

1 but, 4 métiers

Directeur artistique

Responsable de la qualité graphique et artistique d'un livre et de la cohérence visuelle d'un catalogue ou d'une maison d'édition.

Chef de studio

Supervise la réalisation des ouvrages et organise la répartition du travail entre les différents concepteurs graphiques et maquettistes.

Concepteur graphique

Participe à l'élaboration graphique d'un ouvrage.

Maquettiste

Réalise des maquettes et mises en pages.

(Source : convention collective de l'édition, sachant que dans la pratique, ces classifications théoriques se mêlent et peu de maisons les possèdent toutes.)



La maison d'édition et structure de formation préférée de tous les métiers du graphisme
pyramyd-formation.com/

BRIEF GRAPHIQUE

Venu de la publicité et du marketing, le terme de « brief graphique » désigne le document qui synthétise ce que l'éditeur attend des visualistes qui vont travailler sur le livre en train de se faire.

Voir à ce sujet notre interview de Nicolas Vezin, directeur artistique chez Nathan Jeunesse, concepteur de l'ensemble des couvertures de la série *U4* et de la refonte de la collection Contes et légendes (n°290).

IN DESIGN

C'est le logiciel de mise en pages utilisé par presque tous les éditeurs aujourd'hui. Il a remplacé XPress dans la plupart des maisons d'éditions et dans la presse.

étapes :

C'est LA revue de référence dans le monde des graphistes.
etapes.com/

1984

Les premiers Macintosh font leur apparition et vont révolutionner tous les métiers du graphisme

ILLUSTRATEURS DA

Par leur passage dans la presse et/ou la publicité, plusieurs artistes contemporains ont associé le métier de directeur artistique et d'illustrateur :
 André François (DA chez Delpire) Olivier Douzou, Serge Bloch (longtemps DA d'*Astrapi*), Fred Benaglia (DA de *J'aime lire*), Gérard Lo Monaco (Hélium, Les Associés réunis)...

Olivier Douzou

directeur artistique

Depuis *Jojo la Mache* (1993), Olivier Douzou a publié près d'une centaine de livres en tant qu'auteur et illustrateur. Architecte et graphiste de formation, il est aujourd'hui directeur éditorial des albums aux éditions du Rouergue. Mais c'est en tant que directeur artistique de cette maison dont il a largement contribué à écrire l'histoire que nous l'interviewons ici. Rencontre avec un passionné qui a bien voulu, pour nous, isoler et éclairer sa pratique de directeur artistique.

Propos recueillis par Claudine Hervouët, le 20 avril 2017

↓
Olivier Douzou. D.R.



À quoi ressemble l'emploi du temps d'un directeur artistique ?

Ce sont des journées extrêmement variées et il faut faire preuve d'une très grande réactivité. Il s'agira aussi bien de la mise en forme d'un ouvrage ou de la définition de la ligne graphique d'une collection que de travailler au logo d'une maison d'édition, à ses catalogues ou à ses affiches, jusqu'à l'habillage de son stand sur un salon, toutes demandes qui peuvent venir de n'importe quelle personne de l'équipe, et à tout moment.

Aujourd'hui, par exemple, j'ai reçu les images d'un auteur et j'ai commencé à monter son album pour voir comment on allait faire la mise en pages ; j'ai également eu des échanges avec un autre auteur pour choisir une police de caractère ; j'ai aussi travaillé à une couverture à la demande de l'éditrice de La Brune, collection de romans de littérature générale des éditions du Rouergue... C'est un métier sans fin rythmé par le calendrier de publication.

En ce qui me concerne, une grande partie de mon travail de directeur artistique s'exécute au téléphone ou devant un écran. Je suis seul à Rodez, ville d'origine des éditions du Rouergue, et même si mes deux collaborateurs les plus proches, assistant et photographe, habitent l'Aveyron, l'activité de la maison est maintenant centralisée à Paris, car elle fait désormais partie d'un regroupement d'éditeurs dont plusieurs services sont mutualisés (groupe Actes Sud ndlr).

Un directeur artistique à quoi ça sert ?

