

Université Toulouse Jean Jaurès

UFR d'histoire, arts et archéologie

Département documentation, archives, médiathèque et édition

L'édition de jeunesse française face à l'industrialisation

La représentation de l'industrialisation au travers de la littérature

Young Adult

Mégane JACQUEMART

Volume 1 : texte et bibliographie

Mémoire présenté pour l'obtention du Master I Information et Communication

Sous la direction de M. Dominique Auzel

Mai 2016



À ma mère,

Ainsi donc, au moment où, enfin, j'étais devenu éditeur, j'étais entré sans le savoir dans le processus de cette crise. Maintenant je sais, et je dis à ceux qui veulent se lancer dans l'aventure et que jamais je ne décourage : entrer dans l'édition c'est entrer dans la crise. Et c'est fort bien ainsi. La crise attise la détermination.

Hubert Nyssen, *La Sagesse de L'éditeur.*

Remerciements

J'exprime tout d'abord ma reconnaissance à Monsieur Dominique Auzel pour ses conseils et ses encouragements pendant cette année de Master 1 et pour la réalisation de ce mémoire.

Je tiens à remercier M. Laurent Ausset, responsable de la formation Master 1 Information-Communication.

Je tiens à remercier également toutes les personnes qui m'ont si chaleureusement accueillie durant mon stage aux Editions Scrinéo et qui ont eu la gentillesse de me faire partager leur travail et de répondre à mes interrogations, en particulier : M. Jean-Paul Arif, directeur éditorial, Madame Jennifer Rossi, assistante éditoriale, Madame Annabelle Bizard, responsable commerciale et Madame Béatrice de Leyssac, responsable communication ; Merci de m'avoir permis d'intégrer votre équipe, d'œuvrer sur des projets éditoriaux d'une grande qualité, et de m'avoir renseignée sur la production et la promotion de vos livres pour Fantasy.

Enfin, je remercie grandement mes proches pour leur soutien inconditionnel, particulièrement pendant cette période de mémoire, qui ne fut pas exempte de doutes et d'hésitations.

Sommaire

Introduction /du mémoire/	6
Première partie : L'édition littéraire de jeunesse face à l'industrialisation.....	9
Chapitre 1 : Etats des lieux de l'Edition française.....	11
Chapitre 2 : L'industrialisation de l'édition : décliner et adapter le livre-produit aux différentes cibles.....	23
Chapitre 3 : La littérature <i>Young Adult</i> , reflet de l'industrialisation de l'édition	35
Seconde partie : Conséquence de l'industrialisation de l'édition française : un éditeur davantage commercial que littéraire.....	56
Chapitre 1 : La domination médiatique, éditoriale et culturelle anglophone.....	59
Chapitre 2 : La globalisation anglophone de l'édition française.	72
Chapitre 3 : Projet éditorial : Une complémentarité possible au service de la revalorisation de l'édition française	87
ANNEXES (volume 2)	

Introduction /du mémoire/

« Editeur : Personne physique ou morale qui est responsable de l'entreprise d'édition et des choix effectués. Il publie et annote l'œuvre d'un auteur en vue d'établir une édition critique. Il est responsable de la direction d'un ouvrage collectif, d'un numéro de revue, etc. Il choisit de reproduire et de mettre en vente l'œuvre d'un écrivain ». Telle est la définition du métier d'éditeur par le dictionnaire Larousse. Cette profession n'arrive que très tardivement dans l'histoire de la littérature. Au 18^{ème} siècle, il est défini comme un « *homme d'étude qui a soin de l'édition de l'ouvrage d'un autre, et pour l'ordinaire d'un Auteur ancien, car Éditeur ne se dit ni des ouvriers-imprimeurs, ni d'un auteur qui imprime ses propres ouvrages* » (Dictionnaire de Trévoux, 1743). Auparavant, ce métier n'existait pas et c'était le libraire-imprimeur qui se chargeait à la fois de l'impression et de la vente de l'ouvrage. Il n'y avait pas de notion de « diffusion », notion apparue avec la profession d'éditeur. Ces libraires-éditeurs vont peu à peu être amenés à relire les textes proposés avant de les imprimer, puis à suggérer des ajustements sur leurs contenus quand cela leur semblait utile ou nécessaire. Ainsi, l'édition est tout d'abord présentée comme une étape de « vérification » de la qualité d'un manuscrit. Aujourd'hui, ces prérogatives ont évolué. S'il se préoccupe de la qualité du contenu des ouvrages, il doit également en assurer la promotion. S'il dispose d'une place qui lui est parfois contestée par certains écrivains qui n'apprécient pas de les voir modifier leur(s) création(s) ou par d'autres qui lui préfèrent l'autoédition, le manque de succès de ces derniers ne fait que confirmer le rôle essentiel de l'éditeur dans la production et la diffusion d'une œuvre de qualité. Parmi ces premières fonctions, l'éditeur travaille le texte, il doit procéder à des ajustements s'il les estime nécessaires, peut faire des propositions et des suggestions ; en somme, il doit étudier et travailler le texte dans ses moindres détails pour aboutir à un texte d'une qualité de contenu irréprochable et qui sera en accord avec sa politique éditoriale, comme le soulignait, Antoine Gallimard : « *Un éditeur reste un artisan, proche de ce qu'il fait* »¹. Ce travail de longue haleine se fait en collaboration étroite avec l'auteur du manuscrit : dès lors, cela implique une véritable relation de confiance entre l'auteur et l'éditeur où chacun tente d'appréhender l'autre. L'éditeur, pour publier un texte doit en comprendre « l'aura », compréhension permise par la rencontre, et cette relation de travail avec l'écrivain. Cette relation peut parfois s'avérer complexe et faite de désaccords, mais elle doit néanmoins constituer une relation de confiance et être ouverte au dialogue. Un éditeur peut travailler avec des auteurs pendant des années et avec d'autres pour seulement un livre. En moyenne, six à neuf fois de travail s'écoulent entre la première lecture du manuscrit et sa parution en livre.

¹ Télérama n°13189, Antoine Gallimard et le métier d'éditeur » s.l. 26 Février 2011

Tout le travail de l'éditeur consiste à valoriser l'œuvre et amener à un ouvrage abouti.

Au cours d'une période de stage effectuée aux éditions Scrinéo, maison d'édition jeunesse située sur Paris, une étude concurrentielle a révélé des résultats déconcertants : au cours de l'année 2015, parmi diverses maisons d'édition de jeunesse françaises, la plupart des romans jeunesse et jeunes adultes publiés étaient d'origine anglophone, provenant des Etats-Unis, du Royaume Uni ou bien encore du Canada. Ainsi, la majorité des œuvres publiées par ces éditeurs étaient des traductions. Dans une situation comme celle-ci, il est possible de se demander de quoi relève au final le travail de l'éditeur. Quelles sont ses attributions, ses missions et ses fonctions ? Il semble que dans ce cas, l'éditeur ne revêt qu'une casquette de commercial. Le travail du texte ayant été déjà effectué par un autre éditeur étranger, l'éditeur français n'a plus qu'à en ordonner la traduction et lui organiser un plan de communication et de marketing. Où est donc passé le travail acharné de l'éditeur amoureux des lettres qui met tout son cœur et toute son âme afin de faire de cette pierre brute un joyau ? Hubert Nyssen ne disait-il pas que « *L'écriture procède de l'alchimie : transmuter le plomb en or, l'affect en mots* »² ? Quand est-il du contact avec l'écrivain qui semble pourtant primordial et déterminant à la compréhension de l'œuvre dans sa globalité, de son « aura ». Il est fort probable que l'éditeur français n'ait jamais rencontré l'auteur étranger de l'œuvre qu'il a publié et s'est contenté de son agent. Attention, il ne faut pas non plus les en blâmer car traduire n'est pas un tort, bien au contraire. Le but de l'édition est également de s'ouvrir à la richesse du monde, aux autres cultures et à la partager. Néanmoins, certaines maisons d'éditions concentrent leur activité sur les achats de droits et des traductions étrangers. Dans ce cas, peuvent-ils véritablement être qualifiés d'éditeur si, au final, ils ne font que reprendre le long travail d'un autre ? Une telle situation mérite d'être analysée et d'en trouver les raisons. Il semble qu'il faille se tourner du côté de la notion de « société de consommation », société où tout est amené à disparaître rapidement, où les concepts de « nouveauté » et de « tendance » sont les leitmotivs et dans laquelle le capitalisme est de rigueur et la concurrence implacable. Il semble que pour répondre à cette société de consommation, l'édition, comme de nombreux autres secteurs n'ait eu d'autres choix que de s'industrialiser à son tour. L'industrialisation française, quant à elle, ne date que depuis quelques années. C'est au cours des 19^{ème} et du 20^{ème} siècles que tous les grands éditeurs actuels se sont créés (Gallimard, Hachette, Flammarion, Le Seuil, Fayard, Grasset et plus tardivement, Albin-Michel). Depuis, ces sociétés ont racheté leurs rares concurrents importants et se sont souvent regroupées (Flammarion est désormais la propriété de Gallimard). Face à cette société de consommation et à ce secteur très concurrentiel, l'erreur d'un éditeur peut s'avérer fatale notamment s'il publie un livre qui n'atteint malheureusement pas les ventes escomptées. C'est la raison pour laquelle il va tenter de limiter les risques et va être d'autant plus intransigeant dans le choix de ses publications. De ce fait, il va se

² NYSSSEN (Hubert) *La Sagesse de l'Editeur*, Paris : L'œil neuf éditions, 2006,

tourner vers des valeurs sûres. Il aura donc tendance à s'orienter vers les publications anglo-saxonnes, notamment celles qui « font du bruit », les succès. Au regard du nombre de best-sellers mondiaux publiés (*Harry Potter*, *Hunger Games*, *Da Vinci Code* etc.) les anglo-saxons semblent des experts dans le domaine et par conséquent une valeur sûre et une prise de risques moindre. Ceci peut donc expliquer qu'hormis les « best francophones », il y ait un faible nombre d'œuvres françaises sur le marché éditorial français, et à l'inverse un nombre conséquent d'œuvres anglophones. L'édition française va prendre comme modèle les techniques et stratégies anglophones dont la domination et l'influence sur la France restent frappantes. De ce fait, elle semble désormais s'incliner vers une politique éditoriale davantage commerciale. L'industrialisation de l'édition est un fait établi. A-t-elle changé le métier d'éditeur ? Comment se manifeste-t-elle ? Quelle en sont les conséquences sur l'édition Française de jeunesse ? Autant d'interrogations auxquelles il faudra tenter de donner des réponses. Il conviendra donc de démontrer comment elle se manifeste au travers du secteur de l'édition et d'en mesurer toutes les implications et toutes les conséquences. Pour ce faire, il faudra se focaliser sur un secteur en particulier pour en rendre compte : le secteur jeunesse. Plus précisément, c'est au travers de l'étude de la littérature *Young Adult*, cette catégorie de lecteurs inventée de toute pièce, que sera analysé le comportement de l'édition jeunesse et notamment de l'édition jeunesse française face à cette industrialisation.

Première partie : L'édition littéraire de jeunesse face à l'industrialisation

Introduction

En réponse à la société devenant de plus en plus une société de consommation, l'édition comme d'autres secteurs, n'a pas eu d'autres choix que de s'industrialiser. L'industrialisation de l'édition française date quant à elle, il y a à peu près une trentaine d'années. Les bouleversements qui en ont découlé sont conséquents. Ils touchent aussi bien la politique éditorial, le paysage éditorial que la façon de voir le livre. De ce fait, l'édition devient un secteur où la concurrence fait rage, où pour réussir à « survivre » et se distinguer des autres, il faut rester visible à tout prix.

Chapitre 1 : Etats des lieux de l'Edition française

Il faut tout d'abord commencer par étudier le marché éditorial français en 2015 et analyser ses chiffres afin de voir comment se porte ce secteur. Cela permettra en outre de voir quels sont les secteurs phares en France, mais également quelles ont été les évolutions dans les pratiques éditoriales et ce qu'elles impliquent. En somme, elle permettra de rendre compte de l'industrialisation de l'édition française et des conséquences qui en résultent.

1 - Le marché éditorial français 2015 : Les chiffres et donnée de l'année 2015

1.1 Le livre, premier bien culturel en France

« Le livre est en crise et la lecture baisse » tel était déjà le cri d'alarme à la fin des années 1980 qui constatait une baisse des tirages, un désintérêt pour la lecture ainsi que la perte de gros lecteurs³. Dans *Le Livre, mutations d'une industrie culturelle*, François Rouet persiste dans cette inquiétude de la perte du livre en mettant à jour les risques des nouvelles évolutions à savoir « la montée en puissance de la numérisation et du rapport au grand et petit écran ». Malgré ce grand mouvement de numérisation des contenus, il reconnaissait cependant que « le livre gardait -mais pour combien de temps encore ? - une cohérence suffisante pour rester un objet croissant d'analyse et de réflexion ». Ces rumeurs selon lesquelles le livre serait un produit, un média en perte de vitesse semblent se concrétiser. A l'inverse, les propos « les individus ne lisent plus », « ils préfèrent le cinéma », ou bien encore « pas le temps de lire » semblent à relativiser. Selon GFK⁴, 85% des français se considèrent lecteurs et 21% déclarent lire « beaucoup ». Ils achèteraient en moyenne entre six et sept livres par an. Que cela leur permette de s'évader, de fuir la réalité professionnelle, familiale, sociale ou qu'elle ne relève que du pur plaisir, les individus ne semblent pas prêts d'entériner la lecture ; sans compter l'avantage certain des différents formats tels que le poche ou bien sa version numérique sur liseuse, qui en facilitent grandement le transport. Désormais, plus

³ ROUET (François), *Le livre : mutations d'une industrie culturelle*, Paris : La documentation française, 2007, p.7, ISSN 1763-6191

⁴ Syndicat national de l'édition, *Les Chiffres clés du livre et de l'édition – SNE 2016*, Paris : SNE, mars 2016, 24 p. [consulté le 25 mai 2016]. Version PDF téléchargeable en ligne à l'adresse URL < <http://www.idbbox.com/etudes/france-les-chiffres-du-livre-papier-et-numerique-2015/> >

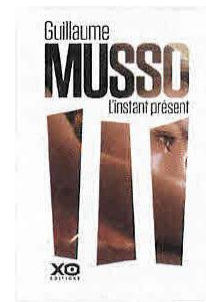
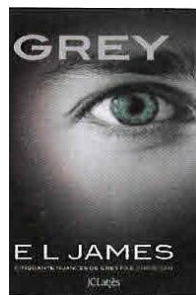
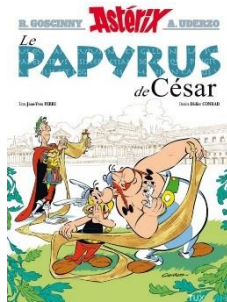
aucune excuse pour ne pas lire, le lecteur peut emmener son livre préféré ou sa lecture journalière partout où il le souhaite. Même l'influence de l'audiovisuel peut s'avérer bénéfique au livre : de manière générale, l'adaptation cinématographique d'un livre amène le lectorat à vouloir acheter l'œuvre originale. Les éditeurs s'en frottent les mains car cela implique de nouveaux tirages, voire des rééditions. Le marché (français tout du moins) du livre est donc loin d'avoir perdu en vigueur. Son rang face aux autres médias le démontre : il représente plus de la moitié du marché des biens culturels. Le Syndicat National de l'Édition (SNE) a rendu compte dans un communiqué relatif aux *Chiffres clefs du livre et de l'édition 2016 (données 2015)*⁵ que le marché des biens culturels avait généré sept milliards six cent quatre-vingt-dix millions en 2015. Le livre s'installe en première place des biens culturels avec 53% de part de marché, suivi de loin par les jeux vidéo (24%), les vidéos (13%) et enfin la musique (10%). Du côté de la production éditoriale, de 2011 à 2014, le marché était en recul. Ceci dit, l'année 2015 affiche toutefois une légère reprise. Le marché renoue donc avec la croissance pour la première fois depuis cinq ans avec trois cent soixante-trois millions de volumes vendus soit une augmentation de 0,9%, pour quatre milliards d'euros de chiffre d'affaires (+1,5%). Néanmoins, s'il indique une hausse de la production et de ventes, il enregistre tout de même une baisse du nombre de nouveautés et de nouvelles éditions parues. Avec soixante-sept millions quarante et une mille nouveautés parues en 2015, l'édition française enregistre sa première baisse depuis cinq ans (- 1,7%).

Au fil des années, certaines caractéristiques du marché éditorial français ne changent pas : d'après le classement effectué par le SNE, en 2013, la littérature générale était celle qui dominait le marché en ayant rapporté plus de six cent vingt-six millions sept cents mille euros, suivie de la jeunesse avec trois cent cinquante-sept millions cent d'euros, la plaçant alors deuxième secteur du marché éditorial. En 2015, même son de cloche : les premiers secteurs éditoriaux restent la littérature générale avec 26,4% de publication et de ventes et la littérature jeunesse avec 13,4% des ventes.

Parmi les meilleures ventes de livres en 2015, *Le Papyrus de César*, album d'Astérix prend la tête du top 50 GFK/*Livres Hebdo*.⁶ La vague érotique ne faiblit pas en 2015, portée par l'adaptation du premier tome sur grand écran de *Cinquante nuance de Grey* de E.L James qui se classe en seconde position (six cent vingt-quatre mille six cents ventes de la nouveauté). Sans surprise, dans un top 50 majoritairement occupé par la fiction, les lecteurs se raccrochent avant tout aux valeurs sûres, aux prix littéraires et aux succès passés en poche. Enfin, selon ces données, les lecteurs restent fidèles à Guillaume Musso dont *L'instant présent* s'est vendu à cinq cent deux mille cinq cents exemplaires, ce qui le place en troisième position sur le podium.

⁵ Loc.cit. note n°4

⁶ Cf annexe n°2



Concernant le secteur jeunesse, secteur poids lourd de l'édition française, il reste le deuxième secteur éditorial en termes de poids économique, à la faveur de la forte baisse de l'édition scolaire. En 2004, il représente comme part dans l'édition environ 14,2 % du chiffre d'affaire. Avec trois cent cinquante-sept millions cent soixante-quinze mille euros, il a néanmoins reculé de 3,4% en valeur et de 4,1% en volume, revenant ainsi à son niveau de 2011. Les chiffres-clés donnés par le SNE sont regroupés sous trois entités : Eveil/Petite enfance/Albums à colorier, Fiction jeunesse et Documentaire. Parmi les trois segments éditoriaux qui composent ce secteur, seule la catégorie Eveil-petite enfance est en croissance et représente 7,2% du chiffre d'affaire, suivi de près par la Fiction jeunesse qui s'établit 6,0 %.

Catégorie éditoriale	Chiffre d'affaires (milliers d'euros)	% du CA	Ventes d'exemplaires (milliers)	% des ex. vendus
Jeunesse	357 175	14,2%	87 367	20,7%
Eveil, petite enfance, livres illustrés, activités, albums à colorier	181 131	7,2%	51 844	12,3%
Fiction jeunesse, ado. et jeunes adultes	150 539	6,0%	30 212	7,2%
Documentaire / Encyclopédie	25 506	1,0%	5 311	1,3%

Source : SNE, *Les chiffres clés de l'édition 2015, données 2014*⁷

En France, le secteur jeunesse compte à son actif plus de cinq cent maisons d'édition jeunesse et ce, réparties dans tout l'hexagone⁸ ; Certaines d'entre elles possèdent une renommée plus étendue que d'autres et une certaine assise dans le domaine : Pocket Jeunesse, Casterman Jeunesse, Nathan Jeunesse, Michel Lafon, Albin Michel Jeunesse, Gallimard jeunesse, Bayard jeunesse, Seuil Jeunesse, sans oublier Hachette Jeunesse, les Editions Milan jeunesse, Didier jeunesse, les Editions Fleurus, la Martinière jeunesse figurent parmi les plus connues.

⁷ Syndicat national de l'édition, *Les Chiffres clés de l'édition 2015 (données 2014)*, Paris : SNE, mars 2015, 2 p. [consulté le 25 mai 2016]. Version PDF téléchargeable en ligne à l'adresse URL < http://www.lemotif.fr/fichier/motif_fichier/672/fichier_fichier_chiffrescles_juin2015.sne.pdf >

⁸ Ricochet Jeunesse, *Les éditeurs jeunesse en France*, s.l.n.d. [en ligne]. Disponible sur l'URL <http://www.ricochet-jeunes.org/editeurs-francais> [consulté le 25 mai 2016]

1.2 Le poids des traductions sur le marché éditorial français : l'anglais, première langue traduite

Au fil des années, la part de la traduction est de plus en plus prenante touchant autant les gros éditeurs que les maisons d'édition indépendantes. Elle progresse nettement, davantage dans les domaines de la jeunesse en général et notamment en Fiction pour la jeunesse. Tandis qu'en 2010, le secteur jeunesse devenait le deuxième secteur le plus « traducteur » devant les sciences sociales avec 14% des livres traduits, ce résultat a augmenté et est passé à 16% en 2015. Cette même année, avec 17,7%, d'œuvres publiées, la part de traduction dans l'ensemble des productions de nouveautés et de nouvelles éditions en France atteint un nouveau record. En 2014, elle était déjà de 17,4% alors qu'en 2008 elle se situait à 14%. Toutefois cette augmentation est à relativiser : ce record s'explique notamment par le recul de la production globale de nouveaux titres intervenus en 2015 (-1,7%) alors que le nombre de traduction est resté presque stable (-0,1%). En 2015, la traduction de romans quant à elle stagne : si elle reste très forte, elle recule cependant pour avoisiner les 40,6% contre 40,9% en 2014, loin des 42,4% en 2013. Bien qu'elle ait moins traduit en 2015 (18,3% toutes catégories confondues en 2015 contre 19,4% l'année précédente), la jeunesse reste dans le palmarès des secteurs les plus traducteurs, talonnée de près par les Bandes dessinées. De manière générale, si la traduction recule dans certains secteurs, elle reste néanmoins très forte sur le marché et constitue une véritable concurrence face aux romans français.

L'anglais constitue de loin la première langue traductrice en France. En 2005 déjà, quatre mille neuf cent trente-sept ouvrages étaient publiés dont deux mille trois cent quarante-trois romans, score largement dépassé en 2010 avec la publication de cinq mille cinq cent soixante-deux ouvrages dont deux mille quatre cent dix-huit romans : autrement dit, trois romans sur quatre traduits l'étaient de l'anglais. Toujours en 2010, sur les vingt-cinq meilleures ventes en France estimées en Fictions pour la jeunesse, vingt sont d'origine anglophone et proviennent des Etats-Unis, du Royaume-Uni ou bien du Canada. Leur prédominance perdure : les titres initialement écrits en anglais constituent 58,1% de l'ensemble des titres traduits et publiés en 2015. Bien qu'en léger recul (59,5% un an plus tôt et 60,2% en 2013) l'anglais reste néanmoins largement supérieur à toutes les autres langues traduites même si aujourd'hui, de nouvelles langues étrangères apparaissent et s'accroissent sur le marché éditorial français telles que le japonais, notamment grâce à un renouvellement et une diversification de la publication de mangas (12% en 2015 contre 7,7% en 2008), le portugais, ou encore le chinois.

Une prédominance d'ouvrages anglophones qui est d'autant plus flagrante du côté des ventes de certains éditeurs. Parmi les maisons d'édition française, le constat tombe : peu de romans français. Au cours de l'année 2015, dans le secteur jeunesse, parmi les vingt-quatre œuvres publiées aux éditions Sonatine, seulement deux d'entre elles sont d'origine française à savoir Justiciers : Histoires vraies de Bruno Filini et Deux gouttes d'eau de Jacques Expert. Même constat pour les éditions Au Diable Vauvert avec vingt-neuf publications dont douze françaises et les éditions Michel Lafon avec un total de trente-cinq romans publiés pour seulement six publications françaises et ne comptabilisant que quatre auteurs. Enfin, parmi le top 50 des meilleures ventes de roman en 2015, dix-neuf d'entre eux ont été écrits par des auteurs anglophones.

Face à cette politique de l'industrialisation de l'édition française et pour survivre dans cette société de consommation, l'éditeur de jeunesse français va avoir tendance à se tourner vers les best-sellers anglophones et « surfer » sur ces derniers en publiant d'autres romans anglophones qui reprennent les mêmes caractéristiques. C'est la raison pour laquelle le marché éditorial pullule d'œuvres anglophones. Les anglo-saxons, perçus par les éditeurs hexagonaux comme de véritables « machines à best-sellers » (*Harry Potter*, *Twilight*, *Fifty shades of Grey*, *Hunger Games*, *Divergente*) les éditeurs anglophones et français vont exploiter en masse ces genres devenus succès grâce à un ou deux best-sellers. Nommé « principe du PAP » par Bertrand Ferrier⁹, il s'agit d'œuvres qui voguent sur le succès d'un best-seller souvent adapté cinématographiquement et qui prennent pour modèle ce best-seller. Pour reprendre sa définition, « le livre est Plusieurs dans la mesure où il s'intègre à une série, il est Anglophone, et il est dans le Prolongement des thèmes et genres à succès ». Bon nombre de livres fantastiques pour les jeunes ont été initiés par Harry Potter. Les éditeurs jouent donc sur l'idée que le lecteur, s'il a aimé le best-seller aimera les livres qui lui ressemblent.

2 – Un certain constat : fragilité de l'édition français, reflet de l'industrialisation de l'édition

2.1 Une segmentation entre les éditeurs, conséquence de l'industrialisation

Concernant les éditeurs, ce qui caractérise l'édition française, c'est le grand nombre d'intervenants : l'ensemble de l'édition française représenterait quatre mille maisons dont mille auraient une activité significative et trois cent cinquante d'entre elles réalisent la plus grande partie

⁹ FERRIER Bertrand, *Livre Pour la jeunesse : Entre édition et littérature*, Rennes : Presses universitaires de Rennes, collection « Didact Edition », 2011, p.53 ISBN 978-2-7535-1457-7

du chiffre d'affaires dans ce secteur. Parmi ces maisons, les très petites publient entre deux ou trois titres par an tandis que, comme l'illustre le tableau ci-dessous, certaines se distinguent et tirent leur épingle du jeu à l'instar d'Hachette, d'Editis, de Madrigall ou bien encore d'Albin Michel. En France, ces dix premiers groupes d'éditeurs représentent à eux seuls 60% du marché, Hachette et Editis totalisant à eux deux près d'un quart du marché. En effet, depuis trente ans, l'édition s'est industrialisée et le paysage éditorial s'en est trouvé bouleversé : elle est venue segmenter les éditeurs au sein même de l'édition française. Aux côtés des deux grands groupes, Hachette Livre et Editis, les maisons de taille moyenne, comme Albin Michel, Gallimard, Flammarion, Média-Participations et La Martinière, voire de petites maisons d'édition comme Acte Sud sont devenues de véritables groupes éditoriaux.

Les 10 premiers éditeurs en France en 2014		
	CA France (millions d'euros)	Parts de marché
Hachette Livre	701	11,8 %
Editis	663	11,2 %
Madrigall	437	7,4 %
Ed. Lefebvre Sarrut	397	6,7 %
Média-Participations	350	5,9 %
France Loisirs	325	5,4 %
La Martinière Groupe	240	4 %
RELX Group	192	3,2 %
Groupe Albin Michel	168	2,8 %
Lamy	114	1,9 %
Total des 10 premiers	3 828	60,3 %

Source : SNE¹⁰

Ceci dit, si ces grands groupes ou ces maisons d'éditions de taille moyenne peuvent se féliciter d'avoir un tel chiffre d'affaires, ils le doivent avant tout à la publication de deux, voire de trois romans qui sont ou deviendront des succès commerciaux. Il faut noter que de manière générale, ces *best-sellers* sont d'origine anglophone et qu'ainsi, le chiffre d'affaires et le clivage entre les éditeurs dépend de leur possibilité ou non d'acquérir mes droits de traduction d'un roman anglo-saxon, rendant ainsi le marché concurrentiel quelque peu déloyal.

¹⁰ Loc.cit note n°4

2.2 Une segmentation des auteurs français comme conséquence de l'industrialisation

Cependant, si l'édition française se porte plutôt bien au vu des chiffres de ventes et de production sur l'année écoulée, certains de ses aspects semblent plus fragiles notamment en ce qui concerne le faible nombre d'écrivains français. Ce métier semble être une profession à fantasmes. Quand il est demandé aux auteurs de définir leur métier, ils le décrivent comme "passionnant" mais les termes "précaire", "difficile" et "mal-payé" sont les plus récurrents. En mars 2013, une vaste étude coordonnée par le ministère de la Culture est parvenue à dessiner le profil socio-économique de l'auteur du livre¹¹. Cette enquête établie par Marie Sellier, présidente de la Société des gens de Lettres, porte aussi bien sur les revenus des auteurs que sur leur logement, les villes où ils résident et leur structure familiale. Malheureusement, les résultats de cette enquête confirment la triste réalité du métier : les graphiques démontrent que depuis les années 90/2000, les revenus des auteurs ne cessent de baisser et que de ce fait, beaucoup ne peuvent se passer d'une autre activité. Pour être plus exact, il en ressort que la grande majorité des cent mille personnes qui ont perçu des droits d'auteurs en 2013 avait une autre activité professionnelle beaucoup plus rémunératrice. Le chiffre tiré de l'enquête de Bernard Lahire est accablant : 98 % des auteurs publiés ont un autre métier, même si ce métier a parfois un lien avec l'écriture.¹² En effet, les droits d'auteurs ne représentent en moyenne que 12% de leurs revenus. Dans l'ensemble, pour la minorité des auteurs qui tirent l'essentiel de leurs revenus de leur activité d'écrivain (qui est de moins de 10%), il y a une véritable dégradation de leur situation qui peut s'expliquer par divers facteurs tels que « *les évolutions du marché du livre qui stagnent ou qui sont en léger repli depuis dix ans, la diversité croissante de l'offre disponible ou encore la hausse ininterrompue de la production de nouveaux titres* »¹³ ainsi que « *le prix des livres qui augmente moins vite que l'inflation depuis quinze ans* ». Quant aux éditeurs, le constat n'est pas plus glorieux. Ces derniers voient la part de ces rémunérations peser de plus en plus lourd sur leur exploitation, et pour cause, aujourd'hui, les éditeurs reversent 17% de leur chiffre d'affaire aux auteurs, contre 12% en 2000 soit à peu près 10% du prix public hors taxes des livres vendus. Avec un constat aussi lourd, combien d'auteurs français parviennent-ils à vivre de leur création en France ? C'est assez difficile

¹¹ Ministère de la Culture et de Communication. *Situations économique et sociale des auteurs du livre*, Paris, 11 mars 2016. Version PDF téléchargeable en ligne à l'adresse URL <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Presse/Communiqués-de-presse/Situation-economique-et-sociale-des-auteurs-du-livre> >[consulté le 12 mai 2016]

¹² LAHIRE (Bernard), *La condition littéraire : La double vie des écrivains*, Paris : Editions La Découverte, 2006, 624 p. ISBN : 978-2-7071-4942-8

¹³ Loc.cit note n°7

à établir : un peu plus de cent mille auteurs ont été recensés et cinq mille environ sont affiliés à l'AGESSA, la sécurité sociale des auteurs. Pour être affilié, il est nécessaire de prouver qu'écrire est son activité principale et gagner au minimum huit mille six cent quarante-neuf euros par an, ce qui est assez peu en soi. C'est une nouvelle fois la raison qui explique que de nombreux auteurs exercent une autre profession en parallèle, à l'instar de l'auteur jeunesse Shaïne Cassim qui travaille également dans l'édition. Selon elle, obtenir six cent euros de droits d'auteur relève d'un exploit voire « *d'un jour de fête* »¹⁴

D'autre part, tous les auteurs ne sont pas logés à la même enseigne. En effet, une certaine disparité apparaît tout d'abord entre les affiliés à l'AGESSA et les non affiliés. Selon cette étude :

*« Seuls 8% des non-affiliés ont perçu des revenus d'auteur supérieurs au SMIC (treize mille trois cent quarante-cinq euros net/an) contre 59% des affiliés, et seulement 3% d'entre eux ont perçu des revenus supérieurs à deux fois le SMIC (vingt-six mille six cent quatre-vingt-dix euros) contre 24% des affiliés. Enfin, à ces revenus, s'ajoutent également les revenus connexes d'auteur tels que les conférences, les lectures, etc., qui atteignent 11 % du revenu d'auteur total des affiliés »*¹⁵.

