

Qu'est-ce qu'un bon livre ? Anatomie du succès

Animateur : Christian Font (Centre Départemental de Documentation
Pédagogique du Tarn)

Intervenants : Maryline Galdin (documentaliste)
Charlotte Ruffault (éditrice, Hachette jeunesse)
Brigitte Labbé (auteur)
Jean-Philippe Arroud-Vignod (éditeur Gallimard Jeunesse, auteur)

Christian Font

Je suis directeur du Centre Départemental de Documentation Pédagogique du Tarn et j'interviens ici en tant que représentant de l'Éducation Nationale. Je précise que le réseau CDDP/CRDP/CNDP est l'éditeur de l'Éducation Nationale et que je suis ravi de rencontrer aujourd'hui nos collègues éditeurs du privé. Je crois que nous nous complétons plutôt bien dans le paysage éditorial actuel.

« Qu'est-ce qu'un bon livre ? ». C'est une question redoutable, et l'on peut même se demander si cette question a un sens et si l'on peut y répondre. Je vous propose néanmoins en guise d'introduction, une définition, trois remarques et quelques chiffres.

Revenir aux définitions du dictionnaire pour les mots usuels est souvent utile et essentiel. Pour l'adjectif « bon », je m'attendais à quelque chose qui se rattache à la nourriture comme « un bon repas », « un bon vivant », etc. En fait le premier sens de « bon » dans le dictionnaire, c'est « ce qui convient, ce qui a les qualités utiles que l'on attend ». Donc, nous pourrions nous demander « quelles sont les qualités utiles que l'on attend d'un livre » ?

Mais la réponse est forcément fonction du lecteur. En littérature de jeunesse, il y a bien évidemment la vision des adolescents. Qu'est-ce que les adolescents attendent des livres ? Peut-être répondraient-ils qu'un bon livre, c'est un livre qu'on lit jusqu'au bout ? Ou alors, qu'un bon livre, c'est un livre autour duquel on souhaite engager une discussion, un livre qu'on a envie de partager ou que l'on a envie de poser sur sa table de chevet ou dans sa bibliothèque ? Bernardin de Saint-Pierre disait : « Un bon livre est un bon ami ».

Mais est-ce toujours le cas ?

Il y a aussi la vision des parents. Qu'est-ce que les parents attendent d'un bon livre ? La même chose que les adolescents ? Ce n'est pas certain. Et qu'est-ce que les prescripteurs, notamment les enseignants, attendent d'un bon livre, la même chose que les adolescents ? Ce n'est pas certain non plus. Et que dire des prescripteurs qui décernent les prix littéraires de la littérature de jeunesse, des libraires, etc. Il y a donc une pluralité de regards.

On pourrait aussi poser la question autrement : « Est-ce qu'un bon livre est un livre qui se vend ? ». En tant qu'éditeur, j'ai tendance à penser que si un livre se vend, ce n'est pas nécessairement un mauvais livre. S'il se vend, cela veut dire que ceux qui l'ont acheté ont fait un acte volontaire, qu'ils ont fait l'effort de « voter » avec leur porte-monnaie, en quelque sorte, pour ce livre. Cela veut dire qu'ils veulent sans doute le garder et le relire. Mais par ailleurs, je n'aurai pas l'outrecuidance de dire que le livre qui ne se vend pas est forcément mauvais. En tout cas, je constate que parfois un livre se vend très bien auprès

du public et obtient une récompense littéraire après coup. Par exemple, *Les bienveillantes* de Jonathan Littell s'est vendu à 250 000 exemplaires bien avant de recevoir des prix littéraires et sans que son auteur intervienne dans les médias. Devant de telles ventes, s'est-on cru obligé de décerner des prix ? Est-ce pour autant un mauvais livre ? Je ne le pense pas. Tout le monde s'accorde à dire que c'est un excellent livre. Il n'y a donc pas nécessairement de continuité dans tout cela.

Il y a aussi une autre notion du bon livre, c'est le livre qui passe à la postérité, qu'on lira de génération en génération. Il y a beaucoup d'appelés et peu d'élus dans ce domaine et il est probable que la plupart des best-sellers actuels, notamment dans la littérature de jeunesse, seront complètement oubliés dans 10 ou 50 ans. Les auteurs n'ont pas tous la chance d'écrire *Les trois mousquetaires* ou *L'Île au trésor*. A l'inverse, on peut se demander si un ouvrage peu apprécié ou peu lu ou peu vendu au moment où il sort peut avoir une reconnaissance avec le temps ? De prime abord, j'avais tendance à répondre non, et puis en discutant avec les uns et les autres, je me suis aperçu qu'il y avait certains livres dans ce cas. Par exemple, il paraît que l'œuvre de Stendhal au moment où elle est sortie, notamment *La Chartreuse de Parme*, a été très peu appréciée du public alors qu'aujourd'hui, c'est devenu un fond de commerce de nos collègues éditeurs. Autre exemple : *Moby Dick* de Melville s'est vendu à 5000 exemplaires entre sa sortie en 1851 et la mort de son auteur en 1891. Or cet ouvrage est devenu à la mode après la Seconde guerre mondiale et les ventes actuelles se chiffrent à des millions d'exemplaires dans le monde. Voilà donc un livre qui fit un flop à sa sortie et qui devint un best-seller à l'arrivée. Ce livre était-il mauvais au 19^{ème} siècle et bon maintenant ? C'est une question qu'on peut se poser.