D'abord, il convient de bien distinguer la fonction de directeur artistique de celle de directeur éditorial. Le terme de directeur artistique vient des agences de graphisme, de communication, de publicité. Le directeur artistique s'occupe des formes, alors que le directeur éditorial s'occupe, lui, des contenus. Le travail du directeur artistique commence quand le travail du directeur éditorial s'arrête, même s'il y a de fréquents allers-retours et interactions. L'ambiguïté tient aussi au fait que les missions et les tâches qui sont actuellement celles du directeur artistique ont été longtemps dévolues à l'éditeur ou, pour certaines, à l'imprimeur. Dans le cas d'un livre, le directeur artistique est au service d'un projet, d'images, de textes,

d'une histoire préalablement définis sous la responsabilité du directeur éditorial. C'est un peu le métier d'arrangeur dans le domaine musical. On vous envoie la musique d'un côté, la voix du chanteur de l'autre et on essaie de trouver le meilleur ajustement entre les deux pour qu'ils se mettent en valeur et jouent ensemble. Quand j'étais gamin, je voulais faire des affiches. Les affiches ça me plaisait parce que ça mélangeait deux manières de s'exprimer, les mots et les images, il me semblait qu'on jouait sur deux registres, qu'on mettait en relation deux systèmes, deux paroles. C'est ce que j'ai retrouvé dans le livre de Jeunesse où ce jeu est vraiment encouragé par la mise en forme, par le graphisme, c'est-à-dire par des choix de directeur artistique. Donc, oui, c'est important. Et, plus largement, dans une maison d'édition, c'est la notion d'identité visuelle qui est en jeu, sur tous les supports.

Prenons des exemples de vos interventions de directeur artistique en commençant par un album...

Un jeune auteur, Loïc Froissart, m'envoie un projet d'album. Au départ, c'est un projet muet, sans texte. Dans des images de paysage de forêt se déroule une histoire impliquant deux personnages, un randonneur et un ours. En tant qu'éditeur je lui dis de mettre des indications, comme si on était dans un guide - le guide d'un paysage - et que ce guide soit l'amorce de tout le cheminement qui se fait et que l'observation soit incitée. Je lui indique aussi que, dès la couverture, il faut que l'on soit dans une immersion complète dans la nature comme on l'est dans tout le livre. Et, là, mon travail de directeur artistique prend le relais et traduit formellement, graphiquement, ces intentions. Placement des textes, mise en pages, travail sur la couverture avec des partis pris assez radicaux mais qui ne font que conforter la direction que l'auteur avait prise au départ, qui traduisent sa démarche intellectuelle. Ainsi, dans *Ma cabane*, le texte est discret, il se perd dans le paysage, il faut aller le chercher, et tout le détail de l'image contribue à la fois à une contemplation et à une quête du lecteur-visiteur. Le rôle de l'éditeur a été de dire : « Quoi? », celui du directeur artistique a été de dire : « Comment? ».



↖ ↑
Ma Cabane, Loïc Froissart,
 Rouergue, 2016.
 Couverture et double page
 intérieure.

Autre exemple : *Bras* : *Laguiole, Aubrac, France*, un ouvrage consacré à la cuisine d'un grand chef, Michel Bras. Recettes inédites et découverte d'un homme et du terroir qui est sa source d'inspiration. En tant que directeur artistique j'avais à mettre en forme un contenu textuel et iconographique. Là, la question que je me suis posée était de savoir comment présenter les recettes. Eh bien, j'ai pris l'option de ne pas mettre d'assiettes à l'image. C'est un des premiers livres de cuisine, peut-être le premier où il n'y a pas d'assiettes ! C'est le genre d'initiative que peut avoir un directeur artistique, au risque d'être recadré par le directeur éditorial, car il est intellectuellement son prestataire.

Une autre limite est, bien sûr, financière. Un directeur artistique ne peut pas décider que tel livre va coûter plus cher que prévu. Il essaye d'aller au plus loin dans ses exigences à lui et surtout dans celles des auteurs. Et, après, il y a des arbitrages au sein de la maison d'édition qui prennent en compte les paramètres des différents services et le contexte général de l'économie du livre.

Quel est votre processus de travail ?

Je suis de la génération qui a vu apparaître l'ordinateur au début des années 1990. Avant, pour faire la maquette d'un album, on commandait la

composition d'un texte à un photocompositeur après avoir choisi son corps, la police de caractère, déterminé l'écartement des lettres, l'écartement des mots, l'interlignage. Pour les titrages, on les composait nous-mêmes en Letraset et on en tirait une photo en noir et blanc qui s'appelait un bromure. Les textes ainsi transformés en tirages photo étaient ensuite collés dans les emplacements qu'on avait découpés dans l'image. C'était plusieurs jours de travail pour plusieurs personnes et dans les maisons d'édition on confiait souvent cette mise en forme aux imprimeurs. Avec les premiers ordinateurs, les images mettaient quelquefois un quart d'heure pour monter à l'écran mais on a pu commencer à avoir une gestion simultanée du texte et de l'image et le travail graphique a pu s'assouplir et intervenir très tôt dans le processus de création. C'était miraculeux.

