

Helvetiq

Rencontre avec Hadi Barkat, fondateur

PAR ANNE BLANCHARD



↑
© Photo : Eddy Mottaz pour Le Temps.

L'éditeur de jeux et de livres a une vingtaine d'albums et de documentaires jeunesse au compteur.

Sa singularité ? Publier ses nouveautés jeunesse à la fois en français et en allemand.

Son actualité ? Avoir racheté Bergli books, éditeur alémanique, qui publie en anglais.

Présentez-nous l'histoire de votre jeune maison...

Tout a commencé en 2008 avec *HQ*, un jeu sur la Suisse. Après mes études à Polytechnique-Lausanne, j'ai eu envie de rester ici. C'est la préparation du test à passer dans le cadre du processus de naturalisation, qui m'a inspiré. Voyant que mes amis suisses n'étaient pas très calés en éducation civique, j'ai imaginé une découverte du pays, en s'amusant mieux mémoriser les réponses, avec dés et cartes.

↳

Sébastien Pauchon, Bruno Cathala & Malcolm Braff
Ill. Karen Ichtors : Helvetiq. Le Jeu



Vos bureaux sont à Lausanne, vous vivez à Bâle...

Et mes enfants apprennent l'allemand à l'école et le français avec moi à la maison. Il m'a semblé que pour lancer une maison d'édition, je devais être pendulaire : évoluer entre deux territoires, au moins. Je suis d'origine algérienne, j'ai aussi vécu aux États-Unis, au Danemark. Et, j'en suis vraiment persuadé : c'est parce que je viens d'ailleurs, que faire paraître nos titres en français et en allemand au même moment, est une évidence.

Aujourd'hui, vous vous orientez aussi vers la publication d'ouvrages en anglais...

Nous venons de nous associer avec Bergli books¹. Nous avons envie de publier aussi en anglais, non pour dominer le monde, mais pour mieux contrôler notre destin. Par ailleurs, l'expérience de Bergli montre que les gens qui viennent en vacances, achètent des livres sur le sujet, notamment en anglais. Et, produire des livres demande beaucoup à ses créateurs, c'est une satisfaction pour eux de savoir qu'ils sont aussi lus à Londres ou Berlin...

Ce n'est donc pas tant que vous faites fi des différentes Suisse, mais que, dès le départ, vous pensez au-delà....

Oui, mais cela s'est produit par hasard. Nous sommes une équipe de quinze, avec bientôt quatre personnes à l'éditorial et un stagiaire. Avec les jeunes arrivés dans notre équipe, on parle huit langues. Nous avons aussi une organisation sans trop de hiérarchie.

Quelle est votre singularité d'éditeur jeunesse ?

La métaphore du voyage décrit bien notre entrée en édition : un voyage-aventure, où on lance un sac sur son dos et... on part en décidant de ses bifurcations au fil des envies et des rencontres.

Une première série d'albums jeunesse comprenait trois créations et une traduction nommée *Girl Power* : des lectures qui donnent courage et confiance aux filles. La collection des albums documentaires apparue plus récemment veut offrir des fenêtres sur un monde complexe – et aussi intéressant, parce que, justement, complexe. Nous cherchons aussi et de plus en plus à faire des livres à messages, dont les propos ne sont pas forcément défendus par tous... mais nous, on aime ça. Par exemple, notre titre sur la publicité *Ting!*

Vous n'adaptez ni le fond ni la couverture des ouvrages au marché éditorial allemand ?

On ne change ni maquettes ni couvertures. J'entends souvent mes aîné·e·s francophones dire qu'ils ou elles ont essayé de publier en allemand, mais que ça n'a pas fonctionné, que ce n'est pas le même marché, que les différents lectorats n'apprécient pas les mêmes choses... C'était peut-être vrai à une certaine époque. Aujourd'hui, dans l'espace germanophone, nos livres passent bien. En 2019, notre album *Slurp, slurp, smack, smack* été nommé « Livre de l'année » en Allemagne, nous étions très contents (c'est John Klassen qui l'a emporté, il est très connu là-bas... l'honneur est sauf!).

Et l'italien ?