Enfin voici quelques chiffres. J'ai appris qu'en 2005, il y a eu 6400 nouveautés dans le domaine de la littérature de jeunesse et que ces 6400 nouveautés ont généré la vente de 71 millions d'ouvrages. Est-ce qu'il y a eu pour autant 6400 « bons livres » ? Je peux difficilement le croire ! Pourtant, en tant qu'éditeurs, nous avons tendance à dire que si nous éditons un ouvrage, c'est que nous pensons qu'il est bon ! S'il ne se vend pas, tant pis mais si nous avons choisi de l'éditer, c'est parce que nous le trouvons bon et que l'on a du plaisir à l'éditer. En tout cas, nous imaginons qu'il est bon car il arrive que le public ne le reçoive pas comme nous. Il faut savoir qu'en littérature de jeunesse, il n'y a qu'une dizaine de livres dans l'année qui dépassent les 10 000 exemplaires vendus, et quand un titre se vend à 100 000 exemplaires, alors là, c'est de l'ordre de l'exceptionnel ! Bien sûr, il y a *Harry Potter* qui s'est vendu l'année dernière à 25 millions d'exemplaires mais les autres livres sont loin derrière. Cela veut-il dire pour autant que ces autres livres soient moins bons ou pas bons du tout ? Je ne sais pas. Je vous propose de poser ces questions à une documentaliste, Maryline Galdin.

Maryline Galdin

« Qu'est-ce qu'un bon livre ? » pour moi, c'est un peu une question piège. Bien sûr, je pourrais apporter une réponse institutionnelle à travers les écrits du Ministère et en ce qui me concerne ceux de l'Éducation nationale. Je pourrais aussi apporter une réponse universitaire à travers les études qui ont été faites et les cours que j'ai pu suivre. Et puis, je me suis dit : « Non, je ne vais pas tomber dans ce piège, je vais partir de choses très terre-à-terre, je vais partir de mes élèves, du public de ma bibliothèque ».

Je suis dans un grand établissement de 800 élèves de milieu favorisé voire très favorisé, et j'ai donc l'occasion de voir beaucoup d'élèves au fil de la journée dans mon CDI. J'ai décidé de faire un petit sondage pour avoir leurs avis, en faisant abstraction de ce que

je pense. Je ne vous donnerai donc pas de définition personnelle. J'ai fait ce sondage auprès de 10 % de mes élèves, soit environ 80 personnes. Les enfants qui viennent lire au CDI ne sont pas forcés de le faire. Ils viennent lire pour leur plaisir, de façon spontanée. Lorsque je leur ai posé la question « qu'est-ce qu'un bon livre ? », ils ont répondu de façon assez laconique qu'ils aiment les livres qui les font rêver mais aussi les livres qu'ils ont envie de prêter aux copains, les livres dont ils ont envie de parler. En creusant un peu, je me suis aperçue qu'ils sont très sensibles à la 1^{ère} de couverture, c'est-à-dire au graphisme, à la mise en page, aux couleurs, à la collection et au genre. Pour les lecteurs plus assidus, quand ils ont été accrochés par un auteur, ils liront la série, s'il y en a une, ou tout ce que l'auteur aura pu produire. En ce qui concerne les genres, le plus plébiscité, c'est l'Heroïc fantasy : *Eragon*, *Pélessiou*, *L'Académian*, *Harry Potter*, *Les désastreuses aventures des orphelins Baudelaire*, etc. Cette tranche de lecteurs très accros à ce type de lecture sont en 4^e et en 3^e. Ce sont les mêmes qui en 6^e avaient dévoré tous les romans historiques situés dans l'Antiquité, comme ceux d'Odile Weulersse, de Jean-François Namias ou d'Evelyne Brisou-Pellen qui concernent le moyen-âge. Je vais vous livrer quelques citations. Un garçon de 15 ans m'a répondu : « Un bon livre, c'est un livre qu'on n'a pas envie d'arrêter à la quinzième page. Il faut de l'action. Il faut que cela bouge, si possible que cela soit comique et avec de l'aventure ». Un autre m'a dit : « Un bon livre, c'est un livre où on ressent des émotions. Un livre qui a une histoire que l'on apprécie, dont on peut s'imprégner et n'en sortir qu'en refermant le livre ». Cela explique peut-être le succès continu de la collection *Chair de poule* que je n'achète plus depuis longtemps mais qui en terme de prêts continue à tourner énormément. On m'a dit aussi : « Un bon livre, c'est un livre que j'ai envie de lire le soir en me couchant » ; « Un bon livre, on n'est pas content quand on le finit car c'était trop bien ». Une fille de 14 ans m'a dit : « Un bon livre est un livre qui fait naître des émotions et il peut faire pleurer parfois. On a l'impression d'être dans la peau du personnage ». Un autre élève ajoute : « Un bon livre est un livre qui tourne autour d'un thème qui nous concerne, auquel on s'identifie un peu ». Il est à noter que j'ai beaucoup plus de garçons qui fréquentent le CDI que de filles, j'ai donc beaucoup plus de lecteurs que de lectrices.

