

Aux carrefours des politiques éditoriales

par Bernard Épin*

Comment se définit une politique éditoriale ? Sur quoi se fonde l'identité d'une « maison » ?

Bernard Épin a recueilli le point de vue de plusieurs éditeurs, dans des « maisons » de taille et d'ancienneté différentes.

À travers la diversité des expériences et des orientations, il décrit le rôle de l'éditeur dans la recherche et le suivi des auteurs, dans la construction et l'entretien d'un fonds, dans la représentation du lectorat.

« L' édition jeunesse, à la fois un endroit de liberté extrême et un énorme marché qui risque de détruire cette zone de liberté ». (propos de Geneviève Brisac, L'École des loisirs).

« Très facile d'éditer, la preuve, nous !.. Est-ce que faire des livres, c'est seulement les fabriquer ? C'est pas aussi les vendre, les amener au public ? »

(propos de Stéphane Quevriaux, Le Poisson soluble).

Extraits du film de Marc Jappain :

*Les Éditions jeunesse, l'apprentissage*¹

Des interpellations qui fondent en quelque sorte l'ouverture de toute approche d'une politique éditoriale. Ou plutôt des politiques éditoriales dont la diversité – patente et si précieuse – ne se réduit certes pas au seul poids économique des maisons. Mais poids économique dont les tendances lourdes et les évolutions récentes s'inscrivent en filigrane de toute réflexion sur les orientations et pratiques qui nous intéressent plus directement ici.

Un questionnaire soumis à quelques éditeurs nous a permis de faire émerger

* Bernard Épin est critique, journaliste, auteur.

contradictions, convergences, singularités qui ne sauraient couvrir tout le champ éditorial français mais sont susceptibles de malmener quelques étiquetages stéréotypés et de valoriser la part de créativité dont l'éditeur se veut partie prenante. « Je crois fortement que l'acte d'éditer est le troisième acte créatif, avec l'écriture et l'illustration, qui enfante le livre » affirme Alain Serres. Et pour « l'interviewer » chargé de recueillir ces divers témoignages², c'est la confirmation d'engagements passionnés dont l'aventure éditoriale de ces quarante dernières années a quelque peu déplacé les repères. On ne dira pas qu'a complètement disparu dans l'édition tout recours à l'effacement derrière les arguments aussi vagues que douteux du genre « ce qui plaît aux enfants », « respect de la sensibilité enfantine », « je connais bien les enfants »... qu'Isabel Finkenstaedt (Kaléidoscope) réfute sans détours :

« Des éditeurs pour la jeunesse qui ne savent pas trop ce qu'est un enfant, j'y crois complètement. Comme les auteurs que j'aime le plus peuvent être des gens qui n'ont jamais eu d'enfant, que les enfants agacent... »¹. Sans céder à un optimisme démesuré, on suit non sans bonheur l'évolution vers un discours plus ambitieux, clairvoyant, à entrées multiples. Qui ne craint pas d'afficher sa dimension culturelle. Ou plutôt qui tend à dépasser la fausse alternative nature-monde de l'enfance et culture-territoire des adultes. La proclamation de l'ambition culturelle de nombreux éditeurs – même si elle peut viser le ciblage d'un certain public – n'est pas étrangère à l'image de marque globale de l'édition française.

Christian Bruel confirme et relativise tout à la fois : « Il semblerait que tous les

trente ans, la marge des créateurs et des agents de la chaîne du livre vienne reprocher à l' "existant " d'être englué dans la morale religieuse, puis républicaine, puis freudo-marxiste... le tout sur fond de refus grandissant du didactisme. La marge (qui peut aussi se trouver un temps chez les gros éditeurs) des créateurs, en phase avec ce qui résiste dans le champ de l'appareil critique et avec des professionnels de la médiation culturelle, des enseignants, des parents exigeants et des libraires attentifs (et indépendants) modifie incontestablement la production. Soit directement, soit en défrichant, en ouvrant des chemins, en rendant légitime tel ou tel rapport culturel aux lecteurs. J'ai depuis quelques années le sentiment que cette marge s'est consolidée sur le terrain de la forme, de l'esthétique. Mais que la question du sens, de l'ethos, est moins ressentie comme urgente ».