« *Les écrivains vivent plus ou moins bien de leur plume* », nuance toutefois Jean-Marc Roberts, patron de Stock¹⁶. Dès lors, deux types d'écrivains sont représentés au sein de l'édition française. D'une part, comme évoqué précédemment, se trouve les auteurs inconnus ou en quête de reconnaissance, les « *sans-grade, sans visibilité, sans à-valoir, sans revenus* » comme les nomme Alain Beuve-Mery¹⁷. De l'autre, les écrivains à succès ou qui possèdent une certaine renommée, gageures d'un succès romanesque et favoris des grandes maisons d'édition. Ces derniers, qui constituent une infime minorité des écrivains, vivraient de manière convenable de leurs écrits comme le constate l'éditeur Gilles Cohen-Solal : « *Par rapport au nombre de livres publiés en France (soixante mille dont trente-cinq mille nouveautés), très peu d'écrivains vivent de leur plume, mais ils en vivent très bien* »¹⁸. Ces résultats permettent donc de rendre compte d'un écart notable entre les auteurs reconnus et les auteurs dits lambda. Il y a une dizaine d'années, ces derniers parvenaient encore à vendre trois mille exemplaires. Aujourd'hui, ils atteignent péniblement les

¹⁴ MORYOUSSEF (Illana), France inter, [en ligne]. *Peut-on encore vivre de sa plume*, 17 mars 2016. Disponible sur : URL < <http://www.franceinter.fr/depeche-peut-on-encore-vivre-de-sa-plume> > [consulté le 23 mai 2016].

¹⁵ Loc.cit. note n°8

¹⁶ BRON (Alain), *Quel sont les écrivains qui vivent de leur plume ?* 10 octobre 2010, [en ligne]. Disponible sur URL < http://alainbron.ublog.com/alain_bron_auteur/2010/09/quels-sont-les-%C3%A9crivains-qui-vivent-de-leur-plume-.html > [consulté le 25 mai 2016].

¹⁷ BEUVE-MERY (Alain), article paru dans le journal *Le Monde*, 7 Septembre 2010.

¹⁸ Op.cite

quatre-cent, à l'inverse des romanciers qui dépassent les trente mille exemplaires, seuil à partir duquel il est considéré que les écrivains peuvent vivre confortablement de leur plume.

L'un des facteurs de cette situation se trouve être la *best-sellarisation* du marché qui s'effectue depuis une vingtaine d'années. A la tête de ce groupe se trouve Marc Lévy, le numéro un français des ventes, dont *Les Echos* avaient évalué le chiffre d'affaires global à quatre-vingt millions d'euros en novembre 2008 notamment dû au cumul de toutes les ventes et droits dérivés de ses livres (traduction, poche, club, cinéma). Dans ce cercle figurent également Guillaume Musso et Bernard Werber, respectivement à trente-cinq et trente-trois millions d'euros, mais également Anna Gavalda, Fred Vargas, Eric-Emmanuel Schmitt, Jean-Christophe Grangé, Amélie Nothomb, Muriel Barbery, Katherine Pancu, Frédéric Beigbeder, Michel Houellebecq, Jean d'Ormesson ainsi que Uderzo ou Zep, le créateur de Titeuf.

Mais le métier peut parfois paraître injuste. Car si certains auteurs, lorsqu'ils parviennent à se faire publier, ne gagnent pas forcément d'argent, tous ceux qui en gagnent grâce à l'écriture ne sont pas forcément des écrivains. C'est le cas de Jacques Chirac avec les *Mémoires* vendus à plus de deux cent cinquante mille exemplaires, ouvrage qui constitue un des grands succès en librairie ainsi qu'une source de revenus non négligeable pour l'ancien président de la République. De même, *Une vie* de Simone Veil, publié aux éditions Stock, a été vendu à plus de quatre cents mille exemplaires devenant ainsi best-seller en 2007.

En somme, deux types de profils d'auteurs sont établis dans l'édition française ; auteurs qui vont être classés selon les ventes et le chiffre d'affaire que vont rapporter leur(s) publication(s). De ce fait, la différence entre ces deux profils tiendrait avant tout à la figure de la personne qui va être publiée ou bien à sa renommée en tant qu'écrivain. Les éditeurs, à la recherche du futur best-seller ou du livre qui va se vendre de manière satisfaisante vont par conséquent prendre moins de risques et miser plus facilement sur des auteurs célèbres. Il s'agit alors d'un gage de valeur sûre où les risques en jeux sont limités et contrôlés. En effet, le métier d'éditeur peut être à double tranchant et le droit à l'erreur avec la publication d'un ouvrage qui n'aura pas eu les ventes escomptées peut lui être fatal. Lorsque l'édition a découvert le monde du marketing dans les années 1990, « *les coûts de fabrication et la politique éditoriale ont été très rationalisés, les coups de cœur des éditeurs limités, la rentabilité de chaque publication étudiée et les risques minimisés* »¹⁹. L'édition s'industrialisant, le marché éditorial se caractérise par la recherche constante du profit, mais aussi par la volonté de vouloir à tout prix échapper à l'échec commercial d'une œuvre. Ce faisant, ils durcissent leur politique en matière

¹⁹ COMBET (Claude), *Le livre d'aujourd'hui : Les Défis de l'édition*, Toulouse : Editions Milan, coll. « Les essentiels Milan », 2007, p.29 ISBN 978-2-7459-2666-1

de choix de manuscrits et s'avèrent plus stricts, sévères et plus récalcitrants avec les manuscrits français. De manière générale, lors de l'arrivée d'un manuscrit, ceux provenant du « réseau » sont traités en priorité. Il s'agit de manuscrits reçus qui ont été envoyés par d'autres éditeurs, des directeurs de collections, ou encore des auteurs déjà bien établis dans la maison d'édition, appliquant ainsi la fameuse technique « du piston ». Par la suite, sont traités les manuscrits provenant d'auteurs ayant déjà publiés des romans et/ou ceux qui ont une certaine légitimité à écrire tel ou tel texte dans un domaine précis tel qu'un enseignant qui souhaiterait écrire un roman historique jeunesse. C'est seulement en tout dernier lieu que les manuscrits provenant d'auteurs lambda sont étudiés. Aux éditions Scrinéo, sur les vingt-cinq titres annuel publiés, seulement quatre ou cinq se trouvent être des manuscrits provenant d'envois spontanés de ces derniers. Toujours dans cette optique de recherche du roman qui ne sera pas un échec commercial, les éditeurs vont davantage faire confiance aux auteurs qui ont déjà publiés, qui ont eu du succès et ont été rentables certes, mais également à ceux qui ont été reconnus, notamment par des prix littéraires. (Gongourt etc). De plus, s'il y a une dizaine d'années, il était encore rare qu'un éditeur passe « commande d'un roman », cette pratique est plus courante aujourd'hui : il arrive désormais qu'un éditeur demande à un auteur spécialiste et reconnu d'écrire sur un sujet en particulier, ou de compléter une collection.

Ce clivage nécessaire opéré par les éditeurs a pour conséquence directe de ne garder en majeure partie que les écrivains français les « plus connus » et les « plus vendeurs » au-devant de la scène éditoriale, autrement dit les best-francophones à l'instar de Michel Houellebecq, Marc Levy, Anna Gavalda qui restent ceci dits peu nombreux. D'autre part, une autre raison se profile : cet éditeur français qui n'a pas le droit à l'erreur va prendre moins de risques en se tournant vers le rachat de certaines productions anglophones dans la mesure où, au regard de leurs nombreuses publications qui sont devenues des succès mondiaux, il semble y avoir plus de chance pour que l'œuvre envisagée devienne à son tour un succès. D'autant plus que les éditeurs, à l'affût du prochain best-seller, se tourne avant tout vers les productions anglo-saxonnes qui ont su faire leur preuve. Concurrencés par les auteurs étrangers, notamment dans le secteur jeunesse, les auteurs français voient donc leur nombre diminuer, leur situation s'aggraver et leur chance d'être publié un jour, amoindrie.

3 - « Une langue différente est une vision de la vie différente » Federico Fellini : la production anglophone, en décalage avec les représentations de l'individu français

Outre les problèmes de surproduction, cette préférence des productions anglo-saxonnes de la part des maisons d'édition françaises soulève également le problème de l'identité nationale, autrement-dit de la représentation de l'individu français. Claude Potvin écrivait en 1985 que

« Lire des livres qui font toujours allusion à d'autres cultures, traditions, décors entrave la création d'une fierté légitime d'appartenance à son groupe et favorise même l'aliénation culturelle et linguistique. Il est essentiel que les jeunes aient accès à une grande variété de livres qui célèbrent leur culture, qui racontent leur style de vie, qui décrivent leur milieu, qui rappellent leurs traditions, qui redisent leur histoire, qui reflète leur société réelle et contemporaine, qui s'inspire de leur psychologie, qui s'articulent autour de leurs mœurs et coutumes et qui font appel à leurs problèmes spécifiques »²⁰. En effet, faire valoir une majorité d'œuvres anglophones sur les bancs des divers points de ventes revient à poser la question de la représentation de l'identité de l'individu français et éloigne l'idée que « malgré la standardisation illustrée par les best-sellers mondiaux, la littérature continue à jouer un rôle dans l'affirmation des identités [...] et la circulation des modèles génériques »²¹.

En toute logique, les romans anglophones ne reflètent pas l'identité de l'individu français car celui qui est pris comme modèle et mis en avant, c'est l'individu américain. S'il possède lui aussi deux bras, deux jambes et une tête, il se diffère toutefois d'un autre individu qui viendrait d'un autre pays : chaque pays possède « ses particularités, ses tabous, ses inimitiés, ses humeurs »²², et l'individu d'avoir les valeurs inculquées par sa nation et d'obéir à ses propres traditions sociologiques et culturelles. Ces valeurs transmises dans les littératures françaises et américaines ne sont pas les mêmes. Pour les américains, la religion et la façon de concevoir la sexualité sont assez différentes, voire strictes. D'un point de vue religieux, ils mettent en avant le sens du sacrifice, valeur qui se retrouve dans la majorité de leur production. *Hunger Games, Harry Potter, Les Ames vagabondes*

²⁰ THALER Danielle & JEAN-BART Alain, *Les Enjeux du roman pour adolescents : romans historiques, roman-miroir, roman d'aventures*, Paris : L'Harmattan, 2002, 330 p. ISBN 2-7475-2105-2

²¹ SAPIRO (Gisèle), *Les contradictions de la globalisation éditoriale*, Paris : Nouveau Monde Editions, 2009, 500p.

²² COMBET (Claude), *Le livre d'aujourd'hui : Les Défis de l'édition*, Toulouse : Editions Milan, coll. « Les essentiels Milan », 2007, p.54 ISBN 978-2-7459-2666-1

ou encore *Divergente* ont en commun un personnage qui se sacrifie ou fait des sacrifices. Ces récits présentent de nombreuses images christiques ou d'un peuple élu. Le problème étant que cela implique de croire en Dieu. Or, la France est un pays laïque et les choix éditoriaux français doivent refléter ces valeurs. Egalement, la plupart d'entre eux sont puritains. Stephenie Meyer est une auteure mormone et cela se ressent dans ses œuvres. Selon Eva Grynszpan, responsable d'édition de la Fiction chez Nathan²³, *Twilight* serait « *un livre qui parle de sexe sans jamais le faire* ». Ce roman donne une vision tragique de la sexualité et de la maternité. Tout d'abord, l'héroïne, Bella Swan, tombe éperdument amoureuse d'Edward Cullen, un vampire. Or, les vampires, êtres morts de nature sont considérés comme des créatures avec qui tout rapport charnel est dangereux. L'aspect moralisateur quant à la sexualité semble indéniable. De plus, lorsque celle-ci tombe enceinte, son enfant hybride, mi- humaine et mi- vampire, devra se nourrir de l'énergie et du corps de sa propre mère, rendant cette dernière extrêmement faible, dans un état cadavérique à la limite de la mort. Cela donne bien évidemment une image terrible de la maternité après des rapports sexuels « non conformes » : sorte de punition ou image d'un retour de bâton, là encore l'esprit du roman est moralisateur. De manière générale, ils restent très stricts quant au degré de sexe présent dans leurs productions qu'elles soient littéraires, ou audiovisuelles. Ils n'hésitent pas à aller jusqu'à la censure de certains films, certaines scènes ou de certaines couvertures de romans, qu'ils trouveraient trop « osées », « provocatrices », qui ne respecteraient pas leur puritanisme ; un éditeur américain n'achètera pas les droits d'un album où on voit les fesses (mêmes dessinées) d'un bébé, de peur de choquer ses lecteurs. A l'inverse des américains réticents à inclure la sexualité dans leurs créations, les français quant à eux semblent moins farouches, voire plus ouverts d'esprit et n'hésitent pas à publier du contenu sexué mais sans tomber néanmoins dans la vulgarité ou dans le trop cru.

Au regard des chiffres et des données de 2015 de l'édition française, le livre reste le premier bien culturel chez les français. De plus, son chiffre d'affaires semble indiquer que le marché éditorial français se porte bien. Ceci dit, si ces résultats semblent positifs il faut toutefois les relativiser : derrière ce marché bien portant de l'extérieur se cache en réalité une fragilité interne certaine de l'édition française, et ce, depuis son industrialisation. Segmentation des éditeurs français, segmentation des auteurs et une tendance à se tourner vers le marché éditorial anglophone, comme le laisse supposer la prédominance des publications anglo-saxonnes au sein des catalogues français, tous ces changements témoignent du bouleversement qu'elle a provoqué tant au niveau du paysage éditorial que de la politique éditoriale des éditeurs.

²³ *Lecture Jeune*, n°150 *Focus sur la littérature ado*, juin 2014, p20.

Chapitre 2 : L'industrialisation de l'édition : décliner et adapter le livre-produit aux différentes cibles

Désormais, pour la vieillesse comme pour la jeunesse, l'édition est un business : le livre est un produit de consommation parmi tant d'autres et la jeunesse devient une cible qu'il faut sans cesse affiner. En effet, « *identifier les cibles consiste à reconnaître à un ensemble de personnes des réponses homogènes en termes de comportements de consommation et à lui proposer une offre adaptée afin d'optimiser ses ventes, et atteindre ainsi un chiffre d'affaires maximal*²⁴ ». La jeunesse, trop vaste ne constituait pas une cible à proprement parlé. Les éditeurs vont donc faire preuve d'une stratégie commerciale ingénieuse en créant un ensemble de segments ou de sous-secteurs pour lesquels éditeurs et auteurs vont produire des objets culturels qui leurs seront adaptés. En effet, en tant que produit de consommation, le livre doit être déclinable et adaptable en fonction de la cible qui lui est destinée. Ainsi, l'éditeur va-t-il s'ériger en tant que celui qui propose une littérature pour ceux qu'il estime ne pas en avoir.

1 – Les processus éditoriaux du livre : à la recherche du profit et de la rentabilité

1.1 Le choix des éditeurs jeunesse pour la sérialité

Il apparaît d'ores et déjà que les séries sont un genre dominant dans l'ensemble de l'édition jeunesse, elles marquent de leur empreinte les meilleures ventes que ce soit en grands formats, albums et livres de poche, ou en Fiction jeunesse et romans pour adolescents et jeunes adultes. Par conséquent, contrairement aux produits pour adulte, le *one-shot* reste assez rare en littérature jeunesse. Pour quelles raisons ? Elles sont doubles et se trouvent dans une situation de réciprocité. Tout d'abord, à l'inverse du lecteur adulte qui peut passer d'un roman policier à un autre sans sourciller, l'éditeur estime que le jeune lecteur va être, quant à lui, beaucoup plus sensible au cours

²⁴ FERRIER (Bertrand) « Les produits » in *Les livres pour la jeunesse entre édition et littérature*, Rennes : Presse universitaire de Rennes, Collection « Didact édition », 2011, p.70.

de sa lecture. Au cours de celle-ci, il va s'attacher aux personnages qu'il va découvrir et qu'il va apprendre à connaître au fil des pages. Il va également s'imprégner de l'atmosphère générale du roman. Il va également être passionné par l'univers présenté, l'histoire, par les rebondissements et les comportements des personnages. En somme, il se plonge et s'immisce dans cette autre réalité. Mais voilà, une fois le roman terminé, cela laisse place à un grand vide et des regrets. C'est tout naturellement que le lecteur ne souhaite pas que l'histoire se finisse : il ne veut pas quitter cette autre réalité ni ses personnages. Même, il en veut toujours plus, et souhaite les retrouver dans d'autres aventures, en témoigne le nombre croissant de *fan-fictions*. Les *one-shot* peuvent laisser parfois un goût amer lorsque celui-ci est fini. C'est la raison pour laquelle le lecteur privilégiera une histoire qui va se suivre en différents volumes. Et les éditeurs l'ont bien compris. La deuxième raison de cette supériorité numérique des séries dans la littérature jeunesse tient effectivement aux éditeurs. Le lecteur va davantage se diriger vers une saga qu'un *one-shot* : partant de ce constat, il apparaît moins risqué pour l'éditeur de publier des séries plutôt qu'un unique livre sans suite. Le premier tome d'une série semble donc plus sûr et plus rentable : ils sont par conséquent plus vendeurs aux yeux des éditeurs. En outre, un premier tome d'une série suppose que le lecteur va vouloir acquérir les tomes suivants : la saga à elle seule sera plus rentable qu'un simple *one-shot*. En conséquence, la plupart des éditeurs de jeunesse vont opter pour la publication d'ouvrages en série. L'éditeur cherche à adapter le produit à sa cible. Ainsi, pour justifier le choix porté sur la sérialité d'un roman, il se fonde sur la représentation qu'il se fait des goûts et préférences supposés des jeunes lecteurs.

Les séries, notamment en roman et en littérature jeunesse constituent les meilleures ventes. En témoigne la place des séries dans le top 50 des meilleurs ventes 2015²⁵ tous genres confondus. En très bonne position se trouvent les séries à succès *Fifty Shades* de E.L James et *After* de Anna Todd, romans pour adolescents et jeunes adultes. *Grey : Cinquante nuances de Grey* par Christian publié aux éditions Lattès se trouve en deuxième position du top 50 avec six cent vingt-quatre mille six cents exemplaires vendus ; tandis que les deuxième et troisième tomes de la saga font également partis du top 10 des meilleures ventes. Quant au roman d'Anna Todd, le premier tome *After, saison 1* se trouve en 19^{ème} position avec trois cent neuf mille sept cents exemplaires vendus. De même, sur les vingt-cinq meilleures ventes la Jeunesse Fiction en 2015²⁶, seize sont des romans de série dont, pour les plus connus et les plus rentables, les sagas *Divergente* de Veronica Roth, *L'épreuve* de James Dashner ou encore *Journal d'un dégonflé* de Jeff Kinney. La plupart des produits en série sont souvent rattachés à l'audiovisuel. En 2014, le palmarès des meilleures ventes fait un triomphe aux titres adaptés au cinéma avec *La face cachée de Margot* (cent quarante-neuf mille ventes), mais aussi *Nos étoiles contraires* (cent deux mille six cents ventes) et *Le théorème de Katherine* (soixante et

²⁵ Cf annexe n°2

²⁶ Cf annexe n°3

une mille cinq cents ventes). John Green reste l'auteur vedette des adolescents avec plus de trois quatre-vingt-dix mille volumes vendus dans l'année écoulée. Parallèlement, *Le Labyrinthe 2*, *La Terre brûlée*, sorti sur les écrans français en octobre, a fait vendre la tétralogie *L'épreuve* de James Dashner (trois cent soixante-seize mille neuf cents ventes), tandis que le film *Divergente 2* sorti en mars a bénéficié aux quatre titres de Veronica Roth (deux cent quarante-six mille deux cents ventes). À la vue de ses ventes, il est compréhensible que les éditeurs aient opter pour la sérialité des romans, ce qui peut en explique leur majorité numérique sur les étals.

1.2 Le choix des éditeurs d'une publication sous plusieurs formats : le poche et le grand format désormais complémentaires

Après le choix porté sur la sérialité du roman pour jeunesse, quel est celui relatif à son format ? Ou pour être plus juste, quel est le format que l'édition de jeunesse privilégie ? Car là encore, la tendance actuelle découle directement des éditeurs. Le format préférentiel a changé au cours des années alternant entre poche et grand format. Longtemps les livres de poche ont été le secteur porteur des livres pour la jeunesse. Les séries publiées directement en poche étaient les plus suivies. Après l'engouement suscité par *Chair de Poule*, les romans portant sur les chevaux et les amourettes structuraient le marché poche entre Pocket et Bayard. Gallimard et Hachette s'occupaient quant à eux de l'essentiel de la prescription. Depuis 2010, les choses ont changé, et les éditeurs affirmaient leur préférence pour le grand format lorsqu'il s'agissait de littérature jeunesse. La seule série de poche restait un produit pour les premières lectures « *La Cabane magique* », tandis que le reste relevait de la prescription ou de la réédition en grand format. Cette mutation témoignait avant tout de l'appétit grandissant des éditeurs : effectivement, vendre un livre en grand format était beaucoup plus rentable, son prix moyen avoisinant les dix-huit euros. Evidemment, lorsqu'il s'agissait d'une série en grand format, la rentabilité envisagée était des plus attrayantes. D'autant plus que pour rentabiliser une série anglophone achetée cher, il fallait d'abord la publier en grand format. Ce changement pour le grand format témoigne également de l'impact du *cross-over* : l'édition pour adultes, habituée au grand format, influença l'édition pour jeunes. En outre, une publication en grand format constitue une sorte de consécration pour l'auteur et pour le roman, gageure d'une certaine qualité. Il semble valoriser le roman, lui imposer une meilleure stature ainsi qu'une meilleure visibilité. C'est pourquoi la plupart des grands succès et autres best-sellers ont d'abord été publiés en grand format tels que *Divergente* ou *Twilight*. Ainsi, après un temps de publication exclusive en poche, les meilleures ventes de 2010 laissaient supposer que le format poche était délaissé au profit du grand format. Néanmoins, aujourd'hui le nombre de livres poches vendus augmente et celui-ci pèse de plus en plus lourd dans les ventes de livres. Avec un chiffre d'affaires stable à trois cent

quarante-deux millions d'euros (-0,3%) et cent trois millions d'exemplaires écoulés (+0,5%), le poids du livre de poche a encore augmenté en 2014 pour atteindre 13,6% des ventes et 24,5% de volume. Le poids de la littérature générale est toujours très important dans les ventes de formats poche avec 61,8% de part de marché.²⁷ Comment expliquer cette revalorisation du format poche ? Force est de constater que les éditeurs de jeunesse qui autrefois, se consacraient à une publication en grand format, investissent aujourd'hui les publications en poche. C'est notamment le cas de Gallimard. Ce choix reste représentatif d'une stratégie éditoriale et commerciale fonctionnelle : les grands succès et les best-sellers tout d'abord publiés en grand format vont être par la suite (entre neuf et douze mois après l'édition brochée) réédités en format poche ce qui va permettre de prolonger ultérieurement leurs ventes, leur rentabilité et leur succès. Ces best-sellers qui continueront d'être rentables dans le temps grâce à leur réédition en format poche sont appelés les *long-sellers* : la saga *Harry Potter* en est l'ambassadeur. Autrement dit, ils ne laissent « rien se perdre » et « aucun gâchis » n'a lieu lorsqu'il s'agit de succès. Les best-sellers étant peu nombreux, les éditeurs souhaitent profiter au maximum de ce succès et continuent alors de l'exploiter. De cette manière, les éditeurs ont changé la façon de voir les choses : il ne faut plus voir ces deux formats comme des concurrents, mais comme deux entités qui coexistent, qui s'entraident et qui sont complémentaires. Publier et rééditer en poche possède donc plusieurs avantages. D'une autre manière, il permet de prolonger la rentabilité du roman puisqu'il contribue à récupérer des lecteurs qui n'avaient pas acheté l'œuvre originelle publiée en grand format, soit parce qu'il n'avait pas succombé à l'engouement général pour ce roman à l'époque de sa sortie, soit faute de budget nécessaire. Pour les gros lecteurs, ces « boulimiques de la lecture », acheter plusieurs grands formats coûtant en moyenne entre seize et vingt-cinq euros reste couteux. Avec la publication sous le format de poche et son prix attractif avoisinant les six euros cinquante, l'achat est plus aisé. Enfin, pour les amoureux de la lecture « quel que soit le lieu », transporter les ouvrages est sans conteste plus facile grâce au poche (la liseuse n'étant pas particulièrement appréciée) et le risque d'abimer un « beau livre » publié en grand format est écarté. Toutefois, si le poche jeunesse enregistre une augmentation des ventes, les meilleures des ventes en 2010²⁸ et en 2015²⁹ ne montrent pas de nouveautés publiées : au contraire, elles mettent en tête d'affiche les classiques de la prescription générale tels que *Le Petit Prince*, *Vendredi ou la vie Sauvage* de Miche Tournier, *Le roi Arthur* de Michael Morpugo, *Matilda* de Roald Dahl ou encore *L'œil du loup* de Daniel Pennac, mais également les long-sellers, romans à succès et adaptés à l'exemple des sept tomes d'*Harry Potter*. La raison pour laquelle les classiques sont classés parmi les meilleures ventes de poche concerne leur impact audiovisuel. Celui-ci, qu'il s'agisse du petit ou du grand écran, dynamise les ventes de poche que cela soit pour les œuvres à succès, les best-sellers

²⁷ Loc.cit. note n°4

²⁸ FERRIER (Bertrand), « Tableau 11 » in *Les livres pour la jeunesse entre édition et littérature*, Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2011, p.61 ISBN 978-2-7535-1457-7

²⁹ *Livre Hebdo* n° 1069, 22 janvier 2016, p.29

ou les prescriptions générales. En effet, dans l'édition pour la jeunesse, 65% des vingt meilleures ventes³⁰ sont des livres filmisés. Concernant la prescription générale, la télédiffusion du dessin animé *Le petit Prince* a provoqué un regain d'intérêt pour ce livre qui a été racheté en poche, ce qui le classe en première place du classement. De même, le poche se trouve dans le prolongement du grand format adapté au cinéma. Ainsi, les télédiffusions des films *Harry Potter*, notamment à l'approche de la sortie cinématographique d'un nouvel opus, poussent les consommateurs à acheter les ouvrages : au moins deux cent cinquante mille exemplaires des aventures du sorcier aux lunettes rondes ont ainsi trouvé preneur en poche en 2010. Enfin, lors de la sortie au cinéma du film *L'aigle de la neuvième légion*, Gallimard a lancé le livre en grand format mais l'a également publié en poche dans sa collection « *Folio Junior* » avec notamment l'affiche du film en couverture. Comme indiqué dans le tableau ci-dessous, avec ses quinze titres Gallimard Jeunesse devance de peu Hachette Jeunesse (quatorze titres) dans le classement des plus gros éditeurs de poche de best-sellers.³¹ Avec Pocket Jeunesse et ses dix titres, ils constituent le leader trio du poche jeunesse, laissant derrière Bayard et ses cinq titres publiés.

Les plus gros éditeurs de poche Fiction Jeunesse en 2010 :

Gallimard Jeunesse	12 titres	562 800 ex. (53,6%)
Bayard Jeunesse	6 titres	233 100 ex. (22,2%)
Hachette Jeunesse	3 titres	107 100 ex. (10,2%)
L'Ecole des loisirs	2 titres	75 500 ex. (7,0%)
Pocket Jeunesse	1 titre	39 600 ex. (3,9%)
Gründ	1 titre	33 100 ex. (3,1 %)
Total	25 titres	1 049 200 exemplaires

Source : FERRIER (Bertrand), *Les livres pour la jeunesse entre édition et littérature*³²

³⁰ Loc.cit note n°29

³¹ *Livre Hebdo* n° 1069, 22 janvier 2016, p.29

³² FERRIER (Bertrand), *Les livres pour la jeunesse entre édition et littérature*, Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2011, p.62 ISBN 978-2-7535-1457-7

Les plus gros éditeurs de poche Fiction Jeunesse en 2015 :

Gallimard Jeunesse	15 titres	759 100 ex.
Hachette Jeunesse	14 titres	507 200 ex.
Pocket Jeunesse	10 titres	404 600 ex.
Bayard Jeunesse	5 titres	184 700 ex.
Flammarion	3 titres	127 400 ex.
Play Bac	1 titre	38 200 ex.
Michel Lafon poche	1 titre	35 600 ex.
Casterman	1 titre	33 600 ex.
Total	50 titres	2 090 400 exemplaires

Source : Libre Hebdo n°1069 – Vendredi 22 Janvier 2016, page 29

2 – La littérature jeunesse : littérature destinée et écriture d'intention

A en croire ces données, il est difficile de croire que la littérature jeunesse n'a pas toujours été reconnue comme une catégorie à part entière. Selon Danielle Thaler et Alain Jean Bart dans leur ouvrage *Les Enjeux du roman pour adolescents*³³, c'est au 19^{ème} siècle « *que naît la prise de conscience d'un autre visage qui deviendra destinataire d'une littérature : celui du peuple, de la femme et de l'enfant* ». C'est à cette époque que naissent et s'épanouissent les littératures pour enfants, populaire et « féminine ». Apparaît alors des œuvres telles que *Magasin des enfants* de Madame Leprince de Beaumont en 1757 avec entre autres *La Belle et la Bête*, ainsi que les nombreux romans publiés par Jules Vergnes. Cependant, ces trois formes d'expression romanesque restaient méprisées et ce pour plusieurs raisons. Quand il était précisé littérature de jeunesse, c'était pour mieux la distinguer de la Littérature. Cette précision n'avait pas seulement pour objet de préciser le destinataire de la littérature en question mais tendait à exclure la littérature enfantine hors de la Littérature. Michel Tournier, l'auteur de *Vendredi ou la vie sauvage* s'est plusieurs fois exprimé sur le sujet, déclarant :

« Je n'écris pas pour les enfants. Jamais [...] Quand on dit que j'écris pour les enfants c'est un malentendu. J'ai horreur des livres pour les enfants qui sont de faux livres, c'est de la fausse littérature pour des faux enfants. [...] J'aurai trop honte de le faire. C'est de la sous-littérature »³⁴.