J'ai justement identifié un second type de lecteurs réguliers constitué de filles. Celles-ci sont très demandeuses de romans dont le sujet est la jeune adolescente qui raconte avec humour sa vie quotidienne, ses relations familiales, ses amours, ses déboires à l'école, etc., dans la veine des romans de *Julie* chez Milan par exemple. Elles souhaitent pouvoir s'identifier au personnage principal de la jeune ado, et les titres phares qui reviennent sont *Le journal intime de Jorjianne Colson* ou *Quatre filles et un jean*. Ces ouvrages sont très appréciés et régulièrement empruntés. Cette littérature s'appelle la « chick lit », terme qui vient d'une expression anglaise « chicken literature » et qui signifie « la littérature pour les poulettes ». Les filles citent tout de même aussi les livres à suspens, les romans policiers, les romans avec de l'action, des scènes d'horreur qui font peur et les incontournables histoires d'amour. Les plus jeunes, les élèves de 6^e (11/12 ans) apprécient énormément les histoires avec des animaux, les chevaux notamment qui sont très à la mode en ce moment. Il y a également la bande dessinée qui est très appréciée. Quand les élèves viennent lire pour le plaisir, dans un lieu calme, c'est essentiellement pour lire des bandes dessinées. Dans la bande dessinée, le genre qui vient en tête, c'est le manga. Ils viennent littéralement dévorer des mangas au CDI. Vous avez des mangas comme *Chona* pour le public masculin. *Chojo* et *Pink Dari* ciblent d'avantage les filles. La série des *Naruto* fait un tabac. *Ngone* aussi est apprécié par tous : il n'y a pas de texte,

ce n'est que du graphisme et de l'humour, et les jeunes font travailler leur imaginaire. Ça marche très fort auprès d'eux.

En parallèle de mon sondage, j'ai fait des statistiques sur les livres empruntés pour la maison. Vous allez peut-être trouver cela très décevant mais ce qui arrive en premier, ce sont deux mangas, *Narouto* et *Pink Dari*, et l'inévitable *Harry Potter*. Ensuite très loin derrière arrivent *La sorcière de l'Arounta*, *Mathilda* et *La brocante du cœur*. Et quand les adolescents ne veulent pas emprunter de livres, ce qu'ils lisent sur place, c'est de la bande dessinée mais aussi des ouvrages qui s'éloignent de la littérature comme *Le livre des records* et aussi des livres de photos, comme Yann Arthus Bertrand qui fait un malheur, et enfin les livres d'éducation sexuelle comme le fameux guide de Titeuf. Lorsque les élèves viennent me demander d'acheter certains ouvrages, je remarque qu'ils ont fait des repérages dans les grandes surfaces culturelles et qu'ils ont été attirés par les 1^{re} et 4^e de couverture. En général, ils ont des idées assez stéréotypées, ils répondent énormément au marketing des différents éditeurs et ils sont très influencés par ce qu'on peut trouver en tête de gondole des libraires et des magasins.

Pour conclure, un bon livre est-ce un livre qui a un succès commercial ? Un livre recommandé par les adultes ? Ou bien un livre qui passera à la postérité ? Je répondrai que pour les enfants, un bon livre est un livre qui est lu, que l'on peut partager, que l'on va recommander à d'autres lecteurs du même âge. Les exigences, les choix des adolescents ne correspondent pas forcément à ceux des enseignants et des professionnels du livre. L'important, c'est de trouver un terrain d'entente, d'éveiller leur curiosité, de susciter leur désir et de leur donner l'envie et le plaisir de lire. Ensuite, ce peut être une porte vers d'autres horizons.

Christian Font

Je me tourne à présent vers Charlotte Ruffault qui est éditrice chez Hachette Jeunesse et responsable du secteur romans.

Charlotte Ruffault

Je m'intéresse évidemment aux goûts des adolescents mais ce n'est pas cela qui prédomine dans le choix de mes publications. Quand je publie un texte pour la première fois, c'est par enthousiasme. Et cet enthousiasme est toujours présent même après 30 ans dans ce métier. D'ailleurs, je n'ai jamais entendu un éditeur dire : « J'ai publié un livre qui m'ennuie mortellement » ! En revanche, le choix des textes est de plus en plus difficile car pour m'enthousiasmer, il faut se lever de bonne heure ! Il faut rivaliser avec la bibliothèque que j'ai engrangée depuis que j'ai commencé à fréquenter les livres, c'est-à-dire depuis ma plus tendre enfance. J'ai vraiment commencé à lire à l'âge de 16 ans grâce à Simone de Beauvoir. Comme je vieillis et que je m'adresse à des personnes qui s'éloignent de plus en plus de moi en âge, je vais vérifier mes enthousiasmes auprès des gens qui m'entourent, des éditeurs qui m'accompagnent, des lecteurs, etc. On se met d'accord ou pas, on situe notre enthousiasme et notre lecture : c'est là le premier acte de tri, c'est là qu'un texte retient notre attention dès la première lecture, c'est là que l'on choisit de le publier ou non. Situer un texte, c'est aussi se demander qui sera son lecteur au-delà de nous, c'est essayer de qualifier ce lecteur (son âge, etc.) car notre métier, c'est de transmettre et diffuser un texte pour qu'il atteigne sa cible, son lecteur.

Une fois que nous avons fait cette démarche, nous revenons vers l'auteur et nous pouvons lui dire : « Nous avons choisi avec enthousiasme de publier votre manuscrit » ou bien

« Nous savons maintenant pourquoi nous pouvons publier votre livre ». Ce dialogue avec l'auteur et la restitution de la lecture que nous avons faite de son manuscrit est un moment délicat. L'auteur attend beaucoup de ce que nous allons lui dire. Aujourd'hui avec l'expérience, j'apprécie énormément cette rencontre. Je la cultive, je la prépare. Lorsque je propose un contrat à un auteur, mon rôle est de lui dire la vérité, c'est-à-dire de lui dire où je situe son livre, quel public il va toucher et avec quelle ampleur. Il est hors de question de lui faire croire que c'est un auteur extraordinaire et qu'il va se vendre à des milliers d'exemplaires si je n'en suis pas tout à fait convaincue. Car alors, si le livre a un succès relatif, cela devient compliqué. L'auteur est alors un auteur déçu qui me reproche de ne pas avoir bien fait mon travail. Bien sûr, il est très rare qu'un éditeur décide de publier un livre en se disant : « C'est sûr que je n'en vendrai pas ». Mais il peut arriver que l'on se dise : « Je pense que j'en vendrai très peu mais je n'aimerais pas qu'un autre l'édite à ma place, j'aimerais être celui qui communique ce livre au public ». Chez Hachette je ne le fais pas trop souvent.

