



Mesdames et messieurs, Georges a 10 ans !

Le premier numéro du magazine *Georges* paraissait à l'hiver 2011. Nous avons interviewé ses heureuses créatrices, Anne-Bénédicte Schwebel et Anne Bensoussan, sur l'ensemble des productions des éditions Maison Georges. Retour sur un projet éditorial unique et passionnant



↑
Georges, n° Anniversaire, fév.-mars 2021 (n° 50).



↑
La maison Georges, à Lyon.

Pouvez-vous nous décrire cette « Maison Georges » où vous travaillez ?

Anne-Bénédicte Schwebel : Nous nous sommes installées en 2011 dans des locaux d'une ancienne imprimerie créée en 1901 dans le 3^e arrondissement de Lyon. Nous avons gardé quelques éléments de mobilier d'origine.

Anne Bensoussan : C'est un lieu de travail convivial, avec une salle de repos, une cuisine, un espace dédié aux graphistes... il y a également une cave qui fait toute la superficie de la maison, où nous stockons nos réserves de livres et magazines. C'est une vraie facilité logistique, notamment pour les salons.

Qui l'habite, cette maison ?

A-B.S. : Maison Georges compte six salariés : en plus d'Anne et moi-même, il y a deux graphistes, chargées chacune de piloter les magazines *Georges* et *Graou*. Une cinquième personne s'occupe de la gestion administrative et des relations avec les abonnés, une autre travaille sur le développement digital et la présence sur les réseaux sociaux. Nous avons ensuite un atelier partagé par quatre illustrateurs indépendants. Sans compter tous les illustrateurs lyonnais de passage avec lesquels nous collaborons régulièrement.

Comment est-ce que vous définiriez vos rôles respectifs ?

A-B.S. : Je suis la créatrice de la maison d'édition. À l'époque, je venais déjà de la presse : j'avais travaillé à Paris pour le groupe Bayard ainsi que chez Hachette. En arrivant à Lyon en 2000, j'ai créé une maison d'édition nommée Grain de Sel avec un magazine du même nom. Elle s'est transformée en Maison Georges en 2016. J'occupe les rôles de pilote stratégique et de directrice artistique générale.

A.B. : Moi, je me place aux côtés du capitaine. Je viens du spectacle vivant et de l'assistanat de direction. À Maison Georges, j'ai un travail d'éditrice, ce qui inclut les relations avec les libraires, les bibliothécaires, la médiation... Nous sommes une petite maison, et donc très polyvalentes.

DE GRAIN DE SEL
À GEORGES

Comment est né le projet Grain de sel ?

A-B.S. : J'avais envie de créer un magazine gratuit de qualité à destination des familles lyonnaises pour les guider dans leurs loisirs culturels. Cela nous a permis de rencontrer et de nouer des liens forts avec des artistes et des illustrateurs.

En 2010 vous décidez de créer un magazine complètement atypique, *Georges*. Pourquoi ce nom ?

A-B.S. : C'est la directrice artistique du magazine, Stéphanie Lasne, qui a eu l'idée du prénom Georges. Nous avions d'emblée l'envie de proposer quelque chose d'original, qui se démarquerait de la presse jeunesse traditionnelle. Nous voulions un nom qui permettait de créer un personnage, même si par la suite nous avons choisi de ne pas le personnifier et de jouer avec le mystère.

A.B. : Nous voulions un nom commençant par G, en clin d'œil à *Grain de sel*. De jour en jour, après la proposition de Stéphanie, nous nous sommes mises à parler de Georges, à l'évoquer, et soudain il a existé, sans même avoir besoin d'être représenté. D'ailleurs les lecteurs s'en font leur propre image ! Lorsqu'ils nous envoient des dessins, Georges est un homme, une femme, un chien... Par fibre militante j'aurais préféré un nom plus mixte. Mais Georges a ce côté vintage, décalé, qui nous a plu.