³³ THALER (Danielle) & JEAN-BART (Alain), *Les enjeux du roman pour adolescents : roman historique, roman-miroir, roman d'aventures*, Paris : L'Harmattan, 2002, 330 p. ISBN 2-7474-2105-2

³⁴ Op.cite p.20

Pour certains autres auteurs, ce n'est pas le principe d'écrire pour un public considéré à cette époque comme « immature » qui est mis en cause mais davantage le concept d'écrire pour un public ciblé. Les ouvrages pour la jeunesse sont une littérature d'intention, avec un lectorat ciblé et destiné. D'un côté, les critiques défendaient l'existence d'un genre spécifique pour les jeunes, tandis que de l'autre, certains auteurs persistaient à refuser d'écrire pour les enfants ou adolescents au sens qu'il s'agirait d'écrire pour un public déterminé. Ainsi, Jean-Paul Nozière récuse l'idée d'écrire pour les adolescents³⁵, estimant qu'adapter l'œuvre à un lecteur potentiel revient à tricher avec ses personnages, le roman et le lecteur.

Malgré ces critiques et ces réserves sur la création de romans pour des enfants. Quand bien même certains de ces refus persistent, la critique est revenue depuis sur ces exclusions et la littérature de jeunesse a trouvé depuis une forme de consécration. Du point de vue des prescripteurs tout d'abord, la situation s'est transformée sous l'effet d'une revalorisation culturelle avec notamment la contribution d'auteurs renommés et réputés qui ont décidé d'écrire pour les jeunes à l'instar des auteurs Tournier, Daenick, Pennac ou encore Van Cauwelaert. La prolifération des manifestations publiques consacrées à cette littérature a également joué un rôle dans la légitimation de ce secteur avec notamment la création de salons et de festivals dédiés tels que la Foire du livre de jeunesse de Bologne (Italie) ou la Foire de Francfort (Allemagne). Elles ont ainsi contribué à l'émergence et l'obtention d'une certaine légitimité en leur offrant un véritable espace de visibilité et d'échange. Une revalorisation éducative a également favorisé son expansion avec la prise en compte progressive de cette littérature par l'éducation nationale. Cependant, ce n'est pas suffisant et elle n'est pas encore considérée comme légitime dans les milieux éducatifs et universitaires où persistent les réticences des enseignants du lycée à recourir aux récits les plus plébiscités par les élèves. Il semble que les littératures les plus médiatisées ne bénéficient pas toujours « *du plus grand crédit institutionnel, car elles décrédibiliseraient les œuvres sur leur objectif* »³⁶ puisque érigées en principe de plaisir, de divertissement, elles n'auraient pas une vocation éducative, ainsi que « *leur lectorat (dit « populaire » donc relevant de la culture de masse)* ».

³⁵ Op.cite p.20

³⁶ Lecture Jeune n° 150, *Focus sur la littérature ado*, juin 2014, p.31

3 - Expansion des catégories de lecteurs en jeunesse : l'adolescent

Le livre en tant que produit de consommation devient alors un livre-produit. Et comme tout produit, il aura certaines cibles et sera déclinable à volonté pour s'adapter à sa cible. Les éditeurs jeunesse souhaitant avant tout ratisser plus large et ramener des lecteurs plus âgés dans le secteur jeunesse ont fait preuve d'ingéniosité en mettant au point une stratégie éditoriale et commerciale maligne : en créant différentes cibles, c'est-à-dire des catégories de jeunes lecteurs où ils seraient segmentés par âge (romans pour la petite enfance, romans pour adolescents, romans pour « *adulescents* », romans pour les *New Adult*), l'éditeur se place comme celui qui propose une littérature, un livre-produit qui répondrait spécifiquement aux attentes de chacune de ces cibles. Lorsque l'adolescent se voit reconnaître un statut particulier au 19^{ème} siècle, l'édition jeunesse, le considérant comme une nouvelle cible, saute sur l'occasion de lui proposer des produits qui lui seront adaptés, ou qu'ils présument lui être adaptés selon les représentations qu'il se fait de ses besoins. Aux éditions Bayard, dans les séries *Chair de poule*, *Cœur grandine*, ou encore *Marcantour*, il est tenu compte de l'âge du lecteur en proposant des collections par tranches d'âge, mais également de son sexe en proposant des collections pour les filles. En effet, il paraît difficile de faire lire *Fantomettes* de Georges Chaulet à un garçon, ou bien un volume du *Le Club des Cinq* passé un certain âge. Cela signifierait donc qu'il y aurait un âge pour ces romans de séries³⁷. Par conséquent, la stratégie commerciale des éditeurs tient à ce que tout soit fait pour cibler au mieux les lecteurs potentiels. La création de la catégorie littéraire des adolescents procède du même fonctionnement.

Comment définir le roman pour adolescents ? En quoi consisterait-il et quelles en seraient ses particularités ? Pour cibler au mieux les adolescents, il a fallu s'intéresser au concept même de l'adolescence et de la représentation qui en est faite. Les éditeurs se basent avant tout sur la représentation qu'ils se font des adolescents. Ils se fondent sur l'idée que la littérature est un élément important dans la vie d'une personne puisqu'elle l'aide à grandir, à trouver des réponses, à s'affranchir des limites et à s'ouvrir au monde. Comme le souligne le président de l'université d'Artois Francis Marcoin dans son interview sur l'évolution de la littérature pour adolescent³⁸, il s'agit d'une « *étape de bouleversement physique et psychique de l'adolescence [...] s'il est perçu comme mûr voire jeune adulte, le lecteur reste en devenir, et à ce titre, un jeune à accompagner, à éduquer, ou à ouvrir au monde, vocation pédagogique étrangère à la littérature adulte* ». Le roman pour adolescent constitue donc avant tout un roman d'apprentissage. L'adolescent n'étant pas une

³⁷ THALER (Danielle) & JEAN-BART (Alain), *Les enjeux du roman pour adolescents : roman historique, roman-miroir, roman d'aventures*, Paris : L'Harmattan, 2002 p.26 ISBN 2-7475-2105-2

³⁸ Lecture Jeune n°150, *Focus sur la littérature ado*, juin 2014, p.13

personne assagie et morale, le roman devient un territoire exploratoire dans lequel les jeunes se confrontent au sexe, à la violence et à la colère. Autour des quatorze/dix-neuf ans, ces individus entrent pour la plupart dans une phase de transition vers l'âge adulte. Ce changement important confronte chacun à la définition de lui-même, qui est un élément fondateur de l'adolescence. La lecture et l'écrit sont donc indispensables pour aider les jeunes à forger leur identité, développer leur connaissance, faciliter leur insertion sociale, accéder à l'autonomie et à l'émancipation individuelle. Le roman adolescent permet de satisfaire la différenciation des intérêts, des usages et des goûts qui s'opèrent à cette période. Par conséquent, l'éditeur va lui proposer des romans d'apprentissage.

Mais en quoi cette littérature est-elle spécifique aux adolescents ? Il s'agit avant tout de romans d'identification et de projection. Ils peuvent s'y identifier grâce à un héros qui, rajeuni, est également un adolescent ce qui permet une meilleure identification. Ces ouvrages mettent en avant des personnages dans lesquels ils se reconnaissent et des situations dans lesquelles ils se trouvent ou peuvent se trouver. Ils traitent des problématiques, des questions et des préoccupations qui sont les leurs, celles de l'âge. Ils ont donc pour vocation d'être des romans « miroir », processus littéraire d'identification et de projection. Le *Problem novel*, sous genre de la littérature réaliste, est un courant né aux Etats Unis dans les années 1960 et qui a eu une influence considérable et déterminante sur la production française. Il y a imposé une vision, des thèmes, un ton, et une certaine conception du roman : il traite à la fois des problèmes familiaux ordinaires tels que le déménagement, la rivalité, les problèmes d'entente avec le beau-père, mais également des problèmes sociaux et émotionnels comme la mort, l'homosexualité, la drogue, l'alcoolisme, l'avortement et les expériences sexuelles. Le *Problem Novel* se fait un devoir de les explorer un à un, tout y passe. Cette évolution doit être rapprochée du phénomène de la décennie 1970-1980 de l'édition des pays occidentaux. Sont apparues de nombreuses autobiographies de jeunes filles confrontées à diverses situations de détresse : il était souvent question de fugue, de prostitution et de drogue à l'instar du roman allemand qui avait marqué le monde entier *Moi, Christiane F., 13 ans, prostituée*, biographie de Christiane Felscherinow. Cet énorme succès rencontré auprès des adultes et des adolescentes a conforté les auteurs et les éditeurs d'écrire et de publier des romans pour ados en abordant des thèmes autrefois jugés tabous, sans ne plus rien cacher à ce lectorat qu'il considère comme suffisamment apte et mature. Avec l'arrivée des *Problem Novel*, la littérature jeunesse a donc subi un certain bouleversement dans le traitement littéraire qui s'est porté vers une véritable transparence et mise à nue des problèmes abordés.

Ainsi, D'après Nicole Dupré en 1989³⁹ :

« L'évolution de la production romanesque pour la jeunesse semble se faire dans le sens d'un réalisme accru avec une volonté affirmée de ne pas tromper le lecteur ; sorte d'acharnement à lui montrer la vérité telle qu'elle est, à lui faire partager les expériences les plus diverses si bien que l'adolescent lecteur des années 1980 n'ignore plus rien des problèmes de ce monde ».

En 1994, Demers Bleton résume cette évolution par « la volonté de traduire la réalité, de dire la vérité aux enfants, de ne pas les enfermer dans un monde simplifié et sucré ». Les auteurs de ces romans semblent croire que, pour bien grandir, les jeunes doivent être confrontés à tous les problèmes le plus tôt possible afin d'être mieux armés pour les affronter. Comme le dirait André Maurois « *La vie est un combat, et il faut s'y entraîner dès l'enfance* » (Lettres à l'inconnue, 1956). En présentant aux adolescents des situations semblables aux leurs, ces récits les aident à sortir de leur isolement et à passer le cap souvent douloureux de l'adolescence. Ces ouvrages ont donc également une visée thérapeutique : l'adolescent n'est pas écarté de la cruauté ni de la violence du monde.

L'éditeur, compte tenu des représentations qu'il se fait de l'adolescent et de ses besoins lui propose donc un livre-produit qui lui est destiné à savoir des romans d'apprentissage, des romans « miroir », et des romans thérapeutiques où tout lui est révélé et décrit sans aucune censure ni aucun tabou. Cela implique également que le produit doit correspondre aux attentes de sa cible. Mais il se peut que les attentes changent en fonction des époques, des courants et des évolutions et l'éditeur doit s'adapter et réadapter le produit. Il convient donc de renouveler perpétuellement au regard des évolutions et des changements du statut d'adolescent au fil des époques et des courants. S'ensuit un renouvellement perpétuel des œuvres qui poussent irrémédiablement dans l'oubli celles qui les avaient précédées. L'éditeur a donc pour mission d'être à l'affût et d'adapter le livre-produit à ces diverses évolutions. Les adolescents, à l'instar de la société changent : leurs goûts, leurs passe-temps, leurs préoccupations, même si certaines restent traditionnelles comme la question de sa place dans la société ou les premiers amours etc. C'est la raison pour laquelle les livres subissent les tendances et pourquoi les romans d'autrefois sont délaissés. Certains romans d'antan restent néanmoins des chefs-d'œuvre qui continuent d'être lus avec autant de plaisir tels que les romans *Les aventures d'Alice aux pays des merveilles* et *De l'autre côté du miroir* de Lewis Carroll. Ceci dit, ce ne sont que de rares exceptions. Les adolescents dans ses ouvrages ne sont plus les mêmes que ceux d'aujourd'hui : les représentations proposées deviennent donc caduques. Comment en effet, l'adolescent d'aujourd'hui pourraient-ils se reconnaître dans le portrait d'une jeune fille envoyée au couvent ou d'un jeune

³⁹ Loc.cit.note n°37, pp.146-147

garçon de 1935 confronté à la guerre ? La prise de conscience d'un décalage entre la réalité de l'univers romanesque d'avant et la réalité vécue par les enfants et les ados du monde contemporain a été rendue possible par la prise de conscience d'un changement de paradigme dans les lectures et la production. Laurent Bazin⁴⁰, spécialiste de littérature française des 19^{ème} et 20^{ème} siècles avait procédé à une comparaison des goûts en la matière, ce qui avait permis de mettre en évidence une évolution sensible et d'autant plus significative : les lectures préférentielles des adolescents de douze à dix-sept ans en 1993 et celles des adolescents d'aujourd'hui ne sont plus les mêmes. En effet, à la fin du 20^{ème}, ces derniers avaient comme livres de chevet *Germinal* de Zola, *Les Dix petits nègres* d'Agatha Christie, *La Gloire de mon père* de Marcel Pagnol, *Le Grand Meaulnes* d'Alain Fournier, *Le Horla* de Maupassant, ou encore *Vipère au point* de Hervé Bazin. En 2008, les lectures préférentielles des adolescents montraient de manière indéniable un changement de paradigme : les adolescents étaient désormais friands d'ouvrages tels que les saga *Harry Potter* de J.K Rowling et *Les Chevaliers d'Emeraude* d'Anne Robillard, *Les orphelins Baudelaire* de Lemony Snicket, *Eragon*, de Cristopher Paolini, le phénomène mondial *Twilight*, de Stephenie Meyer ou encore *Gossip girl* de Fleuve Noir. Un changement de paradigme qui démontre « *un passage de la littérature classique majoritairement française transmise par les aînés en contexte éducatif à une production évolutive en temps réel, résolument mondialisée et circulant par voie de communication intergénérationnelle* »⁴¹. De nos jours, ces récits à dominante réaliste ont laissé place à des paysages narratifs de l'invention et de l'imaginaire : désormais, Fantasy, métamorphoses animales et Dystopies sont des genres récurrents dans le roman adolescent contemporain. Il y a donc eu une adaptabilité du livre-produit avec les évolutions des goûts et des mœurs.

Toutefois, si les éditeurs ont souhaité proposer une littérature spécialement destinée aux adolescents, il faut se rendre à l'évidence que les jeunes lecteurs se contentent rarement de ne lire que les œuvres et les écrits qui leur sont destinés. Certains ne font pas la différence entre des livres pour la jeunesse et des livres pour adultes, ce qui est paradoxal, dans la mesure où cette distinction a été faite pour eux. D'autant plus que certaines œuvres recrutent parmi tous les âges comme les romans de Stephen King qui ont réussi à séduire des lecteurs de quatorze et quinze ans, ou d'autres romans policiers qui attirent des jeunes âgés de dix à treize ans. C'est la raison pour laquelle en France, des éditeurs ont récupéré dans leur collection de jeunesse des romans policiers qui ont connu un grand succès : Hachette a par exemple introduit quelques-uns des grands succès d'Agatha Christie dans sa collection. L'édition, encore une fois, adapte le livre-produit.

⁴⁰ Lecture Jeune, *Focus sur la littérature ado*, n°150, juin 2014, p.30

⁴¹ Op.cite, p.30

La citation de Bertrand Pierre estimant que : « *L'histoire de la littérature jeunesse occidentale est donc aussi, et peut être avant tout, l'histoire des représentations de son lecteur* » démontre que l'histoire et les évolutions de la littérature jeunesse sont le reflet des évolutions de la société, de la représentation du lecteur mais avant tout le reflet de l'industrialisation de l'édition comme en témoigne désormais l'offre du marché éditorial. En effet, les différentes catégories de lecteur présentes dans la littérature jeunesse découlent de la création des éditeurs en réponse à ce phénomène d'industrialisation. Depuis la légitimation de la littérature de jeunesse et la reconnaissance d'un statut particulier à l'adolescent, l'éditeur mise dessus pour décliner le livre-produit en fonction de la catégorie d'âge à laquelle il pourrait s'adresser. Dans cet objectif, il ne va cesser de créer de nouvelles niches, parfois artificielles, en repoussant les limites d'âge et créant ainsi de nouvelles branches de la littérature jeunesse.

Chapitre 3 : La littérature *Young Adult*, reflet de l'industrialisation de l'édition

Plus récemment, l'apparition d'une nouvelle catégorie de lecteurs, appelés les *Young Adult* dans le milieu de l'édition et de la littérature, confirme une nouvelle fois cette volonté éditoriale de segmenter et de cibler un lecteur par son âge et de lui adapter un livre-produit qui lui soit destiné. Traduit en français, ce terme ne représente plus véritablement les adolescents mais significativement les jeunes adultes. De quoi s'agit-il ? Nouveau public, nouvelle littérature ? Ou nouvelle tentative des éditeurs de garder plus longtemps un lectorat infidèle par son intérêt pour d'autres formes de culture ? En effet, à l'instar du roman pour adolescents, l'édition semble une nouvelle fois repousser les limites de l'âge en littérature de jeunesse et se tourne cette fois-ci vers ces « adulescents », classe d'âge incertaine qui réunit des lecteurs à la frontière de l'âge adulte. Depuis sa création en 1986 aux Etats Unis certaines maisons d'édition françaises ont suivi le pas et ont développé des collections destinées à ce nouveau lectorat comme le démontre Pocket Jeunesse avec sa collection « Jeunes adultes 18+ ». Jean-Claude Mourlevat, Daniel Pennac, Lorris Murail, Fanny Joly sont les auteurs les plus connus du catalogue. Les séries *Hunger games* de Suzanne Collins et *La guerre des clans* de Erin Hunter ont d'ailleurs rencontré un énorme succès, plaçant Pocket Jeunesse en leader du marché.

1 – La littérature *Young Adult*, création d'une nouvelle cible

1.1 La Littérature *Young Adult* : une création artificielle et des critères flous

De manière générale, les critères de la littérature jeunesse ont été formatés et segmentés par la production outre Atlantique. Cette segmentation intervient en fonction de l'âge du lecteur à qui le roman sera destiné. Ainsi, le *Middle Grade*⁴² correspond aux années collège, c'est-à-dire à un lecteur âgé entre dix et treize ans. Attention toutefois, aux Etats Unis, le collège dure trois ans tandis que le lycée s'effectue en quatre années. Un certain fossé apparaît entre les productions américaines et les productions françaises notamment lors des cessions : cela peut entraîner des décalages dans les contenus des romans par rapport aux repères français. S'ensuit le *Young Adult*, conçu pour les lycéens (en incluant la 3^{ème} suivant la logique américaine), autrement dit des adolescents âgés de treize à dix-huit ans. Enfin, une nouvelle classe est apparue assez récemment, le *New Adult* qui, s'il est un dérivé

⁴² Lecture Jeune, *Focus sur la littérature ado*, n°150, juin 2014, p.21

du *Young Adult*, se démarque néanmoins de son prédécesseur au regard de son contenu qui rapproche les corps et met en avant la sexualité dans des situations plus explicites et plus crues, ce qui pourrait heurter la sensibilité des plus jeunes. Des lecteurs étudiant à l'université ou qui débutent dans le vie active seraient donc les lecteurs privilégiés de ce dernier courant.

En France, les classes d'âges ne sont pas exactement les mêmes qu'aux Etats Unis, comme évoqué précédemment. En outre, professionnels comme particuliers ne parviennent pas à s'accorder sur une délimitation précise et concrète de l'âge du lectorat. En fonction des sources, certains délimitent le *Young Adult* comme étant destiné aux treize-dix-huit ans et d'autres aux quinze-vingt-cinq ans ; il en est de même pour le *New Adult* qui ne semble pas non plus trouver de délimitation claire et précise. En somme, ces romans sont classés selon une assez grande « fourchette » : s'il faut donner une catégorie d'âge, les ouvrages *Young Adult* seraient prévus pour des jeunes adultes de treize à vingt-cinq ans et ceux *New adult* de dix-huit à trente ans. Ceci étant dit, parler de « jeune adulte » à l'âge de treize ans peut laisser quelque peu perplexe. D'autre part, ces deux types de romans, toujours au regard du critère de l'âge, semblent se chevaucher. Enfin, ils abordent sans tabous tous deux les mêmes sujets et les mêmes préoccupations à savoir la drogue, la sexualité, la maladie, l'homosexualité, la grossesse précoce mais également l'angoisse de devenir adulte, d'avoir des responsabilités, du fait de trouver l'amour et un sens à sa vie, les désillusions de la vie ou encore la perte de l'innocence. Seuls le thème de l'érotisme prononcé du *New adult* constitue la caractéristique qui semble pouvoir les différencier. Dès lors, la frontière entre les deux semble assez mince. Toutes ces incertitudes démontrent avant tout le côté factice de cette segmentation. Catégorie éditoriale aux contours encore mal définis et flous, elle reste bancale et instable.

La raison de cette incertitude et de cette instabilité est pourtant bien simple et tient au fait que cette sectorisation est à la base artificielle. Il s'agit une nouvelle fois d'une invention des éditeurs qui, depuis ces vingt dernières années, ont mis en place cette fameuse stratégie commerciale : cette fois-ci, la sectorisation des romans par l'âge concernera les adolescents, ces *Young Adults* qui, comme sa traduction l'indique, s'adressera aux « jeunes adultes ». En effet, pour certains éditeurs, ce segment n'était qu'une invention marketing de maisons d'édition généralistes qui cherchaient à toucher un public plus jeune. A l'inverse, certains éditeurs jeunesse qui n'allait pas au-delà de l'âge des émois adolescents ont pu y voir l'opportunité de « ratisser plus large ». Il s'agit donc d'une fabrication du milieu éditorial pour faciliter la diffusion, créer des niches et ramener un maximum de lecteurs : en somme créer une nouvelle cible afin de cibler.

Ceci dit, cette classification semble trouver ces limites. Le *Young Adult*, s'il s'adresse à des lecteurs âgés entre treize et vingt-cinq ans, doit faire face à un lectorat des plus mouvants, qui ne se limite certainement pas aux seules œuvres qui lui ont été destinées. Comme certains lecteurs ont dans leur bibliothèque à la fois de la Fantasy et des romans plus réalistes, ils peuvent également être très éclectiques quant au degré de maturité dans leurs lectures, et ainsi lire à la fois des romans adolescents, des romans pour jeunes adultes comme de la littérature générale. Finalement, tout dépend de la maturité, des goûts et des préférences du lecteur. Ce cloisement semble donc ne plus être d'actualité, ces « jeunes adultes » ne se limitant pas aux romans *Young Adult*.

1.2 La réappropriation des genres de la littérature populaire : les romans *Young Adult*, une littérature « fourre-tout »

Segment artificiel créé pour répondre à ce qu'ils nomment les « jeunes adultes », catégorie de lecteurs créée de tout pièce, sans statut officiel, sans véritable définition ni critères de délimitation comme mentionné plutôt, les éditeurs devaient leur proposer un produit qui correspondrait à cette nouvelle cible. Pour se faire, ils se sont contentés de reprendre les genres anciens et oubliés de la littérature dite « populaire » et de les catégoriser comme genres de la littérature *Young Adult*. Mêlant à la fois des genres anciens (la fantasy), des dérivés d'autres littératures (*Chick-Lit*), des genres hybrides (*Bit-Lit*), mais également des genres oubliés, autrefois destinés aux adultes (dystopie), ils ne semblent avoir en commun que leur caractère de littérature de l'imaginaire. Au regard de ces différents genres qui composent les romans pour jeunes adultes, ces derniers semblent s'assimiler à une littérature fourre-tout. « *Il me semble que cette littérature de jeunesse a comblé un espace vacant, celui de la littérature populaire [...] ils sont lus par les enfants, les ados et par les jeunes. C'est ce qui explique le succès de la bit-lit [...] de la chick-lit pour ado ou de la fantasy, formes qui restent encore relativement vivaces en littérature populaire* » déclare Mathieu Letourneux⁴³. Selon Eva Grynszpan, responsable d'édition de la fiction aux éditions Nathan, cette littérature peut être contemporaine, mais également abriter « *une littérature de genre qu'elle réhabilite en France où elle avait plutôt tendance à être dénigrée au profit de la littérature blanche, sacralisée* »⁴⁴. En effet, en se réappropriant les genres, tout en les réhabilitant, le *Young Adult* investit massivement les paralittératures comme le roman d'aventure, la science-fiction, le roman policier, la dystopie etc.

⁴³ Op.cite p.25

⁴⁴ Op.cite p.19

D'origine britannique, la fantasy s'est développée au milieu du 19^{ème} siècle à l'époque victorienne. Son apparition est en lien étroit avec le conte populaire : les premiers vrais romans fantasy tels que *Le roi de la rivière dorée* de John Ruskin ou *Les bébés de l'eau* de Charles Kingsley étaient des contes littéraires. George McDonald est l'un des auteurs qui a le plus contribué à transformer le conte populaire en roman de fantasy. Par la suite, au début du 20^{ème}, pendant la première période dite de « l'Age d'or » de la littérature de jeunesse britannique, ont été publiés les plus grands classiques de la littérature de jeunesse : tous relevaient de la fantasy. Parmi ces derniers se trouvaient *Alice au pays des merveilles* et *De l'autre côté du miroir* de Lewis Carroll (Paris, Flammarion, 1865 et 1868), *Les livres de la jungle* de Rudyard Kipling (Paris, Gallimard, 1894 et 1895) ou encore *Peter Pan* de J.M. Barrie. Enfin, c'est avec Edith Nesbit que la fantasy revêt un aspect moderne et devient celle que les jeunes d'aujourd'hui connaissent et ce, en introduisant pour la première fois de la magie dans l'univers quotidien notamment au travers de la créature des sables dans *Cinq enfants et moi* (Paris, Gallimard, 1902) ou du tapis volant dans *The Phoenix and the Carpet* (1904). La fantasy va connaître un renouveau à partir des années 1950-1960 et va concurrencer la montée des romans réalistes, les *Problem Novel* en littérature jeunesse. Il s'agit alors du second « Age d'or » de la fantasy, initié par certaines œuvres telles que le cycle des *Borrowers* (1952, Paris, Ecole des loisirs) ou *Chapardeurs* (1955, Paris, Ecole des loisirs) de Mary Norton ou bien encore par la trilogie *Changes* de Peter Dickinson (Londres, Gollancz, 1969-1970). Toutefois, c'est à partir de la fin des années 1990 que la fantasy pour la jeunesse acquière une légitimité des plus notables avec les deux œuvres qui vont marquer un tournant, autant en termes de reconnaissance littéraire que de succès éditorial et commercial : il s'agira de la saga *Harry Potter* (Paris, Gallimard, 1997-2007) de J.K Rowling et de la trilogie *A la croisée des mondes* de Philip Pullman (Paris, Gallimard, 1995-2001).

La fantasy se subdivise en deux grandes sous-catégories⁴⁵ : d'une part, la *low fantasy* originellement destinée à un lectorat jeune qui introduit ponctuellement ou partiellement de la magie dans un monde dit « primaire », c'est-à-dire le monde considéré comme normal. *Mary Poppins* de Pamela Lyndon Travers, dont le premier tome est sorti en 1934 aux éditions Hachette, en est un exemple : la gouvernante possède certains pouvoirs magiques, c'est donc cette dernière qui incarne le lien entre le merveilleux et le quotidien au sein de ce monde primaire. D'autre part, la *high fantasy* avait pour vocation de se destiner à un public plus âgé, aux adolescents ou encore aux adultes. En tant que genre populaire réhabilité par la littérature *cross-over*, la *low* comme la *high fantasy* sont désormais lues par tous lecteurs indépendamment de leur âge. Ainsi, la Fantasy regroupe certaines caractéristiques telles que la présence de héros, d'un objet magique, d'une quête initiatique, de combats et d'un

⁴⁵ CONNAN-PINTADO (Christiane) & BEHOTEGUY (Gilles), *Littérature de jeunesse au présent : Genre littéraires en question(s)*, Pessac : Presses universitaires de Bordeaux, 2015, p38, ISBN 978-2-86781-973-5

bestiaire composé de monstres et de créatures magiques appartenant au folklore et aux mythes tels que les vampires. Comme pour tout genre, il possède ses codes, ce qui permet de le rendre facilement identifiable. Ce qui est essentiel dans ces romans ouvrages, c'est la notion de « monde » ou « d'univers ». Ces deux termes deviennent même les marqueurs du genre. De nombreux éditeurs et auteurs n'hésitent pas à les utiliser dans les titres de leurs œuvres ou de leurs collections afin de spécifier qu'elles appartiennent à ce genre : la collection fantasy « Autres mondes », et les titres *Le monde de Narnia* ou *Le Monde de Chrestomanci* l'illustrent parfaitement.

Ce monde féérique peut désigner soit un monde alternatif primaire soit secondaire. S'il s'agit d'un monde dit « primaire », il n'y a qu'un seul monde existant dans le récit et le lecteur accepte d'emblée ce monde très similaire au monde normal mais où la féerie est largement présente et considérée comme naturelle. En revanche, si le récit inclut un monde « secondaire », ce sera celui-ci qui possèdera la dimension féérique du genre et dans lequel les personnages vont basculer. K.R.R. Tolkien, qui est à l'origine « du monde secondaire », celui qu'il nomme *Faerie* dans un essai intitulé « *Du conte de fées* » (1939)⁴⁶, explique que ce monde magique doit avoir sa logique interne, c'est-à-dire qu'il doit obéir à des règles qui lui sont propres et doit avoir sa propre temporalité. Dans *Les Chroniques de Narnia*, le temps passe plus vite dans la *Faerie* que dans le monde ordinaire (le monde primaire). Lorsque les quatre frères et sœurs, après avoir passé plus de vingt-cinq ans dans Narnia reviennent dans leur monde d'origine, seulement quelques minutes se sont écoulées dans celui-ci. Si le monde féérique est constitué par la présence d'un monde secondaire, l'un des codes de la fantasy est d'avoir un lieu de passage qui va permettre aux personnages de quitter le monde primaire, à l'exemple de l'armoire par laquelle les enfants Pevensie se rendent à Narnia⁴⁷. Dans *Harry Potter*, plusieurs lieux de passage également, que cela soit par le mur de la gare 9-3/4 afin d'accéder au train qui les mènera à Poudlard ou bien lorsqu'avec l'aide d'une formule magique à l'arrière d'un *pub*, Hagrid parvient à déplacer les pierres du mur pour laisser place au chemin de traverse. De même, de nombreux éléments hérités du conte tels que les pouvoirs magiques d'un être « élu » sont retrouvés dans la fantasy. C'est d'ailleurs ce qui différencie les sorciers des *moldus*. La fantasy accorde également une grande importance aux objets, au sens qu'ils ont la possibilité et la capacité de fournir de la magie au héros. Ce sont toutes sortes d'accessoires passant de l'anneau de Sauron du *Seigneur des anneaux*, de la baguette ou du balai d'Harry Potter, de la boussole magique, l'aléthiomètre de Lyra dans *A la croisée des mondes* à la dragonne de *Eragon* (Christopher Paolini).

⁴⁶ J.R.R. TOLKIEN, « Du conte de fées » (1939), in *Faerie*, Paris : Christian Bourgeois, 1974

⁴⁷ C.S. LEWIS, *Le monde de Narnia : Le Lion, la Sorcière blanche, l'Armoire magique*, Paris : Gallimard, collection « Folio Junior », 1950, ISBN 2-07-052432-9

La particularité de la fantasy tient au fait qu'elle contribue à une hybridation avec d'autres sous genres. Par exemple, la *Bit-lit* est l'association de la romance et de la fantasy puisqu'elle permet une romance entre un humain et une créature appartenant à l'univers de la fantasy telle qu'un loup garou, un vampire etc. De même, l'Uchronie qui consiste à faire prendre à l'histoire un cours différent de celui qui est connu en modifiant ou supprimant un événement historique précis qui a eu lieu est également l'hybridation entre le roman historique et la fantasy : *Les mondes de Chrestomanci* de D.W Jones et plus particulièrement *La chasse aux sorcières* représente cette hybridation. Enfin, l'auteur Philip Pullman qualifie son œuvre *A la Croisée des mondes de sciences fantasies*⁴⁸ dans la mesure où elle présente à la fois de la fantasy et de la science-fiction. En permettant l'hybridation et l'interpénétration de ces genres au sein de la littérature *Young Adult*, les éditeurs offrent une diversité de choix notable.

