

# Gérard Lo Monaco

## ou le goût de l'invention

Avec l'équipe de son studio de design et quelques autres complices, ingénieurs-papiers, éditeurs et imprimeurs, Gérard Lo Monaco est aujourd'hui l'un des artisans les plus créatifs de livres pop-up en France. Nous sommes allés le rencontrer.

**G**érard Lo Monaco a d'abord été directeur artistique pour différents éditeurs avant de lancer, en 2002, son propre studio de design graphique : les Associés réunis. Emma Giuliani le rejoint très vite et apporte son expérience de la fabrication. Aujourd'hui, le studio compte quatre graphistes à temps plein qui produisent des travaux de mise en pages, des couvertures de livres pour la jeunesse et adultes, beaux livres, principalement dans le domaine de l'édition. L'expérience les a conduits à créer des disques accompagnés de pochettes « objets », ainsi que quelques travaux pour des marques de luxe, avec une forte spécialisation dans le pop-up.

C'est chez Albin Michel que Gérard Lo Monaco s'essaie au pop-up grâce à un personnage phare du catalogue, le lapin Didou de Yves Got. Il est alors l'un des premiers dans l'édition française à tenter l'aventure de la création, à une époque où la presque totalité des pop-ups sont produits par les Anglo-Saxons. Il explique ainsi sa fascination pour le genre : « je viens du monde du théâtre en tant que décorateur et constructeur. Je peux dire, même si j'ai découvert le lien après-coup, que mon intérêt pour le pop-up vient de là. Quand je conçois un pop-up, je continue à faire en miniature ce que je faisais en très grand sur les scènes de l'Opéra de Paris ou du Théâtre national de Chaillot. Le pop-up est un théâtre en réduction. »



Pour passer d'une illustration existante à sa mise en volume, il faut nécessairement repenser l'image. Et ainsi, de systèmes en ruses, Gérard Lo Monaco ajoutera ici une pièce pour cacher la reliure, là un personnage pour donner de la profondeur, sans jamais tomber dans le gadget. Car tout doit avoir un sens. *Le Petit Prince* est certainement un cas exemplaire de sa démarche : « Gallimard jeunesse m'a demandé un pop-up sur *Le Petit Prince*. Je ne voyais pas ce que je pourrais faire avec les illustrations de Saint-Expéry. J'ai mis un an à me décider mais j'ai fini par leur proposer un livre carrousel où chaque page contractait plusieurs scènes. Par la suite, Gallimard souhaitait que j'aille plus loin avec *Le Petit Prince*, mais je ne voulais pas proposer un nouveau produit dérivé – il y en a tellement sur *Le Petit Prince* ! Ce qui m'intéressait, c'était de travailler sur le texte intégral, dans la forme du livre original. Cela m'a pris trois ans, en impliquant toute l'équipe : Emma Giuliani a travaillé sur les idées d'animations, Bernard Duisit, notre ingénieur papier qui a beaucoup de talent, a mis au point les mouvements et exécuté les tracés, enfin les

Associés réunis ont assuré la fabrication et la mise au point technique. Antoine de Saint-Expéry n'avait pas conçu ses dessins pour qu'ils soient animés... J'ai dû trouver des astuces pour que les pop-ups apportent quelque chose au texte. Le premier tirage, prévu pour septembre 2009, tourne autour de 165 000 exemplaires. Nous suivons, pour le compte de Gallimard, les fichiers fournis par les coéditeurs, au nombre de 15. Pour faire aboutir un tel projet, l'équipe de Gallimard s'est beaucoup investie et a suivi toutes les phases de l'avancement du livre. *Le Petit Prince* est, à ma connaissance, une première dans l'histoire du pop-up : nous avons fait le pari d'une pagination de 72 pages, alors que la plupart des pop-ups ont un maximum de six à huit doubles pages. Habituellement, on dissimule, dans les pages reliées entre elles, les collages des éléments en papier, ce qui épaissit le livre et consomme de la matière. Pour arriver à l'idée d'une reliure en cahiers cousus, j'ai repensé avec amusement à mon expérience de décorateur au début du Grand Magic Circus<sup>1</sup>, quand on n'avait pas un rond. Tout se faisait « à vue » : les machinistes montaient sur



*Le Petit Prince*,  
de Saint-Exupéry,  
à paraître  
chez Gallimard Jeunesse

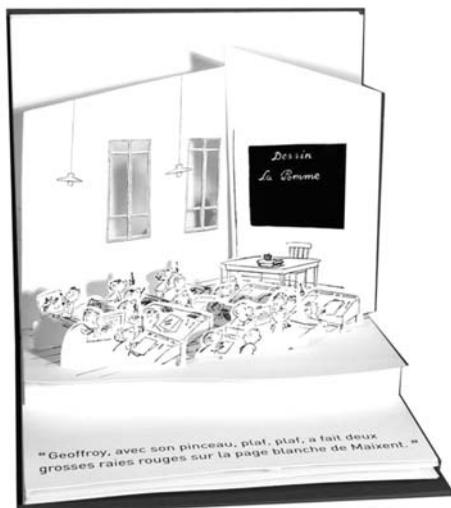
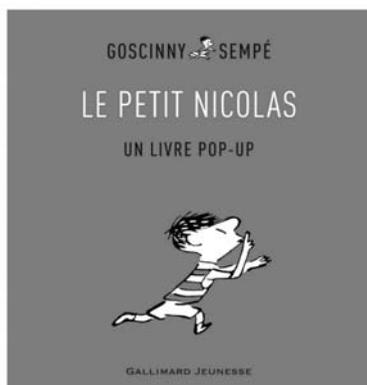
scène et changeaient les éléments du décor devant les spectateurs. On voyait, sur les constructions sommaires en contreplaqué, les étais de bois qui tenaient les décors debout, les raccords, et tout cela donnait une esthétique pauvre au charme certain. Je me suis inspiré de cela pour *Le Petit Prince* : les mécanismes, les pattes collées ou les tirettes sont visibles. »

