 000 le nombre de personnes travaillant en Chine dans l'ensemble de ces industries éditoriales, de la production à la diffusion.

Les statistiques officielles chinoises font état de 112 813 titres publiés par an. Curieusement, le classement très détaillé des ouvrages par catégorie ne retient pas le secteur de la jeunesse. La raison pourrait en être que, pour les Chinois, un roman pour la jeunesse est avant tout un roman, de même qu'un ouvrage de vulgarisation scientifique pour adolescents reste avant tout un titre de sciences.

L'édition jeunesse en Chine : un énorme marché potentiel

En l'an 2002, les jeunes Chinois de moins de 15 ans représentaient une population d'environ 287 millions d'enfants (soit 22,4% de la population totale). Mais surtout, la Chine reste l'un des pays au monde dans lesquels la lecture est la plus valorisée, surtout en tant que vecteur d'éducation. Une enquête de 1996 de l'Association des Éditeurs chinois montre que les parents dépensent en moyenne 308 yuan (soit environ 30 €)

par an en achat de livres de jeunesse, ce qui représente tout de même 14 % des 2180 yuan globalement consacrés à leur enfant. Bien entendu, il ne s'agit là que de moyenne, les catégories sociales les plus aisées dépensant jusqu'à 1000 yuan par an et par enfant pour l'achat de livres. Plus significative, la part importante des titres traduits dans le classement des goûts des enfants de l'Empire du Milieu, même s'il s'agit surtout des contes de Grimm ou d'Andersen : avec 27 %, ils talonnent de près la fiction chinoise (29 %).

Les résultats de la même enquête se montrent très optimistes concernant les habitudes de lecture : 43 % des 7000 enfants interrogés citent la lecture de livres comme leur loisir préféré, devant la télévision (34 %) et la lecture de la presse (21 %). 70 % des jeunes Chinois consacraient de 30 minutes à deux heures par jour à cette activité ; la moitié d'entre eux liraient un à trois livres par semaine. Enfin, les réponses à l'enquête montrent que les matières préférées des jeunes Chinois sont les sciences, les contes, l'histoire, la littérature et l'art.

L'édition jeunesse en Chine entre archaïsme et modernité

À l'instar de toute l'industrie éditoriale du pays, ce secteur est à la croisée du modernisme représenté par une nouvelle catégorie d'éditeurs et d'une tradition de rigidité administrative encore à l'œuvre.

Contrôle administratif et participations étrangères : l'incertitude

Sur le papier, tout est clair : tout livre a besoin de l'autorisation de l'Administration de la Presse et de l'Édition pour être publié. À chaque titre édité correspond un numéro d'autorisation, condition



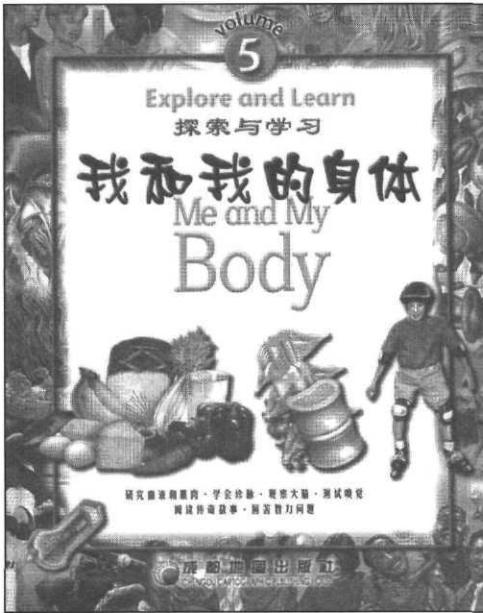
kan pinyin du gushi : Shuihu gushi

adaptation d'un roman classique chinois intitulé « Au bord de l'eau », avec transcription en pinyin



deux adaptations de contes d'Andersen publiés tête-bêche dans un même volume avec deux illustrateurs différents :