Après la vague fantastique qui a suivi le succès de *Harry Potter*, avec plus de quatre cent millions d'exemplaires vendus dont vingt-six millions par Gallimard, le nouveau phénomène s'est porté sur les romans de science-fiction et plus précisément sur les dystopies, encore inexplorées il y a quelques années en littérature jeunesse. C'est en 1516 que Thomas More invente la notion d'utopie avec son roman *Utopiae*.(1515). Dès lors, la dystopie se définit comme étant le contraire d'utopie, c'est-à-dire le contraire d'une société ou d'un monde parfait. Au commencement, le genre dystopique était connu du grand public surtout par des romans pour adultes tels que *Le Meilleur des mondes* (Paris, Plon, 1932), *1984* (Paris, Gallimard, 1950) ou encore *Fahrenheit 451* (Paris, Denöel, 1953). Dès les années 2000, elle semble cependant se tourner vers un lectorat plus jeune : depuis, elle est devenue dans la littérature jeunesse un genre en force depuis ses succès tels que les romans *Delirium* (Lauren Oliver), *Entre chiens et loups* (Maloy Blackman), *Uglies* (Schoot Westerfeld), *Hunger Games* (Susan Collins) ou encore *Divergente* (Veronica Roth). Ce sont avant tout les séries *Uglies* et *Hunger Games*, publiées chez Pocket Jeunesse qui ont été les déclencheurs de ce nouvel engouement pour les jeunes. Comment expliquer un tel regain d'intérêt pour ce genre initialement conçu pour les adultes et oublié il y a longtemps ? Quelles sont les caractéristiques d'un roman dystopique ? Tout d'abord, les sociétés dystopiques illustrent des sociétés qui caractérisent les plus grandes craintes de l'Homme, à savoir le règne de « *l'hyper technologie et de la science, le totalitarisme, la division de la société en castes, les guerres, les catastrophes naturelles et les jeux morbides* »⁴⁹. Elles anticipent toutes les peurs, tous les extrêmes dont la société pourrait être capable. Ce qui caractérise l'ensemble de ce genre, ce sont les personnages qui passent d'une situation où ils sont complètement enfermés dans leur société et où ils doivent obéir à des règles à une situation de rébellion. L'élément

⁴⁸ ALDERDICE (Kit), « Pw Talks with Philip Pullman », in *Publishers Weekly*, 2000, p.119

⁴⁹ LIRADO [en ligne]. *La dystopie*, s.l.n.d. Disponible sur : URL < <http://www.lirado.com/la-dystopie/> > [consulté le 12 mars 2016]

déclencheur de cette rébellion est variable. Il peut être l'obligation pour le ou les personnage(s) de participer à un jeu mortel (*Hunger Games*). Il peut s'agir également de la mort d'une personne proche ou bien de la rencontre d'un amour interdit (*Delirium*) ou contraire à une caste (*Entre chiens et loups*). Sans oublier d'autres éléments déclencheurs comme la rébellion face à l'hyper surveillance (*Little Brother*), aux règles imposées (*Uglies*, *Divergente*) et aux sociétés hiérarchisées. A l'heure actuelle, les auteurs anglo-saxons dominent le genre et remportent en France un large succès. Ceci dit, des auteurs comme Jean Molla (*Felicidad*), Fabrice Colin (*Memory Park*), et Jean-Claude Moulevat (*Le combat de l'hiver*) ont su se faire remarquer et son même désormais consultés par les professeurs de français qui ont compris le message de ces romans *Young Adult* dystopiques : faire travailler la réflexion des jeunes sur l'évolution de notre société. Concernant *Hunger Games*, les deux premiers romans ont chacun été premiers sur la *New York Times Best-seller List* des meilleures ventes hebdomadaires aux États-Unis et le troisième volume a été en tête de toutes les listes de best-sellers américains. Le premier tome a remporté le *Buxtehude Bulle* en 2009 et en 2010 le *Deutscher Jugendliteraturpreis* (prix de littérature de jeunesse allemande) dans la tranche d'âge quatorze-quinze ans, tandis que la trilogie a été nommée « livre préféré » aux *Teen Choice Award* 2012. A la suite du succès de l'adaptation cinématographique du premier tome, la trilogie s'est vendue à plus de vingt-six millions d'exemplaires.

Dans la littérature de jeunesse, les éditeurs ciblent le lectorat féminin en proposant une littérature qui leur est spécialement destinée avec notamment la *Chick-lit* et la *Bit-lit*. Les mangas marquaient déjà cette différence de sexe avec les *shôjo* pour les filles et les *shônen* pour les garçons.

Elle fumait comme « une cheminée », buvait comme « un trou » et se débattait avec son budget, ses kilos en trop, ses angoisses existentielles, un patron tyrannique et une mère envahissante : tout le monde se souvient de cette fameuse blondinette répondant au doux nom de Bridget Jones. C'est avec cet ouvrage que le monde du livre a assisté à l'émergence et à la consécration d'un nouveau genre : la *Chick-Lit*, variante contemporaine et délurée du traditionnel roman sentimental. « La *chick lit* est un peu la petite sœur rebelle du roman *Harlequin* », précise Marie-Pierre Luneau, professeure de lettres à l'Université de Sherbrooke. Abréviation de « *chicken literature* », autrement dit « la littérature de poulettes », elle est dédiée à un lectorat féminin, âgé entre vingt et trente ans voire plus. De manière générale sont mises en scène des célibataires branchées, des mères de famille décomplexées, ou de jeunes adolescentes qui raffolent de virées entre copines, sont obnubilées par la mode et par la recherche du Prince Charmant et veulent réussir sur tous les tableaux que cela soit sentimentalement ou professionnellement. En somme, elle place « la femme dans une perspective post-féministe »⁵⁰ constate Tony Cartano, directeur du département Etranger chez Albin Michel et

⁵⁰ PERAS (Delphine), L'express, [en ligne], *La « Chick lit » : les dernières tendances*, mai 2006. Disponible sur : URL < *Mémoire de master 1 Information et communication* 41/105

éditeur du *Journal de Bridget Jones*. Adepte d'un parler cru, voire méchant et mauvais, la *Chick-lit* se différencie de la romance par son ton léger, humoristique et par sa dérision. *Bridget Jones*, écrit par la Britannique Helen Fielding se retrouve parmi les romans précurseurs du genre, paru en 1997 outre-Manche et trois ans plus tard en France. Son roman s'est écoulé depuis à plus de quatre millions dans le monde entier, dont cinq cent mille exemplaires dans l'Hexagone. La raison étant : « *que toutes les femmes pouvaient s'identifier à Bridget Jones d'une façon ou d'une autre* » selon Tony Cartano. Tandis que selon Béatrice Duval, éditrice au Fleuve Noir « *C'était différent des autres romans pour femmes, plus moderne, avec de l'humour et du cynisme, sans concession* »⁵¹. De son côté, la journaliste américaine Candace Bushnell avait ouvert la marque dès 1996 avec *Sex and the City*, une compilation de ses chroniques sur les jeunes célibataires de New York appartenant au milieu huppé de la mode et des médias à Manhattan. Enfin, une autre américaine, Lauren Weisberger, s'est vu devenir ambassadrice du genre avec *Le diable s'habille en Prada* qui est devenu un best-seller aux Etats-Unis, mais également en France dès 2004 avec près de cent mille exemplaires vendus au Fleuve Noir et le double chez Pocket.

Face au succès du genre, des éditeurs tels que Libre Expression, Les Intouchables et Québec Amérique multiplient les titres. D'autres multiplient les collections : « *Girls in the City* » chez Marabout, », « *Mille Comédies* » chez Belfond, « *Gossip Girl* » chez Fleuve Noir. Même Harlequin sentant le vent tourner, s'est lancé lui aussi dans ce créneau. En 2003, il avait perdu 10 % de ses ventes au profit de ce nouveau genre. Il a réagi en créant la collection « *Red Dress Ink* », qui propose des titres comme *Crimes, passion et talons aiguilles* de Kyra Davis. Phénomène littéraire, il existe aujourd'hui des déclinaisons du genre dans le but de toucher plusieurs publics comme la *teen lit* (*Le journal d'Aurélie Laflamme* d'India Desjardins), la *mom lit* (*L'accro du shopping attend un bébé* de Sophie Kinsella), la *mystery chick lit* (*Cinq filles, trois cadavres* d'Andrea H. Japp) et la *paranormal chick lit* (*Karma Girl* de Jennifer Estep) etc. En la matière, les romancières anglo-saxonnes semblent toujours avoir une longueur d'avance sur les Françaises. Néanmoins, certaines sont plus connues que d'autres à l'instar de Isabelle Alexis avec entre autres *Tu vas rire mais je te quitte* (Plon, 2002) et *Dès le premier soir* (Plon, 2006), ou encore Agnès Abecassis avec notamment *Les tribulations d'une jeune divorcée* (Pocket, 2005) et *Toubib or not toubib* (Pocket, 2008), etc.

Cependant, comme tout bon filon qui se respecte, beaucoup de clones apparaissent. Selon Tony Cartano « *On risque la saturation à force de toujours lire les mêmes histoires sur la recherche du mari idéal, le passage de la trentaine, la relation avec les parents* ».

http://www.lexpress.fr/culture/livre/la-chick-lit-les-dernieres-tendances_811248.html > [consulté le 25 mai 2016]

⁵¹ Loc.cit. note n°50

Concernant la *Bit-lit*, il s'agit là encore d'un genre sexué. Le terme est un anglicisme composé de *bit* issu du verbe anglais *bite* (« mordre » en français), et *lit* pour *literature* ("littérature"). Littéralement, cela donne « Littérature mordante ». La bit-lit ou paranormal romance est un sous-genre de l'Urban Fantasy. C'est un nouveau segment qui « s'adresse à la fois au lectorat de fantasy et aux lectrices de romans dits sentimentaux »⁵² selon Mathias Echenay, directeur du Centre de diffusion de l'édition. Ce type de littérature repose sur un univers fantastique contemporain, mêlant réalisme et créatures magiques tels que les vampires, les loups garous, les démons, les fées, les sorcières ; en somme, toutes les créatures fantastiques s'y côtoient. Le personnage principal est souvent une femme forte, ayant du caractère et accompagnée d'un homme. De manière générale, les héroïnes balancent entre des préoccupations qui relèvent de la vie quotidienne mais également des préoccupations toutes autres comme combattre ces créatures. Parfois, ces jeunes femmes peuvent s'avérer être l'une de ces créatures. Et c'est le contraste entre leurs deux vies qui fait tout le piment de ces romans. Car il est parfois plus facile pour ces héroïnes de sauver le monde que de gérer une rupture. En outre, la romance est très présente. Ces romans mêlent intrigues sentimentales, parfois sexuelles, à l'enquête et au paranormal. Il s'agit d'un genre en pleine expansion en Grande-Bretagne et surtout aux États-Unis. La série *Buffy contre les vampires*, qui a aussi donné lieu à une série de romans, est une représentation télévisée de ce genre littéraire. Plusieurs écrivaines américaines ont exploré ce genre avec comme pionnière Laurell K. Hamilton avec sa série *Anita Blake* (Milady) commencée en 1993 et comportant dix-neuf tomes à ce jour (onze traduits en français) puis d'autres séries telles *La Communauté du Sud* de Charlaine Harris (J'ai lu, 2001) ainsi que *Mercy Thompson* de Patricia Briggs (Milady, 2006). Généralement, les séries de *Bit-Lit* contiennent des scènes assez violentes à l'instar de *La communauté du Sud* ainsi que des scènes sexe assez explicites comme dans les *Anita Blake* ou *Merry Gentry* de Laurell K. Hamilton. C'est la raison pour laquelle *Twilight* ne peut être considéré comme de la *Bit-Lit* mais plus comme du fantastique.

⁵² *Livre Hebdo*, n°768, 13 mars 2009, pp.68-69

1.3 La littérature de genre comme tremplin vers une littérature trans-générationnelle

Se consacrer à une multitude de genres constitue un avantage : cela signifie que chaque lecteur peut y trouver son compte, que cette littérature possède un caractère éclectique et exhaustif et peut donc répondre à tous les besoins. En effet, elle répond aux différents goûts, au sens « qu'il y en a pour tout le monde » et rajoute donc à cette volonté de « ratisser plus large ». Ainsi, le fait d'avoir les caractéristiques de la littérature populaire a permis à aux romans *Young Adult* de devenir une littérature trans-générationnelle, dite *cross-over*, capable d'être lue par tout lecteur. Du roman réaliste au roman fictionnel, en passant par les romans de science-fiction et les polars, elles semblent être « sur tous les fronts ». Attirer un large éventail de lecteur est une véritable aubaine pour les maisons d'édition. D'autre part, et cela semble être un des points les plus importants, si les lecteurs « jeunes adultes » ne se cantonnent pas à la littérature *Young Adult*, cette dernière leur rend bien puisqu'elle ne se cantonne pas non plus aux seuls lecteurs jeunes adultes. La particularité de celle-ci tient au fait qu'elle est perméable au sens qu'elle possède un lectorat très éclectique, de tout âge et de toutes catégories socio-professionnelles confondues. Elle peut autant attirer la jeune collégienne que l'étudiante ou la ménagère de quarante ans. Le livre-produit *Young Adult* dépasse ainsi sa cible originale et ne s'adressera plus uniquement à un public d'adolescents ou de jeunes adultes, mais à tout public, à tous lecteurs : le critère de l'âge établis par le milieu éditorial est abandonné. De ce fait, le *Young Adult* ne s'adresse plus à une génération mais à une classe de lecteur. Ses ouvrages sont requalifiés de romans *cross-over*, c'est à dire des livres qui s'adressent à tous. Les éditeurs n'avaient pas prévu cette situation. Qu'à cela ne tienne, ils ont su s'adapter à cet élargissement de lectorat qu'ils ont perçu comme une aubaine. En témoigne cette tendance de certaines maisons d'effacer de leurs couvertures de romans *Young Adult* la mention « jeunesse », afin d'attirer un plus large éventail de lecteurs : ces spécificités sont gommées sur les premières de couverture des blockbusters Gallimard Jeunesse, ainsi que sur les publications de Michel Lafon ou XO. En effet, ce segment constitue également une chance pour certains romans qui trouvent un écho en dehors de la sphère jeunesse. En résumé, ces romans *cross-over* sont intergénérationnels et se détachent de la notion de « jeune adulte ». A tel point qu'aujourd'hui il est question de passerelle entre celle-ci et la littérature générale. Des auteurs qui avaient pour habitude d'écrire « pour les adultes » sont dorénavant sollicités par des maisons d'édition jeunesse à l'instar de Jean-Philippe Blondel qui a écrit *Brise-Glace* (Actes Sud Junior, 2011), *Et rester vivant* (Editions Buchet-Chastel, 2011) sans oublier Elise Fontenaille et son roman *Garçon qui volait des avions* (Rouergue jeunesse, collection « DoAdo », 2011).

Des romans tellement intergénérationnels que certains d'entre eux trouveraient même des difficultés à être classés par les éditeurs, les libraires, voire les auteurs eux même. Divers soucis techniques se posent alors, notamment dans les librairies ou dans les points de ventes culturels qui sont souvent organisés par âge et ne facilitent pas l'installation de ces collections. Comment faire dans ce cas ? Généralement, soit des tables passerelles sont installées entre les allées jeunesse et adulte, soit les vendeurs les disposent dans les deux rayons à la fois. D'une autre manière, certains ouvrages semblent difficilement classables tels que les romans *Harry Potter* de J.K Rowling ou *Eragon* de Christopher Paolini dans la mesure où ils ont tous les deux dépassés de loin leur cible originale. En outre, la maturité du lectorat a également évolué avec les tomes : nous sommes passés de la jeunesse à une littérature plus mature et plus adulte avec de nouvelles problématiques. Donc il existe bel et bien cet élargissement du lectorat. Comme exemple concret, la question du classement d'un titre s'est posée aux Editions du Rouergue en 2013 pour le roman *Le cœur des Louves* de Stéphane Servant. S'agissait-il d'un roman pour adolescents ? Pour jeunes adultes ? Pour adultes ? Même l'auteur avait des difficultés à classer son ouvrage. Finalement, après avoir fait appel à de nombreux avis, le roman a été catégorisé comme « *un roman pour jeunes adultes que même les grands-mères pouvaient lire* ⁵³ ». Les romans de cette littérature « passerelle » peuvent également être classés dans les deux rayons, à savoir ceux de la jeunesse et de la littérature générale, lorsqu'ils ne font pas l'objet d'une double édition. Tel est le cas de Haran Coben qui est publié à la fois chez Fleuve Noir et chez Pocket Jeunesse à la faveur d'un changement de couverture. De même, les couvertures de certains ouvrages de littérature générale et de littérature de jeunesse se ressemblent de plus en plus et obéissent au même code graphique. Enfin, même les éditeurs de littérature générale se mettent à s'intéresser aux jeunes adultes comme le démontre la création des collections « Y » de Denoël et « La belle colère » de Monsieur Toussaint Louverture et Anne Carrière.

⁵³ Lecture Jeune, *Focus sur la littérature ado* n°150, juin 2014, p.16
Mémoire de master 1 Information et communication

2- Les romans *Young Adult*, une littérature sujette aux tendances

2.1 Emergence d'une nouvelle tendance : les fan-fictions, une place accordée aux lecteurs

Il convient de s'attarder sur une nouvelle pratique qui commence à devenir un genre à part entière : les *fanfictions*⁵⁴. Ce sont des histoires écrites par les fans d'un roman, d'une série télévisée ou d'un film et qui prolongent l'œuvre, la modifient, la croisent avec d'autres œuvres ou d'autres genres. En résumé, le fan se réapproprie les personnages et l'histoire d'une œuvre et les modifie au grès de son imagination. Si aujourd'hui elle connaît un nouvel impact grâce à internet, les *fanfictions* sont loin d'être un phénomène nouveau dans la mesure où ne sont nécessaires qu'un matériau scénaristique de base et sa propre imagination pour la produire. Historiquement, il faut donc remonter au 19^{ème} siècle pour voir le premier événement « fanfictionnel » et c'est à l'auteur Arthur Conan Doyle que cela est dû. Lorsque celui décide de tuer son héros Sherlock Holmes, figure littéraire extrêmement populaire à l'époque, il déclenche la colère des fans qui souhaitent voir sa résurrection. Avant que l'auteur ne finisse par céder, certains fans ne l'avaient pas attendus, rédigeant des *fanfictions* qui mettaient en scène un Sherlock Holmes ressuscité. Il existe d'autres exemples tels que celui-ci dans la sphère littéraire. L'écrivain Henri Jenkins, spécialiste des communautés de fans fixe l'origine des *fanfictions* à partir de la série télévisée *Star Trek*, dont l'arrêt a conduit les fans à rédiger des suites publiées dans des *fanzines* (contraction de « fan » et de « magazines »). De nos jours, il s'élabore autour de films, de mangas, de romans et de séries TV tout un circuit de fans qui réécrivent pour combler les manques de l'histoire. Elle opère à notre époque moderne comme une alternative au journal intime, c'est-à-dire un moyen de projeter son imagination plus facilement en appliquant ses envies, fantasmes à la trame originelle. Par conséquent, la *fanfiction* est un genre presque exclusivement rédigé par les adolescentes. Les auteurs sont situés dans une classe d'âge bien définie mais aussi sexuée. Plusieurs études, menées notamment par Sébastien François, professeur agrégé de sciences économiques et sociales, et Hélène Sagnet, directrice de la rédaction de la revue *Lecture Jeune*, démontrent que « les auteurs de fanfictions sont en premier lieu jeunes avec un goût prononcé pour la lecture et la télévision »⁵⁵. Sébastien François dans son étude sur les « potterfictions » note un âge moyen de dix-huit ans, avec des écrivains âgés de treize à vingt-neuf ans et une majorité de filles (à quatre exceptions près). Les *fanfictions* sont également catégorisées selon

⁵⁴ BOULAY (Solène) & MAROQUENE (Guillaume) & ROGER (Candice), « Etudes Fanfiction » [en ligne]. *Les fanfictions, un renouvellement du statut d'auteur et des habitudes de lecture*. Disponible sur URL <http://etude.fanfiction.free.fr/master_definition.php> [consulté le 18 avril 2016]

⁵⁵ Loc.cit. note n°53

les différents univers qui y sont présents. Le *cross-over* permet de mêler plusieurs univers fictionnels : *Harry Potter* qui rencontrerait *Le Seigneur des Anneaux* relèverait du *cross-over*. L'univers alternatif quant à lui, fait évoluer des personnages connus dans un univers qui n'est pas le leur comme si Harry Potter se retrouvait au Moyen Âge. Tandis que la *deathfic* fait mourir le personnage principal, la *déviaton* permet d'imaginer ce qui se serait passé si un événement ne s'était pas produit. Enfin, le *préquelle* raconte ce qui s'est déroulé avant l'histoire originale : les nombreuses *fanfictions* sur les parents d'Harry Potter en témoignent. Si cette ancienne pratique commence aujourd'hui à acquérir une certaine légitimité, c'est notamment grâce à certaines de ses publications. Si la majorité de ces textes ne sont publiés que sur internet, certain(e)s auteur(e)s de *fanfictions* parviennent à être publié(e)s. C'est le cas de *La Trilogie de Draco* de Cassandra Clare, *fanfiction* basée sur l'univers d'Harry Potter qui a généré un véritable fan-club sur le net et qui a été une des premières longues *fanfictions* à avoir tant de succès. Sarah Rees Brennan a elle aussi été repérée pour le succès de ses écrits et est aujourd'hui publiée chez Simon & Schuster. Elles sont considérées comme des « *Big Name Fan* » (Fan de Grand Nom) et à l'instar de leurs modèles, elles fidélisent elles aussi des fans. Mais le bouleversement éditorial et médiatique de ce genre est dû à une jeune auteure de vingt-deux ans, Anna Todd, qui a vu sa saga littéraire *After* publiée en 2014 aux États-Unis et en 2015 en France. C'est sur son smartphone que cette dernière écrit cette histoire racontant l'idylle entre Tessa et Hardin, personnage inspiré de Harry Stiles, membre du groupe des One Direction. Après l'avoir diffusé via le réseau communautaire sur Internet Wattpad, son succès fut fulgurant. Son roman, *fanfiction* de romance et de *chick-lit*, a été élu best-seller en janvier 2015 et s'est classé dans les meilleures ventes françaises avec près de deux cent mille exemplaires quelques mois après sa commercialisation.

2.2 Lassitude de la littérature de l'imaginaire : tendance aux romans réalistes et plus légers

Même si elle reste sur le marché car elle constitue la littérature qui trouve le plus facilement de prolongements dans les médias actuels, sur les écrans de cinéma, d'ordinateurs ou sur les consoles de jeux, la fantasy est en perte de vitesse. Elle a été dans un premier temps délaissée au profit des dystopies comme en témoigne leur supériorité numérique. Ceci dit, les dystopies elles aussi semblent laisser le public au vu de sa présence sur tous les médias et supports. Après le déchainement de violence présent dans vers romans, la tendance actuelle semble se porter sur les romans réalistes avec des intrigues plus ancrées dans la réalité ainsi que sur des romans plus légers et humoristiques qui jusqu'ici était loin de fédérer une communauté de lecteurs aussi impressionnante que pour *Hunger Games* ou *Harry Potter*. Ainsi, la tendance actuelle qui se porte sur ces derniers répond directement

de la lassitude du lectorat. L'Ecole des Loisirs (collection « Medium »), Gallimard Jeunesse (collection « *Scripto* »), Thierry Magnier (collection « Romans »), Flammarion jeunesse (collection « Tribal »), ou encore Actes Sud Junior (collection « Romans Ados ») restent les représentants majeurs de ces textes dit « miroirs » même si Castelmore et Nathan commencent à se développer dans le réalisme. Il y a donc un retour au réalisme contemporain désormais avec notamment l'un des auteurs phare de ce genre, l'anglo-saxon John Green. Connu pour ses romans tels que *Nos étoiles contraire* ou *La face cachée de Margot*, il a publié, à ce jour, pas moins de cinq romans qui ont été adaptés en films. Depuis 2005 et son roman *Qui es-tu Alaska ?*, il explore un phénomène qui n'est en rien surnaturel ou imaginaire : l'adolescence et les jeunes adultes. Comment expliquer la nouvelle attraction du lectorat pour les romans réalistes ? La réponse semble simple : ses romans restent ancrés dans la réalité et mettent en scène des adolescents qui vivent leurs dernières années de lycée et des personnages qui affrontent la difficile transition vers l'âge adulte. Il répond ainsi aux diverses questions et préoccupations du jeune adulte sans avoir à passer par un monde fictionnel et sans faire de son protagoniste un héros à tout prix qui lutterait à lui tout seul contre la société. L'identification au personnage est facilitée puisque l'action se passe dans la vraie vie, et les problèmes évoqués peuvent réellement être les problèmes du lecteur : effectivement, le lecteur ne doit pas souvent avoir l'occasion de batailler avec un troll ou une intelligence futuriste dans la vie de tous les jours. Pour faciliter cette identification, l'auteur mise sur son écriture à la première personne, l'objectif étant réellement d'amenuiser le caractère fictionnel du roman et de l'intrigue et ainsi de toucher au mieux le lecteur : celui-ci peut dès lors se projeter dans l'histoire comme s'il s'agissait de la sienne. Renouant avec le traditionnel et précurseur *Problem Novel*, il aborde les thèmes propices à cette tranche d'âge tels que les premières expériences, le désir de s'affranchir des parents, le dépassement de soi, ou encore les soirées et les transgressions, il parle de tout et sans détours, sans aucune autocensure. Il ne se contente pas de suggérer, au contraire, il montre et va jusqu'au fond des choses, ce qui plaît : le lecteur jeune adulte se sent légitimé dans le droit de tout savoir, il apprécie de n'être plus jugé plus comme étant trop « petit » ou trop jeune et se sent valorisé par l'idée d'être considéré comme mature. Enfin, sa particularité tient à son style d'écriture qui se démarque des *Problem Novel* au sens qu'il mêle à la fois drame et humour, l'ironie et la mélancolie, ce qui lui permet d'ailleurs d'aborder tous les thèmes et ce qui permet de ne pas laisser le jeune lecteur dans un état de dépression après sa lecture. Autant de caractéristiques qui font que les romans réalistes trouvent un regain d'intérêt auprès des jeunes adultes ces derniers temps. C'est un genre lui aussi dominé par les anglo-saxons ; toutefois, certains auteurs français parviennent à tirer leur épingle du jeu et leurs romans réalistes trouvent une certaine reconnaissance tels que *Le Monde dans la main* de Mikaël Ollivier (Paris, Thierry Magnier, 2011) qui met en scène un père et son fils meurtris par le départ de la mère ou encore *L'été où je suis né* de Florence Hinckel (Paris, Gallimard Jeunesse, collection *Scripto*, 2011) qui aborde le thème de l'adoption.

De même, depuis 2007 se dessine un retour aux romans plus légers et humoristiques selon Anne Clerc, rédactrice en Chef de la revue *Lecture Jeune*. Après une explosion de romans où se déchainent violence et combats, les éditeurs ont préféré introduire des romans plus légers dans leur catalogue. Ont été publiés des romans de cet ordre tels que *Bliss. Métamorphoses d'une jeune fille ordinaire* de Shauna Cross (Milan jeunesse, coll. Macadam, 2011) les romans *Comment (bien) rater ses vacances* et *Comment (bien) gérer sa love story* (Editions du Rouergue Jeunesse, coll. DoAdo, 2011 et 2012) ou encore *Le journal d'un dégonflé* de Jeff Kingley (Paris, Seuil Jeunesse, 2009-2012). Attention, cela ne revient pas à dire qu'ils occultent les aléas de la vie tels que les amours, les problèmes, les amitiés ou encore la mort, bien au contraire. Cependant, ils les traitent sur un ton décidément plus léger. D'une autre manière, de nombreuses parodies sont apparues avec pour les plus connues *Moi, Jennifer Strange, dernière tueuse de dragons* de Jasper FForde (Fleuves Editions, collection « Territoires », 2011) qui met en scène des magiciens mis à la retraite à cause d'une société où la technologie a concurrencé et pris la place de la magie. Enfin, même les best-sellers ne sont pas épargnés par cette nouvelle tendance à l'instar de *Hunger Games* qui s'est vu détourné par le roman *Hamburger Games* du collectif The Harvard Lampoon (Castelmore, 2012) jouant sur la *base-line* « les jeux de la faim ».

2.2 Tendance actuelle *Young Adult* : l'affirmation d'une littérature féminine et la revalorisation de la femme au sein de ses romans

Enfin, il faut mentionner que plus récemment que littérature *Young Adult* qui semble répondre à phénomène sociétal et donc tendance : l'affirmation de femme. Si cette dernière a obtenu certains droits fondamentaux comme le droit de vote ou à l'avortement, et est présentée comme l'égale de l'homme (sauf au niveau salarial), aujourd'hui, si elle reste revendicatrice, elles semblent également s'assumer, prendre plus de temps pour elle ainsi qu'assumer pleinement sa sexualité débridée. En réponse à ce phénomène sociétal, il y a donc une tendance à la revalorisation de la femme qui va s'inscrire au travers de l'espace romanesque avec la revalorisation et de l'affirmation de l'écriture ainsi que de la littérature féminine. Par dérivation, le *Young Adult* a été décliné et a permis l'émergence de ce quatrième poids lourd sur le marché français de la romance : le *New Adult*. Elle est destinée aux plus âgés des jeunes adultes : les héros ont souvent entre dix-sept et vingt-trois ans. Il s'agit d'un genre qui se situe entre le *Young Adult* et la romance dites « pour adultes ». C'est une nouvelle branche de la romance mais celle-ci est présentée comme de la romance érotique à tendance sado masochiste. Le premier roman qui s'est engagé sur cette voie est bien entendu la série

Fifty shades of Grey d'E.L James qui suite à son franc succès a été adapté au cinéma, suivi de près par la *fanfiction* en série d'Anna Todd (*After*). Les histoires ont comme cadre l'université ou le premier travail, et reprend les thèmes de la première vraie relation, ou de l'entrée dans le monde actif. Contrairement au *Young Adult*, le contenu sexuel n'est pas modéré. Ce genre qui se destine particulièrement aux femmes, s'est vu revalorisé par sa publication sous grand format ou demi-poche, alors qu'il n'était habituellement publié que sous format poche et pour un prix tournant aux alentours de six euros quatre-vingt-dix. La tendance est déjà très marquée dans l'univers littéraire anglo-saxon et vit des débuts prometteurs en France. Grâce au *New Adult*, le monde littéraire assiste désormais à une démocratisation de la romance.

