

Vie de l'édition

Tempête dans le bac à sable

La Revue des livres pour enfants n'en parle pas très souvent, mais le monde des séries pour les tout-petits est un territoire où se livrent de rudes batailles. Ours, pingouin, loup, cochon... autant de héros totémiques qui se bagarrent pour entrer dans les chambres d'enfants à coup de livres mais aussi de peluches, de dessins animés, de figurines, de magazines... Si Petit Ours Brun, lancé dans *Pomme d'Api* en 1975 fait figure d'ancêtre et de modèle, il y a beau temps qu'il n'a plus le bac à sable pour lui tout seul. T'choupi l'y a rejoint en 1997 et tous deux ont vu arriver, en 2009, un sérieux concurrent, Le Loup. À l'occasion d'un interview d'Orianne Lallemand et d'Éléonore Thuillier, créatrices de ce nouveau héros, petite exploration de ce zoo en or massif...



À u début, il y a Petit Ours Brun. Apparu dans le magazine *Pomme d'Api* en 1975, il arrive chaque mois dans la vie des petits lecteurs du magazine et accède rapidement au statut de héros miroir, qui vit ce que vit l'enfant, fête ses 3 ans comme lui, a peur du noir, apprend à aller sur le pot et à faire du vélo avec des petites roues. Dès 1979, le héros est assez fort pour que les éditions du Centurion (groupe Bayard) le transforment en petits livres souples et peu chers. Au dépôt légal, ces premiers livres sont encore attribués à Claude Lebrun (celui qui a proposé l'idée de cet ourson à *Pomme d'Api*), en collaboration avec la rédaction du magazine, toute l'illustration reposant sur le travail de Danièle Bour. L'étape suivante conduit Petit Ours Brun à la télévision, qui diffuse à volonté une première saison (1988) puis une deuxième (2003). Entre temps, Bayard Presse a capitalisé sur le personnage en l'invitant dès 1986 dans le magazine *Popi* (0-3 ans) pour des histoires plus simples encore. En 1993 Bayard Presse a son propre département d'édition et Petit Ours Brun représente, avec Tom-Tom et Nana, une part très importante de son chiffre d'affaire. Si le nom de Claude Lebrun n'apparaît plus, la rédaction des histoires s'incarne de plus en plus souvent dans la

personne de Marie Aubinais, qui fut un temps la rédactrice en chef du magazine. Animalier, l'univers de Petit Ours Brun est moins sensible aux modes que d'autres univers créés par le magazine (David et Marion, Mimi Cracra...), garantie de longévité. À y regarder de plus près cependant, le monde hors d'âge de Petit Ours Brun évolue discrètement : le téléphone à cadran est rangé aux oubliettes (Maman Ours s'est même récemment dotée d'un Smartphone), la culotte en laine et à bretelles du petit héros est remplacée par des pantalons de couleurs vives et sa première institutrice par un instituteur. Les dames restent sagement en robes mais les volants à la Laura Ashley ont été soumis à retouche... Contrairement aux autres héros totémiques de la petite enfance, Petit Ours Brun reste enfant unique.

Pas si unique que ça cependant, puisque T'choupi lui tient lieu de petit frère en édition. Thierry Courtin est illustrateur et graphiste. En 1981, il est embauché comme tel par Bayard Presse. Une dizaine d'années durant, il fait ses classes à *Pomme d'Api*... En 1992, il devient free lance et père d'un petit garçon. Il invente un petit pingouin (de 3 ans lui aussi) qui intéressera les éditions Nathan. Le premier livre sort en 1997 (*T'choupi veut un chaton*). Dans un univers plus ouvert que celui de Petit Ours Brun,

moins campagnard, Thierry Courtin invente une petite sœur, pose maman devant un ordinateur... Dans les scènes de sociabilisation, des familles de différentes races se côtoient, ce qui n'était pas problématisé dans l'univers de Petit Ours Brun. En reprenant les règles du genre, Thierry Courtin en a élargi le périmètre, même si, à bonne école, il se tient le plus soigneusement possible à l'écart des modes (on fait toujours les lits avec des draps par exemple, comme si Ikea n'était pas passé par là).

