

POLITIQUES ÉDITORIALES : DU PROJET À L'OBJET

- **François Place**, Auteur illustrateur
- **Jean-François Saada**, Directeur artistique, Gallimard Jeunesse
- **Alix Willaert**, Chef de fabrication, Albin Michel

Modération : **Brigitte Leblanc**, Directrice éditoriale, Gautier-Languereau et Hachette Enfants

De l'idée au livre : l'*Atlas des géographes d'Orbae*

Après avoir créé un abécédaire géographique, **François Place** a conçu un atlas imaginaire constitué des planches géographiques de vingt-six pays illustrées par un conte et complétées d'autant de planches encyclopédiques. Mêlant illustration, culture, mythologie, fiction et documentaire, il allie novation et tradition éditoriale, tradition des récits de voyages et de la description des mondes. Ce projet a requis beaucoup de temps, des recherches, des croquis et de nombreuses immersions en bibliothèque. Imaginé il y a plus de vingt ans, il continue à vivre – aujourd'hui sous la forme d'un coffret incarnant un univers complet. Même si la littérature jeunesse est très dynamique, disposer d'un point d'ancrage est essentiel pour les auteurs. Certes, un projet que l'on situe légèrement au-dessus de soi génère de l'angoisse et n'est pas sans risques, pour l'auteur comme pour son éditeur, mais il porte aussi l'ambition qui procure courage et persévérance.

L'objet au service du sens

Chaque livre est un objet avec une politique propre, qui nécessite de penser la chaîne de l'édition tout entière. Passer de l'idée aux images puis à l'objet livre nécessite que les visions de l'auteur et de l'éditeur se confrontent, dans un dialogue nourri et constructif. En règle générale, le directeur artistique est davantage en lien avec l'illustrateur qu'avec l'auteur. En tout état de cause, il a pour rôle de s'assurer que la réalisation physique servira l'intention première de l'auteur, ce qui impose d'appréhender l'usage de l'objet à venir. **Jean-François Saada** évoque, à cet égard, la discussion sur un projet d'album avec l'auteur, au terme de laquelle il est apparu que la forme album amènerait un lectorat plus jeune que celui que supposait le texte – d'où la décision de finalement faire un roman illustré, pour servir l'ambition du texte.

Pour **Brigitte Leblanc**, il est en effet essentiel de tenir compte du fait que l'objet indique d'emblée l'âge auquel il s'adresse.

Alix Willaert fabrique plusieurs sortes d'objets, en tenant compte de nombreuses exigences : les attentes de l'auteur, les exigences de l'éditeur, celles du marché, mais aussi les exigences techniques, notamment d'adéquation entre la forme et le contenu. Chez Albin Michel, elle intervient très en amont des projets pour définir le choix des matières, en lien étroit avec l'éditeur et la direction artistique lorsqu'elle existe (car il arrive parfois que l'auteur soit aussi concepteur et graphiste, voire qu'il retravaille lui-même la couleur).

Aujourd'hui, la plupart des livres, notamment les pop-up ou les objets entièrement conçus autour de la technique de la découpe laser (comme les ouvrages d'Antoine Guiloppé), sont réalisés en Chine. Certes, pour des raisons de coût, mais pas uniquement : certains savoir-faire et certaines machines n'existent plus que dans les imprimeries chinoises. A défaut, ces livres ne verraient pas le jour – et, dans le cas d'Antoine Guiloppé, le projet artistique lui-même n'aurait pas existé.

A cet égard, **Brigitte Leblanc** souligne la préoccupation constante des éditeurs pour le respect de l'environnement, qui travaillent avec des papiers certifiés. S'y ajoute le respect des normes européennes de sécurité pour les livres jouets. En l'occurrence, l'empreinte carbone du livre imprimé en Chine qui voyage ensuite par bateau n'est pas plus marquée que celle des livres fabriqués en Europe. En effet, la pâte à papier est faite en Scandinavie tandis que les fabricants de papier sont répartis dans différents pays, de même que les imprimeurs et les entrepôts.

Une chaîne complexe de savoirs et de ressources

François Place qualifie la création d'un livre d'une succession de miracles : celui de l'émergence d'une idée, celui de la rencontre avec un éditeur, celui de la fabrication, celui de l'ajustement du coût, celui de la communication pour que le livre trouve son public et celui de la distribution. D'où l'importance de fournir aux auteurs l'opportunité de se dévoiler sur la durée, y compris dans des projets en apparence moins enthousiasmants et en dépit des nombreuses chausse-trappes qui peuvent surgir sur le chemin du projet à l'objet.

Brigitte Leblanc observe que cette chaîne de petits miracles est aussi une chaîne de décisions. Choisir le bon illustrateur pour le bon auteur, la bonne fabrication pour le bon projet sont des décisions souvent plus difficiles à prendre qu'il n'y paraît.

Pour **Jean-François Saada**, il s'agit d'une somme de choix mais aussi de non-choix, qui seront *in fine* figés par la presse. Aussi est-il essentiel que l'éditeur et le directeur artistique examinent l'ensemble des paramètres qui participeront à la cohérence du livre – tout en prenant garde, parfois, à ce que l'auteur ne fasse pas écran au projet, et en conservant à l'esprit la notion de coordination de la politique éditoriale par l'usage. Ce faisant, un parti pris graphique ou éditorial peut aussi venir bousculer l'usage qui codifierait par trop le livre, au nom de l'avant-garde et de la nouveauté, étant entendu que la littérature jeunesse est un univers ultra concurrentiel, qui impose de rendre le livre repérable.

Dans la réalité, les maîtres-mots étant ceux de faisabilité, de viabilité et d'optimisation, le choix de la co-édition peut s'avérer indispensable. **Alix Willaert** précise que cette démarche nécessite souvent un travail très amont, à partir de maquettes fournies par l'auteur, et impose de respecter les exigences du client que sera le co-éditeur. Fabriquer l'objet livre revient alors plus que jamais à conjuguer plusieurs métiers.

Brigitte Leblanc ajoute que la recherche de co-éditeurs afin que le livre puisse exister engendre des coûts supplémentaires non négligeables qui entrent aussi en ligne de compte dans les choix de l'éditeur.

L'art de l'édition

Tous les auteurs ne travaillent pas à la même vitesse. Certains livres requièrent un travail préalable très conséquent, d'autres non. Pour **François Place**, le talent ne se mesure ni au temps passé ni à l'énergie déployée. Chaque projet de livre est un prototype, un objet qui n'existe pas encore. De ce point de vue, l'édition est davantage un art qu'une science. L'intuition et le savoir-faire ont toute leur place, de même que les regards professionnels de l'éditeur et du directeur artistique. Le tout, dans une relation de confiance voire d'affection avec l'auteur et l'illustrateur.

Dans cette même optique, **Jean-François Saada** considère que le travail de directeur artistique consiste aussi à inciter les illustrateurs à explorer des territoires inconnus, parfois même dans le cadre d'un dialogue à propos d'un projet qui n'existe pas encore.

En tout état de cause, conclut **Alix Willaert**, l'enthousiasme doit rester le guide dès lors que l'on s'adresse à des enfants.

L'éditeur est à la fois accoucheur et chef d'orchestre. Il navigue entre le rêve et la réalité, avec un réel amour des auteurs, un véritable respect de la création, mais aussi un bon sens des réalités. Tous ces ingrédients expliquent, d'après **Brigitte Leblanc**, la richesse infinie de la littérature jeunesse en France.