Véritable industrie, l'édition sait à son tour faire évoluer, moderniser et adapter le livre-produit en fonction des tendances et des évolutions. Cette pratique est flagrante lorsqu'elle est mise en œuvre au travers de la littérature *Young Adult*. Les éditeurs de jeunesse, non contents d'avoir repris les genres populaires et de les avoir remis au goût du jour doivent évoluer au grès des tendances : outre une apparente hybridation et interpénétration des genres, il y a de plus en plus de textes publiés où les genres (populaires) évoluent avec le temps mais également au grès des mentalités. Avec la *Bit-lit* et les *Chick-Lit*, ces genres restaient des genres sexués. Toutefois, il semble que l'évolution des mentalités soit prise en compte, et que cette répartition sexuée des genres s'estompe quelque peu. Évoluant avec l'émancipation et les droits de femmes, l'édition adapte de nouveau son livre-produit. Certains récits d'horreur, auparavant destinés aux garçons sont désormais écrits pour les filles et mettent à l'honneur des héroïnes avec des revendications d'inspiration féministe.⁵⁶ D'autres ouvrages comme *Alerte à Malibu* sont écrits pour des lecteurs des deux sexes par la juxtaposition dans le récit de deux intrigues, l'une tournée vers l'aventure avec la recherche d'un trésor et l'autre plus sentimentale avec la formation d'un couple. Jouant sur la notion de cross-over du roman *Young Adult*, l'édition se porte davantage sur des récits qui estompent aussi bien les frontières entre les âges, les sexes que les genres. Désormais, penser et classer les genres littéraires peut conduire à une réduction simpliste. Le livre-produit *young adult* se décline au grès des tendances. Il faut mentionner également l'affirmation des femmes et des adolescentes dans la littérature *Young Adult* avec leur présence en tant que personnage principal et/ou héroïne, il ne s'agit plus de figures frêles et fragiles qu'un personnage masculin vendrait sauver mais de femmes fortes et combattives. En passant ce quel que soit le genre : en passant de Katniss Everdeen (*Hunger Games*), Tris Prior (*Divergente*), Hermione Granger (*Harry Potter*), Faustine (*Cité 9*), Mélodie (*Le Silence de Mélodie*), elles sont dans tous les genres des romans pour jeunes adultes.

⁵⁶ BRUNO Pierre, *La littérature pour la jeunesse : Médiologie des pratiques et des classements*, Dijon : Editions universitaires de Dijon, 2010, 193 p. ISBN 978-2-915611-61-8

Néanmoins, face à ces changements de modes et des tendances, face à la perpétuelle création de nouvelles collections *Young Adult* et face aux succès commerciaux, certaines collections sont en perte de vitesse et d'autres ne sont pas parvenues à s'imposer, finissant par disparaître. Ainsi, la collection « *Bliss* » des éditions Albin Michel Jeunesse qui se consacrait à la Chick Lit, et « *15-25 ans* » des éditions Intervista, pourtant pionnière dans l'édition de roman *Young Adult* ont disparu, sans oublier la collection « *Autre Monde* » de Rageot qui s'est arrêtée en 2010 tout comme « *Uchronie* » de Flammarion Jeunesse en 2011.

3 – La littérature *Young Adult*, témoin des conséquences de l'industrialisation

3.1 La littérature *Young Adult* et son exploitation du « filon » sans vergogne

Cependant, il est à prendre en compte que la plupart d'entre eux ne se contentent pas de s'inspirer des best-sellers ou des genres à succès qu'ils utilisent : à l'inverse, ils constituent de véritables copies, des MSQ⁵⁷ (« *les Mêmes livres que les best-sellers Sauf Que quelques détails changent* ») pour reprendre l'expression de Bertrand Ferrier. Cette stratégie de la copie explique l'apparition de produits exploitant à outrance certains thèmes et personnages comme celui du vampire : après *Twilight* de Stephenie Meyer est apparu *Eternels* ou encore *Journal d'un vampire* de L.J Smith suivi lui-même du *Journal de Stephan*. Egalement, après l'indétrônable *Harry Potter*, de nombreux autres romans sur le thème du sorcier ont été publiés à l'instar de *L'Apprenti épouvanteur* de Joseph Delaney. Outre les mêmes figures mythiques reprises par les MSQ de best-sellers, ces derniers empruntent également les mêmes thèmes, les mêmes trames narratives et les mêmes personnages stéréotypés, autrement dit, le même « squelette ». En témoigne la vague de romans qui a suivi les best-sellers *Hunger Games* et *Divergente* et qui semblent en être de véritables copies. Comme le souligne Bertrand Ferrier « *héroïne d'âge semblable, même type de roman d'anticipation totalitaire avec les mêmes caractéristiques, même moteur narratif initial (la rupture des interdits), même type d'auteur (une romancière anglo-saxonne), même principe (trilogie)* » sont ce qui définissent ces romans-copies. Parmi elles peuvent être citées *Birth Marked* de Caragh M. O'Brien chez Mango ou encore *Promise* d'Ally Condie aux éditions Gallimard Jeunesse. Ayant perçu ce « filon », même les auteurs français s'y mettent, publiant à leur tour des MSQ de best-sellers à l'instar de Fabrice Colin avec son roman *Cyberpan* publié chez Mango qui, répondant aux

⁵⁷ FERRIER Bertrand, *Livre Pour la jeunesse : Entre édition et littérature*, Rennes : Presses universitaires de Rennes, collection « Didact Edition », 2011, p. 53 ISBN 978-2-7535-1457-7

exigences du marché, est devenu un best-francophone, ou encore *Destin de Linus Hoppe* d'Anne Laure Bondoux aux éditions Bayard Jeunesse. D'autre part, et c'est en cela que c'est paradoxal, cette pratique n'est pas obligatoirement un gage de succès. Ces ouvrages deviennent alors uniformisés, répondant à un schéma préconçu : ils possèdent tous désormais la même structure, le même « squelette » que les auteurs reprennent librement, ne se contentant que de changer quelques détails mais sans toutefois faire preuve d'innovation ou d'originalité. Cette pratique romanesque et éditoriale nuit à la qualité du contenu et par conséquent à la qualité du genre en question. Ces MSQ donnent alors cette impression de lire perpétuellement les mêmes histoires, « la même chose », et finit par lasser le lectorat. La trame et les événements à venir dans la diégèse devenant prévisibles pour le lecteur, il n'y aurait plus aucune surprise dans la lecture, ni véritable désir de finir le livre. Par conséquent, à quoi bon acheter et lire les romans s'ils se ressemblent tous ? Si, au final, à quelques détails près, il s'agit de la même histoire ? Cela donne alors une impression d'interchangeabilité des ouvrages.

3.2 Interchangeabilité des ouvrages en *Young Adult*

Certains problèmes se posent cependant. De manière générale, les maisons d'éditions sont identifiées par le lecteur selon certains codes graphiques. Cependant en littérature *Young Adult* et notamment concernant les romans de *Bit-lit* ou de Dystopie, de plus en plus de maisons d'éditions utilisent les mêmes codes graphiques⁵⁸, même s'il s'agit souvent de la reprise de la couverture d'origine, américaine en grande partie. Cela a pour conséquence première de brouiller les lignes éditoriales et rend difficile leur identification. D'une autre manière, et répondant à la terrible loi du marché, certains éditeurs « jeunes adultes » spécialisés dans un genre en particulier décident de se tourner vers les autres. C'est le cas notamment de Bragelonne avec sa collection « Castelmores » qui, initialement conçue pour publier de la fantasy, va « suivre le mouvement » et va adapter sa ligne éditoriale en publiant dorénavant de la *Bit-lit* ou de la dystopie comme le confirme Barbara Bessat-Lelarge « nous allons désormais publier tout type de littérature de fiction, quel que soit son genre »⁵⁹. De même, quand Bragelonne se tourne vers le polar, sa collection « Milady » quant à elle semble se diriger de plus en plus vers une littérature générale avec des livres de romance plus réalistes, c'est-à-dire de *la woman's fiction*. Désormais, les nouvelles collections semblent donc s'inscrire dans des politiques éditoriales voisines les unes des autres : *Chick lit*, *Bit lit*, *Fantasy* et récits paranormaux se mêlent d'un catalogue à un autre. Cela ne risque-t-il pas d'empêcher les lecteurs d'identifier les éditeurs et les collections ? Comme seconde conséquence directe, il en découle une impression de

⁵⁸ Cf annexe n°3

⁵⁹ Lecture Jeune, *Focus sur la littérature ado* n°150, juin 2014, p.22

surproduction dû probablement à un sentiment d'interchangeabilité entre les ouvrages : dans les rayons, tous ces romans se ressemblent. En *Bit-lit*,⁶⁰ les couvertures présentent toutes une belle jeune femme ou une jeune adolescente en plan rapproché : leur visage et leurs yeux sont les éléments mis en avant, ainsi que leur attitude ténébreuse et énigmatique. Difficile de faire la différence entre les diverses collections. Pire, outre la ressemblance frappante entre les différents titres de *Bit-lit*, les codes graphiques semblent même être les mêmes entre certains romans publiés en littérature générale et certains titres de littérature *Young Adult*. Pour exemple, dans :

« Les rééditions du Livre de poche Jeunesse sous le label « Jeunes adultes » se trouve désormais des grands formats de la collection « Wiz », « Blackmoon » et des textes abrégés de la littérature classique tels que Les Misérables, Madame Bovary ou encore Germinal. Cette uniformisation des codes graphiques assimile des titres qui n'ont rien d'autre en commun qu'une part de leur lectorat (les jeunes femmes lectrices) ⁶¹ ».

3.3 Le mal endémique : la surproduction

Il est primordial de comprendre que le mal endémique tient avant tout à la surproduction. C'est un cercle vicieux, car restreindre sa production entraîne une perte de visibilité par rapport aux autres. Donc la production de masse, qui a pour objectif de rester visible, de rester sur le devant de la scène éditoriale n'est donc pas forcément gageure de succès car il provoque possiblement une certaine lassitude du lectorat. Lassitude du lectorat possiblement provoquer par ce sentiment d'interchangeabilité des ouvrages. La surproduction entraîne une surenchère d'œuvres qui se ressemblent toutes les unes plus que les autres. Ce qui a pour conséquence une uniformisation du marché éditorial avec notamment l'utilisation des mêmes intrigues, des mêmes personnages stéréotypés ainsi que l'utilisation des mêmes types de couvertures. La question qui se pose est pourquoi les éditeurs français persistent à acquérir et publier en masse ces œuvres anglo-saxonnes dites de « copie » ? Il ne faut pas leur jeter le blâme car la raison est simple et compréhensible : cette tendance à regarder du côté Outre-Atlantique ainsi que cette surproduction découlent de la société de consommation où il est nécessaire pour l'éditeur d'être le plus visible possible. En effet, restreindre sa production entraîne une perte de visibilité par rapport aux autres... Or chaque éditeur veut assurer sa place, et c'est ce cercle vicieux qui entraîne une surproduction et une qualité moindre des œuvres.

⁶⁰ Cf Annexe 4

⁶¹ Lecture Jeune, *Les tendances de l'édition pour adolescents et jeunes adultes*, n°142, pp.8-9

En résumé, les éditeurs américains à la recherche d'un nouveau public ont inventé une nouvelle catégorie de lecteurs, celle des *Young Adult* et leurs ont proposé des produits qui leurs destinés. Protéiforme, subdivisée en multiples sous-genres, elle semble s'apparenter à une littérature « fourre-tout ». Cependant, ces derniers lui ont permis de revêtir un caractère trans-générationnel : « *ce phénomène bouscule les catégories d'âge et des romans écrits pour les jeunes lecteurs sont dévorés par des lecteurs plus âgés* »⁶². Littérature *cross-over*, elle constitue aujourd'hui un véritable bouleversement du paysage éditorial aussi bien en jeunesse qu'en littérature générale. Néanmoins, création artificielle mais dans un but de décliner le livre-produit pour une nouvelle cible, exploitation à outrance, littérature sujette aux tendances, à la surproduction tout comme à ce sentiment d'interchangeabilité, la littérature *Young Adult* semble être le parfait reflet de l'industrialisation de l'édition.

⁶² KORACH (Dominique) & LE BAIL (Soazig), *Editer pour la jeunesse*, Paris : Editions du Cercle de la Librairie, 2014, p.62, ISBN 978-2-7654-1425-4

Conclusion

L'industrialisation a bouleversé le paysage éditorial ainsi que la politique éditoriale des éditeurs sur divers domaines : tout d'abord, elle a provoqué une segmentation entre les éditeurs français. Si pour certains, les ventes semblent être plutôt bonnes, là encore il convient de les relativiser : il ne s'agit que de deux ou trois bonnes publications sur l'ensemble du catalogue de l'année. D'autre part, elle provoque également une segmentation entre les auteurs, profession déjà précaire. Les éditeurs, vivant avec une épée de Damoclès au-dessus de la tête, n'ont pas le droit à l'échec et lors de la publication d'un roman, ils jouent gros. Ainsi, pour avoir moins de risques de se retrouver dans une telle posture, ils deviennent davantage sélectifs quant aux auteurs français à publier. Ce qui en explique leur faible nombre et le fait que les seuls ouvrages français publiés ne se concentrent qu'entre une poignée d'auteurs. D'autre part, ceci en explique également la prédominance des œuvres anglophones sur le marché français. En effet compte tenu de leur réputation lorsqu'il concerne les best-sellers, publier les auteurs anglophones semble signifier une prise de risque moindre. D'autant plus que le lectorat français semble préférer ces ouvrages et ce pour diverses raisons qui seront explicitées ultérieurement. De ce fait, première langue traduite, l'anglais domine les publications notamment dans le secteur Jeunesse et au travers de la littérature *Young Adult*. Cette dernière constitue l'exemple idéal de cette industrialisation tant du point de vue de sa création, de sa définition que de sa mise en pratique. Enfin, au travers de cette dernière, cette prédominance des productions anglophones traduit implicitement leur domination sur l'Hexagone. Dès lors, les éditeurs français deviennent de plus en plus commerciaux dans cette société où le livre devient un produit de consommation et où tout est permis pour le faire vendre et rester en tête de classement. Pour ce faire, ils s'alignent sur les politiques éditoriales américaines et britanniques, qui semblent dominer les marchés éditoriaux de tous les pays et notamment celui de la France. Encore une fois, l'éditeur français va devoir mettre en œuvre et développer l'aspect commercial de sa profession. Néanmoins, celui-ci semble résumer à lui seul le métier de certains éditeur d'aujourd'hui et ce au détriment de son axe littéraire.

Seconde partie : Conséquence de l'industrialisation de l'édition française : un éditeur davantage commercial que littéraire

Introduction

Il semble que l'industrialisation de l'édition est eue pour conséquence de développer de manière exponentielle l'axe commercial de l'éditeur. Les maîtres en la matière restent bien évidemment les anglo-saxons et c'est pour cette raison qu'ils influencent les pratiques éditoriales françaises. Grands champions du business et du commerce, cela leur confère une certaine domination notamment en France et qui se manifeste de diverses façons et sur divers plans. Culturellement et sur le plan audiovisuel, la télévision tout comme le cinéma français sont envahis par les productions américaines et britanniques. A titre d'exemple, les *blockbusters* hollywoodiens se sont taillés la part du lion au cinéma en France en 2015, tirés par *Star Wars*, *Les Minions* et *Jurassic World*, atteignant leur plus grand nombre d'entrées depuis 1958, au détriment des films français. A la télévision le constat est le même : les séries télévisées anglo-saxonnes sont largement représentées et les séries *Grey's Anatomy*, *New York-section criminelle*, *Downtown Abbey* ou encore *Esprits criminels* sont parmi les plus courantes et les plus suivies. En outre, depuis quelques années un nouveau phénomène est apparu à la télévision française qui voit apparaître des programmes anglo-saxons au format assez particulier et qui rendent compte de cette mondialisation anglophone et influence en France. En effet, ils ne relèvent pas de la fiction mais d'émissions et de programmes qui suivent des individus britanniques ou américains dans leur vie de tous les jours et dans diverses pratiques telles que la mise aux enchères d'objets ou d'entrepôts (*Pawn Stars : les roi des enchères*, *Storage hunters*), le relooking en direct d'un individu ou d'une voiture (*Pump my ride*, *Relooking Extrême*), ou encore les émissions de télé-réalités scénarisées (*Cauchemar en cuisine*, *La Famille Kardashian*, *Real Housewives*). En outre, tous ces nouveaux programmes possèdent un format bien particulier : s'ils sont traduits en français, la langue originale du programme reste en fond et parfaitement audible, la version française la recouvrant à peine. Même constat concernant la musique, notamment lorsqu'il s'agit des stations Virgin Radio, Fun radio ou encore NRJ. Cette dernière en est un parfait exemple : si elle est internationale, elle revêt tout de même une version nationale et locale. Pourtant, la majorité des titres diffusés à l'antenne proviennent de chanteurs à gros succès d'Outre Atlantique tels que Rihanna, Beyoncé ou encore Maroon 5. Face à une telle concurrence, certains chanteurs français prennent l'initiative de chanter dans la langue de Shakespeare comme Marina Kaye (qui a par ailleurs anglicisé son nom de scène) tandis que d'autres s'offrent des duos avec des chanteurs américains renommés : tandis que Kenji Girac s'est vu proposé un duo avec l'américaine Ariana Grande, Maître Gims a pu partager une chanson avec la chanteuse Sia. Dès lors, il convient de se demander si le travail éditorial français ne serait pas influencé à son tour. Comment se positionne l'éditeur français face à cette situation ? La machine anglophone semble « rodée » à l'industrialisation. Les français, soucieux de disparaître faute de ventes et de rentabilité ne tentent-ils pas d'appliquer les mêmes stratégies commerciales et de marketing que les anglo-saxons ? Singe-t-il les éditeurs américains ?

Mémoire de master 1 Information et communication

Ne serait-il pas sous l'influence de la globalisation anglophone ? Ces questions en amènent d'autres et notamment concernant les auteurs : afin de garantir le succès lié aux tendances, n'est-il pas demandé aux auteurs une politique éditoriale particulière ? Sont-ils formatés ? Enfin, il conviendra de mettre en place un projet éditorial qui aurait pour objectif de sortir de ce schéma.

Chapitre 1 : La domination médiatique, éditoriale et culturelle anglophone

« *Multimédialement comme éditorialement, la domination anglophone est incontestable* »⁶³, tels sont les propos de Bertrand Ferrier. Claire et concise, l'affirmation est sans appel. Ainsi, la domination et l'influence anglo-saxonne se manifesterait de diverses façons. Avec un tel constat, il faut se demander pourquoi la culture anglo-saxonne est autant présente en France et au sein de la culture française. Ou plutôt, comment se fait-il que les français délaissent leur propre culture pour celle d'Outre-Atlantique. Il semble tout d'abord que la faute revienne à l'individu français, et notamment au lecteur français qui s'inscrit dans une position de « suiveur » des tendances et qui lit ce « dont tout le monde parle ». A cela s'ajoute les stratégies commerciales et de communication des anglo-saxons qui seraient rigoureusement efficaces.

1 – L'influence conséquente de la culture anglo-saxonne en France et dans l'édition française

1.1 L'édition française et son imprégnation de la culture anglophone

Tout d'abord, comme il a été mentionné dans le chapitre précédent, beaucoup de romans anglophones sont publiés chaque année sur le marché français. A cela s'ajoute la faible présence des auteurs français sur certains segments notamment dans la publication de romans de Fantasy, de science-fiction ou encore de romans *New Adult*. Concernant ces derniers, beaucoup d'auteurs américains (dont la majorité sont des femmes) pour peu d'élus qui parviennent à tirer leur épingle du jeu à l'instar de E.L James, Anna Todd, Sylvia Day (*Crossfire*, édition J'ai Lu), ou encore Nora Roberts. Concernant les auteurs français, le constat est pire et ils ne semblent pas faire le poids face à ces « stars désormais mondiales » de la romance érotique. Si certaines auteures françaises commencent à s'imposer dans cette nouvelle vague, à l'instar d'Emily Blaine (*Dear You*, Harlequin), Laura Trompette ou Catherine Troller, elles ne sont encore que trop peu.

⁶³ FERRIER Bertrand, *Livre Pour la jeunesse : Entre édition et littérature*, Rennes : Presses universitaires de Rennes, collection « Didact Edition », 2011, p.72 ISBN 978-2-7535-1457-7

D'autres manifestations de la mondialisation anglophone apparaissent : certains éditeurs refusent de « franciser » leur titre ou de le traduire. Ainsi, en 2009, le roman *Hunger Games* de Suzanne Collins publié aux éditions Pocket Jeunesse avait gardé son titre d'origine, laissant la traduction française aux seuls sous-titres des tomes suivants. Mais c'est également le cas des éditions La Martinière Jeunesse en 2001 avec l'œuvre *Lost Divine* de Bree Despain. D'une autre manière, l'anglais s'est imposé lorsqu'en 2011, le film *La casa muda* est sorti sur les écrans français sous le nom *The Silent House*. La même année le film *Tom Boy* réalisé par Céline Sciamma a lui aussi vu son nom anglicisé : il s'agissait pourtant d'un film d'origine française, racontant l'histoire de Laure, un garçon manqué, d'où la traduction « tomboy ». Pire, des auteurs francophones donnent une consonance anglophone à leur titre de roman à l'instar de Sophie Audouin-Mamounikian pour sa tétralogie *Indiana Teller* aux éditions Michel Lafon ou encore sa saga à succès *Tara Duncan*. Tandis que certains n'hésitent pas à angliciser le nom de leur livre à l'instar de Fabrice Colin et de son roman *Birth Marked* (Mango), d'autres font dérouler leurs intrigues non pas en France, mais à l'inverse dans des lieux britanniques et américains comme l'a fait Rod Marty dans son ouvrage *Les enfants de Peakwood* (Scribéo, 2015).

Dans un tout autre registre, cette influence est telle qu'aujourd'hui il apparaît usuel et rentré dans les mœurs de créer des anglicismes ou de mélanger l'anglais et le français au sein d'une même phrase. Certains de ces anglicismes ont d'ailleurs été intégrés dans la nouvelle édition du dictionnaire *Le Petit Larousse* (2010) qui lexicalise des termes considérés comme souvent employés. De *geek*, *peer to peer*, *surbooké*, *black-lister*, *peopolisation*, *buzz*, *low-cost*, *clubbeur* ou encore *slim et elearning*, ce lexique fait désormais parti de la langue française au même titre que celui de « maison » ou de « chat ». Cet emploi courant de termes anglophones s'effectue également dans le monde du livre (lecteurs, éditeurs et libraires etc.) Parmi eux, les termes relatifs aux différents segments avec les mots « *Young Adult* », « *New Adult* », ou encore « *Kid Adult* ». Il en est de même pour le vocabulaire employé pour qualifier les différents genres de la littérature à l'instar de la *Fantasy*, la *Chickt-Lit*, la *Bit-lit* et les *Fanfictions* mais également pour certains termes éditoriaux : *best-seller*, *long-seller*, *base-line*, *cross-over*, *blockbuster* etc. Il y a donc une influence considérable du monde éditorial anglophone.

1.2 Le lecteur français : sa représentation de la culture française biaisée et influencée par la culture anglo-saxonne

Une forte présence et influence des anglo-saxons s'est établie et ce, sur divers domaines. Cette omniprésence favorise alors l'intégration de la culture américaine par les lecteurs et le public français. La production (livresque, cinématographique, télévisuelle et audiovisuelle) anglophone s'est intégrée dans la culture française, à tel point qu'elle est aujourd'hui courante et indissociable, même préférée. Pourtant, une question se pose : pourquoi les français délaissent-ils leur propre culture au profit de la culture anglophone ? Pourquoi les lecteurs français préfèrent-ils la littérature américaine ? Ou plus précisément, pourquoi délaisse-t-il la littérature française pour la littérature américaine ? La culture française fait face à certains clichés qu'il convient d'examiner. Tout d'abord, d'un point de vue sociologique, l'image que les étrangers ont des français reste entérinée dans les clichés. La France reste aux yeux de tous « le vieux continent », celui dont les habitants sont perçus comme « *out* », « *chip* » et pas dans le « *moove* ». À côté les anglo-saxons semblent plus attrayants. Car tous les clichés du français y passent : soit celui du « bon vieux français » qui, quand il ne joue pas à l'accordéon, se promène à bicyclette dans les rues du vieux Paris ou dans des contrées champêtres, baguette à la main et béret sur la tête, soit paradoxalement celui du français monarchiste, hautain et vieux-jeu ; de là à le représenter en longues robes, portant perruques et mouche à la Merteuil, il n'y a qu'un pas. Selon ces clichés, ils donnent une image erronée de la culture française d'aujourd'hui, aux étrangers mais également au lecteur français. De ce fait, il préfère la culture américaine, notamment celle qu'il perçoit au travers des films, des émissions ou bien encore des séries télévisées anglo-saxonnes. Notamment biaisée et vieillotte, l'image de la culture française renvoie à une autre époque. La littérature est le reflet de sa société. En toute logique, la littérature française représente la culture française. Par conséquent, ces clichés et images influent sur la perception de la littérature française. D'autant plus que lorsqu'il est mentionné « roman français », la plupart pense aux auteurs tels que Balzac, Chateaubriand ou encore Zola. Autrement dit, les classiques de la littérature française sont directement associés à la littérature française. Pourtant, cette dernière ne se résume pas à ses classiques. De manière évidente, la société (française) dépeinte dans ses romans a beaucoup changé depuis, et ne représente plus la culture française actuelle. Toujours est-il que dans la pensée commune, la littérature française reste le classique, ce roman « vieillot » au langage pompeux et complexe et qui s'attarde beaucoup trop sur la description, notamment des décors, qui souvent l'emporte sur l'intrigue et l'action. Les lycéens se souviennent encore de la description du Vieux Paris de Balzac dans *La Peau de Chagrin* se déroulant sur une bonne vingtaine de pages. Les descriptions doivent être brèves de nos jours, sinon le lecteur se perd. Les lecteurs d'aujourd'hui privilégient l'intrigue, mais surtout l'action, les rebondissements et les revirements de

situation. D'après Anne Joigneaux,⁶⁴ les lecteurs ont envie de retrouver une littérature « fraîche ». Elle explique ainsi que :

« L'essentiel des romans lus en commun par tous, c'est de la littérature imaginaire, de la fantasy. C'est ce que viennent chercher les adultes au rayon jeunesse, des romans où on rentre immédiatement dans l'action, où il y a une aventure bien menée, un bon moment lu assez rapidement ».

Ceci explique pourquoi le lecteur français se désintéresserait de la littérature française pour s'orienter davantage vers celle anglophone qui lui paraîtrait plus « jeune » et qui lui correspondrait davantage.

D'autre part, si la France paraît moins attrayante aux yeux de ses citoyens, c'est qu'ils la connaissent déjà et qu'ils semblent bien trop ancrés dans la réalité de leur pays. Aux yeux des touristes, la renommée de la France réside en sa capitale, réputée pour son romantisme, par sa fameuse Tour Eiffel et par les Champs Elysées. Cependant, pour les français, le rêve est terminé depuis longtemps, la réalité ayant repris le dessus : en effet, tout n'est pas rose et ils en connaissent les coulisses. Par conséquent, s'y projeter avec tous les fantasmes liés au lieu n'est plus possible. C'est en cela que réside le problème : le propre de la lecture est de permettre au lecteur de s'évader et de voyager à moindre coût dans d'autres contrées, d'autres cultures, d'autres univers, autrement dit dans des lieux qui font rêver et fantasmer. Dans l'imaginaire du lecteur, et au travers de quelques descriptions, il peut se faire une (sa) représentation du lieu en question et le fantasmer. Or, lire un roman français où l'intrigue se déroulerait en France ne lui permet pas de voyager dans la mesure où il ne la connaît que trop bien, et qu'elle est bien trop « réelle ». L'imagination et le fantasme du lieu ne sont plus possible. Il n'y aurait plus de « magie ». Ce qui peut être une des raisons pour laquelle les lecteurs boudent la littérature française. A l'inverse, ils sont sensibles à l'image que les Etats Unis renvoient et aux valeurs qu'ils véhiculent, ne serait-ce que dans leurs romans, leurs films ou encore dans leurs séries : l'image du « rêve américain » ou le champ de tous les possibles, la solidarité, la convivialité, la famille, l'accès au bonheur, de somptueux paysages, etc. De manière logique, cela semble plus attrayant.

Enfin, comme tous lecteurs aujourd'hui qui se positionnent dans cette société de consommation, le lecteur français s'inscrit comme représentant de la politique du *mainstream*. En ce sens, la société de consommation change le comportement du lecteur vis-à-vis du livre, qui est devenu un livre-produit,

⁶⁴ DEHESDIN (Cécile), Slate.fr [en ligne] *Hunger games, Harry Potter, Twilight : Les livres « Young Adult », ce sont pas que pour les ados*. Juillet 2007. Disponible sur URL <http://www.slate.fr/story/59641/livres-young-adultes-twilight-harry-potter-hunger-games-ados>

produit facilement remplaçable par un autre (hormis les grands best-sellers). Il suffit de voir les sites de streaming en ligne américains et français pour se rendre compte de l'attraction puissante des Etats-Unis : les programmes Netflix et Canalplay, le premier américain et le second français, proposaient tous deux le même concept. Pourtant, CanalPlay s'est vu préférer son homologue américain. Au regard de leurs nombreux best-sellers, les anglo-saxons vont s'apparenter à une marque. Marque pour laquelle le lectorat français délaisse les romans français. Hormis le fait que les anglo-saxons apparaissent souvent comme machines à best-sellers, les livres français tout comme les programmes et films hexagonaux ne bénéficient pas de la même visibilité que leurs homologues étrangers. La France semble avoir encore quelques modifications et améliorations à faire sur ce concept de « promotion » et de marketing. Le lecteur français, dit « suiveur », ne se rend pas compte que les anglo-saxons possèdent et mettent en pratique des stratégies commerciales et de marketing bien huilées qui permettent d'inciter ce lecteur/public à s'intéresser au dit ouvrage. Ouvrage qui aurait pu tout aussi bien être banal, quelconque et passer inaperçu s'il n'avait pas bénéficié de toute cette promotion. Ainsi, le choix de ce lecteur qui portera sur tel ouvrage est directement décidé et orienté à l'avance par les éditeurs anglo-saxons qui misent tout sur cette importante stratégie de communication et de marketing. Celle-ci va rendre l'ouvrage comme prochain « phénomène tendance », « celui dont tout le monde parle » : en somme, ce ne sont pas en premier lieu les lecteurs qui font d'un ouvrage un roman à succès mais bel et bien les éditeurs et leur mise en place d'une stratégie éditoriale redoutable. C'est ainsi que le lecteur devient le représentant de la culture du *mainstream*.

2 – Industrialisation : les anglo-saxons, modèle à suivre ?