Trois ans après les premiers albums, la série animée arrive sur les petits écrans, et sur grand écran trois ans plus tard. À la différence de Bayard, Nathan n'est pas éditeur de presse jeunesse. Mais il est éditeur scolaire et T'choupi devient avec succès sujet de cahier de vacances ou du soir pour les maternelles. Nathan possède aussi une solide expérience en matière d'édition de jeux dont le petit pingouin va également profiter. Pour la presse, c'est vers le groupe Hachette que Thierry Courtin se tourne : le magazine éponyme annonce aujourd'hui une diffusion à 40 000 exemplaires.

Bien installés, les deux héros des meilleures ventes (et des visionnages sur You tube, dont ils sont les stars incontestées) ont bien sûr de nombreux confrères qui s'adressent tout comme eux aux *preschool* pour reprendre la terminologie anglo-saxonne (Boris, Trotro, Mouk...). Mais arriver à cette puissance n'est pas à la portée du premier venu et nécessite d'agir sur tous les leviers du succès : la presse (qui assure une présence récurrente et affective), le monde scolaire¹ (qui légitime), l'audiovisuel (qui popularise) et, surtout, accéder aux supermarchés. La librairie seule ne peut pas suffire à assurer de tels niveaux de ventes. T'choupi par exemple se vend pour 12% en librairies, pour 47% en supermarchés, lesquels n'ont dans leurs rayons que les livres qui se vendent tout seuls. Le

supermarché ne fait pas un succès mais il l'amplifie, récupérant le travail des libraires (comme dans le cas des « Petites bêtes » de Giboulées, dont le succès a été créé exclusivement par les libraires qui n'en assurent plus que 14% des ventes aujourd'hui) ou la puissance de l'exposition télévisuelle (Franklin, Dora...).

Or, dans la liste des 25 meilleures ventes de la catégorie illustrés jeunesse de 2013 (*Livres Hebdo*), si T'choupi va sur le pot continue à trôner à la première place (50 300 exemplaires) accompagné de trois autres titres du même personnage, on ne trouve plus trace de Petit Ours Brun. Mais *Le Loup qui voulait changer de couleur*, *Le Loup qui cherchait une amoureuse* et *Le Loup qui ne voulait plus marcher* cumulent à eux trois 92 700 exemplaires vendus. Les éditions Auzou font ainsi leur entrée dans ce tableau d'honneur très prisé. Si Le Loup n'est pas exactement un héros *preschool*, il pose un univers qui, lui, laisse la place à un héros pour les petits : P'tit Loup (qui lui aussi fête ses 3 ans...). Graphiquement, Éléonore Thuillier (née en 1979) apporte un vent frais à l'univers lisse des séries de la petite enfance et Oriane Lallemand (née en 1979) représente une nouvelle génération de parents. Les passages obligés du genre (aller sur le pot, la première rentrée à l'école, avoir peur du noir, aimer son doudou) ne viendront que dans un second temps, en 2013, quatre ans après *Le Loup qui voulait changer de couleur*. Les P'tit loup sont aussi contraints que T'choupi et que Petit Ours Brun, mais ils ne sont pas la seule expression de l'univers que l'on voit se construire sous nos yeux. Il reste au Loup à faire la preuve de sa longévité : héros est une carrière à haut risque.

À côté de ces trois univers, périodiquement, la télévision lance des héros qu'elle parvient à installer plus ou moins durablement dans les rayonnages des supermarchés. Qui pourrait oublier « Dora l'exploratrice » (série animée américaine basée sur

Éditions AUZOU

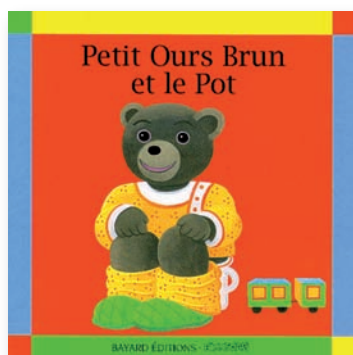
Maison d'édition créée en 1955 par Philippe Auzou, sa principale activité est à l'origine la vente d'encyclopédies au porte à porte (pour d'autres éditeurs d'abord, puis pour ses propres ouvrages, une vaste encyclopédie en bande dessinée notamment) en France et hors de France. Son fils Gauthier (né en 1979 et ingénieur de formation) est l'actuel directeur général qui, depuis 2007, imprime à ce groupe une spectaculaire réorganisation, centrée sur un catalogue jeunesse en pleine expansion que le succès du Loup, décliné sous différentes formes, vient conforter.