La marque des individualités

Car l'édition est riche d'individualités dont l'histoire marque de son empreinte, par des chemins singuliers, le puzzle par lequel se construit l'image d'une maison. Christine Baker, qui partage l'aventure de Gallimard Jeunesse depuis ses débuts, reste fortement imprégnée de l'apport de Pierre Marchand et de l'esprit de responsabilité qu'il sut créer dans les rapports internes de l'équipe. En même temps, elle souligne « l'obsession » du regard artistique qu'a développée chez elle son expérience antérieure de libraire. Une passion qui s'est épanouie dans une éthique commune à la direction collégiale de la maison et qui fait qu'une bonne part de l'équipe partage quelque trente années d'histoire commune.

Pour l'ancien instituteur Alain Serres, « on n'en finit pas de tricoter et détricoter son enfance, son adolescence, quand on fabrique des livres pour les enfants... la façon dont on connote les mots, dont on veut que finissent les histoires... Je repense souvent aux enfants du Val fourré à Mantes-la-Jolie (78) qui furent mes premiers élèves et je me demande comment nos livres ne vont ni les exclure, ni démagogiquement les enfermer dans les limites étroites de leur vie actuelle ». Tandis que Christian Bruel revisite les voies non balisées d'une formation :

« Je ne sais si mes études à l'université en psychologie et en linguistique furent pour quelque chose dans mon inclination à publier des albums. Peut-être y ai-je conforté quelques intuitions : comme par exemple que l'Enfance n'existe pas mais qu'il y a des enfants et des milieux sociaux (puis des institutions) qui préfigurent, accueillent, étaient inégalement les enfants quant à l'énergie culturelle, à leurs chances de pouvoir peser sur leurs destins ».

Recherche, innovations... et les autres

Construction de personnalités donc, plus que formation spécifique au travail d'éditeur, dont l'apprentissage se bâtit le plus souvent à coups de rencontres, d'échanges dans les équipes, de regard critique sur l'existant. Avec intégration progressive de jeunes personnes diplômées des formations aux métiers de l'édition. Et, du même coup, positionnement plus ou moins explicite par rapport aux avancées, aux succès des concurrents. La circulation répétitive de thèmes, de styles graphiques, de structures de collections montre qu'il ne s'agit pas

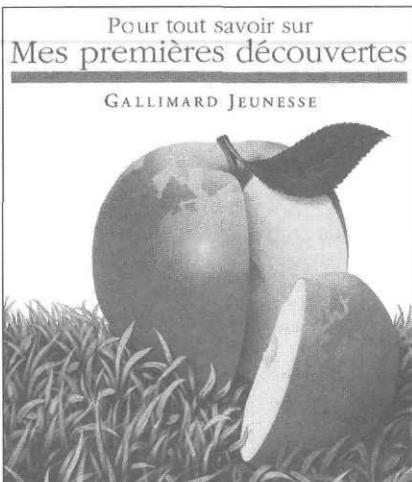
d'une question annexe. La trilogie Benjamin-Cadet-Junior a connu bien des duplications ; les Chairs de poule bis ont endormi le frisson créatif. Mais on ne se hasarde pas trop sur ce terrain de l'alignement et du copiage...

Chez Gallimard Jeunesse, on veut se garder de l'arrogance à l'égard des voisins que pourrait susciter une position reconnue de leader en de nombreux domaines. « Nous suivons et applaudissons les réussites des autres maisons. Nous achetons beaucoup de livres pour étayer notre réflexion ».