Une fois que l'on a dit à l'auteur l'enthousiasme que l'on a pour son texte et pourquoi on a choisi de l'éditer, il faut savoir cultiver cet enthousiasme dans l'entreprise, savoir en parler à l'éditeur qui va accompagner le livre, à l'imprimeur, etc. Tout cela fait monter le désir autour du livre, et le désir est une des clefs du succès d'un livre.

Ensuite, le livre arrive en librairie et là, il est confronté à l'enthousiasme éventuel du public et du deuxième lecteur qu'est le libraire. A cette étape, il y a un verdict que nous situons en année un. Chez Hachette, un livre qui se vend à moins de 3000 exemplaires en année un dans le secteur de la fiction, c'est un succès très relatif. Bien sûr, il faut nuancer un peu cette appréciation. S'il s'agit d'un livre sur la poésie par exemple, 3000 exemplaires, c'est sans doute à la hauteur du succès pressenti. En revanche, s'il s'agit d'un roman pour lequel nous avons fait une prévision très haute (10 000 exemplaires la première année par exemple), avec 3000 exemplaires seulement, on considère que le succès n'est pas au rendez-vous. Il y a environ 100 romans en fiction jeunesse qui se vendent à 10 000 exemplaires la première année.

Je reviens à présent à ce que j'expliquais tout à l'heure : le plus important, c'est le point de départ, la vérité de la rencontre entre l'éditeur - qui est le premier lecteur - et l'auteur. C'est là que tout se joue. Le talent de l'éditeur, c'est de savoir repérer, positionner le manuscrit avant sa publication pour qu'au final la relation avec l'auteur ne soit pas trop ingérable.

Mis à part cela, il y a aussi le succès d'estime et c'est celui que je préfère. Lorsqu'un auteur a du plaisir à entendre, dans les salons du livre par exemple, le lecteur lui dire sa joie de l'avoir lu ou lorsqu'un auteur sait se protéger du succès commercial.

Christian Font

La littérature est un art mais c'est aussi une industrie, un produit marketing, et je sais que beaucoup d'auteurs essaient d'être en adéquation avec les lecteurs potentiels. Qu'en pensez-vous ?

Brigitte Labbé

Je ne suis pas d'accord. Je dirais que la littérature est un art et que c'est le livre qui à un certain moment de sa vie devient un produit marketing.

Christian Font

Je connais des auteurs en littérature de jeunesse qui regardent le programme officiel de littérature et qui, selon que ce programme a trait au moyen-âge ou à l'histoire, recherchent les champs sémantiques, repèrent les mots clefs. Ensuite, ils nourrissent leurs textes de ces mots clefs de manière à ce que leur livre soit conforme au programme. Ensuite, comme leur livre est, d'une certaine manière, « conforme au programme », il est prescrit par les enseignants et acheté parce qu'il correspond à une certaine forme d'attente. Ce peut être un excellent livre au demeurant mais il y a tout de même une contrainte : Est-ce qu'il n'y a pas un risque de formatage ? N'y a-t-il pas une tentation de standardisation dans le cadre de la production en littérature de jeunesse ? Est-ce qu'il y a un risque que les auteurs perdent un petit peu leur sensibilité, leurs apports personnels, qu'ils perdent de vue ce qui vient de leur cœur et de leurs tripes ?

Brigitte Labbé

J'écris une collection qui s'appelle *Goûter philo* et une autre qui s'appelle *De vie en vie* chez Milan. Je vais reprendre à mon compte un mot qu'a utilisé plusieurs fois Charlotte Ruffault tout à l'heure en vous disant que pour moi, il n'est pas possible d'écrire sans enthousiasme.

J'ai eu la chance d'avoir une autre vie professionnelle avant l'écriture et qui plus est, une vie au cœur du produit marketing. En effet, j'ai passé des heures à définir par exemple la couleur d'un produit WC. On ne peut pas faire plus marketing, plus « produit » que cela ! Et puis, du monde du marketing pur, je suis passée au monde de l'écriture. Nous appellerons cela une reconversion. C'est pourquoi aujourd'hui, s'il y a bien quelque chose que je ne veux pas retrouver dans l'écriture, c'est le calibrage, les segments, les cases et les cibles.

Je me suis confrontée à la philosophie à 35 ans, en me retrouvant sur les bancs de la Sorbonne lors d'une année sabbatique. Lorsque je suis retournée dans cette entreprise de marketing après mon année sabbatique, je n'ai pas pu continuer car j'ai tout à coup découvert le non-sens de cette activité. Le plaisir que j'ai éprouvé dans les amphis de la fac est au cœur de l'envie que j'ai eu d'écrire. Puis ce plaisir, j'ai eu envie de le partager avec les enfants. C'est cet enthousiasme-là qui est au cœur de mon écriture. Et pour faire le lien avec la question de départ, je dirai qu'un bon livre, c'est pour un auteur, le sentiment de ne pas écrire un mauvais livre ! C'est faire un livre qui part d'un désir, d'un enthousiasme, d'une volonté de partage. Voilà pour ce qui est de l'amont. Ensuite en aval, quand un enfant dans un salon du livre vient me voir et me dit : « J'ai lu ton livre jusqu'à la fin » ou « j'ai pu parler à ma maman ou à mon papa de ça, parce que dans ton livre j'ai trouvé la force de pouvoir le dire » ou quand des parents me disent : « On a lu *La vie et la mort* et on a pu aborder des thèmes que l'on avait jamais abordés avec notre enfant », alors là je me dis, sans pédanterie, que j'ai écrit un bon livre.