La maison compte 16 salariés et publie 120 à 130 titres par an quand elle n'en publiait que 4 en 2007¹. Elle possède sa propre structure de diffusion, créée en 1967 (Éditions et Diffusions internationales) qui aujourd'hui diffuse plusieurs autres éditeurs jeunesse (Oskar, L'Élan vert, Ricochet, Le Sablier...) ; cette structure compte 36 salariés pour un chiffre d'affaires de 20 millions d'euros en 2014.

Elle possède également une structure de diffusion en écoles, « Lire demain », créée en 2010 et dont le chiffre d'affaires est de 3,3 millions d'euros.

Aujourd'hui, Auzou est le huitième éditeur jeunesse en France, juste après L'École des loisirs (Source *Livres Hebdo* / GFK).

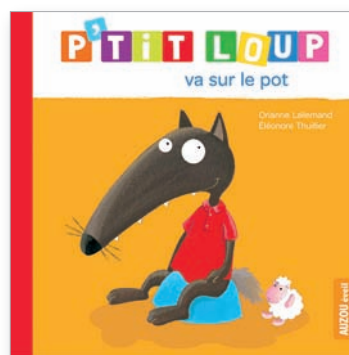
1. Lire l'article « Auzou compte sur la jeunesse », de Claude Combet, *Livres Hebdo*, 5 octobre 2012.






↑ Danièle Bour : *Petit Ours Brun et le Pot*, Bayard Éditions, 1997 (Pomme d'Api).



↑ Thierry Courtin : *T'choupi va sur le pot*, Nathan, 2010 (T'choupi, l'ami des petits).



↑ Orianne Lallemand, ill. Éléonore Thuillier : *P'tit Loup va sur le pot*, Auzou, 2013.

			
Auteurs	Danièle Bour pour les illustrations, plusieurs auteurs pour les textes.	Thierry Courtin	Textes : Orianne Lallemand, Ill. : Éléonore Thuillier
Éditeur	Bayard	Nathan	Auzou
Année de création	1975 (presse) 1979 (édition)	1997 (édition)	2009 (édition)
Nombre de livres disponibles (chiffres 2013)	130	113	22
Exemplaires vendus (août 2014 / juillet 2015, chiffres GFK)	880 000 ex.	1 860 000 ex.	747 000 ex.
Répartition des ventes (GFK 2013)	<ul style="list-style-type: none"> • Librairies : 18% • Grandes surfaces alimentaires : 41% • Grandes surfaces spécialisées : 22% 	<ul style="list-style-type: none"> • Librairies : 12% • Grandes surfaces alimentaires : 47% • Grandes surfaces spécialisées : 25% 	<ul style="list-style-type: none"> • Librairies : 24% • Grandes surfaces alimentaires : 15% • Grandes surfaces spécialisées : 38%
À la télévision	Première série : 1988 Deuxième série : 2003	2000	En projet
En presse	<i>Pomme d'Api</i> (depuis 1975) <i>Popi</i> (depuis 1986) + 4 trimestriels vendus uniquement en kiosques (Les cahiers de coloriages, les petits mondes de POB, Les grandes histoires de POB, POB Jeux) ; 2,8 millions d'exemplaires vendus par an (source Wikipedia)	<i>T'choupi l'ami des petits</i> trimestriel publié par Hachette (40 000 ex), Première audience de la presse pour les 1-6 ans (1 million de lecteurs)	En projet (éditions Auzou)

le concept du bilinguisme et publié en France par Albin Michel)? Si l'univers est en perte de vitesse, il se vend encore 300 000 exemplaires des ouvrages par an (chiffres GFK 2013). À ce titre, l'héroïne de 2015 est sans nul doute l'Anglaise Peppa Pig. Après un premier essai peu concluant en 2009 (Albin Michel est alors l'éditeur français de la famille de petits cochons), la série est retirée de l'antenne. Mais l'énorme succès de la série en Angleterre, en Espagne et en Italie pousse France 5 à faire un nouvel essai avec des épisodes groupés pour une meilleure visibilité. Cette fois, le succès est au rendez-vous et Hachette Jeunesse, l'éditeur de cette nouvelle génération de livres, annonce une vente de 750 000 exemplaires pour des premiers livres sortis en juin 2015. On connaît un ours, un pingouin et un loup qui auraient rêvé d'un terrain de jeu plus calme...