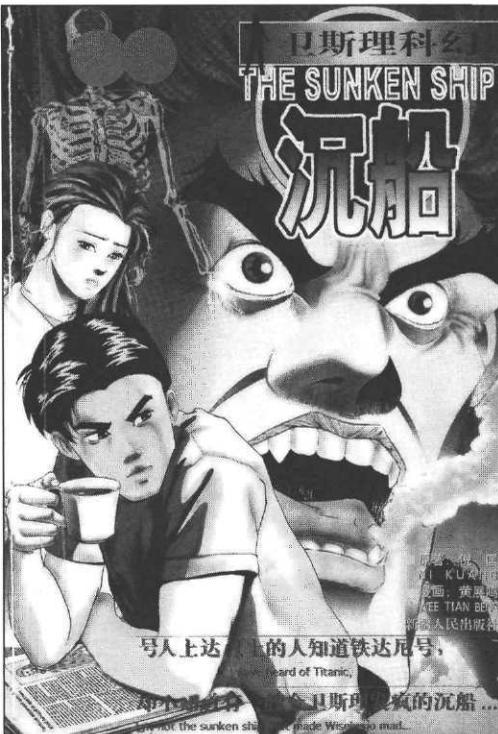
Recto : « Jean le nigaud », ill. Cen shengquan,
 Verso : « Le Rossignol de l'empereur de Chine », ill. Wang Gui,
 éditeur Xinshiji chubanshe



Traduction d'une encyclopédie anglaise
publiée en chinois par
Chengdu Cartographic Publishing House

Un manga chinois :

Wei Sili yu Baisu, texte de Ni Juang Kuang,
ill. Huang Zhanming, éd. Xinjiang renmin chubanshe



sine qua non pour que ce titre puisse être ultérieurement distribué par le réseau officiel Xin Hua.

Ce contrôle est très rigoureux en ce qui concerne les titres chinois ayant un contenu « politiquement sensible » et les titres étrangers pour la jeunesse. Dans les critères de délivrance de l'autorisation, le nationalisme culturel peut alors être au premier plan. Le gouvernement chinois semble voir d'un assez mauvais œil que la production éditoriale jeunesse de fiction, traditionnellement axée sur les contes et légendes, chinois ou étrangers (Grimm ou Andersen sont traduits depuis tellement longtemps qu'ils font partie du patrimoine national) s'ouvre à d'autres cultures. Les premiers à avoir fait les frais de ce protectionnisme culturel furent les éditeurs japonais de mangas, qui connurent un succès rapide avec des héros connus dans toute l'Asie, mais jugés par les autorités chinoises trop violents, et sans doute pas assez nationaux. Halte donc à la manga, et il fut vivement conseillé aux éditeurs chinois de publier eux-mêmes quelques produits de substitution. Il est arrivé la même mésaventure à Dargaud qui, après avoir vendu les droits de *Lucky Luke* à l'éditeur d'État on ne peut plus officiel « China Children's Book Juvenile Publishing House », attendait toujours, un an après, que l'Administration de la Presse et de l'Édition accorde un numéro de publication au pauvre cow-boy solitaire.

Dans la même ligne, l'édition est restée longtemps l'un des derniers secteurs économiques en Chine à être interdit de *joint-venture* avec des firmes étrangères. En principe seulement, car le géant scandinave Egmont a fait alliance dès 1996

avec les éditions de la Poste chinoise afin de créer « China Fun Publishing House », dont les activités consistent largement à publier des licences Disney ou Tom & Jerry. De même, Bertelsmann Asia Publishing est installé maintenant à Shanghai et collabore avec beaucoup de maisons d'édition chinoises. Il semble donc, une fois de plus, que la loi chinoise subisse des lectures différentes selon les acteurs en présence, et que la voie de la *joint-venture*, dont l'un des avantages est d'apporter tout un réseau dans la corbeille de mariage, ne soit pas hors de portée des grands groupes européens.