À Rue du monde, on se plaît à constater le succès des livres qui ne recoupent pas ce qui se fait ailleurs. Et ici et là, on s'efforce à contrario d'évaluer ce en quoi son identité éditoriale a pu, dans la durée, influencer sur les évolutions de la production et sur le renouvellement de la réflexion.

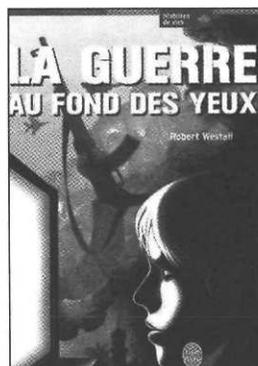
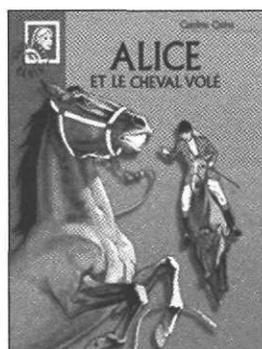
En témoigne le positionnement de Christian Bruel quant aux tranches d'âge : « Je pense que les bons albums s'adressent à un lecteur comme sujet et non comme représentant de sa classe d'âge. Et de même qu'il n'existe pas de livre qui vaudrait pour tous les adultes, je trouve sain que soient publiés des points de vue accessibles aux plus jeunes sans que de tels livres ciblent un lectorat. Le tissu social doit s'emparer des albums et faire en sorte qu'ils rencontrent des publics ».

En regard, ce témoignage de Charlotte Ruffault nourri de son itinéraire sur l'échiquier de l'édition et qui remarque d'emblée : « On ne définit pas une politique exactement identique selon que l'on agit depuis Syros, Bayard ou Hachette. Les maisons restent, les personnes changent, les politiques bouleversent rarement fondamentalement



Logo de la collection Mes
premières découvertes
chez Gallimard Jeunesse

Caroline Quine et Robert Westall
au catalogue
d'Hachette Jeunesse



l'esprit de la marque... Hachette où je me trouve actuellement couvre une multitude de directions éditoriales et pourtant des collections comme la Bibliothèque Rose ou Verte ou le Livre de poche Jeunesse sont toujours là ».

Alors, quid du rôle de la personnalité en charge de la politique éditoriale ? Le témoignage de Charlotte Ruffault (sommairement résumé) est éclairant. « La ligne Hachette, c'est l'obligation de la grande diffusion (contrat moral laissé par Louis Hachette... lui disait " littérature populaire ", d'autres ont dit " grand public "). Plaire au plus grand nombre, c'est une véritable culture d'entreprise... Parallèlement, chaque unité ou département est parfaitement autonome, voire concurrent. Exemple : Hachette Jeunesse romans fonctionne comme une petite maison d'édition adossée à un grand service commun... Le directeur est responsable de ses résultats financiers. Il bénéficie d'une autonomie éditoriale absolue. Cela veut dire que l'argent ne manque jamais pour obtenir des résultats. Mais il manque en permanence pour obtenir du confort. Ma marge de manœuvre se situe dans l'appréciation du potentiel de chaque projet, sachant que je peux à loisir équilibrer entre projets à risques, projets à fort potentiel (en général sans risques) et projets spécialisés (public ciblé)... Là s'exprime mon expérience, ma sensibilité... »

Entre ciblage et cohérence

Face à ce ciblage tous azimuts qui n'en est plus vraiment un, se superposent des stratégies où la recherche, l'innovation empruntent des itinéraires bien différenciés. Avec, pour tout responsable éditorial, une prise en compte du résultat