Quant au livre au livre à succès, cela n'a rien à voir. Cela étant, je suis très intéressée par le succès, très intéressée par le pourcentage de mes droits d'auteur et très intéressée par l'argent. Pour une seule et unique raison, c'est que si je ne gagne pas d'argent avec mes livres, je ne peux pas continuer à écrire. Si je ne gagne pas d'argent, je retourne à mes liquides WC. C'est aussi simple que cela. Je trouve donc extraordinaire et magique de pouvoir payer mon loyer en écrivant des livres.

Christian Font

Quand un éditeur vend beaucoup certains titres, cela lui procure des liquidités, des masses financières qui lui permettent d'éditer à côté des ouvrages à niche avec un faible tirage : un ouvrage pédagogique en mandarin par exemple ou un coup de cœur pour un auteur dont on sait que la première, la deuxième, voire la troisième année, son livre ne fera pas des ventes extraordinaires. L'un et l'autre choix s'équilibrent. Il est compréhensible qu'un éditeur édite sur des sujets qu'il a repérés comme porteurs auprès des enfants comme les dinosaures, les animaux ou les châteaux forts et se risque moins sur des sujets plus pointus comme les arts martiaux ! Si les éditeurs ne faisaient pas des livres à succès, ils ne pourraient pas éditer par ailleurs des ouvrages qui ont un succès relatif ou un succès d'estime.

Je me tourne maintenant vers notre dernier intervenant, Jean-Philippe Arroud-Vignod qui est à la fois éditeur et auteur. Est-ce que la notion de bon livre en tant qu'éditeur est la même qu'en tant qu'auteur ?

Jean-Philippe Arroud-Vignod

Je crois qu'il n'y a pas de contradiction. J'ai été lecteur tout petit, je raffolais déjà à cet âge-là des ouvrages pour la jeunesse. Je suis devenu auteur parce que j'ai été lecteur et je suis devenu éditeur parce que j'ai été lecteur du livre d'enfant. Pour moi, écrire un livre, c'est être dans l'enthousiasme. Par conséquent, un bon livre, c'est le livre que je suis en train d'imaginer, le livre qui n'est pas encore écrit, qui n'a pas encore apporté tout son lot de déception. En effet, malgré toute l'énergie que l'on dépense à produire un livre, une fois qu'il est écrit, on le trouve toujours en deçà de ce qu'on s'était promis de faire. Mais quand on commence à écrire, on a en tête une espèce de livre idéal, de livre fantôme, à la fois extrêmement nébuleux et très précis. On pressent, on aperçoit une forme très claire que personne d'autre que nous ne peut voir, et c'est vers cette forme que l'on tente de s'approcher, progressivement, avec lenteur, difficulté, remords, etc. Et nécessairement, le produit que l'on va réaliser sera en deçà de ce livre rêvé. Le bon livre, c'est donc toujours celui que l'on va écrire demain. Quand le livre est terminé, si notre part de déception est trop grande, on ne donne pas ce texte à l'éditeur bien sûr. En revanche, si on a l'impression que l'on peut faire mieux, on continue à le travailler, avec l'éditeur ou sans l'éditeur. Seulement, à un moment donné, il faut aussi savoir s'arrêter car on n'obtiendra jamais la perfection que l'on recherche.

Ensuite, quand le livre est publié, je dirais que le bon livre, c'est le livre qui allume l'étincelle dans l'œil du gamin qui vient vous voir ou du lecteur, tout simplement, quel que soit son âge. Je me souviens d'une rencontre avec un homme qui s'approche de moi tout timide et qui me dit : « Voilà, je suis content de vous rencontrer, parce que j'ai lu ça quand j'avais 10 ans ». J'ai alors repensé à tous ces livres qui m'avaient aidé à grandir quand j'étais enfant, à tous ces livres qui m'ont consolé quand j'étais triste, et je me suis dit en tant qu'auteur que les bons livres étaient ceux que j'aurais écrits et qui auront joué ce rôle-là auprès d'autres enfants que je connais pas. Des livres qui auront allumé des petites lumières, qui auront ouvert des espaces clos dans lesquels ces enfants auront été bien pendant un temps.

Quant à savoir à quoi ça tient un bon livre, je n'en sais rien. Je crois d'ailleurs qu'il ne faut pas le savoir. J'ai l'impression que si le souhait des auteurs et le souhait des éditeurs, c'est de vendre du papier, ils feraient mieux de travailler chez Sopalin ou chez Moltonel !

Dans mon travail d'éditeur, j'ai retrouvé cet enthousiasme d'auteur dont je vous ai parlé tout à l'heure. Les éditeurs sont en rapport avec la création des auteurs, et je trouve que la création propre au travail éditorial est du même ordre. Auteur et éditeur vont essayer de trouver, ensemble, le moyen de faire de ce texte auquel ils croient le meilleur livre possible. En aidant les auteurs à parfaire leurs textes, à leur donner la forme la plus en phase avec leur contenu, on va faire en sorte que ce livre auquel on croit rencontre le public qu'il mérite, et là bien évidemment, c'est aussi une industrie. Mais on ne peut pas déclencher, provoquer un succès simplement à coup de matraquage marketing ou de promotion. On peut tout faire pour faire connaître un livre mais la véritable rencontre avec le public se produira en fonction, pas nécessairement de la qualité du livre, mais de l'adéquation du texte entre un moment donné et un public donné. Pour moi, on peut dépenser des fortunes pour le faire connaître mais ce n'est pas pour cela qu'il sera acheté. Christian Font disait tout à l'heure qu'un livre qui se vend, « cela veut dire que ceux qui l'on acheté ont fait un acte volontaire, qu'ils ont fait l'effort de « voter » pour ce livre » Je ne suis pas du tout d'accord avec vous. Je crois qu'acheter un livre ce n'est pas dire que le livre est bien. Acheter un livre, c'est tenter le coup, tenter l'aventure, c'est un pari. Mais combien de livres achetés qu'on ne termine pas ! Il est vrai que dans les bibliothèques, dans les librairies, le lecteur a tout loisir pour fureter, ouvrir le livre, essayer de se faire une idée à l'avance. Mais on ne provoquera jamais cette rencontre de façon artificielle.