Distribution, prix de vente à deux vitesses

Quand on demande à une maison d'édition jeunesse chinoise quelle est sa politique en matière de distribution, la réponse est toujours la même : Xin Hua, puis, après quelques moments de réflexion « mais nous avons aussi notre propre réseau ». De fait, cette cohabitation entre les deux réseaux, qui date de la montée en puissance « pré Tian An Men » de l'édition en Chine, se passe plutôt bien car il existe entre les deux une complémentarité évidente. Si Xin Hua, le réseau officiel mis en place aux premières années de la révolution, est un appareil administratif lent et peu réactif, il comprend un nombre très important de points de vente, qui se ramifient jusque dans les petits bourgs de la campagne chinoise. Pour les livres de jeunesse qui confinent au domaine scolaire, Xin Hua se révèle un réseau adéquat : gros tirages, prix peu élevé pour un marché captif et populaire. D'ailleurs, le réseau officiel a droit de préemption sur les titres à paraître dans ce domaine et « réserve »

souvent les titres qui se vendront sans trop de difficultés.

Mais pour des titres plus pointus, correspondant à des plans éditoriaux plus proches du marketing à l'occidentale, les éditeurs préfèrent s'en remettre au réseau de distribution qu'ils ont monté eux-mêmes, et qui, s'il comporte moins de points de vente que Xin Hua, est ciblé sur les villes, dont le pouvoir d'achat des habitants est plus élevé.

Certaines maisons vont même jusqu'à créer leurs propres librairies, ce qui leur permet de mieux réagir à la demande du public, à la différence de Xin Hua qui ne pratique quasiment jamais de réassort, et d'entraîner parfois une réimpression (les tirages initiaux sont toujours assez timides, de 5 à 10 000 exemplaires).

Le développement des réseaux privés de distribution s'est fait rapidement. Les deux systèmes sont aujourd'hui sans doute à égalité.

À ce double système de distribution correspondent deux échelles de prix du livre : les livres de grande diffusion distribués par le réseau Xin Hua peu chers, les ouvrages s'approchant plus des standards occidentaux distribués par des réseaux privés, à un prix nettement plus élevé. Mais malheureusement, ainsi que le font remarquer les responsables de China Fun Publishing, le niveau de vie en Chine reste celui d'un pays en développement, et il est difficilement imaginable de vendre un livre de jeunesse plus de 20 yuan. Pour que les ouvrages, comme par exemple ceux publiés par CFP qui n'ont rien à envier à la qualité d'un Disney-Hachette, deviennent accessibles à un plus grand public, il faut

multiplier les points de vente. C'est ainsi que la filiale chinoise d'Egmont a eu l'idée de créer des « corners » dans des supérettes où les familles font leurs courses. Mais cette évolution ne peut se faire que très lentement, l'administration chinoise étant très sourcilleuse sur les autorisations de points de vente.

Droit d'auteur : un progrès

Traditionnelle zone de non-droit au niveau du respect du droit d'auteur, la Chine est théoriquement rentrée dans le rang en 1992, en ratifiant la Convention de Berne. Le code pénal chinois a suivi, et punit maintenant les contrefacteurs d'une peine maximale de sept ans de prison assortie d'une amende.

De fait, le piratage est loin d'être éradiqué en Chine, mais, selon M. Gao, Directeur du Bureau des Copyrights de l'Administration de la Presse et de l'Édition, les éditeurs chinois en sont quelque peu responsables : « Les lacunes et les abus des maisons officielles créent un appel d'air pour des « éditeurs » opportunistes, qui s'emparent de livres à succès, mais mal distribués, et trop chers. » En effet, à la suite du relatif boom de l'édition chinoise dans les années 1995-1996, les éditeurs autorisés, pris dans l'euphorie, ont augmenté le prix des livres qu'ils produisaient, allant jusqu'à le doubler (un roman vaut actuellement entre 20 et 25 yuan, un livre de jeunesse environ 15 yuan). De plus, les lenteurs du système de distribution, d'État ou privé, créent une demande auprès d'un public frustré de nouveautés. Et c'est là que les pirates ont la partie belle pour vendre le même texte, d'un niveau de fabrication à peu près équi-

valent, dans de minuscules librairies ou dans la rue. On estime à un millier (soit deux fois plus que de maisons officielles) le nombre d'éditeurs clandestins en Chine, sous la forme d'une « cellule » à l'intérieur d'une édition ayant pignon sur rue, sorte de « packager » ou d'une entité à part entière, qui produit des livres sous un nom d'emprunt.