2.1 Les anglo-saxons, créateurs de best-sellers

La domination du paysage éditorial par les productions et publications des anglophones s'explique par le fait qu'ils semblent avoir fait leur preuve dans le domaine et ont su « prouver leur valeur ». En témoigne le nombre conséquent de gros succès et de best-sellers mondiaux qui proviennent de leur production. Parmi les plus anciens, C.Lewis avec ces deux romans *Alice au pays des Merveilles* et *De l'autre côté du miroir* ainsi que *Le Seigneur des Anneaux* suivi de son *préquel Le Hobbit* de Tolkien restent à ce jour des succès mondiaux. Plus récemment, comment ne pas citer le phénomène *Harry Potter*, saga de J.K Rowling qui a provoqué un bouleversement médiatique et éditorial. Une saga qui ne faiblit pas aux yeux des lecteurs et des fans puisqu'elle continue d'être vendue en poche ou en coffret Deluxe sous forme de beaux livres notamment à l'approche des fêtes. Phénomène qui ne s'essouffle pas non plus puisqu'après cette septalogie et une adaptation cinématographique pour chaque tome, l'auteur ne s'arrête pas là et continue de publier d'autres romans dans le même univers que celui du petit sorcier à la cicatrice en forme d'éclair. Son roman *Les Créatures Extraordinaires* sera bientôt en salle tandis que la suite des aventures de Harry Potter (*Harry Potter et l'enfant maudit*) se joue actuellement au théâtre à Londres. Dans un autre registre, la saga *Twilight* de Stephenie Meyer a elle aussi conquis un énorme public, rendant un bon nombre d'adolescentes et de jeunes femmes, voire de jeunes mères, « accros » au vampire torturé. Pionnière dans le genre, elle a contribué par la suite à un déchainement de romans portant sur le mythe du vampire. La romance érotique est elle aussi vendeuse et créatrice de best-sellers : en témoigne la série *Fifty Shades of Grey* (E.L James) et de sa digne héritière, la série *After* (Anna Todd). Il ne faut pas oublier de mentionner les fantasy *Le Monde de Narnia*, *Les Chevaliers d'Emeraude* (Anne Robillard), suivie de *Les héritiers d'Enkidiev*, *Game of Thrones* (Georges R.R Martin), *Eragon* (Christopher Paoloni), et les dystopies *Hunger Games* (Suzanne Collins), *Divergente* (Veronica Roth), *L'épreuve* (James Dashner) ou encore *Uglies* (Scott Witterfield) etc. Avec autant de titres à succès originaires des anglo-saxons, ces derniers semblent être de véritables « machines à best-sellers ». De manière logique, du point de vue des lecteurs comme des éditeurs, cela amène à penser qu'ils seraient plus qualifiés pour écrire et développer de bonnes histoires qui auront plus de chances d'être des succès. Ils semblent donc avoir une renommée plus vaste et plus étendue dans ce domaine par rapport aux français. Les lecteurs français vont être sensibles à cette réputation et vont se diriger davantage vers les productions anglo-saxonnes : en somme, il s'agit d'une question de confiance dans le produit mais également de réputation, notamment dans le concept d'une « marque » qui a déjà fait ses preuves.

2.2 Une stratégie commerciale anglophone efficiente : Surfer sur le succès des best-sellers et genres à succès

Les éditeurs américains savent à quel point une réputation est importante, c'est pourquoi ils font preuve d'une stratégie commerciale maligne. Les succès font vendre : ils n'hésitent pas à jouer sur la réputation des succès internationaux précédents pour leurs nouvelles productions, soit en indiquant clairement leur appartenance à un genre à succès (tels que le mythe du vampire), ou bien en comparant cette nouvelle production à celle du best-seller. Ainsi, Bertrand Ferrier a étudié le cas de la série *La Maison de la Nuit* de P.C et Kristin Cast (Hachette, collection « Blackmoon ») et de son encart qu'il a consulté le 7 mars 2011⁶⁵ :

La Maison de la Nuit : un succès international

Véritable *best-seller* aux États-Unis, la série « La Maison de la Nuit » (*House of Night*) est depuis plus d'un an en tête de la liste des *best-sellers* du *New York Times* ! La série a déjà séduit plus de 11 millions de lecteurs dans le monde et les droits ont été achetés dans une trentaine de pays. La série s'est vendue aux États-Unis à plus de 4 millions d'ex. En Angleterre, la série a été réimprimée 9 fois avec plus de 200 000 exemplaires vendus et elle figure également sur la liste des *best-sellers*.

Un univers envoûtant et sensuel, à la fois *sexy* et inquiétant. Les auteurs décrivent des personnages d'adolescents plus vrais que nature. Les dialogues sonnent juste et les problématiques sont celles qui préoccupent les jeunes : sexualité, problèmes de cœur, d'identité, etc.

L'un des comptes Facebook totalisant le plus grand nombre de fans, avec près de 8 000 inscriptions sur la page de La Maison de la Nuit !

Ainsi, selon lui :

« Le produit est clairement positionné : américain, mondialement acheté, conçu non comme un livre mais comme un *best-seller*, le terme étant répété plusieurs fois, souligne qu'il s'agit d'une série, confirmé par le marché anglais, appuyé sur une promotion internet, et fondé non sur une histoire mais sur des chiffres ».

Même son de cloche pour *Evernight* de Claudia Gray (Pocket Jeunesse, 2011) dont les critères mis en avant par les éditeurs semblent être son résultat chiffré, sa provenance puisqu'ils jouent sur l'origine américaine de l'œuvre et donc sur cette « marque » « une *quadrilogie* envoûtante dont les deux premiers tomes se sont vendus à plus de 400 000 exemplaires aux États-Unis », ainsi que sur

⁶⁵ FERRIER Bertrand, *Livre Pour la jeunesse : Entre édition et littérature*, Rennes : Presses universitaires de Rennes, collection « Didact Edition », 2011, p.73 ISBN 978-2-7535-1457-7

sa base-line qui fait écho au succès du moment en mentionnant les vampires « *« Et si Roméo et Juliette avaient été des vampires ? »* » Comme autre exemple, le site de vente en ligne Amazon.fr, qui suggère certaines publications à l'instar de « *Ta dose quotidienne de Twilight* », indique clairement que les productions qu'elle va présenter seront dans le même genre voire des copies conformes aux romans *Twilight*. L'encart des romans présentés se ressemblent tous à l'instar du roman *Une nuance de vampire*, de Bella Forest reproduit tel que consulté le 9/06/2016

« *LA SERIE DONT TOUT LE MONDE PARLE...Enfin en français ! Plus de 3 millions d'exemplaires vendus. « UN MELANGE ENTRE AVATR ET TWILIGHT » Plus de 16 200 évaluations notées 5 étoiles sur Amazon* »

Encore une fois, la stratégie commerciale se base sur le nombre d'exemplaires vendus, sur sa ressemblance avec les romans et films à succès tels qu'*Avatar* et *Twilight*, et sur sa réputation. Cette stratégie indique de manière claire aux lecteurs que, s'ils ont aimé le roman de référence, ils aimeront obligatoirement celui-ci. Enfin, les arguments des éditeurs pour promouvoir le lancement de *L'Atlas d'Emeraude* de John Stephens, par les éditions Milan en 2011, consistaient en trois grands atouts significatifs : le livre sortait d'abord au cinéma « *projection du trailer* » avec une utilisation du terme anglais afin de rappeler le côté américain ; il était inédit dans cent quarante-cinq salles en France ; il était américain « *250000 exemplaires pour la sortie aux USA* » en même temps que mondial « *sortie simultanée dans trente pays* »⁶⁶. De plus, certains éditeurs américains font une nouvelle fois preuve d'ingéniosité en ajoutant sur la quatrième de couverture des citations d'autres auteurs reconnus dans le monde entier tels que Stephen King ou bien Stephenie Meyer sur le roman *Divergente* de Véronica Roth. Les anglo-saxons semblent avoir « *parfaitement compris les liens entre culture et industrie culturelle* », comme le souligne Olivier Poivre d'Arvor.⁶⁷

⁶⁶ Loc.cit. note °65

⁶⁷ Livre Hebdo n°847, 7 janvier 2011 p.17

2.3 La stratégie marketing ingénieuse des anglo-saxons : l'audiovisuel au service de la promotion du livre

Cette préférence pour les produits anglo-saxons est d'autant plus compréhensible que la plupart de leurs best-sellers sont adaptés sur grand et petit écran à l'instar des franchises *Harry Potter*, *Le Seigneurs des anneaux*, *Le monde de Narnia*, *Hunger Games*, *Divergente*, *Labyrinthe* etc qui ont été adaptés au cinéma, ou d'autres, en série télévisée tels que *Journal d'un vampire* et *True Blood*, adaptation du roman *La communauté du Sud*. Les romans de l'anglais John Green constituent d'ailleurs un véritable phénomène dans le sens où cinq de ses romans ont été adaptés au cinéma et ce, peu de temps après leur publication. Voir un roman adapté au cinéma constitue une sorte de consécration de l'œuvre, et par conséquent ajoute à cette impression de qualité et de succès, d'où une nouvelle raison pour les lecteurs français de privilégier la lecture (jeunesse) anglo-saxonne.

Il y a cette tendance à penser que les jeunes, les adolescents et les jeunes adultes lisent moins, d'autant plus que s'ils ont d'autres intérêts, ils ont dorénavant à disposition une multitude de médias (internet, cinéma, télévision, réseaux sociaux etc). C'est un tort, et les éditeurs anglo-saxons ont bien compris que les adaptations télévisuelles changent l'impact du livre et n'hésitent pas à en tirer avantage. Ainsi, loin de l'idée d'un cinéma qui viendrait concurrencer le livre, il permettrait à l'inverse d'impulser la lecture et la publication (rééditions et nouveaux tirages), de dynamiser et de propulser ses ventes. L'adaptation télévisuelle va avoir plusieurs impacts et va se manifester de diverses façons. Tout d'abord, le cinéma et la télévision vont permettre un meilleur et un plus grand partage de l'œuvre, dans la mesure où ils possèdent une vocation internationale. Même si certaines différences peuvent être notables avec l'œuvre d'origine, il n'en reste pas moins que, par l'audiovisuel, le public va prendre connaissance de l'histoire et va plonger dans un certain univers. Si l'adaptation est à son goût, il va penser qu'il en sera de même pour l'œuvre originale. Qu'il soit curieux et souhaite voir les détails ou les différences avec l'adaptation, ou bien qu'il souhaite tout simplement prolonger son immersion dans cet univers sur un autre support, le téléspectateur va vouloir acquérir l'œuvre originale. Après la diffusion à la télévision d'un des films de *Harry Potter*, notamment à l'approche d'un nouvel opus qui va sortir au cinéma, les gens se bousculent pour acheter le tome. L'adaptation des œuvres semblent donc être une aubaine pour les éditeurs.

Bertrand Ferrier⁶⁸ explique de quelles manières l'audiovisuel change l'impact du livre avec ce qu'il nomme des séquences. La première consiste en « Un livre, un best-seller, un film, un livre qui ressemble ». Il s'agit donc de la stratégie de la copie qui prolonge les thèmes à succès tels que *Eternels* ou *Journal d'un Vampire* qui prolonge celui de *Twilight*. Après l'adaptation filmique du

⁶⁸ FERRIER Bertrand, *Livre Pour la jeunesse : Entre édition et littérature*, Rennes : Presses universitaires de Rennes, collection « Didact Edition », 2011, p.53 ISBN 978-2-7535-1457-7

roman à succès et l'engouement général pour celui-ci, apparaissent bon nombre de romans anglophones calqués sur le roman d'origine, jusqu'à provoquer une production de masse considérée aujourd'hui comme une surproduction. Ce qui explique d'ailleurs le nombre considérable de ces romans de contrefaçon sur les étals français. Ces œuvres dites « de copie » ne sont cependant pas de la même qualité que leur œuvre-modèle, et ne font que surfer sur son succès ou en reprendre les thèmes, genres et intrigues de base sans réelle originalité ni innovation. La seconde séquence « Un livre, un film, des best-sellers » tend à démontrer que l'impact du film dépasse « *le seul livre filmisé qui entraîne la suite de la série* ». Lorsque le livre est filmisé et obtient un grand succès, cela peut pousser les clients à acquérir toute la série. Enfin, comme dernière séquence, « Un livre, un film, d'autres livres tirés du film tiré du livre », l'audiovisuel peut engendrer la publication de divers ouvrages en rapport avec le film tiré du livre. Ainsi, pour *Twilight*, lors de la sortie du film en 2009 il a été publié en parallèle les *Guides officiels du film Twilight* se dénombrant à plus de cent mille exemplaires vendus, les biographies des acteurs vedettes, ainsi que qu'un roman reprenant l'histoire filmisée de Bella et d'Edward avec comme couverture l'affiche du film. Enfin, si l'adaptation audiovisuelle change l'impact du livre, il peut également changer son statut. *L'aigle de la neuvième légion*, fiction de Rosemary Sitcliff est éditée en français à l'origine dans la collection « Folio » pour le marché scolaire. A l'occasion du film, en mai 2011, elle a cependant bénéficié d'une réédition « limitée » en grand format. Ce changement de format marque aussi un changement de statut : le roman scolaire devient un roman populaire à grand spectacle. Ce qui démontre la large influence des anglo-saxons et notamment du cinéma américain sur l'édition française.

D'une autre manière, il faut mentionner que le contraire est possible : si l'adaptation audiovisuelle change l'impact du livre, il en est de même lorsque le livre est tiré et produit après la diffusion d'un film ou d'une série télévisuelle. Cette pratique se nomme la novélisation et qui, si elle a lieu également en France depuis peu, est devenue une pratique courante aux Etats-Unis. Les séries télévisées *Buffy contre les vampires* et *Angel* de Jeff Whedon ont été produits par la suite sous forme de comics. Les romans *Once Upon a Time* et *Supernatural* sont également tirés de séries télévisées. Pour *The Walking dead*, une série de comics est en cours de publication alors que la série télévisée diffusée sur la chaîne AMC se développe en parallèle, sans oublier que des romans complémentaires à la série sont édités depuis 2012. Ainsi, l'emploi de l'audiovisuel pour impacter le livre explique pourquoi les anglo-saxons ont une large place dans l'édition française.

D'autre part, l'adaptation audiovisuelle aux Etats Unis semblent dorénavant quasi-systématique lorsqu'un best-seller est publié. Le 14 avril 2011, Michel Lafon publie *Le petit chaperon rouge* de l'actrice Sarah Blakely-Cartwright qu'il caractérise comme « *un classique de la littérature fantastiquement revisité* », censé avoir « *été numéro un aux Etats-Unis* ». Ce remake bénéficie alors d'une sortie simultanée en France du livre et de l'adaptation cinéma. Ainsi, l'adaptation de best-seller

ou gros succès sur grand écran est devenue chez les Américains quasi-systématique. Cela soulève certaines interrogations néanmoins : comment cela se fait-il ? Qu'est-ce qui a changé ? Ou encore, qu'est-ce que cela implique dorénavant ? En effet, percevant ce bon filon qu'est l'adaptation d'un roman sur grand écran, les éditeurs anglophones ont décidé de ne plus s'en passer : ces deux médias deviennent pour eux complémentaires et inséparables. A une certaine époque, l'adaptation cinématographique était moins courante. Si *Harry Potter* était le précurseur, bien qu'il ait fallu attendre trois ans pour que les producteurs s'intéressent à lui, il faut noter que depuis son adaptation, une accélération de la pratique s'est enregistrée : tous les ans, un ou plusieurs best-sellers sont adaptés au cinéma. Qu'est-ce que cela implique ? Compte-tenu de la rentabilité d'un livre une fois son adaptation cinématographique effectuée, les éditeurs anglo-saxons semblent aujourd'hui compter davantage sur le cinéma pour promouvoir leur roman. Comme le mentionne Christine Détrez, maître de conférences en sociologie « *Ces déclinaisons servent avant tout à promouvoir le produit considéré comme central* »⁶⁹. Le cinéma devient un outil de communication et de marketing qui permet de faire de la publicité et de placer le produit qu'est le livre. D'autre part, à la vue de la multiplication des romans adaptés au cinéma au cours d'une année, il est possible d'envisager que l'écriture elle-même ait changé dans un objectif de faciliter l'adaptation du roman au cinéma. Suivant cette logique, il est possible que désormais, l'écriture dite « littéraire » ait laissé place à une écriture scénarisée qui se rapprocherait davantage du format d'un film. Elle consisterait probablement à privilégier l'action au détriment de la description. Si c'est le cas, il pourrait s'agir d'une dévalorisation de l'objet culturel qui deviendrait un produit industriel. Il en ressort une inquiétude face à cette industrialisation du roman, inquiétude ressentie dans les propos de Bertrand Ferrier « *Les enjeux financiers qu'elle est susceptible de brasser entraînent l'apparition d'une abondante production répondant aux critères commerciaux apparemment exigés. Pour autant, la dimension culturelle du produit est-elle gommée par la production marchande ?* »⁷⁰ Enfin, il faut noter que si beaucoup de films français sont adaptés de romans français, de manière générale ce ne sont que des romans provenant de la littérature générale. L'adaptation de romans français pour la jeunesse reste très rare et se contente en majeure partie d'adaptations de bandes dessinées (Boule et Bill, Ducobu, Astérix et Obélix etc). Il ne s'agit pas non plus de films commerciaux à gros budget, ces fameux « blockbusters », mais de films d'auteur. C'est la raison pour laquelle ils bénéficient de moins de visibilité que leurs concurrents ; cela s'en ressent dans la durée de projection d'un film au cinéma : un film français reste en moyenne deux semaines à l'affiche, tandis qu'un film américain a la possibilité de rester plus d'un mois.

Ainsi, Bertrand Ferrier a raison d'affirmer que « *multimédiatiquement comme éditorialement, la domination anglophone est incontestable* »⁷¹. En effet, elle est largement influente dans tous les

⁶⁹ Revue Lecture Jeune n° 153 *Cross-média transmédia*, printemps 2015, Paris : Lecture Jeunesse, p.11 ISSN 1163-4987

⁷⁰ Loc.cite.note n°68

⁷¹ Loc.cit.note n°65

domaines et notamment en littérature de jeunesse. Ceci s'explique néanmoins par un lectorat français qui s'appuie sur une représentation biaisée de la culture française et il en découle un abandon de sa propre littérature au profit des romans anglophones. D'autre part, ce lectorat, considéré comme « suiveur » est le représentant de la politique du *mainstream*. Les anglo-saxons misent sur des stratégies commerciales et de communication redoutables et bien rodées. Bénéficiant d'une meilleure visibilité et donc d'une meilleure promotion de l'ouvrage, ils vont naturellement attirer davantage le lecteur français. Avec de meilleurs résultats à l'affiche, les anglo-saxons font des émules parmi les français : ils vont par conséquent, les prendre comme modèle et reproduire leurs diverses stratégies.

Chapitre 2 : La globalisation anglophone de l'édition française.

Selon la définition de l'Internaute, la Globalisation consiste en un « *phénomène qui tend à se généraliser progressivement à l'échelle mondiale, en passe de devenir commun à de nombreux pays, ou de nombreuses personnes* »⁷². Ainsi, cela aurait pour but de rendre « global » ce qui était local, autrement dit élargir le rayonnement d'un concept à la totalité d'un groupe. Dès lors, il sera question de globalisation anglophone lorsque l'éditeur français reproduira les mêmes stratégies commerciales et de communication afin d'atteindre le même niveau de rayonnement. En effet, face à ce succès anglophone, les français pratiquent ce qui pourrait être considéré comme de « la copie ». Comme exemple, certaines émissions françaises ne doivent leur existence qu'à la reproduction de leur géniteur anglo-saxon : les émissions *Cauchemar en cuisine* mettant en scène le chef Gordon Ramsey pour la version originale anglaise et Phillipe Etchebest en France mais également les télé-crochets *Xfactor* et *Incroyable talent* tous deux d'origine américaine en sont représentatifs. Ceci montre cette tendance à suivre les mouvements anglophones. Dès lors, il faut se demander s'il n'en serait pas de même pour l'édition française. Qu'est-ce que cela implique ? L'éditeur français ne se contente-il aujourd'hui que de suivre les modèles et stratégies copiant anglophones qui semblent être la recette du succès et de la rentabilité ? Singe-t-il les éditeurs étrangers ? Pour répondre à ses interrogations, il convient de s'arrêter quelque peu sur les couvertures françaises d'œuvres *Young Adult* américaines et de les étudier. En conséquence, cela soulève un autre point important : celui de la place des auteurs français dans cette politique éditoriale. L'édition française tente-elle de formater ses auteurs afin d'écrire et de répondre aux tendances ? Cette globalisation anglophone viendrait-elle pas creuser davantage le clivage qui existe entre les éditeurs français ?

⁷² L'internaute [en ligne] Globalisation, s.l.n.d. Disponible sur : [URLhttp://www.linternaute.com/dictionnaire/fr/definition/globalisation/](http://www.linternaute.com/dictionnaire/fr/definition/globalisation/)
Mémoire de master 1 Information et communication 72/105

1 – Les changements de couverture : reproduction des stratégies anglophones

La couverture revêt une importance capitale dans le domaine du livre que cela soit pour l'éditeur, le libraire et le lecteur. Elle n'est donc pas à négliger. Pour le lecteur, il s'agit de la première prise de contact entre ce dernier et le livre. Elle est l'entité qui va attirer l'œil du lecteur et piquer son intérêt, ce qui va le pousser à retourner le livre et à lire la quatrième de couverture. Elle relève donc d'une stratégie de marketing étudiée. Elle est également le moyen de reconnaître au premier coup d'œil à quel genre l'œuvre appartient, mais aussi de quelle maison d'édition elle a été publiée. C'est un élément important, car certains lecteurs sont attachés au catalogue d'une maison d'édition en particulier : les éditions Bragelonne, et notamment sa collection « Milady » possèdent sa propre communauté de fidèles et de lectrices qui reconnaissent rapidement leurs publications. C'est pourquoi ces couvertures obéissent à des codes graphiques spécifiques en fonction de leur genre et de leur provenance éditoriale. L'utilisation de ces codes graphiques pour qualifier, spécifier le genre du roman permet également une meilleure visibilité de celui-ci dans les divers points de ventes et de mieux orienter le potentiel client : si celui-ci se dirige vers un rayon d'où ressort une multitude de romans aux couvertures sobres et sombres, présentant une belle jeune femme à l'attitude énigmatique avec une focalisation particulière sur ses yeux et son visage, il n'y a aura pas de doutes possibles pour le lecteur, il s'agira bel et bien du rayon de la *Bit-Lit*⁷³. A l'inverse, si les étals présentent des romans aux couvertures pleines de vie et de couleurs, avec des images loufoques de jeunes femmes grossièrement dessinées, il s'agira clairement de romans *Chick-lit*. Enfin, le choix de changer ou non les couvertures originales rend compte de la politique éditoriale. Par conséquent, que peuvent nous apprendre les couvertures françaises sur les éditeurs de l'hexagone ainsi que sur leur politique et stratégie éditoriale ? Gardent-ils les mêmes couvertures américaines et anglaises ? Garder une couverture ou au contraire la changer démontre-t-il l'application d'une certaine stratégie commerciale ?

⁷³ Cf Annexe n°4

1.1 Changement de couvertures ou de titres, des choix mesurés et calculés

Cela semble difficile à dire dans la mesure où il y a diverses réponses possibles : au travers de ce choix de couverture apparaît les différentes tactiques de la politique éditoriale des maisons d'édition, ce qui indique clairement leur position. Pour résumer, « il y a de tout ». De plus, cela semble toucher tous les genres. Certaines maisons d'édition prennent la décision de ne pas changer la couverture originale à l'instar de Pocket Jeunesse pour *Hunger Games* (2008), et de JC Lattès avec *50 Nuances de Grey* (2012). Pocket Jeunesse se contente de ne traduire que les titres des tomes mais garde le titre original ; d'ailleurs, il ajoute le titre de base *Hunger Games* sur les tomes suivants, ce qui n'avait pas lieu sur les couvertures originales : *Hunger Games: l'embrasement* (tome 2) et *Hunger games : La révolte* (tome 3). En cela, il ne veut pas que le lecteur passe à côté et lui précise qu'il s'agit bien de la même franchise. Ceci s'explique également par la volonté de distinguer cette œuvre de tous les autres romans dystopiques qui sont nombreux et dont les couvertures peuvent parfois se ressembler. L'objectif étant de lui permettre une meilleure visibilité. Certains cependant, notamment les petites maisons indépendantes se font remarquer par l'inventivité de leurs couvertures dans un secteur où la sobriété prime (Le Nouvel Attila, Le Tripode, Monsieur Toussaint Louverture etc). D'autres, comme les éditions J'ai Lu peuvent décider de changer la couverture originale et de traduire le titre. Tel a été le cas pour le roman *Slammed* de Colleen Hoover, publié le 20 août 2014 en France sous le titre de *Indécent* et ne gardant de la couverture originale que l'image d'un tabouret. La différence de politique éditoriale d'une maison d'édition à une autre est flagrante : ce même auteur traduit et publié deux mois plus tard chez Fleuve éditions dans la collection « Territoires » pour son nouveau roman intitulé *Hopeless*, a vu cette fois-ci son ouvrage conserver son titre original mais changer de couverture.⁷⁴ Ceci dit, le choix français n'a pas semblé convaincre.

1.2 – Reproduction de la stratégie anglo-saxonne en littérature jeunesse : la double exploitation du roman *Young Adult*

L'étude comparative des couvertures indique que la majorité des éditeurs français de jeunesse subissent la globalisation anglophone de l'édition. Elle se présente de deux manières : la reproduction d'une stratégie commerciale anglo-saxonne basée sur la double exploitation d'un roman *Young Adult* à la fois pour enfants et pour adultes, et de l'autre, une stratégie marketing avec la reproduction des mêmes codes graphiques. En effet si certains éditeurs français jeunesse prennent la décision de changer la couverture originale, cela ne reflète pas obligatoirement leur volonté de se démarquer de ces derniers : si changement de couverture il y a, les codes graphiques établis sur la

⁷⁴ Cf Annexe n°5

couverture originale restent les mêmes. Avec deux couvertures pour *Harry Potter* au sein de l'édition française, cette dernière a suivi le schéma anglo-saxon d'une double exploitation C'est une stratégie commerciale qui a l'avantage de « ratisser » plus large dans le champ du lectorat, et d'obtenir un lectorat de tous les âges. D'autant plus qu'à cela s'ajoute le marketing de cette double exploitation avec l'utilisation de codes graphiques spécifiques à chaque âge : les couvertures changent et obéissent à des caractéristiques spécifiques qui vont caractériser l'âge du lecteur auquel est destiné l'ouvrage. Cette spécification des codes graphiques présents sur la couverture originale sera d'ailleurs reprise par l'éditeur français lors de son changement de couverture.

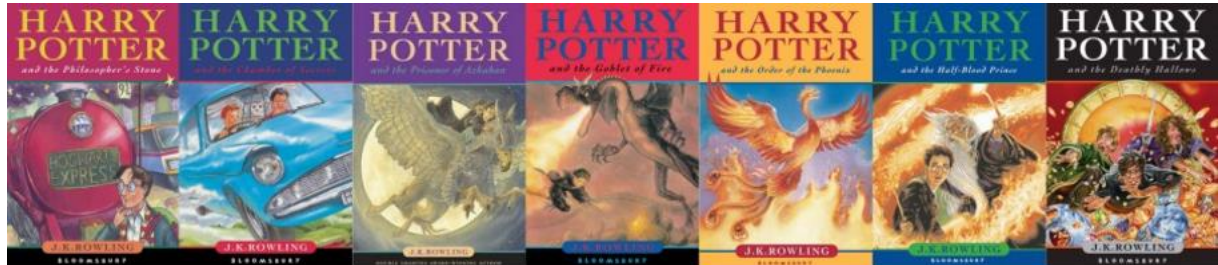
Lorsque les romans *Harry Potter* de J.K.Rowling sont parus pour la première fois, ils ont été publiés en édition jeunesse. Véritable phénomène, cette saga a su conquérir à la fois un public de jeunes enfants et d'adolescents mais également d'adultes. Il ne faut pas oublier qu'il s'agit du roman qui a ouvert le marché du *Young Adult* aux adultes, comme l'explique Xavier d'Almeida, directeur de collection chez Pocket Jeunesse : « Ça a changé la donne dans le monde de la littérature jeunesse, ce héros qui grandit avec les lecteurs. Les premiers épisodes sont très jeunesse, les derniers plus young adults. C'est un des premiers livres qu'on a vu passer des enfants aux parents, aux grands frères et grandes sœurs »⁷⁵. C'est la raison pour laquelle, dans les différents pays où il a été publié, il a souvent bénéficié d'une double exploitation éditoriale, à la fois pour les enfants et pour les adultes, et a bénéficié à ce titre d'un changement de couverture, stratégie marketing à l'appui.

De cette double exploitation découle un changement de couvertures auxquelles vont correspondre certains codes graphiques : en toute logique, les codes graphiques appliqués pour la jeunesse diffèrent de ceux appliqués en littérature adulte. En Angleterre, sa terre d'origine, il a bénéficié de plusieurs couvertures et aujourd'hui elle continue d'en élaborer de nouvelles. L'édition de la saga pour les enfants (1997-2007) publiée par les éditions Bloomsbury (Londres) présente des enfants dessinés de manière infantile. En somme, l'image correspond aux dessins usuels utilisés en jeunesse. Avec beaucoup de couleurs, les images représentent la mobilité ne serait que par les dessins du griffon (*Harry Potter et le prisonnier d'Askaban*, 1999) ou de la voiture du père de Ron Weasley (*Harry Potter et la Chambre des secrets*, 1997), le Phoenix qui volent, ou bien encore par la magie qui semble vivante et en activité (tome 5). L'édition destinée aux adultes quant à elle reflète parfaitement le changement de catégorie d'âge : couvertures beaucoup plus sobres mais plus sombres, absence de dessins de personnages, aucun d'entre eux n'est d'ailleurs représentés. Ils ont laissé place à des images statiques représentant les objets représentatifs de l'histoire du tome : parmi eux, la pierre philosophale, la porte aux ornements en figure de serpent qui mène à la chambre des secrets, ou encore la prison d'Askaban. Cette édition pour adulte reste beaucoup plus énigmatique et plus sombre

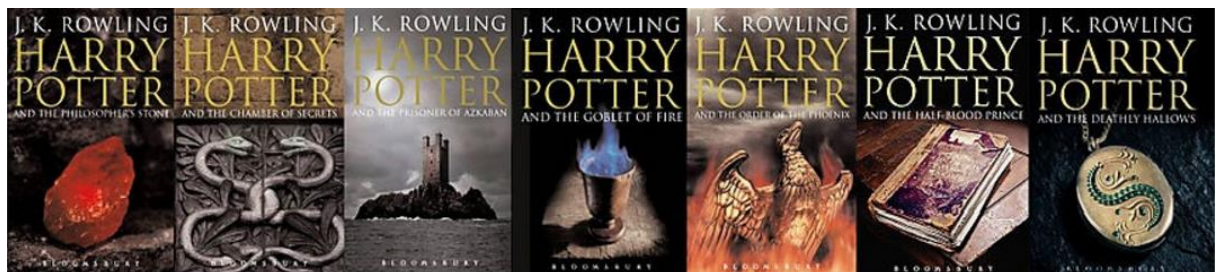
⁷⁵ Loc.cite.note n°64

que la version « pour enfants ». Ainsi chaque couverture, en application de ces codes graphiques spécifiques, tentent de cibler une catégorie particulière de lecteurs.

Royaume-Uni, éditions Bloomsbury, version pour les enfants



Royaume-Uni, édition Bloomsbury, version pour les adultes



Les éditions américaines et françaises, ne s'attendant pas non plus à cet élargissement du lectorat, ont reproduits le même schéma et ont donc réédité la saga avec une orientation destinée « aux adultes ». Aujourd'hui, à leur tour, ils disposent d'une double édition de la série à succès. Si aux Etats unis, l'édition pour adulte a conservé de l'édition pour enfant le système de personnages dessinés, la France a, quant à elle, intégralement suivi le modèle anglais. Elles obéissent aux mêmes codes graphiques qui ont été utilisées par les couvertures britanniques. En effet, publiés à l'origine en éditions jeunesse par Gallimard, les romans présentent des couvertures où Harry Potter, Hermione et Ron sont dessinés « pour les enfants », comme mentionné plus tôt. La typographie elle aussi semble beaucoup plus infantile, compte tenu de la grosseur du titre, de la forme ronde des lettres, ainsi que de la présence du fameux « éclairs » sur la lettre « P ». En cela, elle semble conforme aux modèles pour enfants. Rééditées par la suite par Folio Junior pour adultes, les couvertures apparaissent plus neutres et épurées, avec une absence de personnages, remplacés par les éléments importants respectifs à chaque tome : le tome 2 *La Chambre des secrets* est cette fois-ci représenté par le journal de Tom Jedusor, alias « celui dont on ne prononce pas le nom » (Voldemort), tandis que l'image du cerf, patronum de Harry Potter, orne le troisième volume. De même, la typographie s'est elle aussi métamorphosée, devenant plus fine et plus « adulte ». L'ensemble paraît plus mystérieux et mystique, s'alignant ainsi avec les couvertures anglo-saxonnes.