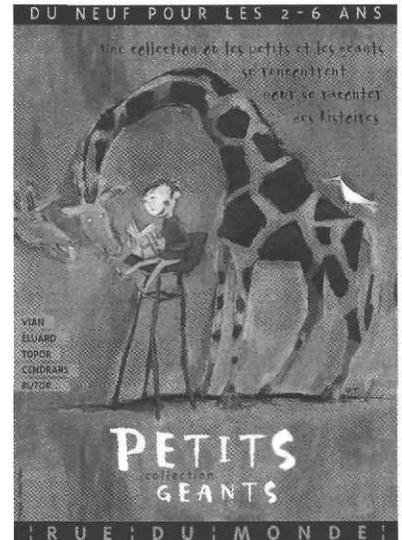
commercial qui ne biaise pas avec les réalités économiques. Mais qui se place volontiers sous l'objectif plus noble formulé par Pierre Marchand¹ pour qui l'éditeur a « le devoir » de permettre aux auteurs, aux œuvres auxquels il croit de rencontrer le plus large public. Selon Christine Baker, la production Gallimard joue beaucoup sur « l'éclectisme avec une grande ouverture à tous les âges, dans le cadre d'une ligne directrice basée sur la qualité esthétique. La prise de risque jalonne chaque étape de la maison : la création de " Folio Junior " en était une à l'époque, tout comme " Page blanche " ... Et la prise de risque peut être d'ordre technique : ce fut le cas pour " Premières découvertes ". Un problème d'équilibre : pas la prise de risque pour elle-même, l'innovation pour l'innovation. Pas de public ciblé, mais une sensibilité particulière à la prescription scolaire grâce aux avancées de l'école sur la conception de la lecture. Prendre en compte la réalité des programmes sans pour autant s'enfermer dans des productions utilitaires. Notre slogan " De la lecture à la littérature " recouvre notre obsession d'atteindre le lectorat le plus large, par exemple en renforçant notre présence dans les grandes surfaces ».

Chez Milan qui revendique sa philosophie originelle d'éditeur laïque voulant aider l'enfant à grandir en développant connaissance, réflexion et esprit critique, on aime valoriser le travail d'équipe. « Nous avons beaucoup de réunions en interne pour réfléchir ensemble, travailler des idées nouvelles, interroger le monde qui nous entoure ainsi que les évolutions de l'édition jeunesse. Nous restons très attachés à notre image de marque faite d'une très grande vigilance

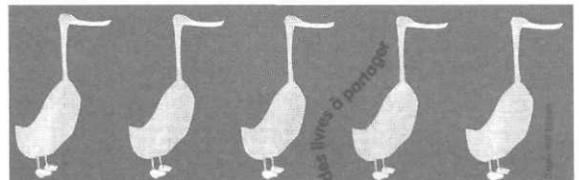


*Nous allons
nous moquer du monde
là où il le mérite,
le montrer du doigt
là où il irrite
et parler
tendresse
là où
il nous
émeut.*