Malheureusement, après plusieurs essais, nous avons trouvé prématuré de se lancer dans des éditions italiennes, le marché est trop restreint. Avec notre catalogue et le rachat tout récent de Bergli, nous tournerons d'abord vers les pays anglophones, et ensuite seulement vers l'italien.

Combien les livres jeunesse représentent-ils dans votre chiffre d'affaire ?

Les livres représentent une petite moitié seulement, parce que l'on a démarré les jeux plus tôt. C'est une de nos particularités : nos éditrices et éditeurs travaillent à la fois sur le jeu et sur le livre.



↑
Cary Steinmann, Laura Simon, Elina Braslina :
Ting! Comment le marketing séduit le monde,
Helvetiq, 2020.



↗
Anita Lehmann, ill. Kasia Fryza :
Slurp Slurp Smack Smack, Helvetiq, 2019

↓
Katarzyna Radziwill :
Femmes au fil du temps,
Helvetiq, 2021.





Jerry Vetulani, Maria Mazurek, Leticia Wierzchowski :
Le rêve d'Alice ou comment le cerveau fonctionne, Helvetiq, 2019.



Lisa Voisard : *Ornithorama*, Helvetiq, 2019.

Quelle est la proportion de titres jeunesse dans votre catalogue ?

Sur 80 livres, la moitié sont en jeunesse. Cette année, nous faisons paraître 17 nouveautés, dont 12 en jeunesse.

Achetez-vous des titres à des éditeurs étrangers ?

Assez peu, à ce jour quatre, dont trois formant une collection de titres de vulgarisation sur le cerveau, la psychologie et l'intelligence artificielle (édités par Mando, en Pologne). Il me semble que plus on s'intéresse tôt à ces questions, mieux cela est. On a trouvé que ces docu-fictions abordaient bien le sujet du cerveau, probablement le grand thème du XXI^e siècle, de même pour l'intelligence artificielle. Nous venons aussi d'acheter à Walker Books (Royaume-Uni) un album de Pet Oswald sans texte ou presque sur la transmission père-enfant des traditions familiales, *Trek*.

Et le roman ?

Nous n'en faisons pas encore, nous ne nous interdisons rien... Mais nous avançons progressivement. Nous allons d'abord lancer l'an prochain une collection de romans graphiques. Nous en avons envie depuis des années et nous avons reçu un projet justifiant que nous y allions.

Avec le roman graphique, vous retrouvez un champ d'expression fort en Suisse...

Absolument. C'est par l'illustré que nous sommes arrivés à l'édition : c'est une façon de raconter et de vulgariser qui nous intéresse. Je suis un grand lecteur de romans, mais avant de s'y lancer peut-être un jour, il nous faut d'abord nous consolider. En 2008, nous nous sommes montés autour du jeu. La constitution d'un catalogue avec sorties régulières de nouveautés date 2013-2014 et nous nous sommes tournés vers la France à partir de 2017.

Avez-vous déjà cédé des droits à des éditeurs étrangers ?

Oh là-haut de Popy Matigot a été acheté par l'éditeur brésilien Mil Caramiolas ; *Slurp Slurp Smack Smack* d'Anita Lehmann par Kropka (Pologne), et le documentaire *Ting!* de Cary Steinmann et Laura Simon par Bear Books (Corée du Sud).

Quelles sont à ce jour vos meilleures ventes jeunesse, sur quels marchés ?

Nous vendons en Suisse, en France, en Allemagne et en Belgique. *Ornithorama*, *Ting!*, *Le Rêve d'Alice* se vendent très bien. Côté albums, *Slurp Slurp Smack Smack* ou *De quelle taille est ton cœur* ont aussi beaucoup plu.

Votre approche a quelque chose de suisse... avec d'un côté plusieurs livres sur la randonnée, la métaphore du voyage utilisée pour présenter votre démarche, de l'autre, l'intelligence artificielle, secteur où le pays investit beaucoup, notamment avec le projet *Human Brain Project*...