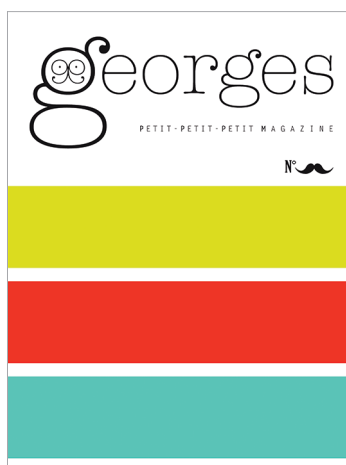
MOUSTACHES ET MACHINES À LAVER

Chaque numéro de *Georges* tourne autour d'une thématique.

Comment vous est venue l'idée d'un numéro initial autour de la... moustache ?

A.B. : Là aussi, nous sommes parties d'une proposition de Stéphanie Lasne, qui d'emblée a eu l'idée de proposer des pictogrammes, plutôt que le sujet écrit en toutes lettres sur la couverture. Il n'y avait pas non plus de numérotation.

A-B.S. : J'ai laissé Stéphanie pousser le curseur graphique assez loin. Ces premiers numéros sont très expérimentaux. Il y a un parti pris assez radical, avec ces bandes de trois couleurs uniques, que l'on retrouvait à l'intérieur sous forme de doubles pages pour séparer les trois parties. Au fil du temps, nous avons essayé de supprimer ce qui pouvait être préjudiciable au magazine, sans perdre son ADN.



↑
Georges, n° Moustache (déc.-janvier 2011, n° 1).

Les textes sont également très écrits. L'adresse aux lecteurs se fait systématiquement par un « Mesdames et messieurs » qui rappelle l'univers du spectacle.

A.B. : Nous avions en tête les codes de lecture de l'affiche, et bien sûr de la publicité.

Comment en venez-vous ensuite à proposer un numéro « machine à laver » ?

A.B. : L'idée est venue des trois bandes graphiques, sur la couverture. Après quelques numéros où ces bandes étaient colorées, nous avons cherché quelque chose de plus figuratif. Stéphanie y a vu des fils à étendre le linge. Le numéro a suivi naturellement !

A-B.S. : Dès le départ, l'idée a toujours été de s'amuser et de ne pas se mettre trop de limites. De surprendre. C'est ce qui a contribué à notre notoriété.

NOUVELLES FORMULES

Vous proposez une nouvelle formule après seulement un an et demi d'existence. Pourquoi changer de format et de papier si vite ?

A-B.S. : Dès le premier numéro, notre diffuseur de l'époque, Harmonia Mundi, nous faisait part de retours mitigés. Ils nous reprochaient le format, le manque



↑
Georges, n° Machine à laver (août-sept. 2012, n° 8).

de visibilité du magazine, et surtout son refus d'être plus bavard sur ce qu'il était.

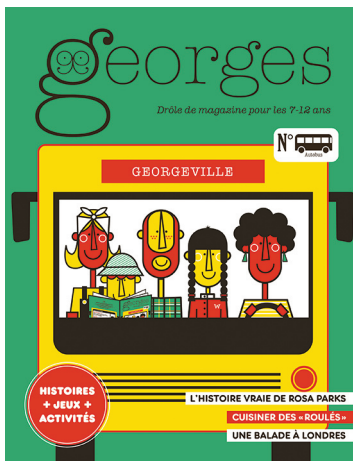
A.B. : Nous étions également frustrées du peu de place que nous pouvions accorder aux illustrations que nous recevions. Le format broché empêchait d'augmenter le nombre de pages. Nous avons donc choisi de changer pour un format plus solide, plus grand, une reliure cousue et collée...

A-B.S. : Cette évolution a mené au format actuel, qui permet de mieux comprendre que c'est un magazine.

Une deuxième nouvelle formule intervient en 2019.

A.B. : Nous avons invité des lecteurs et leurs parents afin de mieux comprendre la vie du magazine. Nous avions besoin de retours d'expérience. Cela a confirmé l'affect porté au magazine, à l'esprit de collection.

A-B.S. : Cela a également validé une certitude : il fallait améliorer la partie fiction. Au début, la place de l'histoire était un prétexte pour donner la parole à des illustrateurs. Depuis cette deuxième refonte, nous travaillons plus intensément avec des auteurs. C'est Anne qui pilote aujourd'hui cet aspect fiction.



↑ Georges, n° Autobus (août-sept. 2019, n° 41).

Quel est le tirage de Georges, aujourd'hui ?