Matériel publicitaire
des éditions
Rue du Monde

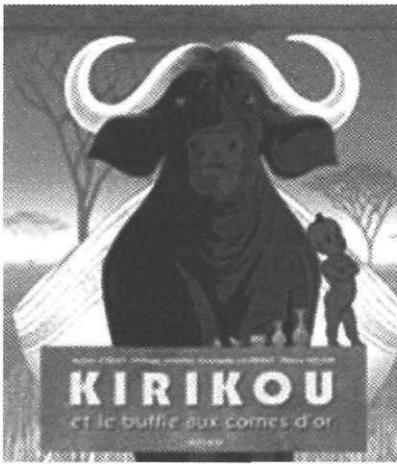


« Des livres à partager » aux éditions Être



Marque-page réalisé à partir de *La Grande question* de Wolf Erlbruch



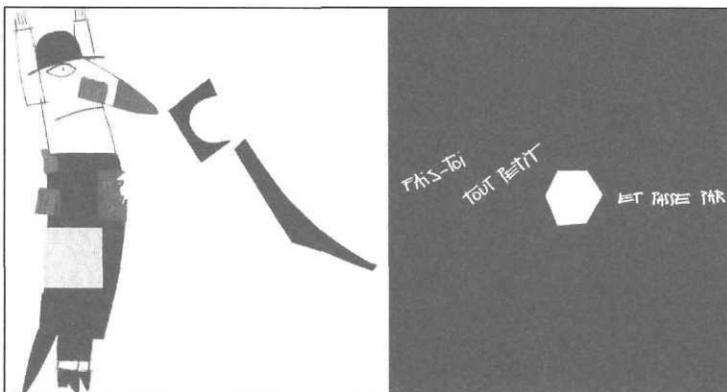


Du film d'animation au
livre : le troisième
Kirikou chez Milan

Un des titres de la collection
Milan Poche Benjamin
série Quel mystère !



Un livre pour toi, de Kvetta Pacovska édité au Seuil Jeunesse
en partenariat avec le Conseil général du Val-de-Marne,
à paraître en novembre 2004



dans l'information documentaire et d'une priorité donnée aux contenus. Par exemple, pour les livres de nature ou pour une prochaine collection d'albums ethnologiques à laquelle nous croyons beaucoup. Nous fonctionnons sur le principe de collections, tant en albums documentaires qu'en romans. Pour ces derniers, aux collections par tranches d'âge devenues pléthoriques se substituent des collections thématiques plus diversifiées. Si la presse pour les jeunes qui est à l'origine de la maison a beaucoup abondé le fonds documentaire dans les débuts, le département livres est devenu plus autonome et créatif. D'autre part, la recherche de domaines inexplorés a débouché sur la production d'albums tirés des films d'animation en plein essor et nous suivons de très près ce qui se passe par exemple au Festival du film d'animation d'Annecy ».

Alain Serres souligne volontiers la cohérence qu'implique la création de livres « incluant toutes les activités d'une maison d'édition : conception des collections, originalité des pratiques commerciales, formes données à l'écoute et à la communication. Je crois beaucoup à l'adéquation qui existe entre la manière de porter notre travail en librairie par l'intermédiaire de notre distributeur Harmonia Mundi et nos livres eux-mêmes... D'autre part, l'existence de collections rapidement identifiables, par exemple en poésie, un des axes majeurs de la maison, ou les grands documentaires ouverts à la citoyenneté, ou la plus récente collection de romans constituée, au-delà d'un atout commercial, un tremplin pour la création : à preuve la multitude de jeunes illustrateurs qui souhaitent travailler pour les « Petits géants ».

Pas de collections au Seuil Jeunesse, du moins pour les albums. Brigitte Morel a l'enthousiasme communicatif pour définir les objectifs d'une politique éditoriale qui n'a en fait qu'une orientation : « rechercher des projets innovants, originaux, voire un peu fous, à partir de coups de cœur toujours renouvelés. Le plaisir de l'éditeur c'est de varier à l'infini les formats, les reliures, les styles, d'aboutir à l'objet le plus perfectionné en allant le plus loin possible avec les créateurs, et de constater que ça marche, y compris pour la rentabilité globale de la maison. On fait des livres d'artistes (Paul Cox, Kveta Pacovska, Munari...) pas toujours faciles à vendre immédiatement. Mais grâce à des partenariats du type de ce que réalise le Conseil général du Val-de-Marne (cette année avec Kveta Pacovska) et à des ouvertures sur l'étranger, on peut oser plus fort ! »

Intervention des collectivités locales (Conseils généraux du Val-de-Marne et de Seine-Saint-Denis, municipalités comme Grenoble ou Nanterre), de Centres régionaux des lettres comme en région Aquitaine, de Salons du livre : autant de points de résistance au poids grandissant des lois du marché qui fragilisent les petites structures éditoriales... Christian Bruel en souligne fortement l'importance, tout comme il revient sur le travail mené au sein de l'Éducation nationale par des personnalités comme Henriette Zoughebi pour la prise en compte et la présence matérielle de la littérature de jeunesse à l'école et qui connaît les avatars que l'on sait. Pour leur part, Gallimard Jeunesse et Rue du monde s'engagent dans de nouvelles formes d'actions de solidarité avec le Secours populaire qui ne biaisent pas avec l'exigence culturelle. Liées aux

politiques d'achat souvent décisives des bibliothèques, les interventions de ce type qui incluent la dimension économique appellent sans doute des prolongements salutaires durables qui ne sauraient naître spontanément, sans une réflexion où le politique tient sa place.