Aujourd'hui l'éditeur transmet au directeur artistique un carton d'originaux qui part à la photogravure. À ce stade on a une maquette à laquelle on intègre le texte traité sur un logiciel de mise en pages. La maquette est envoyée en PDF aux auteurs qui font part de leurs remarques et le directeur artistique réintervient. C'est lui qui produira les documents sur lesquels les auteurs donneront leur bon à tirer et qui seront envoyés aux impres-

meurs par notre service de fabrication. C'est avec ce service de fabrication que l'on aura déterminé la nature du papier, le type de façonnage, de reliure, le coût de fabrication, etc.

En tant que directeur artistique je décide des grands principes de mise en pages d'un livre et je travaille avec des maquettistes qui font ce qui s'appelle de l'exécution graphique. Ce qui revient par exemple à adapter ce que j'ai pu faire sur dix pages au contenu de l'ensemble du livre et à vérifier que tout est conforme. La mise en pages est-elle respectée? Le texte est-il toujours à deux centimètres du bord? N'y a-t-il pas d'erreur d'interlignage? Etc. Ils sont chargés également de sécuriser les fichiers qui partent en fabrication, de suivre les allers-retours avec les imprimeurs.

L'évolution technique a été considérable...

Un auteur, il y a cinquante ans, ne maîtrisait pas la façon dont son livre allait être composé. J'ai travaillé il y a vingt ans avec des auteurs qui étaient très surpris de voir des maquettes de leur projet avant la publication. Il y en a encore qui sont surpris d'apprendre qu'il y ait des maisons d'édition qui montrent des prémaquettes à leurs auteurs car ils étaient habitués à découvrir leur travail une fois le livre en vente. Maintenant on peut faire autrement. Mais, comme dans le domaine de la photographie, cette facilitation est aussi parfois un piège. D'autant que l'inflation de la production crée une pression. Là où on faisait des livres en trois mois on doit maintenant les finaliser en quinze jours. On a les outils pour. Mais prend-on le temps pour aller au bout de nos exigences? Je n'en suis pas certain.

Le rôle du directeur artistique est-il toujours reconnu?

Sa place est variable selon les maisons. Il peut y avoir beaucoup de tâches en sous-traitance. Mais il y a un travail spécifique à assurer, en particulier dans le livre Jeunesse où l'on doit particulièrement composer avec deux éléments, les mots et les images, les mettre en scène pour que le jeu entre les deux soit, au moins, au service des œuvres et, dans le meilleur des cas, apporte une dimension supplémentaire. On retrouve cela aussi en bande dessinée, dans le roman graphique, l'album pour

adulte... Quand un élément prend le pas sur l'autre le résultat est mauvais et c'est là qu'on mesure l'apport d'un travail de directeur artistique. Mais, de même qu'il y a beaucoup de gens qui font des affiches sans être graphistes, de la photo sans être photographes, de plus en plus de gens qui font de la cuisine sans être cuisiniers, il y a aussi des maisons d'édition qui se passent de directeurs artistiques... et même d'éditeurs... voire de livres... ! En France on a toute une frange de maisons d'édition de très bonne qualité mais il ne faut pas oublier que l'essentiel de la production c'est quand même des trucs qui auraient mérité de passer entre les mains de directeurs artistiques. Je le dis dans mon intérêt et dans celui des livres!

Travailler pour l'édition Jeunesse donne-t-il une dimension particulière à votre métier?

Directeur artistique, au départ, c'est un métier de l'image. Et, en Jeunesse, l'image tient une grande place. Alors il s'agit de ne pas faire se télescoper deux systèmes de narration, un qui est le texte et l'autre qui est l'image. Ou même, quelquefois, la narration ne passe que par l'image.

Dans les premiers temps du Rouergue, on parlait de sa production Jeunesse comme d'«albums graphiques». Je ne savais pas ce que ça voulait dire – je ne sais toujours pas d'ailleurs – et ça m'énervait. Les gens s'arrêtaient sur une mise en forme qui n'était pas conventionnelle et le texte, souvent, passait au second plan. On en a une autre appréciation aujourd'hui. Moi j'aime bien le livre dans son côté tout à fait obsolète, l'objet que seuls les mots et l'image transcendent. Je ne suis pas pour les effets multiples – bien que j'aie travaillé sur les *Pyjamarama*, qui utilisent une très ancienne technique de l'animation, l'ombrocinéma – et je suis très paresseux de ce côté-là. Les pop-up, je trouve ça merveilleux mais, comme m'a dit récemment un autre éditeur, on est, nous, des littéraires. Alors, je parlerais de «littérature d'image», Jeunesse ou pas d'ailleurs. Mon souci c'est de servir la narration, le propos, le sens.