En revanche, le travail de l'éditeur va consister certainement à accompagner cette rencontre. Tout d'abord à faire connaître le livre et ensuite à continuer à garder le livre dans l'esprit des gens pour qu'il continue à exister et qu'on puisse développer, quand elle a lieu, cette rencontre dont je parlais tout à l'heure. Faire connaître l'enthousiasme de la rencontre et faire partager le plus possible ce que nous, éditeurs, nous avons aimé. Il va de soi aussi qu'un succès de librairie, c'est pour l'éditeur, comme pour l'auteur, un plaisir commercial sans doute mais surtout le plaisir de découvrir que ce que l'on a aimé, on peut le transmettre et qu'on ne s'est pas trompé puisque cela apporte du plaisir aux autres.

Ce qui est particulier dans la littérature de jeunesse, c'est que, contrairement à la littérature adulte, les livres jeunesse sont moins tributaires des saisons, des prix littéraires et de tout l'appareil médiatique. Un livre adulte a en gros un mois de vie : le livre sort en septembre et si dans les trois semaines qui suivent, on n'a pas parlé de lui dans quelques médias, il disparaît des librairies. C'est terrible pour les auteurs ! Pour le livre jeunesse c'est différent, les livres ont une existence plus longue en librairie. Un éditeur jeunesse peut proposer aux lecteurs des livres qui ne seront pas instantanément des succès de librairie et qui pourront tout de même trouver leur place, leurs publics, leurs lecteurs.

Par exemple, les textes de Pierre-Marie Beaude publiés chez Gallimard depuis 20 ans, sont des textes magnifiques auxquels tout le monde a cru depuis le début mais qui n'ont jamais été des succès fracassants et immédiats. Seulement sur le long terme, ces textes de qualité ont vécu leur vie, ont rencontré leur public et sont à présent l'un des éléments du fonds de Gallimard Jeunesse. Car je crois que c'est aussi l'objectif d'un éditeur que de constituer un fonds, c'est-à-dire de tabler sur des livres qui feront vivre le catalogue dans la durée. Il faut donc trouver un équilibre entre des livres qui vont rencontrer le public de façon immédiate et des livres qui vont faire leur chemin lentement. Et au bout du compte, tant pis si certains livres ne rencontrent pas leur public tout de suite : il arrive parfois que l'éditeur se trompe mais il arrive aussi parfois que le public passe à côté d'un livre sur le moment et le redécouvre plus tard. Notre rôle en tant qu'éditeur,

c'est de faire connaître ces œuvres. Il peut arriver que l'on échoue au premier livre d'un auteur, ce qui est dommage mais si l'on tente le coup avec un deuxième livre, voire avec un troisième, on peut parvenir progressivement à faire se rencontrer l'auteur et son public.

Christian Font

Nous allons maintenant nous tourner vers le public. Y a-t-il des questions ?

Une femme

Vous n'avez parlé que de l'enthousiasme de l'éditeur et du lecteur. C'est résumer de façon un peu courte la chaîne du livre ! Il y a d'autres intermédiaires dont vous n'avez pas du tout parlé...

Christian Font

J'ai évoqué tout à l'heure en préambule un certain nombre de prescripteurs qui sont les libraires, les enseignants, les membres de jury littéraires qui portent eux aussi un jugement sur les livres, disent s'ils sont bons ou moins bons et influencent d'une certaine manière le public.

Une bibliothécaire

Et les bibliothèques, vous les avez encore oubliées ? !

Charlotte Ruffault

Vous avez raison, ce qui prouve que les acteurs qui participent au circuit du livre sont très nombreux.

Une bibliothécaire

Certains éditeurs reconnaissent que s'il n'y avait pas les bibliothèques, il y aurait certains livres qui ne trouveraient pas leur public. C'est valable également pour les libraires. Le processus ne s'arrête pas à l'enthousiasme d'un éditeur pour un livre ! Il s'agit d'une chaîne bien plus longue. Et si cela peut mettre du temps, c'est parce que les bibliothécaires peuvent eux aussi mettre du temps à découvrir les livres. Mais cela permet de donner une deuxième chance à un ouvrage qui n'a pas bien démarré.

Une femme

Je travaille dans une enseigne qui est vraiment soumise à la politique des têtes de gondole sauf qu'en jeunesse, je suis un peu préservée de cette politique, et ce n'est pas si mal. Car il y a alors la place pour un rapport au livre qui s'affranchit des contraintes commerciales et qui réunit les différents acteurs du livre d'une autre manière. En voici un exemple : cet été, un livre s'est imposé à moi sans qu'il ne m'ait été imposé ni par l'éditeur, ni par l'enseigne. Il m'a été imposé par les adolescents en tant que lecteurs. Il s'agit du livre *Trois mètres au-dessus du ciel* qui a tout simplement bénéficié d'un gigantesque bouche-à-oreille parmi les ados et qui a remporté un énorme succès. Il est devenu « coup de cœur » dans mon magasin par la force des choses. À force d'entendre parler à ce point d'un livre que vous n'avez pas lu, que vous venez tout juste de recevoir dans votre librairie, vous finissez par le lire, et là, le livre remporte à vos yeux un réel succès d'estime. Le livre existe autrement. Je trouve cela vraiment intéressant quand se sont nos lecteurs qui « contraignent » nos choix.