Travailler, c'est le fonds qui manque le moins

Reste le travail lié directement à la création. Tous les éditeurs s'accordent pour constater la quasi-inexistence de projets aboutis issus des envois proliférants de manuscrits et de dossiers dont ils sont l'objet (des centaines, voire des milliers par an, avec le poids considérable des modes ambiantes mal imitées). Une part de travail souvent ignorée et inévitable source d'incompréhensions graves, de rancœurs, l'équipe éditoriale ne pouvant consacrer le temps et l'énergie nécessaire à des lectures assorties de réponses motivées. Beaucoup d'exemples cités laissent pantois quant au niveau d'inachèvement ou d'insuffisance de tant d'envois.

Puis vient le travail de choix, d'élaboration. Voire de commande... le mot a mauvaise réputation dès qu'il ne s'agit plus des documentaires ou de l'illustration. « Pas de commande, place à la création ! » dit l'un. « Liée à la manière d'être avec les auteurs, aux rencontres » dit l'autre. Charlotte Ruffault raconte l'aventure exemplaire d'une demande d'un roman de « grande diffusion » à un auteur déjà rencontré ailleurs et dont ce n'était pas le créneau : six mois de travail, un gros manuscrit pour une épopée qui fera « un excellent roman populaire » qu'on s'arrache déjà à l'étranger. Et puis, l'histoire littéraire ne fourmille-t-elle pas de grands livres ayant fait l'objet d'une commande plus ou moins explicite ? La

mythologie de la création détachée de toute basse contingence à la vie dure... Plus directement affiché, ce qui relève de la traduction. En baisse chez Milan : l'achat de droits à l'étranger représentait quelque 60% de la production au départ, elle n'est plus que de 25%. Gallimard aligne plus de 50% d'ouvrages traduits, chiffre peu surprenant eu égard à la politique de coédition de plusieurs collections documentaires, particulièrement avec l'édition anglo-saxonne. Au Seuil on aborde le problème des traductions avec toujours le même souci d'ouverture sur la diversité, sur les créations du monde entier, sur les autres cultures (pays nordiques, Afrique, Amérique latine...) Ce qui suppose un important réseau de traducteurs qualifiés, ne se contentant pas du grammaticalement correct qui a si souvent marqué l'édition jeunesse (mais ne voit-on pas s'appliquer la même critique à l'*Ulysse* de Joyce à l'occasion de sa nouvelle traduction ?). Question qui renvoie à la mise en cause de traductions périmées d'auteurs devenus de vrais classiques³. La prise en compte du problème chez Hachette s'assortit, il est vrai, d'autres interpellations venues du monde enseignant réclamant une langue accessible à tous aujourd'hui... Coup de fouet salutaire ou panique à bord ?

Éditeur pro-créateur

Ensuite, quelle pratique avec les auteurs, les illustrateurs ? « À Rue du monde, on retravaille intensément les projets, tant les textes que les images. L'échange riche qui se noue à ce moment-là met à plat des contradictions, des faiblesses, des pistes nouvelles. Parfois, j'ai l'étrange impression que l'on sculpte ensemble une masse d'eau sans forme... » Même affichage de l'intervention de l'éditeur