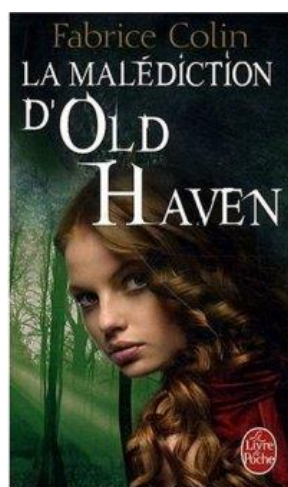
France, Edition Gallimard, Collection « Folio Junior », version pour les enfants



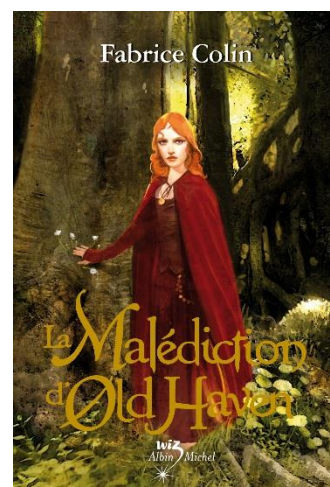
France, Edition Gallimard, Collection « Folio Junior », (nouveau) version pour les adultes



Cette stratégie commerciale et marketing s'opère autant sur les romans de jeunesse traduits que sur les productions françaises : toujours dans cette optique de toucher un maximum de lecteurs, enfants, adolescents ou lecteurs plus âgés, certains romans de jeunesse français font également l'objet d'une double exploitation au moyen de couvertures différentes. Tel est le cas du roman de fantasy *La Malédiction d'Old Haven* de Fabrice Copin qui s'est vu publié dans deux maisons d'édition différentes et qui a bénéficié de deux couvertures différentes.



Edition Livre de Poche



Edition Albin Michel, collection « Wiz »

Les codes graphiques de ces couvertures représentent respectivement une catégorie de lecteur. Ainsi, publiée aux éditions Albin Michel dans sa collection « Wiz », label destiné aux adolescents et aux jeunes adultes, la couverture du roman répond aux codes graphiques de l'adolescence et cible de ce fait cette catégorie de lecteur : il s'agit d'un dessin à la manière d'une toile en pastel représentant une jeune femme dans une forêt à l'apparence mystique. Jouant sur une typographie empreinte de fioritures : les lettres ondulées à l'apparence fluide donnent une impression de souplesse, et non de droiture et d'apparence stricte. Cette typographie, de couleur jaune, lui donne un aspect léger et semble indiquer un univers magique et féerique. A l'inverse, l'édition de ce même roman publié par Le Livre de poche met l'accent sur la sobriété de l'image, en utilisant un fond noir, avec uniquement représenté le visage d'une jeune femme (pas de forêt mystique) et la typographie plus sobre et plus stricte a gommé toutes les fioritures de la version jeunesse. Cela donne un aspect davantage mature à la couverture. D'autant plus que la jeune femme, cette fois-ci n'est pas dessinée, mais l'image paraît au contraire ressembler davantage à une photographie et lui donne ainsi un aspect plus « réel ». Tout ceci lui donne alors un aspect moins infantile, mais plus mature, l'objectif étant d'attirer le regard du lecteur jeune adulte ou adulte.

D'une autre manière, mais toujours dans cette optique de « ratisser large », certains éditeurs ne pratiquent pas obligatoirement cette double exploitation du roman, mais décide de changer la couverture originale du roman jeunesse afin de rendre ce produit davantage trans-générationnel en une seule édition. C'est une stratégie commerciale et marketing opérée par Nathan, lors de la publication de la dystopie *Divergente* de Veronica Roth.

Version originale de la saga *Divergent* de Veronica Roth :



Divergent de Véronica Roth, Edition Nathan, collection « Blast », 2011



Le 6 octobre 2011, Nathan décide de publier en secteur jeunesse dans sa collection « Blast », label pour ado et adolescents, le premier tome de la saga. Il y reprend la même couverture que la version originale paru aux Etats Unis ainsi que son titre original *Divergent*. Cependant, lors de la parution du deuxième tome de la saga en 2012, intitulé en français *Divergente 2*, les lecteurs ont pu constater sa décision de rééditer le premier tome en changeant la couverture et le titre. Le titre original *Divergent* s'est alors vu ajouté une voyelle finale pour devenir « Divergente » et les autres tomes furent publiés avec ce même changement. Cette substitution permet de franciser l'œuvre et de cibler la lectrice française. Nathan a également gommé les slogans présents sur les couvertures originales (*Divergent* : "One choice can transform you", *Insurgent* : "One choice can destroy you", *Allegiant* : "One choice will define you"). Néanmoins, si le changement de titre n'a pas semblé inquiéter outre mesure, c'est celui de la couverture qui a provoqué mécontentement et moult protestations de la part des lecteurs.



Edition Nathan, collection « Blast », 2011



Edition Nathan, 2012

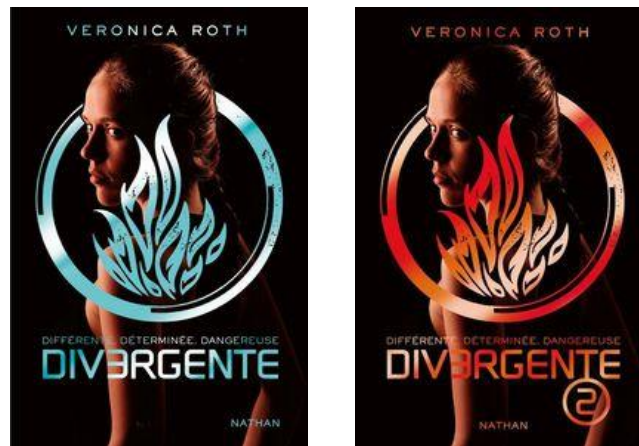
En effet, comme représenté ci-dessus, les deux couvertures sont aux antipodes l'une de l'autre : la couleur claire du ciel et la vision de la ville aux cinq factions a laissé place à une jeune femme sur

fond noir. Seul l’emblème reste l’élément rapporté, même si celui-ci diffère quelque peu de la couverture originale. Ces couvertures ne se ressemblent absolument pas et donne l’impression d’avoir à faire à deux romans différents ou tout du moins à deux catégories de romans : l’un pour les adolescents et le second pour des lecteurs plus âgés, voir tous lecteurs. Après une vague de protestations, Nathan justifie son choix de couverture en estimant que « *les lecteurs souhaitaient que l’héroïne à forte personnalité soit davantage incarnée* »⁷⁶. Nathan procède à ce changement afin de ratisser un public plus large et non pas que des adolescents. La couverture originale de *Divergent* démontre une utilisation de couleurs claires et la représentation de villes qui ne semblent pas être des clichés mais plutôt des dessins. Les emblèmes quant à eux, de par leur aspect et leurs fioritures, semblent plus à même de plaire au lecteur adolescent. Ces couvertures flirteraient donc avec des codes graphiques qui leur sont destinés. La supposition étant qu’un adulte se sentirait moins visé par ce genre de roman dû à sa couverture typiquement « adolescente » et qui ne lui correspondrait pas. C’est une des raisons pour lesquelles les éditions Nathan ont opté pour la réédition du roman avec des couvertures plus sobres (fond noir), avec un effet de réel plus prononcé (aucun dessin et la photographie d’une jeune femme) ainsi que des emblèmes plus sobres, dénués de fioritures et à l’image d’un « logo ». Ce faisant, l’éditeur français a cependant supprimé les différents emblèmes qui constituaient la spécificité de chacun des tomes sur les couvertures originales, les remplaçant par un emblème unique se rapprochant même de l’aspect d’une « marque ». De plus, gommant ces spécificités, il confirme ce choix de viser un public plus large ainsi que de surfer sur le phénomène *Hunger Games* et ce, même si cela semble au dépend de l’histoire. Nathan privilégie donc l’aspect visuel de l’œuvre au détriment de son contenu.

Cependant les véritables raisons de ce changement semblent être toutes autres et le lecteur est en droit de se demander si ce choix ne constituerait pas plutôt d’une stratégie marketing, notamment de par sa ressemblance avec la saga *Hunger Games*.

⁷⁶ Canal Blog [en ligne] *Le Monde de Francesca*, Juillet 2014. Disponible sur URL <<http://oiseausecret.canalblog.com/archives/2014/06/11/30056263.html>> [consulté le 25 avril 2016]

1.3- Reproduction de la Stratégie marketing des anglo-saxons : des couvertures en lien étroit avec le cinéma



Couvertures Tome 1 et Tome 2 Divergente de Véronica Roth, Editions Nathan, 2012



Affiches des différents opus de la saga *Hunger Games*

Les rééditions de Nathan et les couvertures de l’affiche du film de la saga de Suzanne Collins possèdent quelques éléments de ressemblance : même fond sombre et sombre, présence d’une jeune femme brune en plan taille dont le visage est l’élément principal, avec une attitude de femme forte et l’allure d’une rebelle, même coiffure de l’héroïne et la flamme et le cercle bien mis en avant. Nathan semble témoigner d’un certain objectif : avec une couverture fort ressemblante, il souhaite non seulement surfer sur le succès de la saga des « jeux mortels » mais également récupérer ses lecteurs et ses fans. Ainsi, en optant pour une couverture qui reprend les mêmes codes graphiques, il spécifie aux lecteurs et aux téléspectateurs (le premier opus de *Hunger games* est sorti en salle le 21 mars 2012) que leur nouveau roman est dans la même veine que *Hunger Games* et que, s’ils ont aimé cette saga à succès, ils aimeront également *Divergente*.

D'autre part, l'éditeur français décide de ne pas traduire les titres originaux des autres volumes intitulés *Insurgent* et *Allegiant*, mais à l'inverse de les nommer par le même titre de base et en spécifiant le tome de manière numérique *Divergente 2* et *Divergente 3*. Outre l'objectif de spécifier qu'il s'agit de la suite de la saga, ce modèle rappelle sans conteste celui opéré par le cinéma en dénommant les suites des films par des chiffres. Le cinéma apporte sans conteste une certaine influence sur les couvertures. Ainsi, ce choix n'est pas un hasard : si le titre du film n'est pas le même que celui du livre, la visibilité est forcément réduite. La réciproque est également valable. C'est la raison du changement de titre opéré par Nathan : augmenter la visibilité du roman.

Mais l'histoire ne s'arrête pas là. En mars 2014, Nathan prend la décision de rééditer une nouvelle fois les romans de la saga dans une autre collection, « GF divergente », une stratégie marketing dans laquelle il se fondera entièrement sur le succès de l'adaptation télévisuelle américaine. « *On est désormais habitué à voir des rééditions avec l'affiche du film et -ou- un bandeau faisant le lien entre le livre et le film qui s'en inspire* » déclarent Vincy Thomas et Pierre Georges⁷⁷. Profitant de cette tactique, le premier tome de *Divergente* sera réédité avec comme couverture l'affiche du film. Le même jour sont également réédités les deuxième et troisième tomes avec des couvertures qui pourraient être considérées comme « provisoires » mais dont le lien entre le film et le roman est clairement établi : ce faisant, il n'est pas question de l'utilisation d'un bandeau mais d'une impression sur la couverture même de la mention : « *La suite du roman adapté au cinéma !* » (Tome 2) et « *Suite et fin du roman adapté au cinéma !* » (Tome 3)



Enfin, à la sortie de chaque opus au cinéma, Nathan réédite ces deux volumes avec l'affiche du film : ainsi, *Divergente 2 : l'insurrection* sorti en mars 2015 sera réédité avec l'affiche du film, ainsi que *Divergente 3* en 25 février 2016, après sa sortie en salle

⁷⁷ Livre Hebdo n°1084, *Cet été, découvrez nos nouvelles voix*, 6 mai 2016 p.17

Rééditer un roman en reprenant l’affiche du film comme couverture est devenu monnaie courante dans le monde de l’édition française, « *Chez Gallimard Jeunesse, alors que Steven Spielberg présentera sa version du Bon gros géant au Festival de Cannes d’après le roman de Roald Dahl, il prépare plusieurs versions du livre en reprenant les codes graphiques du film*⁷⁸, et ce, quel que soit les genres : tel a été le cas pour le roman réaliste de John Green *Nos étoiles contraires* ainsi que pour *Twilight* de Stephenie Meyer.

Par conséquent, le changement de couverture a pour but « *de ne pas stigmatiser le livre comme un livre pour la jeunesse* » selon Mathieu Letourneux⁷⁹, maître de conférences en littérature populaire et littérature de jeunesse, afin de s’adapter à l’évolution du lectorat et notamment à son élargissement, comme en témoigne l’émergence du *Young Adult*. Ainsi, les éditeurs français pratiquent à leur tour la double édition, ou bien la réédition de romans en publiant des couvertures volontairement transgénérationnelles. Pour ce faire, les éditeurs hexagonaux mettent également en pratique certaines techniques telles qu’enlever le logo « jeunesse » de certains de leurs livres à l’instar de Pocket ou bien d’uniformiser la couverture pour qu’elle ne cible pas que les enfants. La collection « Black Moon » qui fait partie de la maison Hachette Jeunesse a été créée en 2005 pour les « jeunes adultes » au moment de la saga *Twilight* et « *Rien n’indique sur la couverture qu’il s’agisse du secteur jeunesse* », estime Mathieu Letourneux. De même, toujours dans cette optique, sortir un roman en grand format jeunesse et en poche adulte pourrait s’avérer intéressant : c’est ce qu’a fait la maison d’édition Pocket en 2011 avec *Hush Hush* de Becca Fitzpatrick, mais cela reste plutôt rare. Xavier d’Almeida rappelle toutefois qu’il ne faut pas faire « *l’erreur de viser les adultes* » mais de continuer à publier « *toujours des livres pour ados, mais peut-être avec des couvertures à mi-chemin entre adultes et jeunes adultes* »⁸⁰.

2 - Des auteurs français formatés ?

Si les éditeurs français développent leurs prérogatives commerciales sur leurs choix de couverture, quand est-il des autres choix éditoriaux ? Il convient en effet de se demander quelles en sont les implications pour l’auteur français. Le secteur littéraire est censé être un marché de l’offre, et non de la demande. Autrement dit, les romans seraient publiés en toute liberté, sans répondre à une commande particulière ni au goût actuel et éphémère des lecteurs. Pourtant, il semble que certains éditeurs imposent à l’écrivain l’écriture d’une littérature formatée par le goût du public tout d’abord, mais également que ces derniers semblent désormais formatés d’un point de vue

⁷⁸ Loc.cit.note n°77, p.18

⁷⁹ Loc.cit.note n°64

⁸⁰ Op.cite

du style de l'écriture. Selon Bertrand Ferrier, « *Les enjeux financiers qu'elle est susceptible de brasser entraînent l'apparition d'une abondante production répondant aux critères commerciaux apparemment exigés* »⁸¹. Désormais, il s'agit davantage d'un marché de l'offre que de la demande dans la mesure où l'auteur doit « écrire » en répondant à des critères commerciaux et aux tendances en vogue. Également, certains éditeurs détournent les risques d'un échec commercial en imposant à leurs auteurs français un certain style d'écriture qui deviendrait uniformisé et universel. Loin de l'idée du Directeur des éditions Scrinéo selon laquelle les auteurs français possèdent quelque chose de plus que les autres n'ont pas, une sorte de *French Touch* puisqu'ils sont sceptiques et ont donc toujours ce petit recul, cette sensibilité différente et cet anticonformisme qui s'en ressent dans leur écriture. Suivant cette logique, un personnage principal antipathique serait par conséquent beaucoup plus intéressant. S'il reconnaît que ses propos sont discutables, il affirme néanmoins que les critères qui fondent sa ligne éditoriale restent la qualité littéraire et l'originalité, puisqu'il apprécie « *qu'il y ait des éléments originaux dans les romans même si ça fait prendre des risques* »⁸². Ainsi, cette politique de formatage aux critères commerciaux empêche l'originalité et la spécificité d'un auteur de s'exprimer, l'assimilant à un auteur « à la chaîne », interchangeable. Cette pratique ne peut que lui nuire et tend à désacraliser la notion même du métier d'auteur : s'il a toujours été considéré comme un créateur et inventif, aujourd'hui, il semble écrire en reprenant le même schéma narratif de base, autrement dit un « squelette » de la trame. En plus de donner une qualité moindre à l'œuvre et de la faire se ressembler (créant ainsi des MSQ), il y a moins de fidélisation d'un auteur qu'auparavant : ce qui est recherché ce ne sont pas les romans d'un auteur en particulier, mais les romans appartenant à un certain genre et à un certain style. C'est le cas de Bragelonne et notamment de sa collection « Milady » dans laquelle les lecteurs ne sont pas particulièrement attachés à un auteur mais davantage à un genre ou à un style d'histoire qui se ressemblent toutes du point de vue du style de l'écriture et de l'intrigue.

⁸¹ FERRIER Bertrand, *Livre Pour la jeunesse : Entre édition et littérature*, Rennes : Presses universitaires de Rennes, collection « Didact Edition », 2011, p.70 ISBN 978-2-7535-1457-7

⁸² Scrinéo, [en ligne] *Extrait de la Conférence des Imaginales 2016*, s.l.n.d. Disponible sur l'URL < <http://scrineo.fr/extrait-de-la-conference-des-imaginables-2016/> > [consulté le 10 juin 2016]

3 - Segmentation des éditeurs : les éditeurs commerciaux Versus les éditeurs littéraires

Dans un article publié en 1999, Pierre Bourdieu⁸³ soulignait la nécessité pour un éditeur de pondérer l'axe « commercial » et l'axe « littéraire » de son activité dans la définition de sa politique éditoriale. Bertrand Ferrier ; quant à lui souligne que « *l'édition est une industrie globale où chacun joue son rôle tant qu'il dégage assez de profit* »⁸⁴. Ainsi, l'éditeur ne doit pas négliger l'axe commercial de son métier. Certes. Ceci dit, avec l'industrialisation de l'édition française qui s'est mise en place au cours des vingt dernières années, l'aspect commercial du métier d'éditeur semble avoir pris le dessus, notamment pour ceux communément appelés « les gros éditeurs », à savoir les deux groupes éditoriaux (Hachette Livre et Editis) ainsi que certaines maisons d'édition de la jeunesse de taille moyenne (Albin Michel, Flammarion, Gallimard, La Martinière). Cette situation a pour conséquence de segmenter le paysage éditorial français et d'établir deux types de profils : d'un côté, les éditeurs qui traduisent (en masse) les productions étrangères, notamment anglo-saxonnes et de l'autre, les petites structures, n'ayant pas le budget nécessaire pour acquérir tels titres ne traduisent pas ou peu et empruntent des voix alternatives en privilégiant (de ce fait) la langue française et les langues rares voire régionales. De plus, comme le souligne Pierre Bourdieu, tandis que « *les gros éditeurs commerciaux [...] publient les best-sellers internationaux, le plus souvent anglo-saxons, qu'ils ont acheté à grand frais pour leur réputation commerciale plus que pour leur contenu* », les petites structures quant à elle tenteraient « *des incursions pour toucher un public mature avec des livres plus exigeants en thématiques ou en écriture* ». ⁸⁵ Cela revient alors à évoquer la qualité du contenu de l'ouvrage. En témoigne le nombre de MSQ, romans voguant sur le succès des best-sellers et qui ne constituent que des copies de ces derniers, sans originalité et sans innovations dans l'écriture ni dans l'intrigue, mais vendeurs car ils reprennent les genres et thèmes qui sont dans la tendance. Par conséquent, il semble donc que tous les éditeurs n'aient pas les mêmes enjeux : les enjeux intellectuels où sera privilégié la langue française et la revalorisation de la qualité du contenu en publiant des textes forts d'une part, et les enjeux commerciaux avec la course aux best-sellers impulsée par des titres à succès important (*Twilight*) de l'autre. Ainsi, une part de l'édition française estime aller à contre-courant de cette industrialisation, en revalorisant le contenu et la qualité du texte.

⁸³ Lecture Jeune n°150, Focus sur la littérature ado, juin 2014, p. 25

⁸⁴ FERRIER Bertrand, *Livre Pour la jeunesse : Entre édition et littérature*, Rennes : Presses universitaires de Rennes, collection « Didact Edition », 2011, p.79 ISBN 978-2-7535-1457-7

⁸⁵ Loc.cit. note n°83, p.25

Le choix de garder ou de changer de couverture et de titre pour un éditeur jeunesse français témoigne de la globalisation anglophone. : dans tous les cas, il applique les mêmes stratégies commerciales et de marketing. Soit il fait le choix de garder la couverture originale et/ou le titre soit s'il décide d'en changer ce sera dans l'objectif de toucher un public plus large, auquel cas il reproduira le même modèle que les anglo-saxons. Soit il peut reproduire la stratégie marketing des anglo-saxons en rapprochant la couverture du cinéma. Enfin, les auteurs semblent se positionner non plus dans un marché de l'offre mais dans un marché de la demande, répondant ainsi aux critères commerciaux. Toutes ces stratégies commerciales provoquent une segmentation des éditeurs entre d'une part, les éditeurs dits « commerciaux » qui concentrent leurs activités sur les traductions, et les éditeurs qui ne possèdent pas le budget nécessaire pour faire de même mais souhaitent privilégier le contenu du texte et sa qualité.

Chapitre 3 : Projet éditorial : Une complémentarité possible au service de la revalorisation de l'édition française

Par conséquent, il est possible de se demander comment se positionner en tant qu'éditeur français de jeunesse, aujourd'hui où l'édition est industrialisée et engluée dans cette société de consommation. Car l'objectif de l'éditeur jeunesse reste avant tout le divertissement mais également le partage de la culture, la promotion de l'originalité et de la différence. Néanmoins qu'on le veuille ou non, l'édition française s'est industrialisée et l'axe commercial de l'éditeur est dorénavant nécessaire et déterminant : il en va de sa visibilité et de la survie de sa maison d'édition. Il ne doit donc pas négliger cet aspect et joue donc sur certaines stratégies commerciales et de communication. Mais doit-il cependant être dépendant de la globalisation anglophone qui s'est établie, ou doit-il prendre des risques et se positionner à contre-courant de cette mondialisation ? Finalement, pourquoi ne pas faire les deux ? Autrement dit comment concilier cette industrialisation avec une volonté de revaloriser le domaine éditorial de la jeunesse ? L'intention du projet éditorial qui va être présenté est de concilier ces deux pratiques en créant une collection de trois ou quatre titres qui reprendrait et revisiterait les classiques de la littérature française en les adaptant en tant que littérature *Young Adult*.

1 - Revisiter des classiques : véritables innovations ?

Dans le milieu du livre se trouve un bon nombre de classiques revisités et ce, sur divers supports : le roman *Alice au pays des merveilles* a été adapté dans un premier temps en dessin animé, conduisant à la création d'un livre imagé pour les enfants sous le label Disney des éditions Hachette, puis a été adapté au cinéma. Les romans *Peter Pan*, *Le Livre de la Jungle*, et *La Belle et la Bête* ont suivi exactement le même schéma. Les contes de Grimm et les contes Andersen ont souvent été repris, tout d'abord revisités pour un lectorat jeune et donc allégés dans ces nouvelles versions : pour ne pas heurter la sensibilité des plus jeunes, il a par exemple été laissé de côté le caractère pédophile du Loup dans *Le Petit Chaperon Rouge*, ou le viol de la Belle au Bois dormant pendant son sommeil prolongé. Concernant ces contes, ils ont été une nouvelle fois adaptés mais cette fois-ci en les modernisant, notamment dans la série télévisée *Once Upon a time*, qui a donné naissance au livre de Odette Beane : en effet, Blanche-Neige n'est plus la simple et mignonne adolescente mais à l'inverse une jeune femme qui assommera à coup de bûche le Prince Charmant lors de leur première rencontre. Concernant les classiques de la littérature destinés à un lectorat plus âgé et plus érudit, beaucoup d'entre eux se sont vu revisités, modernisés et adaptés à l'écran. Ces réadaptations concernent à la fois les classiques français (*Les misérables*, *D'Artagnan*, *les Trois mousquetaires*) que les classiques étrangers (*Roméo et Juliette*, *Dracula*, *le Roi Lear* dont la version japonaise connue sous le titre *Ran* d'Akira Kurosawa) D'autre part, ces chefs d'œuvre de la littérature française ont également connus une simplification de leur contenu avec l'apparition des classiques abrégés destinés aux jeunes et aux adolescents, parfois utilisés par les professeurs en milieu scolaire.

Plus récemment, le monde de l'édition a assisté à une nouvelle pratique surprenante mais non dénuée d'originalité : celle des classiques en manga. Le 9 Octobre 2014, l'éditeur jeunesse Nobi Nobi lance sa collection « Les classiques en Manga » avec une volonté de moderniser les classiques de la littérature et ainsi, de les adapter aux jeunes lecteurs. Cette pratique semble trouver preneur puisque début 2015 elle a été reprise par les éditeurs Kuro Kawa avec la publication de leur propre adaptation en manga du roman *Les Misérables* et par les canadiens Udon Entertainment et leur partenaire Hongkongais Morpheus Studios qui ont annoncé les adaptations mangas de grands classiques tels que *Orgueils et préjugés* et *Emma* de Jane Austen. Parmi les chefs d'œuvres de la littérature revisités et adaptés en manga par les éditions Nobi Nobi se trouvent à la fois des classiques français avec *Les Trois Mousquetaire* d'Alexandre Dumas (Russkey), *Les Misérables de Victor-Hugo* (Takahiro Arai) mais également des classiques britanniques tels que *Roméo et Juliette*, (Megumi Isawaka) œuvre

souvent revisitée et réadaptée sous divers formats, ainsi que *Le Requiem du Roi des roses* de Shakespeare. Pour cette dernière, l'auteur et dessinateur Aya Kanno a tout de même pris certaines libertés notamment lorsqu'il a fait de Richard III, un individu hermaphrodite à sa naissance. Revisiter les classiques en mangas reste un stratagème judicieux puisqu'il constituerait par ailleurs un matériel éducatif intéressant pour les élèves, les professeurs, mais aussi les bibliothécaires et documentalistes et permettrait de faire lire les élèves : en effet, à cet âge, ce sont des lecteurs davantage visuels.

En somme, revisiter les classiques, ce n'est pas nouveau. De tout temps la littérature est revisitée qu'elle soit classique, œuvres incontournables ou autres. Du cinéma et du roman, ces classiques passent sur différents supports et tendent à se moderniser selon des objectifs différents. L'objectif étant avant tout de faire découvrir cette littérature aux plus jeunes, elle mêle à la fois les aspects divertissant et éducatif. Ce qui explique également la raison de la création des œuvres abrégées qui souhaitaient s'adresser aux jeunes et aux adolescents. Ce qui va relever de l'innovation cependant, c'est cette volonté de vouloir partager et de faire découvrir ces classiques au plus grand nombre et ainsi de contribuer au partage de la culture, une culture générale même, notamment de la culture française, et ce, en l'adaptant en *Young Adult*.

2 - Les classiques adaptés en littérature *Young Adult*

2.1 Définition des cibles

Ainsi seront visés tous les lecteurs : tout autant les enfants, les ados que les jeunes adultes ou les adultes. Pour atteindre cet objectif de toucher un large lectorat, il s'agira de les revisiter en les adaptant en tant que littérature *Young Adult* considérée comme la littérature la plus cross-over, la plus trans-générationnelle. Egalement, sont visés tous les lecteurs de tout sexe, avec des titres de *Chick Lit* et de *New Romance* par exemple.

Pour ce faire, il convient tout d'abord de procéder à une rapide analyse de la perception et réception de ces classiques. Pour ceux qui ne sont pas férus de grandes littératures, les classiques restent des œuvres qui sont évitées et désertées. Souffrant d'une mauvaise réputation et de certains clichés, certains reproches récurrents lui sont adressés. Quant au style d'écriture, leur sont reprochés des textes denses, complexes avec des phrases lourdes, longues, et parfois pompeuses, sans oublier l'utilisation de mots devenus aujourd'hui obsolètes ou qui ont changé de sens. Même le langage des personnages peut s'avérer difficile à décrypter. En outre, le contenu de ces romans dépeint des sociétés très différentes de la société actuelle qui a beaucoup évolué tant du point de vue de ses

mœurs que de la (sur)consommation et du capitalisme ambiant. En toute logique, ils apparaissent en décalage et le lecteur en éprouve des difficultés à être séduit, à s'identifier au protagoniste et à s'y projeter. De plus, s'il s'agit pour la plupart de trouver sa place dans la société, ou bien de tomber amoureux, les relations et les comportements n'étaient cependant pas les mêmes. En somme, pour certains, voire la plupart, parler de classiques de la littérature revient à parler de romans barbants, démodés, non adaptés à la société actuelle et incompréhensibles. Par ailleurs, elle est d'autant plus dépréciée dans la mesure où elle est imposée dans les programmes scolaires. Dans l'ouvrage *Les lycéens et la lecture, entre habitudes et sollicitations*, Fanny Renard estime que « *Les ados lisent de moins en moins, semblent de moins en moins convaincus de la nécessité des corpus scolaires, mais « pourtant » continuent à affirmer le plaisir de la lecture ordinaire, de la lecture pour rire, pour pleurer, pour grandir* »⁸⁶. Il en ressort que les jeunes lecteurs n'ont pas déserté cette pratique de la lecture. Cependant, s'ils aiment lire, ce sera avant tout des ouvrages de plaisir et de divertissement d'où probablement, le succès rencontré par les romans *Young Adult*. En conséquence, apparentés aux lectures scolaires et imposés dans le cursus, les classiques sont délaissés dans la mesure où ils ne sont pas perçus par le lecteur comme des lectures de « plaisir ».

Il ressort de cette analyse qu'il demeure un véritable besoin de renouveau, un besoin de moderniser ces œuvres classiques tant sur le fond (contenu) que sur la forme afin de les rendre plus attractives et plus adaptables à la société actuelle ce qui en faciliterait la représentation du lecteur.