A.-B.S. : Entre 5 000 et 6 000 exemplaires. La première formule était tirée à 1500 exemplaires.

UN MAGAZINE EN LIBRAIRIE

En créant Georges, vous espériez figurer en librairie plutôt qu'en kiosque. Pourquoi ?

A.B. : Économiquement, le kiosque coûte trop cher pour nous. Nous ne pouvions pas aller voir Prestalis avec 10 000 exemplaires de Georges. Nous nous sommes donc tournés naturellement vers les librairies.

A.-B.S. : Nous avons tenté de négocier avec les Relay, il y a deux ans, en demandant à être mis à côté de la revue *Topo*. On nous a répondu que ce n'était pas possible, car nous étions catalogués « jeunesse ». Nous aurions obligatoirement été noyés dans le rayon rempli de blisters avec des « plus produits », alors que Georges est un magazine qui a besoin d'être accompagné.

A.B. : Sans compter que le placement dans les kiosques se paye. Un magazine n'est pas disposé par hasard. Et nous ne pouvions pas nous permettre que les invendus partent au pilon.



↑ Georges, sommaire du n° Japon (oct.-nov. 2018, n° 36).

GRAOU !

En 2017 vous créez Graou, adressé aux 3-7 ans, et jouez ainsi le jeu du chaînage.

A.B. : Nous recevions beaucoup de demandes de familles abonnées à Georges qui nous parlaient de la jalousie du petit frère ou de la petite sœur. En créant Graou, nous avons néanmoins veillé à ne pas proposer un « petit Georges ». Ce n'est pas un produit dérivé.

A.-B.S. : Nous voulions créer quelque chose à part entière, de manière complètement libre. L'illustratrice Gwé a proposé le personnage de Graou. Contrairement à Georges, pour le coup, nous voulions incarner ce personnage. Ensuite, il y a eu la rencontre avec Aurélie Cousquer, qui s'occupe plus largement du graphisme des différents numéros.

Graou collabore avec de grands illustrateurs et invite les enfants à dessiner comme eux. Comment se crée la relation avec les illustrateurs ?

A.-B.S. : Au départ nous voulions parler d'art à travers les grands peintres, mais avec ce vivier d'illustrateurs, nous avons choisi de parler de leur démarche à eux. Entre 250 et 300 illustrateurs ont déjà



↑ Graou, n° 1, août 2017.

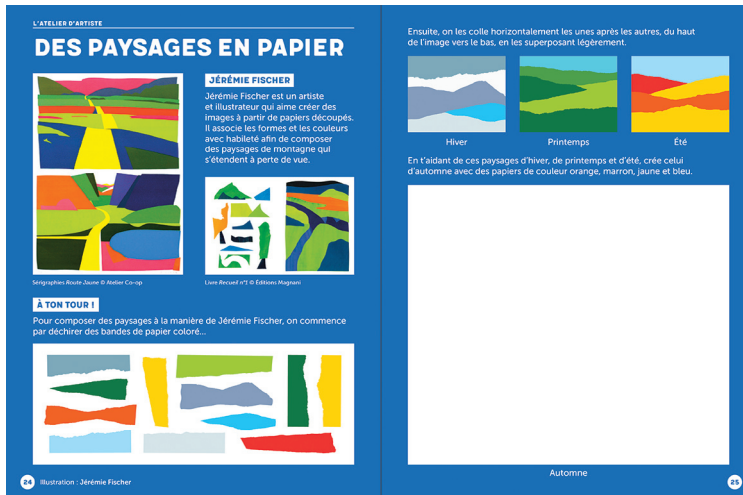
collaboré à nos deux magazines. Nous réfléchissons d'ailleurs à la publication d'un atelier à réaliser avec Jérémie Fischer, que les gens pourraient faire chez eux.

Vous avez inauguré une rubrique de courrier des lectrices et des lecteurs, en 2019. Pourquoi ?

A.B. : Parce que c'est un plaisir de recevoir ce courrier ! Il y a de vraies pépites. Un petit garçon, Raphaël, a même fini par créer son propre magazine qu'il vend autour de lui. Il entretient une grande correspondance avec Stéphanie Lasne, ils se font des cadeaux mutuels... Nous trouvons trop dommage de ne pas pouvoir restituer cela.