Brigitte Labbé

Oui, c'est tant mieux et c'est rassurant! Car à l'inverse, il est affligeant de voir le même type d'ouvrage un peu partout en ce moment, tout éditeur confondu : le même type de première de couverture avec un dragon et un peu d'encre dorée. Tout cela est très formaté! Et on voit bien que les enfants répondent à ce type d'offre de façon spontanée. Cela fait donc plaisir d'entendre qu'il existe encore des voies différentes de celles-là.

Un homme

Ce sont tout de même de bons livres et il n'y a pas de raison qu'on ne les propose pas aux élèves et aux enfants. Ce sont des livres que les enfants ont plaisir à lire. Faudrait-il ne pas les proposer uniquement au motif qu'ils sont tous formatés de la même façon ?

Brigitte Labbé

C'était un peu le sens de ma conclusion tout à l'heure : un bon livre, c'est avant tout un livre qui est lu, qui est apprécié et qui fait vibrer.

Charlotte Ruffault

De toute façon, ce phénomène de mode est intéressant à observer. La première grande mode a été lancée par la collection *Chair de poule* qui a généré ensuite une flopée de livres qui lui ressemblaient. C'est compliqué pour un éditeur, car il fait le pari avec son auteur d'atteindre le public. S'il fait exprès de ne pas utiliser les codes qui marchent, il s'éloigne volontairement du public. Il y a des éditeurs qui font cela, qui choisissent de n'éditer que ce qu'ils aiment, indépendamment des goûts du public. Il s'agit rarement de très gros éditeurs. C'est plutôt le travail du petit éditeur qui a envie de communiquer avec ce qu'il est, ce qu'il sent et qui souhaite créer une communauté autour de lui. J'ai eu la chance de vivre ce type d'expérience chez Syros, et c'est un immense bonheur. Surtout si on rencontre « sa communauté ». Et puis il y a aussi le rendez-vous avec le très grand public, et avec les adolescents qui sont coincés dans leurs codes. Nous même nous le déplorons, nous aimerions bien nous aventurer dans d'autres choses. Les gros éditeurs font de très bons livres mais c'est vrai qu'ils se ressemblent.

Il se trouve qu'en ce moment, il y a une espèce d'exacerbation autour de l'Heroïc fantasy anglo-saxonne mais cela passera. Nous avons désormais un certain historique et nous savons que ce genre de mode dure un peu plus de cinq ans. Il s'agit d'une vague portée par la jeune génération actuelle mais une nouvelle génération de lecteurs va arriver et avec elle, une autre mode.

Un auteur

Longtemps je me suis posé la question suivante : Pourquoi les bibliothécaires choisissent-ils les livres en fonction de ce qu'ils appellent des « coups de cœur » ? Comme si le coup de cœur du médiateur allait automatiquement provoquer le coup de cœur des lecteurs...D'autre part, cette manifestation s'appelle Parcours professionnels et pourtant, j'entends dire que les éditeurs choisissent eux aussi les textes sur des « coups de cœur ». Alors ma question est : « Quelle est la partie purement professionnelle du travail de l'éditeur dans son choix d'une œuvre ? ». Car il s'agit bien, n'est-ce pas, d'une œuvre, de littérature et pas simplement d'un livre ?

Charlotte Ruffault

Pour ce qui me concerne, je n'ai jamais parlé de « coup de cœur », j'ai parlé d'enthousiasme. Et j'ai dit également que je ne pouvais pas me contenter de mon enthousiasme et qu'il fallait que je m'entoure d'autres personnes pour le valider. D'ailleurs les lecteurs chez nous sont de plus en plus jeunes et c'est à mon sens par professionnalisme que je choisis des lecteurs jeunes car si je me référais uniquement à ma seule évaluation, je pourrais dire que pour moi, l'Heroïc fantasy, c'est un mystère ! Je vais vous donner encore un autre exemple où le coup de cœur en effet ne suffit pas : j'ai eu un immense enthousiasme pour un manuscrit extraordinaire que j'avais reçu, un thriller. Mais je sentais bien que j'étais incapable de le situer et donc de le publier. J'ai alors demandé à Richard Gousset, chez Albin Michel, de le lire, et un mois après Albin Michel le publiait.

Jean-Philippe Arroud-Vignod

Comme pour tous les métiers qui ont trait à l'artistique, l'essentiel du professionnalisme tient à une sorte de flair. Il s'agit de sentir. C'est une affaire d'intuition et de jugement à la fois. Cela ne s'appuie pas sur des critères rationnels, et heureusement. Faute de quoi on fabriquerait des moules qui permettraient de formater des ouvrages. Il n'y aurait plus qu'à demander à des sortes d'auteurs-mercenaires de les écrire.

La part proprement professionnelle, indépendamment de ce flair, tient à la pratique des textes. C'est ce que nous pouvons apporter en tant qu'éditeur à l'auteur pour lui permettre d'aller au bout de son propre projet. C'est d'ailleurs en tant qu'éditeur la partie qui me passionne le plus. Cette façon d'aller jusqu'au bout du projet de l'auteur avec lui, en lui montrant la direction vers ce qui n'est pas encore là, en lui proposant des solutions techniques pour résoudre les difficultés, s'il les considère lui-même comme des difficultés.