Le piratage se nourrit aussi de la surcapacité en matière d'imprimerie que connaît la Chine : 90 000 imprimeurs, c'est beaucoup trop pour le marché officiel, et la « compréhension » de certains imprimeurs aide bien les pirates. De la même manière, ce sont, à part Pékin, commode pour la densité de sa structure d'édition et d'imprimerie, les régions pauvres qui sont le plus sensibles à l'appel du piratage, moyen par définition de gagner de l'argent rapidement et sans trop de risques ni d'infrastructures.

On estime à 30 % la part du marché éditorial chinois qui est occupée par les pirates, proportion dont tout le monde s'accommode. Quand les pirates dépassent les bornes, l'éditeur lésé porte plainte, et il arrive alors que les contrefacteurs soient découverts et jugés. Les principales maisons d'édition rencontrées nous ont affirmé avoir régulièrement recours à de telles actions. Le piratage, résultat de la culture et des carences chinoises, peut donc être considéré comme désormais stabilisé. Les progrès réalisés pour le contenir, depuis 1992, sont indéniablement spectaculaires, même si l'on semble avoir atteint un certain palier.

Relations avec l'étranger : une lente évolution

Rappelons qu'il n'y a que douze ans que la Chine a ratifié la Convention de Berne, douze ans donc qu'elle joue sa pleine partition dans le concert éditorial mondial. Pas étonnant dans ces conditions que l'ouverture envers l'étranger ne se fasse que progressivement. Et dans ce processus, l'édition jeunesse n'est pas vraiment à l'avant-garde : si l'édition chinoise avait besoin de textes étrangers, c'était d'abord dans les domaines scientifiques, puis pour étancher la soif de culture populaire qui a suivi l'irruption de la notion de loisirs à la fin des années 80. Mais la jeunesse est longtemps restée un pré carré que ne devaient pas trop venir polluer les influences occidentales. De fait, même à l'heure actuelle, l'édition de jeunesse chinoise reste largement dominée par les thèmes qu'elle a toujours chéris : une part très large réservée au didactique et, du côté fiction, la déclinaison des contes traditionnels chinois, de préférence publiés en plusieurs volumes.

Il existe tout de même une évolution, initiée par la fréquentation d'éditeurs américains ou d'Europe du Nord et l'achat de droits de certains de leurs ouvrages. Les premiers avaient, il est vrai, une longueur d'avance dès la fin des années 80, dans la mesure où ils avaient négocié bilatéralement le respect des droits d'auteurs. Les grands noms de l'édition new-yorkaise ont donc pu se frayer un chemin à travers le nouveau paysage éditorial chinois, en vendant les droits de séries de fiction pour adolescents et surtout adolescentes, ainsi que des livres pratiques pour la jeunesse, toujours à connotation didactique. Les seconds à le faire furent les éditeurs

scandinaves, déjà bien présents à travers les nombreuses traductions de leurs contes.

Dernière partie de cette évolution, les éditeurs pour la jeunesse chinois recherchent de nouvelles traductions, non plus seulement par pays, mais par thème : suivant la demande de leur public, ils souhaitent considérer des textes de fiction contemporaine, de vulgarisation scientifique, et ont découvert la bande dessinée franco-belge. Bien sûr, ils avancent très prudemment dans un monde qu'ils ne connaissent que très peu ; leur préférence ira aux titres qui ont déjà obtenu des prix en Occident, aux personnages reconnus par les enfants français (Babar était par exemple très en vue il y a quelques années). Fait nouveau, de véritables départements d'achats de droits se sont créés, dont les responsables parlent anglais, voire français, savent ce que c'est que de négocier un contrat, les contraintes auxquelles est confronté un éditeur en économie de marché, etc. Les éditeurs chinois de jeunesse semblent donc maintenant résolument engagés dans un processus d'internationalisation, pour l'instant limité et inégal, mais dont il faudra suivre l'évolution avec attention.