Marie Lallouet

1. On note ici que l'école maternelle est une spécificité très française et que sa puissance prescriptive est un élément très important dans la diffusion des livres pour les petits. Les écoles sont d'ailleurs très courtisées par les éditeurs (catalogues Max de l'École des loisirs, délégués pédagogiques des éditeurs scolaires, délégués commerciaux des groupes de presse jeunesse).



Le loup qui cassait la baraque

Orianne Lallemand était éditrice jeunesse. Pourtant, quand elle s'installe en Bretagne avec sa famille, c'est en tant qu'auteure qu'elle va inventer sa place dans le monde du livre pour enfants.

Des adaptations de contes, des recueils de poèmes, des albums, des animations dans les classes...

En 2009, elle propose aux éditions Auzou l'histoire d'un loup qui voulait changer de couleur.

Parce que son éditrice, Florence Pierron, a su accueillir ce projet, parce que les éditions Auzou étaient à un tournant de leur histoire et à un changement de génération, parce que l'illustratrice choisie, Éléonore Thuillier, s'est révélée une partenaire idéale pour le personnage et pour son auteure, Le Loup est vite devenu un impressionnant succès d'édition. Interview d'un tandem en pleine ascension, où l'une parle plus que l'autre...

Commençons par le commencement...

Orianne Lallemand : En 2009, j'ai proposé un texte, *Le Loup qui voulait changer de couleur* à Florence Pierron¹, avec qui j'avais déjà travaillé chez Mango. Je l'ai aussi proposé chez Casterman et chez Gautier-Languereau, deux éditeurs qui me publiaient ... Florence a tout de suite proposé le texte à Éléonore,

qui a fait un crayonné. Son loup, avec cette gueule incroyable, correspondait exactement à ce que j'avais en tête! C'était alors juste un projet d'album, et sa réussite est une réussite à trois, Éléonore, moi et les éditions Auzou. Dès l'année suivante, l'éditeur m'a demandé une deuxième histoire avec le même personnage pour alimenter sa collection des P'tits albums, ce sera *Le Loup qui s'aimait beaucoup trop*. C'est en 2012, au troisième titre, *Le Loup qui cherchait une amoureuse*, que tout change : nous avons commencé à sentir qu'il se passait quelque chose, qu'il y avait un réel engouement pour ce héros. Notre éditeur a très bien pris ce virage ; quant à nous, nous avons alors étoffé l'univers et commencé à penser en collection.

C'est quoi, « penser en collection » ?

O.L. : C'est penser à un univers, lui poser des questions. Comment est ce loup? Où habite-t-il? Qui sont ses amis? Quel est son caractère? J'avais besoin de cela pour trouver une cohérence d'un titre à l'autre.

Et aussi parce que je commençais à embêter Éléonore avec des détails qui n'étaient pas assez définis et stables d'un livre à l'autre; J'ai aussi réfléchi aux points forts de ces albums, à ce qui avait fait leur succès. Pour nous, il y a trois axes. De l'humour d'abord. Ce loup, c'est le contraire de la puissance, je le compare à Pierre Richard, que j'adorais quand j'étais petite. Il essaye de faire des choses, il n'y arrive pas forcément mais ce n'est pas grave. Il a un côté ronchon mais il incarne de belles valeurs, et cela j'y tenais beaucoup. Les parents l'ont bien perçu, du reste.

Le deuxième axe, c'est l'aventure : pour que les enfants s'amuse en lisant les histoires, il faut du suspense, de l'action, qui leur donnent envie de suivre le personnage.

Le troisième axe, c'est un axe pédagogique. Dès le premier album, les enseignants l'ont reconnu.



ill. Éléonore Thuillier : *Le Loup qui s'aimait beaucoup trop*, Auzou, 2012.