C'est un travail d'équilibriste qui ne peut se faire qu'en confiance avec l'auteur. Il s'agit de parfaire le texte et non de le rendre plus commercial ou d'écrire à la place de l'auteur. Cette part professionnelle est une pratique qui s'appuie sur un savoir, sur une technique de fonctionnement du récit. Ensuite, il y a la façon dont on met en œuvre « l'objet-livre » avec l'ensemble des autres corps de métier que rassemble un éditeur.

Christian Font

J'ai une question à poser aux éditeurs présents. J'entends parler de création, de flair, de rencontre entre un auteur et un éditeur, soit. Mais je ne peux pas croire que vous ne faites pas aussi des études de marché, du marketing, des recherches de niches. A un moment donné, c'est bien vous, éditeurs qui avez en tête une collection, une série qui vous paraît correspondre à ce que vous sentez dans l'opinion publique. Vous essayez alors de trouver des auteurs qui feront un travail de commande pour correspondre à cet air du temps. Ne me dites pas que le travail de l'éditeur se résume à recevoir tranquillement des manuscrits, ce n'est pas de l'orpaillage quand-même !

Charlotte Ruffault

Si justement, c'est surtout cela. On ne peut pas faire des études de marché car c'est beaucoup trop cher. Quand on est une maison d'édition un peu plus grosse, ce que l'on peut faire en revanche, c'est suivre l'évolution des ventes des livres du fond. Car ce qui permet à un éditeur de subsister sur la durée, c'est d'avoir un fonds. La grande recette

de l'édition, c'est créer un fonds. Le livre qui continue à se vendre sur le long terme rapporte petit à petit l'argent qui permet d'investir sur la nouveauté.

C'est aussi en étudiant les fluctuations des ventes du fonds, en particulier dans le domaine de la fiction, que l'on peut constater les effets de mode, et surtout le moment où une mode commence à s'éteindre. En revanche, je suis bien incapable de créer la prochaine mode. Je me renseigne, je regarde les programmes télé pour les enfants, je perçois des tendances mais vous dire ce qui va arriver, je n'en sais rien. *Harry Potter* a été proposé à tous les éditeurs en France et aucun n'a eu le flair de le prendre, sauf Gallimard. Le véritable travail de l'éditeur, ce n'est pas la commande car la commande, cela ne peut pas marcher, ce n'est pas une recette de cuisine.

Jean-Philippe Arroud-Vignod

Un éditeur n'est pas quelqu'un qui fabrique des boîtes en demandant à des ouvriers qualifiés qu'on appellerait des auteurs de les remplir d'un contenu prédéterminé. Notre rôle, c'est de recevoir un certain nombre de textes et de trouver les espaces dans lesquels ils seront les mieux défendus, les mieux servis.

Prenons le catalogue de Gallimard Jeunesse par exemple, et regardons comment s'organisent les collections : elles sont séquencées par tranches d'âge. Il y a *Folio junior*, on l'on trouve du polar, de la SF, des tranches de vie, c'est-à-dire à peu près tous les genres qui constituent la littérature jeunesse. Lorsque l'on passe en *Folio Cadet* ou en *Scripto* (pour les adolescents), c'est la même chose. Ce ne sont pas des catégories que l'on a construites en se disant : « Tiens la tranche des 9/13 ans, ça marche bien, alors faisons plein de collections pour les 9/13 ans » ou bien : « Voilà un thème ou un type d'histoire qui marchent, alors allons-y, gavons le public avec ! ». Non, cela n'aurait pas de sens.

On peut cependant se demander pourquoi, au moment du succès d'un genre, on voit arriver énormément de titres du même genre, au même moment, chez tous les éditeurs. Bien sûr, il y a certains éditeurs et auteurs qui décident de profiter du filon. Mais aussi, le fait que l'Heroïc fantasy marche bien a déculpabilisé un certain nombre d'auteurs qui avaient envie d'écrire ce type de textes et qui n'osaient pas. De même, l'arrivée d'un texte comme *Harry Potter* a permis de déculpabiliser toute une génération d'auteurs qui se sont dit : « On va pouvoir recommencer à raconter des histoires ». Du coup, toutes ces histoires qu'ils s'autorisaient à écrire devenaient aussi plus lisibles par les éditeurs qui avaient désormais un regard plus attentif à ce type de textes. Il ne faut pas répondre à l'angélisme présumé de notre discours par un machiavélisme supposé.

Une personne

Pour moi le succès d'un livre est à deux niveaux, il y a d'une part le succès du livre et d'autre part celui de l'auteur. Dans le cas d'*Harry Potter*, par exemple, on peut se demander si son auteur arrivera à écrire autre chose ou si ses autres livres auront autant de succès. A contrario, chez Hachette Anthony Horowitz est un auteur à succès dont les livres tournent en permanence, notamment *L'île du crâne* qui pour moi préfigure *Harry Potter* avec 20 ans d'avance.

Qu'est-ce qui fait le succès ? Est-ce une époque, une génération de lecteurs, le statut d'un auteur ? Je pense que la question du succès est toute relative. L'enthousiasme des auteurs, des éditeurs et de tous les médiateurs y contribuent pour une part. Mais le succès est aussi géographique. Par exemple, à Toulouse il y a des livres qui marchent en

banlieue et qui ne marchent pas en centre ville : on croyait être sur des territoires homogènes, et bien ce n'est pas le cas !

Christian Font

Pour terminer, je vais demander à nos intervenants de qualifier ce qu'est un bon livre en trois mots.

Maryline Galdin

Un seul : plaisir.

Charlotte Ruffault

En quatre : qui laisse une trace.

Brigitte Labbé

Partage.

Jean-Philippe Arroud-Vignod

Je ne me prononcerai pas...