Si la virtuosité formelle et esthétique de ces dernières années n'est plus à démontrer, il n'y a pourtant pas eu d'évolution technique fondamentale, remarque Gérard Lo Monaco. La recherche des mouvements, la mise en volume continuent à se faire en expérimentant, en bricolant, avec une simple paire de ciseaux, un cutter, de la colle et du ruban adhésif. Les logiciels ne servent qu'à mettre au propre les plans et les tracés. On utilise toujours la découpe traditionnelle à l'emporte-pièce. La découpe au laser, beaucoup trop chère, est réservée aux travaux de luxe. En revanche, le choix de l'imprimeur et du façonnier est fondamental. Dès qu'un livre nécessite un assemblage manuel (des centaines de points de colle sont par-

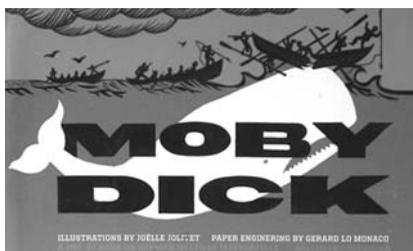
fois nécessaires à la fabrication d'un seul pop-up), il faut s'adresser aux imprimeurs asiatiques qui disposent des compétences et d'une organisation capable de produire ces livres à des coûts réalistes, pour que les éditeurs fassent leur marge financière.

Par ailleurs, le métier de concepteur a beaucoup évolué. Gérard Lo Monaco travaille, pour certains projets, en binôme avec un ingénieur-papier qui apporte un autre regard sur ses créations. « On a tous des visions particulières du pop-up. Moi, je ne me considère pas comme un ingénieur-papier. Aller dans le sens de la virtuosité m'amuse mais n'est pas forcément une fin en soi. C'est une forme, un outil au service de projets littéraires. Je dessine mes plans sans utiliser les logiciels de dessin. Parfois, un relais est pris par l'équipe pour préciser les tracés qui seront envoyés à l'imprimeur. Je reste un manuel ! » Les recherches et les tâtonnements sont longs pour créer un pop-up : « arriver à se surpasser, c'est forcément un moteur... »

Gérard Lo Monaco constate que les commandes des éditeurs sont inexistantes en matière de pop-ups. Les propositions viennent des créateurs eux-mêmes, un



*Le Petit Nicolas*, ill. Sempé, Gallimard Jeunesse



*Moby Dick*,  
ill. J. Jolivet,  
à paraître  
chez Gallimard  
Jeunesse



peu comme pour le livre d'artiste, à la différence près qu'un pop-up n'ignore pas les règles commerciales : une coédition est systématiquement nécessaire pour publier un pop-up. Parfois l'initiative personnelle rejoint le désir de l'éditeur. Ce fut le cas du *Petit Nicolas* que Gérard Lo Monaco a présenté, par hasard, à Gallimard l'année même du cinquante-naire... Produit en un temps record et en plusieurs langues, *Le Petit Nicolas, un livre pop-up*, a été tiré à 30 000 exemplaires. Mais derrière ce chiffre important, Gérard Lo Monaco porte un regard très attentif sur le marché qu'il trouve fortement saturé : « Le pop-up a toujours eu du succès : Lothar Meggendorfer<sup>2</sup> tirait ses pop-ups à des milliers d'exemplaires. Après une longue traversée du désert, le pop-up fait un grand retour ces dernières années grâce au travail de Robert Sabuda. En ce moment, il y a beaucoup de pop-ups, presque trop, et la plupart sont purement contemplatifs : ils fonctionnent sur l'effet de volume, le spectaculaire, et ignorent complètement le récit, car leur but est autre. Pour ma part, je recherche un équilibre entre le texte, l'aspect littéraire et le sujet qui a déclenché l'envie de s'y attacher. »

Les lecteurs auront l'occasion prochaine de le vérifier magistralement. Deux grands textes littéraires, jouant sur les apparitions ou les disparitions, se prêtent merveilleusement à une mise en pop-up : *L'Homme qui plantait des arbres* de Jean Giono et *Moby Dick* de Herman Melville. Gérard Lo Monaco et Joëlle Jolivet, pour les linogravures, y travaillent déjà...

### Propos recueillis par Anne-Laure Cognet

1. Compagnie de Jérôme Savary, créée en 1968.
2. Créateur de livres à systèmes et illustrateur allemand (1847-1925).