Je suis ingénieur de formation, j'ai été analyste, l'IA m'intéresse évidemment, je connais Henry Makram qui a lancé le projet *Human Brain project* et que je suis de loin. Peut-être cette idée de modéliser un cerveau en entier de façon à ne plus avoir à faire d'expérimentations sur de vrais cerveaux humains, a-t-elle été un peu survendue... C'est en tout cas une vision incroyable. Est-elle réalisable en dix ans ? Mais pour répondre à votre question, oui, nous avons une biographie complètement assumée : suisse ! Nous avons d'ailleurs une majorité d'auteur·trice·s, illustrateur·trice·s suisses, mais nous ne le revendiquons pas. Après *Ting !*, nous allons publier un autre titre d'Elina Braslina... une illustratrice lettone.

Il y a cette dimension internationale assumée, mais les 25 % de marché suisse francophone ne pourraient peut-être pas soutenir le développement d'un éditeur d'albums et de documentaires, qui sont coûteux à fabriquer. Quelle proportion de chiffre d'affaire réalisez-vous en France, en Allemagne ?

En comptant jeux et livres, tous genres confondus, la France représente 15 à 20 % de notre chiffre d'affaires. L'Allemagne, nous l'avons abordée plus tard, elle représente moitié moins, mais avec un rattrapage rapide. Aujourd'hui pour lancer une maison d'édition en Suisse, il faut être soit très local, soit tout de suite ouvert sur le monde.

Mon grand livre de contes et légendes suisses de Denis Kormann marche bien, le sujet détonne un peu dans votre catalogue et peut sembler un peu suranné...

Nous avons pris le contre-pied de l'approche parfois industrielle de l'édition de contes et légendes. C'est un 80 pages très illustré, de grand format. Denis est venu nous proposer sa trilogie, il est illustrateur mais nous l'avons encouragé à écrire le texte : parce que cela était plus rémunérateur et parce qu'il avait ce livre en lui... Il va dans la nature, parcourt le Valais, crayonne des heures... Nous avons vendu 6 800 exemplaires du tome 1 (cumul des deux langues). Le prix de vente conseillé est de 39 CHS (30 €), nous n'avons pas, comme vous le savez, de prix unique du livre. Les ventes s'élèvent à 2 500 exemplaires pour le tome 2.

Où trouve-t-on essentiellement vos ouvrages ?

Surtout dans les points de vente Payot, les FNAC, en librairie indépendante et dans quelques points de vente cadeaux aussi. En Suisse, il y a peu de librairies spécialisées, vous avez le Chien Bleu à Genève, Librerit à Carouge, Le Raconteur à Neuchâtel... Lausanne, très grande ville, n'en a pas, je crois. Vous trouvez plutôt de bons rayons jeunesse dans les grandes librairies.

Comme nous sommes partis du jeu, nous nous sommes auto-diffusés et avons construit notre outil. Aujourd'hui, nous avons deux représentants en Suisse romande et deux en Suisse allemande, dont un s'occupe aussi de l'Allemagne. En Allemagne, le système est très différent, il y a quelques diffuseurs mais beaucoup plus d'indépendants : il faut recruter les représentants un par un... En France, nous sommes diffusés par CED.

Feriez-vous d'autres livres, si vous étiez installé en France ou en Allemagne ?

C'est une très bonne question... Probablement pas... Mais il est difficile de refaire l'Histoire. Ce que je constate c'est que nous attirons dans notre équipe autant de gens qui viennent de Suisse, que de France, d'Allemagne ou d'ailleurs... Donc, oui, un Français peut faire ce que nous faisons. Mais est-ce qu'en France, on est intéressé par cette internationalité-là ? : c'est la question. Ma vision des choses vient d'un intérêt fort pour les langues dès mon plus jeune âge, de mes expériences de vie à l'étranger, de mon origine... Cela influence ce que l'on fait et attire des personnes intéressées par notre démarche. Je ne dis pas que ce que l'on fait est mieux que ce que font les autres, pas du tout, mais c'est notre contribution au monde éditorial.

Quelles sont vos prochaines nouveautés ?

Après *Ornithorama*, nous allons faire paraître *Arborama*, un livre-théâtre : *Qui a inventé l'école ?*, et un album : *Le Livre perdu*... ●

Propos recueillis le 10 mai 2021

1. Bergli books était jusque-là une filiale alémanique du très vieux groupe d'édition suisse Schwab Verlag (fondé au xv^e siècle). Sa spécialité : les ouvrages didactiques et ludiques consacrés à l'histoire de la Suisse, publiés en langues anglaise et allemande.