L'exercice de votre métier de directeur artistique ne se limite pas au seul domaine du livre...

Quand on me demande une scénographie d'exposition, certes, je mets en œuvre ma formation d'architecte, mais c'est d'être directeur artistique qui va guider mon travail. On est dans la mise en scène. Dans la mise en forme du contenu d'un livre on est dans la mise en scène d'une voix, pour un lecteur. L'architecture, la photographie, la peinture, le graphisme, peuvent nourrir mon travail, mais l'essentiel est de « faire parler » le mieux possible. Et je me moque de ce qui se fait, du goût du jour. Les « petits albums carrés », du début du Rouergue ? Ils étaient transgressifs et si on n'avait pas eu au début une ligne éditoriale et une ligne visuelle fortes, on n'aurait jamais pu durer. J'ai du plaisir à faire ce métier parce qu'il me permet de m'amuser, d'inventer, d'être neuf. J'aime les touche-à-tout, du grand Paul Rand aux jeunes designers de Tsé&Tsé en passant par Benoît Jacques. Et quand il y a quelque chose à raconter, que ce soit avec du papier, du mobilier ou de l'espace, quand on est en face des vrais créateurs qui ont des choses à dire, un directeur artistique n'a aucun souci, juste des solutions à trouver.

Que regrettez-vous que l'on méconnaisse de votre métier ?

C'est le métier même de directeur artistique qui est méconnu. D'abord, je l'ai dit, ce n'est pas une fonction pourvue dans toutes les maisons d'édition. Ou elle l'est à des degrés divers. Ainsi par exemple, je suis directeur artistique du secteur Jeunesse des éditions du Rouergue, mais le secteur de la littérature générale ne me consulte que ponctuellement. D'autres maisons, souvent, externaliseront complètement cette fonction. Ou, très souvent aussi, pour décider d'une typographie ou d'une maquette, le directeur éditorial fera directement appel aux graphistes et/ou aux imprimeurs.

Ensuite, la raison de cette méconnaissance est, en quelque sorte, structurelle. On pourrait presque parler d'un « métier de l'ombre », le directeur artistique étant un traducteur, un intermédiaire et un accompagnateur. L'effacement est nécessaire. Du reste, le directeur artistique n'est pas crédité et, dans le cas des traductions / adap-

tations étrangères, les traces de son travail peuvent disparaître (logo de la maison d'édition originale, nouveau format, nouvelles mise en pages, etc.).

Mais, surtout, et c'est vrai de tous nos métiers, il exerce dans un champ, celui de la littérature de Jeunesse, qui n'a pas la reconnaissance qu'elle devrait avoir alors que la créativité, la qualité, y atteignent des degrés extraordinaires. Le caractère éphémère de la visibilité de cette production aggrave cet état de fait.

Quand vous regardez votre métier tel qu'il se pratique à l'étranger, que vous dites-vous ?

Les premières années à la Foire de Bologne, quand on allait voir les agents pour des traductions, ils nous disaient : « Too much sophisticated ! », ce qui veut dire que nous donnions une attention au résultat final qui était au-delà de ce qui se faisait. Nous n'étions pas les seuls. Je pense par exemple au Seuil Jeunesse, à Brigitte Morel, à Jacques Binsztok, à de belles collections. La France présentait beaucoup d'exigence dans la réalisation des livres pour enfants. Et moi qui n'aurais jamais espéré être un jour « trop sophistiqué », je vois qu'aujourd'hui c'est passé dans la norme. Maintenant, pour les livres pour enfants, on peut revendiquer le même intérêt, les mêmes égards que pour les livres pour adultes.

Mais, parallèlement, un autre constat que l'on peut faire au plan international est que la production s'est uniformisée. Il n'y a pas si longtemps, on arrivait à distinguer un illustrateur qui venait du nord ou du sud de l'Europe ou d'Amérique du Sud, alors qu'aujourd'hui il y a une circulation intensive des images qui contribue à ce que tout le monde aille dans le même sens. Le travail artistique a beaucoup consisté à faire un peu comme tout le monde. On se situe dans un courant qui venait de France et qui s'est déplacé et, du coup, l'identité des maisons d'édition a un peu disparue. ●