chez Être : « Pour les albums importés, je ne me prive pas (avec l'accord des auteurs et des éditeurs) de modifier maquettes, mises en pages... Quant aux créations, je considère que l'éditeur d'albums a quelque chose à voir avec le metteur en scène de cinéma ». Au Seuil, Brigitte Morel revendique avant tout une « politique d'auteurs avec lesquels on grandit, à leur rythme, en toute liberté. Mais certains demandent beaucoup d'aide. Parfois l'un d'eux aura une idée, une envie, et ensemble on travaillera à l'accouchement du projet. Le terme d'« accompagnement » est sans doute le plus approprié à cette forme de travail basée sur l'échange, la confiance, mais aussi l'exigence, histoire de pousser les créateurs à aller le plus loin possible. Un travail ouvert, sans ligne esthétique pré-établie, où les audaces graphiques se veulent pourvoyeuses de sens. En quelques années, un fonds impressionnant dont peu de titres disparaissent du catalogue, impressionnant lui aussi ! Nous voulons faire des livres neufs, étonnants, surtout pas tièdes, qui montrent ce qu'on ne voit pas dans le quotidien. Certains s'imposent lentement, et je ne suis pas choquée qu'on puisse en détester... je m'engage totalement dans mes coups de cœur ! »

Chez Gallimard, la volonté d'assurer la pérennité d'un fonds considérable passe par un travail permanent de relookage, de redéfinition des collections, pour faire face aux problèmes financiers posés par le maintien de plus en plus de titres au catalogue. Une pratique dont on assure qu'elle permet de fidéliser de nombreux créateurs en assurant une durée à leurs livres, même s'il n'existe pas à proprement parler une « écurie ».

Car les illustrateurs circulent beaucoup dans l'édition française, les auteurs aussi, ce qui rend parfois moins identifiable l'image de marque d'une maison. Mais ce qui oblige à rechercher davantage de singularité, parfois en demandant à certains de travailler autrement, de surprendre dans le cas d'un projet précis. Ce fut le cas avec Georges Lemoine récemment.

« La chance d'une petite maison comme la nôtre, c'est le fonds, dit Alain Serres. Environ 60% de notre catalogue se vend très régulièrement parce qu'il est constitué de livres que le public considère comme nécessaires, voire incontournables... Si la poésie y tient une place de choix, c'est qu'elle recoupe quelque part la totalité de notre raison d'être. Dire à l'enfant que le monde est beau et laid à la fois, contradictoire et complexe. Qu'il peut nous faire rêver, éclater de rire, nous mettre terriblement en colère devant l'injustice, la guerre, et en même temps dialoguer avec l'intime de chacun, me semble simplement relever d'une approche dynamique de l'enfance. Cela va des grands aînés reconnus comme Pef, Daeninckx, Zaï aux petits nouveaux dont nous avons publié le premier texte : Anne Kerloc'h ou Karim Ressouni-Demigneux ».

Donc ?

Porteuse d'une expérience éditoriale, fécondée par la personnalité d'Olivier Douzou, qui a marqué les années 90, Danielle Dastugue, directrice du Rouergue a cette formulation heureuse et lucide : « Un bon éditeur est une personne qui fait des choix, qui les assume, qui les défend, qui se trompe... »¹ À cette part d'inconfort revendiquée fait

écho l'aphorisme malin de Christian Bruel : « Nul ne peut prétendre menuiser avec une scie en chocolat »... Histoire de mettre le feu à la langue de bois...

1. « Les éditions jeunesse, l'apprentissage », film de Marc Jappain réalisé en 2001 pour Son et lumière et La Cinq.

2. Christine Baker (Gallimard Jeunesse), Christian Bruel (Être), Bernard Garaude (Milan), Brigitte Morel (Seuil Jeunesse), Charlotte Ruffault (Hachette Jeunesse Romans), Alain Serres (Rue du monde).

Qu'ils soient remerciés pour leur accueil et leur amicale disponibilité.

3. Voir à ce sujet la communication de François Mathieu (Association des traducteurs littéraires de France) au colloque du CRILJ de Charleville-Mézières en mai 2004.

Logo des éditions
du Rouergue