Vous proposez des mallettes pédagogiques pour des activités en médiathèque. Plus largement, vous proposez un travail « d'agence ». En quoi consiste-t-il ?

A.-B.S. : Avec l'agence, nous répondons à des demandes sur mesure avec le même savoir-faire que celui consacré à nos éditions. L'opéra et le musée gallo-romain de Lyon ont été parmi nos premiers commanditaires, à travers la création de cahier de jeux pour les jeunes visiteurs. Mais nous sommes



↑
Graou, «L'atelier d'artiste : Jérémie Fischer», n° 14, octobre-Novembre 2019.

aussi partenaires du festival Quai du Polar, de la fondation Louis Vuitton à Paris...

DU MAGAZINE... AUX LIVRES

2021 a été marquée par la publication de deux livres. Le premier, *Il était une forme*, est d'ailleurs né dans le magazine *Georges*, en 2012.

A-B.S. : Dans la première nouvelle formule, nous avons imaginé une carte blanche sous la forme de quatre doubles pages. Nous avons eu un gros coup de cœur pour le projet de Cruschiform et Gazhole, détournant les contes merveilleux avec des formes géométriques, et voulions aller plus loin. La collaboration s'est réellement amorcée en 2016.

A.B. : De manière générale, nous aimons que nos créations se fassent écho pour consolider l'identité de Maison Georges. Cela permet d'apporter de la visibilité aux différents aspects de notre travail.

Le deuxième livre, *Yahho Japon* de Éva Offredo, est un documentaire poétique et narratif, fait de huit portraits de femmes japonaises.

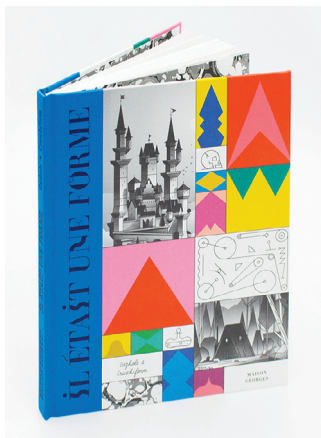
A.B. : Lui aussi est né dans *Georges* ! Le projet a évolué et s'est concentré sur

le portrait de huit femmes, qui parlent de leur enfance, de leur métier. Dans les prochains mois, nous devrions sortir un nouveau documentaire de Gaëlle Alméras, *Le super week-end de l'océan*. Nous avons également un projet d'album avec Steffie Brocoli, qui a déjà travaillé dans *Graou*, ainsi qu'un autre projet avec Éva.

Après dix ans et deux nouvelles formules, est-ce que *Georges* a aujourd'hui atteint l'âge de raison ?

A-B.S. : En termes de maturité, je crois que *Georges*, tel qu'il existe aujourd'hui, est solide.

↓
Gazhole & Cruschiform : *Il était une forme*, maison Georges, 2021.



Cela fait d'ailleurs deux ans qu'il croît en nombre d'abonnés et de réabonnements. Nous atteignons 60% de fidélisation. Pour *Graou* c'est facile, l'adulte qui abonne est totalement prescripteur. Pour *Georges* en revanche, c'est l'enfant qui choisit s'il veut rester abonné ou non.

A.B. : Au niveau du contenu, *Georges* n'est pas figé dans le temps. Les enfants changent, *Georges* évolue également, et nous ne manquons pas d'idées. Je souhaiterais pouvoir ouvrir davantage nos pages à des applications graphiques qui portent nos valeurs. Je voudrais pouvoir jouer avec le papier, comme nous l'avons fait avec le numéro

«fantômes» entièrement en noir et blanc... Jouer sur la fabrication. Et puis je serais tentée d'aller voir de temps en temps du côté des images animées, sans renier notre identité «papier».

A-B.S. : Après, nous avons peut-être aussi d'autres projets de magazines !

Propos recueillis par **Christophe Patris** dans le cadre du cycle de rencontres « Les Visiteurs du soir », le 15 novembre 2021.

Un entretien à écouter en ligne : <https://cnlj.bnf.fr/fr>

Rubrique : « Réécouter, revoir... »

↓
Courrier des lecteurs (*Georges*, n° Baleine, août-sept. 2021, n° 53).