2.3 Les objectifs de la création de la collection « les classiques en *Young Adult* »

Désormais lus et réservés aux seuls amateurs du genre et du style, ils demeurent malheureusement écartés par la plupart des lecteurs. Pourtant, il s'agit de chef d'œuvres de la littérature française, d'œuvres incontournables pourtant méconnues mais qui font parties du patrimoine français, qui ont bouleversé le paysage romanesque et éditorial et qui représentent une société et les mœurs d'une époque. Au même titre que la Marseillaise, elles doivent faire parties de la culture générale de base de tout français. Ainsi, revisiter les classiques de la littérature française avec les critères des romans *Young Adult* aurait pour objectif de les dépoussiérer d'une part et de les faire découvrir au plus grand nombre. Si ce ne sont pas les œuvres originales à proprement parlé, elles permettraient néanmoins de familiariser le lecteur avec l'œuvre de base, le schéma narratif, l'intrigue et les personnages. Toutefois, pour les amoureux des Belles lettres et de la langue de Molière, une telle pratique, scandaleuse à leurs yeux, reviendrait à dénaturer l'œuvre d'origine. Ceci dit, il est désormais nécessaire de comprendre que la société et les goûts des lecteurs ont changé et qu'il convient de s'y adapter. Ainsi, loin de cette idée de dénaturer l'œuvre, l'objectif de cette

⁸⁶ RENARD (Fanny), *Les lycéens et la lecture, entre habitudes et sollicitations*, Rennes : Presses universitaires de Rennes, collection « Paideia », 2011, 338 p. ISBN : 978-2-7535-1458-4

adaptation n'est pas de défigurer ces chefs d'œuvres mais plutôt de les vulgariser, de les populariser afin de les rendre plus accessibles à un public moins aguerri et qui s'est totalement détourné de ce genre de littérature. En plus de réhabiliter les classiques et de les sortir « du placard », ces nouvelles œuvres revisitées facilitent l'accès à des textes compliqués mais incontournables. Il est préférable d'avoir lu une adaptation d'un classique que n'avoir jamais eu de contact avec lui : au moins cela leur permettra-t-il d'avoir une idée sur le contenu de *La Peau de Chagrin*, *Les Misérables*, ou encore *Les liaisons dangereuses*. Il pourra en découvrir les points les plus importants et ainsi posséder les bases de la culture générale et romanesque. Enfin, l'œuvre revisitée doit servir de tremplin vers la lecture de l'œuvre d'origine. C'est pourquoi replacer l'œuvre et son auteur dans son contexte à la fin du volume serait intéressant et valorisant. Ces adaptations, plus faciles à lire et plus attrayantes, peuvent néanmoins amener les lecteurs à ne se contenter que de la version *Young adult* et à ne jamais découvrir l'original. En effet, il s'agit d'un risque. Ceci dit, là encore, avec la version revisitée, le lecteur aura au moins pu se sensibiliser et se familiariser avec les éléments importants et incontournables du classique de la littérature française.

2.4 La mise en œuvre de cette réadaptation

Lorsque les parents souhaitent faire manger des légumes à leurs enfants qui rechignent à les avaler, ils redoublent d'ingéniosité et n'hésitent plus à les cuisiner et à les préparer sous une autre forme. Ainsi, l'enfant, qui porte une intention particulière au visuel avant tout, mangera des courgettes cuisinées sous la forme de frites. Revisiter un classique avec la littérature *Young Adult* reste le même procédé : l'objectif est de faire découvrir les classiques mais de manière détournée sans que le lecteur n'ait l'impression d'en lire un. Ce fut le ressenti des jeunes lecteurs à la lecture du roman *Les Trois mousquetaires* revisité sous forme de manga par les éditions Nobi Nobi : loin de s'imaginer lire un classique de la littérature, ils ont plutôt eu le sentiment de lire un tome de *Naruto*. En somme, l'astuce revient à moderniser ces œuvres tant au niveau du contenu, du fond que de la forme (couverture) et de les adapter aux goûts actuels au moyen d'une forme d'expression particulièrement à la mode autrement dit « parler comme on parle aujourd'hui ».

Afin de toucher la cible prévue, les classiques de la littérature française revisités doivent pouvoir revêtir un caractère trans-générationnel. Pour ce faire, et en tant que littérature *Young Adult* comme il a été mentionné plus tôt, l'éditeur va reproduire les stratégies de communication et de marketing : pour attirer tout lecteurs, jeunes comme moins jeunes, l'éditeur devra miser sur la première de couverture de l'œuvre revisitée et faire certains choix éditoriaux spécifiques dans ce sens. Dans cet objectif, il conviendra par conséquent de créer une couverture qui ne soit ni trop infantilisée et qui lui donnerait de ce fait comme cible des jeunes lecteurs, ni trop sobre et froide à

l'exemple de leurs couvertures actuelles. L'image habituellement utilisée pour les classiques est en décalage avec les représentations de notre époque : trop pompeuse, vieillotte, elle donne une vision ancienne de la France. Avec des couvertures aux images sobres, froides et représentant en majeure partie des tableaux et des peintures, il est compréhensible que le lecteur de romans populaires ne parvienne pas à être attiré vers ces ouvrages. Ainsi, il faut procéder à la fois à la modernisation de la couverture, à son rajeunissement, mais également à son aspect cross-over, ratisant un maximum de lecteur, ado comme adulte. La couverture devra donc être modernisée et attrayante et viendrait piquer l'intérêt du lecteur.

Obligatoirement, il faudra faire des choix qui entraîneront forcément un amoindrissement du texte original. Si les éléments principaux tels que les personnages principaux, l'intrigue de base, le schéma narratif et les moments clefs de l'intrigue sont repris, certaines libertés pourront néanmoins être prises avec l'histoire afin d'amener plus de rythme ou plus « d'attractivité ». Pour ce faire, en tant que réadaptation en littérature *Young Adult*, il pourra leur être appliqué les différents genres populaires : dès lors, nulle surprise à y trouver la présence de vampires, de sorcières, de la magie ou de mondes parallèles s'il est revisité en tant que fantasy, ni de la représentation d'une société futuriste et totalitaire sous la forme d'une dystopie. Ceci dit, pour que ces chefs d'œuvres soient adaptés aux genres populaires, il est nécessaire qu'ils possèdent de base une intrigue et des éléments qui faciliteraient leurs adaptations : à titre d'exemple, la présence de personnages aux caractères stéréotypés pourrait apparaître dans n'importe quelle histoire. Tout roman ne peut pas devenir de la fantasy car l'histoire pourrait s'en retrouver beaucoup trop changée. S'il s'agit d'une adaptation du classique sous la forme d'une dystopie ou en un roman réaliste qui s'effectuerait dans le monde réel, le problème semble moindre. À l'inverse, celui d'ajouter de la magie, des personnages et des créatures provenant d'un autre univers est plus problématique. Tout roman classique ne peut donc pas être revisité sous n'importe quel genre. Le choix des œuvres classiques qui seront réadaptées en YA pour ce projet éditorial n'est pas encore définitif. Ceci dit, certains ouvrages sont d'ores et déjà envisagés et paraissent plus aisés à transposer en tant que littérature *Young Adult* : *Les Misérables* de Victor Hugo pourrait se voir adapter en tant que dystopie car il présente les parfaits stéréotypes de personnages de ce genre : un criminel repent, une jeune femme qui se sacrifie, un policier borné, un couple d'ennemis. Également, *Bel ami* de Maupassant pourrait être réadapté en fantasy en le transformant en un vampire, ce qui symboliserait également sa soif de pouvoir. *La Princesse de Clèves* de Madame De La Fayette pourrait être revisitée en tant que *Chick Lit* tout comme *Les Liaisons Dangereuses* de Laclos, bien que celui-ci pourrait également appartenir au genre du *New Adult*, compte tenu de la sexualité déjà fortement présente et du jeu de séduction parfois malsain auquel s'adonnent les personnages. La collection pourrait également inclure un titre de *fan-fiction*,

poursuivant les aventures d'un des personnages principaux. Encore une fois, il serait intéressant d'imaginer un Valmont qui tomberait amoureux dans un autre roman par exemple.

Enfin, concernant les règles rédactionnelles de ces futurs romans, elles consisteront avant tout à moderniser l'œuvre et devront s'appliquer aussi bien sur la forme que leur contenu. Les mots d'ordre seront « simplifier, moderniser et adapter ». Concernant le style rédactionnel, il s'agira de simplifier l'écriture en utilisant des phrases plus courtes, concises et avec cette vocation d'aller à l'essentiel (aux exemples de *La Peau de Chagrin* de Maupassant et du *Horla* de Zola une seule phrase peut prendre tout une page^{Le}). Il devra également être utilisé un vocabulaire moins compliqué et moins « pompeux ». Celui-ci devra être remis à jour dans la mesure où certains des termes employés sont aujourd'hui devenus obsolètes ou possèdent un autre sens. Également il s'agira d'adapter le langage à l'époque actuelle et ainsi de faire des « phrases comme on parle ». D'autre part, le contenu devra lui aussi être modifié et simplifié : il devra dépeindre une société moderne avec tous ce que cela implique (évolution des technologies, mode, consommation, évolution des décors etc.) Outre leur langage et leurs vêtements, les intérêts des personnages devront être plus en accord avec ceux d'aujourd'hui : les cercles littéraires ou les rassemblements des jeunes gens de la société pourront être substitués par des après-midi au *Starbuck* du coin, ou par des soirées entre collègues au restaurant, ou entre amis dans un bar par exemple. De même, les bals, s'ils restent toujours d'actualité dans certains villages de France, ils pourront néanmoins faire place aux festivals ou encore aux soirées en discothèque. Il faut également prendre en compte que les individus vont de moins en moins au théâtre, lui préférant le cinéma, ce qui pourrait apparaître dans ces nouveaux textes. Par ailleurs, pour coller au mieux à la réalité de la société actuelle, ils devront faire référence à des sujets de sociétés actuels (les people, le cinéma, l'économie), mais également à des monuments et à des lieux (Parc Disney) ainsi qu'à des événements tendances (la Gaypride, les Femen, les rencontres sportives etc.) mais aussi aux thèmes et problèmes de cette nouvelle ère (l'homosexualité, la drogue, l'adoption, le racisme, le terrorisme, le chômage etc.). Les outils de communication et de correspondance devront être remplacés, les lettres disparaissant au profit de messages SMS, de mails ou via les réseaux sociaux. Il serait intéressant de voir ce changement de mode de communication dans la réadaptation des *Liaisons dangereuses* par exemple, où la correspondance est déterminante. De manière plus générale, il conviendrait de faire en sorte qu'il y ait moins de descriptions (notamment des lieux) mais davantage d'actions et de rebondissements.

Récapitulatif du projet : La Charte éditoriale

Projet éditorial	Revisiter les classiques de la littérature française en les adaptant en romans <i>Young Adult</i>
Nombre de titres	Quatre ou cinq titre
Nom de la collection	« Les Classiques en <i>Young Adult</i> »
Les cibles	• Tout lecteur : Adolescent, jeune adulte, adulte. • Tout sexe
Objectifs de la création de la collection	• Transposition des Classiques à l'époque actuelle/ Modernisation des chefs d'œuvre • Revalorisation du patrimoine français • Promotion de la culture (française) de l'écrit et de la facilitation de l'accès de la lecture des grands classiques de la littérature française au plus grand nombre. • Revalorisation culturelle de l'édition française
Règles rédactionnelles (forme)	• Couverture modernisée, attrayante et trans-générationnelle en rapport avec le genre dans lequel l'œuvre sera adaptée • Reprise des éléments principaux et clefs de l'intrigue (personnages, schéma narratif de base) • Réadaptation des classiques dans les genres populaires du <i>Young Adult</i> et du <i>New Adult</i>
Règles rédactionnelles (forme)	• Simplification de l'écriture • Modernisation du style de l'écriture • Adaptabilité du langage à la société actuelle
Règles rédactionnelles (contenu/ fond)	• Modernisation des décors • Référence précises aux tendances et problématiques de la société actuelle • Moins de description, plus d'action et de rebondissements • Rajeunissement du héros
Titres de classiques envisagés	• <i>Bel Ami</i> de → Fantasy • <i>Les Misérables</i>, de Victor Hugo → Dystopie • <i>Germinal</i>, de Zola • <i>La Princesse de Clèves</i> → Chick-Lit • <i>Le Guépard</i>, de Lampedusa • <i>Les Liaisons dangereuses</i>, de Laclos → New Adult ou Chick-Lit • <i>Le Rouge et le Noir</i>, de Stendhal

Le projet, conçu autour de la promotion de la culture (française) de l'écrit et de la facilitation de l'accès à la lecture des grands classiques de la littérature française au plus grand nombre, sera mis en œuvre en revisitant et adaptant les classiques de la littérature française en tant que littérature *Young Adult*. Plusieurs objectifs sont prévus dans cette démarche à savoir les moderniser, les « dépolssiérer » et les faire découvrir au plus grand nombre. Il aurait également l'ambition de s'approprier cette littérature jeune adulte et de s'en servir dans une optique de revalorisation culturelle du livre et de l'édition française. Ce projet éditorial aura donc la prétention de se poser en marge des pratiques de l'édition jeunesse actuelle et de faire de l'innovation. Cette prise de risques sera cependant calculée au regard de l'engouement des individus pour le *Young Adult*.

La domination anglophone en France, que ce soit médiatiquement, culturellement ou éditorialement est indéniable. Face à un tel taux de succès et cette forte présence au sein d'autres cultures, l'édition française tentent de mettre en œuvre les mêmes pratiques que les anglo-saxons. Ces pratiques sont avant tout un raisonnement commercial et des stratégies de marketing qui poussent l'éditeur français à devenir plus commercial que jamais, au détriment peut être de la qualité du texte et des valeurs françaises. Ces stratégies de commercialité, mises en œuvre au travers de la littérature *Young Adult* se focalisent avant tout sur la double exploitation des œuvres romanesques, en jeunesse et pour adulte, afin de ratisser un public plus large. De même, visant un public provenant de la culture de masse, les éditeurs jouent aussi sur le cinéma qui constituerait alors un moyen de promotion, une publicité certaine pour le roman. Cependant, ces stratégies ont un coût. Elles semblent non seulement désacraliser la profession d'auteur qui devient un élément interchangeable, faire publier des romans qui se ressemblent tous les uns des autres du point de vue de l'écriture et de la structure, des romans simplement publiés et produits parce qu'ils se rapportent à un genre qui est tendance. Enfin, ces stratégies provoquent la segmentation les éditeurs. Il convient donc pour un éditeur français publiant pour la jeunesse de choisir « son camp » et de se positionner face à cette industrialisation. Mais est-ce obligatoire ? L'éditeur est-il forcé de faire un choix ? Ne peut-il pas réunir les axes commercial et « littéraire » de sa profession ?

Conclusion

Au cours des vingt dernières années, en réponse à une société de consommation, l'édition s'est industrialisée. De fait, certains changements se sont opérés que cela soit les rapports que l'éditeur entretient désormais avec le livre, ou son changement de comportement, l'aspect commercial de sa profession s'étant développé de manière exponentielle, au risque d'en perdre l'aspect littéraire. En outre, cette industrialisation de l'édition s'est manifestée en segmentant les éditeurs français avec d'une part deux groupes éditoriaux (Hachette Livre et Editis) ainsi que les maisons d'éditions de taille moyenne, et d'autre part, les plus petites structures qui peinent à se rendre visibles. Du point de vue des auteurs français, une segmentation s'opère également avec une majorité qui ne parvient à publier que deux ou trois romans pour un salaire misérable et une situation précaire et les autres, plus connus, qui se comptent sur les doigts de la main. L'explication d'une telle situation au sein de l'édition française en 2015 se trouve du côté de l'industrialisation. L'édition s'industrialisant, le marché éditorial se caractérise par la recherche constante du profit, la course perpétuelle à la nouveauté et une concurrence implacable. Ce faisant, les éditeurs français durcissent leur politique en matière de choix de manuscrits français et s'avèrent plus stricts, sévères et plus récalcitrants avec les auteurs français. Afin de prendre moins de risques, ils utilisent un système qui répertorie les manuscrits lors de leur arrivée dans une maison d'édition : ce système classe les auteurs en fonction de leur renommée et de leur potentialité de rentabilité et de succès s'ils sont publiés. L'éditeur français peut se permettre de faire d'avantage confiance à ces auteurs dans une éventuelle publication de leur ouvrage. Il fait également davantage confiance aux auteurs reconnus, notamment par des prix littéraires. (Gongourt etc). En effet, publier des auteurs qui ont déjà su faire leur preuve, le risque de vendre à perte ou qu'il s'agisse d'un échec commercial est moins grand et donc l'auteur, plus envisageable. Ceci explique d'une part le peu d'auteurs français sur le marché éditorial, et pourquoi le marché éditorial ne concentre que les « best francophones » à l'instar de Michel Houellebecq, Marc Levy, Anna Gavalda, etc. D'autre part, une autre raison se profile : cet éditeur français qui n'a pas le droit à l'erreur va prendre moins de risques en se tournant vers les productions anglophones. Au regard des nombreux best-sellers qu'ils ont vendus, les anglo-saxons semblent « savoir y faire » et être de véritables « machines à best-sellers ». Ce qui explique le faible nombre d'ouvrages français et à l'inverse la prédominance des auteurs anglophones dans les catalogues d'édition française (jeunesse).

L'objectif reste celui de la recherche du profit, celle de vendre. Ancrée dans cette culture de la société de consommation et en tant qu'édition industrialisée, le livre va devenir un produit de consommation comme n'importe quel autre. Et comme tout produit, il va avoir certaines cibles et va être déclinable

Mémoire de master 1 Information et communication 97/105

à volonté pour s'adapter à cette cible. L'éditeur décline donc le livre-produit afin de l'adapter et de le proposer à une cible particulière. Pour ce faire, les éditeurs jeunesse ne se cantonne plus au secteur jeunesse et repoussent les limites d'âge. Ainsi, ils sauront s'adapter à certaines situations telles que la reconnaissance d'un statut particulier à l'adolescent. Le considérant comme une nouvelle cible, l'éditeur de jeunesse lui propose alors des produits qui lui seront adaptés, ou qu'il présume lui être adaptés selon les représentations qu'il se fait de l'adolescence. La littérature *Young Adult* quant à elle, est le reflet même de l'industrialisation de l'édition. Non satisfait de n'avoir récupéré que le lectorat adolescent, l'éditeur en veut plus et repousse de nouveau les limites de l'âge pour cette fois-ci inventer une nouvelle catégorie de lecteurs : *les Young Adults*. Cette fois-ci il ne se fonde aucunement sur la reconnaissance d'un quelconque statut. Il crée de toute pièce cette littérature avec comme seule motivation, celle d'étendre son lectorat. Dès lors, il décline le livre-produit à cette nouvelle cible, à ce nouveau public. Segment entièrement artificiel, l'éditeur propose à cette nouvelle catégorie de lecteurs une littérature issue de la réappropriation des genres de la littérature populaire, genres anciens, oubliés ou autrefois destinés aux adultes (tout en ayant procédé à quelques modifications, comme l'âge du héros ce qui les rend plus attractifs etc.). En cela, elle pourrait être perçue comme une littérature « fourre-tout ». Surprise générale, constitué de ces nombreux genres populaires, le *Young Adult* devient très éclectique et va toucher une large palette de lecteurs et ce, quel que soit leur âge. En somme, elle dépasse sa cible originale et revêt un caractère trans-générationnel ce qui constitue une véritable aubaine pour les éditeurs. En tant que véritables commerciaux, ils vont sauter sur l'occasion, parvenir à adapter le livre-produit en misant sur ce caractère trans-âge. De par sa création, elle reflète le système de l'industrialisation avec cette volonté de toucher toujours plus de lecteurs. A la recherche constante du succès et sujette aux tendances et aux modes, elle est le reflet de l'industrie. De plus, en tant que produit de consommation elle est exploitée sans vergogne : cinéma, produits dérivés, exploitation de ses genres à succès en les produisant massivement. Ceci dit, produire en masse peut revenir à surproduire et la présence constante de certains genres aussi bien en format papier, que sur petits et grands écrans finissent par lasser le public, en témoigne l'essoufflement de la vague dystopique et le nouvel attrait pour des romans plus ancrés dans le réel.

Enfin, le lectorat est à blâmer puisqu'il est considéré comme représentant de la culture du *mainstream* : toujours à la recherche de la nouveauté, de ce qui est tendance et ce dont tout le monde parle, il se dirige tout naturellement vers certaines productions non pas par goût mais en réponse à « l'effet de masse ». En ce sens, la société de consommation a également changé le comportement du lecteur vis-à-vis du livre. Devenu livre-produit à ses yeux, il le remplace par un nouveau aussi rapidement qu'il a remplacé sa dernière lecture, et passe à un autre roman sans sourciller (hormis les grands best-sellers). Cependant, il ne semble pas comprendre que son choix est parfaitement orienté

et décidé à l'avance : en effet, les livres « dont tout le monde parle » bénéficient d'une stratégie commerciale et marketing particulière qui leur fournit une certaine promotion (cinéma etc.) Les maîtres en la matière restent les anglo-saxons. Assimilés à une marque, c'est tout naturellement que le public, ou le lecteur se dirige davantage vers les productions anglo-saxonnes. Lorsqu'un produit est reconnu comme étant américain, le rapport entre le consommateur et celui-ci change : le produit devient plus attractif et plus intéressant du seul fait de sa provenance. La domination médiatique, culturelle et éditoriale des anglo-saxons tient donc à cet habilité à développer une stratégie commerciale et de marketing rigoureuse et incomparable.

C'est au travers de la littérature *Young adult* que sont le mieux représentées ces stratégies. Elles consistent d'une part à surfer sur le succès des best-sellers et des genres à succès en multipliant les œuvres qui leur ressemblent ou reprennent les mêmes genres, et d'autre part, à jouer sur son caractère trans-générationnel de diverses façons. Enfin, comprenant l'impact du cinéma sur le roman, ils font de ce média un outil de promotion marketing de l'ouvrage *Young Adult*. Face à une telle combinaison gagnante et efficace, les anglo-saxons serviront de modèle et notamment pour les éditeurs français qui n'hésitent pas à suivre leur tactique. Dès lors, la globalisation anglophone est établie.

Cependant, l'utilisation de tels moyens de communication et de marketing met en exergue la commercialité toujours plus prononcée de l'éditeur. Pour certains, le pôle commercial est désormais primordial dans cette profession où leur choix de publication et choix éditoriaux deviennent dépendants des critères commerciaux. En outre, afin de rester visible sur la scène éditoriale, l'éditeur, en publiant de nombreuses œuvres qui se ressemblent toutes plus les unes que les autres, risque d'amoindrir la production en termes de qualité. Ces MSQ, comme les prénomme Bertrand Ferrier influent également sur le travail de l'auteur et ce, de manière négative. Le livre est désormais passé d'un marché de l'offre à celui de la demande : l'auteur doit « écrire » en répondant à des critères commerciaux. Cette pratique ne peut que lui nuire et tend à désacraliser la notion même d'auteur. Ces dévalorisations témoignent des conséquences dramatiques de l'industrialisation de l'édition jeunesse mais aussi de l'édition en générale. Comme conséquence, l'éditeur doit davantage avoir un rôle de responsable commercial et de responsable de la communication et du marketing, délaissant souvent le côté littéraire du métier à savoir la publication d'ouvrages pour leur qualité.

Comment un éditeur doit-il se positionner dans l'édition de jeunesse française aujourd'hui ? Pour rester sur la scène éditoriale et médiatique, doit-il suivre le mouvement, considérer le livre comme un produit de consommation et subir la globalisation anglophone ? Autrement dit, doit-il devenir avant tout l'éditeur commercial qui privilégierait le chiffre d'affaire et les ventes au détriment du contenu, de la qualité du texte et de l'écriture ? Ou à l'inverse doit-il se positionner à contre-courant

de cette édition « commerciale » et prendre des risques quitte à provoquer la fin de sa carrière ? Comme toute évolution, il est nécessaire de s'adapter. Il n'est pas suggéré que la profession d'éditeur ne doit pas être revêtir un aspect commercial, au contraire, c'est une prérogative importante dans ce métier. Cependant, il ne faut pas que cette casquette prenne le pas sur celle de l'éditeur littéraire et devienne le seul aspect de ce métier. Ainsi, puisque tout n'est jamais ni tout blanc ni tout noir, pourquoi ne pas faire du gris et trancher la poire en deux ? Pourquoi ne pas combiner les deux ? Cela revient à se demander si revaloriser le contenu d'un texte tout en utilisant le côté commercial et marketing ne serait que mirage. Pourtant, peut-être que la réponse se trouve du côté d'une complémentarité dont le projet éditorial proposé se voudrait le témoin : revisiter les classiques de la littérature française en littérature *Young Adult* reviendrait à leur appliquer ses modalités, ses ambitions (toucher un lectorat assez large), et à leur appliquer les stratégies qui lui sont destinées. En plus de remettre le roman français à l'honneur, en supprimant cette vision faussée d'une littérature française pour « les vieux », elle permet de porter un regard neuf sur l'écriture française et peut être de montrer qu'il n'y a pas que les anglo-saxons qui peuvent produire de bons textes. Ainsi, ce projet consiste à s'approprier la littérature *Young Adult* (et non pas de la subir) et de la mettre au service non pas de la pure commercialité mais davantage au service de la revalorisation de la qualité d'un texte ainsi que de la revalorisation culturelle et littéraire de l'édition française. Ainsi utilisée à contre-courant, certains éditeurs ont opté pour cette littérature *Young Adult 2.0*. Tel est le cas des éditions Scrinéo Jeunesse qui ont la particularité de ne publier que des auteurs français. A leur tour, ils se sont réappropriés le *Young Adult* et l'ont mis au service de la revalorisation de l'écriture française et par conséquent de l'auteur français. Depuis quelques années, le résultat est là : la majorité de leurs romans français *Young Adult* semblent faire leur petit bout de chemin en se constituant une communauté de fan. Si ces auteurs bénéficient d'une visibilité moindre que leurs concurrents anglophones, certains d'entre eux deviennent néanmoins de plus en plus connus à l'instar de Gabriel Katz (*Aeternia*, *Le Puits des mémoires*), Aurélie Wellestein (*Le Roi des Fauves*), Estelle Faye (*La voix des Oracles*) ou encore de Nadia Coste (*Le Premier*).

En conclusion, peut être que la solution pour un éditeur français (jeunesse) serait de s'approprier le *Young Adult* et de le remanier à la méthode française, l'utilisant dans un but autre qu'uniquement commercial, mais également plus littéraire et culturel : celui de la promotion d'une littérature de qualité, culturelle, de partage et de l'échange. Peut-être est-ce cela au final, *la French Touch*.

Bibliographie

Ouvrages

ALDERDICE (Kit), « Pw Talks with Philip Pullman », in *Publishers Weekly*, 2000, p.119

BAULAIRE Cécile & HERVOUËT Claudine & LETOURNEUX Matthieu, *L'avenir du livre pour la jeunesse*, Paris : Bibliothèque nationale de France/ Centre national de la littérature pour la jeunesse- La Joie par les livres, 2010, 144 p. ISBN 978-2-35494-026-3

BRUNO Pierre, *La littérature pour la jeunesse : Médiologie des pratiques et des classements*, Dijon : Editions universitaires de Dijon, 2010, 193 p. ISBN 978-2-915611-61-8

COMBET Claude, *Le livre d'aujourd'hui : Les Défis de l'édition*, Toulouse : Editions Milan, collection « Les essentiels Milan », 2007, 64 p. ISBN 978-2-7459-2666-1

CONNAN-PINTADO Christiane & BEHOTEGUY Gilles, *Littérature de jeunesse au présent : Genres littéraires en question(s)*, Bordeaux : Presses Universitaires de Bordeaux, 2015, 288 p. ISBN 978-2-86781-973-5

C.S.LEWIS, *Le monde de Narnia : Le Lion, la Sorcière blanche, l'Armoire magique*, Paris : Gallimard, collection « Folio Junior », 1950, ISBN 2-07-052432-9

FERRIER Bertrand, *Livre Pour la jeunesse : Entre édition et littérature*, Rennes : Presses universitaires de Rennes, collection « Didact Edition », 2011, 288 p. ISBN 978-2-7535-1457-7

J.R.R.TOLKIEN, « Du conte de fées »(1939), in *Faërie*, Paris : Christian Bourgeois, 1974

KORACH Dominique & Soazig LE BAIL, *Editer pour la jeunesse*, Paris : Editions du Cercle de la Librairie, 2014, 143 p. ISBN 978-2-7654-1425-4

PIQUARD Michèle, *L'édition pour la jeunesse en France de 1945 à 1980*, Villeurbanne : Presses de l'enssib, école nationale supérieure des sciences et de l'information et des bibliothèques, collection « Référence », 391 p. ISBN 2-910227-49-9

RENARD (Fanny), *Les lycéens et la lecture, entre habitudes et sollicitations*, Rennes : Presses universitaires de Rennes, collection « Paideia », 2011, 338 p. ISBN : 978-2-7535-1458-4

ROUET François, *Le livre : Mutations d'une industrie culturelle*, Paris : La documentation française, 2007, 420 p. ISSN 1763-6191

SCHUWER Philippe, *Traité pratique d'édition*, Paris : Editions du Cercle de la Librairie, 1997, 630 p. ISBN 2-7654-0655-3

THALER Danielle & JEAN-BART Alain, *Les Enjeux du roman pour adolescents : romans historiques, roman-miroir, roman d'aventures*, Paris : L'Harmattan, 2002, 330 p. ISBN 2-7475-2105-2

Périodiques

BEUVE-MERY (Alain), article paru dans le journal *Le Monde*, 7 Septembre 2010.

Livre Hebdo, n°768, 13 mars 2009, pp.68-69

Livre Hebdo n°847, 7 janvier 2011 p.17

Livre Hebdo n°1069, *Qui est encore numéro 1 des ventes poche cette année ?* 22 janvier 2016, 142p.

Livre Hebdo n°1077, *Réveillez la bête qui sommeilles en vous*, 18 mars 2016, 122 p.

Livre Hebdo n°1084, *Cet été, découvrez nos nouvelles voix*, 6 mai 2016, 114 p.

Revue Lecture Jeune n° 142 *Les tendances de l'édition pour adolescents et jeunes adultes*, juin 2012, Paris : Lecture Jeunesse, 80 p. ISSN 1163-4987

Revue Lecture Jeune n° 150, *Focus sur la littérature ado*, juin 2014, Paris : Lecture Jeunesse, 80 p. ISSN 1163-4987

Revue Lecture Jeune n° 153 *Cross-média transmédia*, printemps 2015, Paris : Lecture Jeunesse, 80p. ISSN 1163-4987

Télérama n°13189, *Antoine Gallimard et le métier d'éditeur* » s.l. 26 Février 2011

Sitographie

BOULAY (Solène) & MAROQUENE (Guillaume) & ROGER (Candice), « Etudes Fanfiction » [en ligne] *Les fanfictions, un renouvellement du statut d'auteur et des habitudes de lecture*. Disponible sur URL <http://etude.fanfiction.free.fr/master_definition.php> [consulté le 18 avril 2016]

BRON (Alain), *Quel sont les écrivains qui vivent de leur plume ?* 10 octobre 2010, [en ligne]. Disponible sur URL<http://alainbron.ublog.com/alain_bron_auteur/2010/09/quels-sont-les-%C3%A9crivains-qui-vivent-de-leur-plume-.html> [consulté le 25 mai 2016].

Canal Blog [en ligne] *Le Monde de Francesca*, Juillet 2014. Disponible sur URL <<http://oiseau-secret.canalblog.com/archives/2014/06/11/30056263.html>> [consulté le 25 avril 2016]

DEHESDIN (Cécile), Slate.fr [en ligne] *Hunger games, Harry Potter, Twilight : Les livres « Young Adult », ce sont pas que pour les ados*, Juillet 2007. Disponible sur URL <http://www.slate.fr/story/59641/livres-young-adultes-twilight-harry-potter-hunger-games-ados>

L'internaute [en ligne] Globalisation, s.l.n.d. Disponible sur : URL <http://www.linternaute.com/dictionnaire/fr/definition/globalisation/>

LIRADO [en ligne]. *La dystopie*, s.l.n.d. Disponible sur :URL < <http://www.lirado.com/la-dystopie/>> [consulté le 12 mars 2016]

Ministère de la Culture et de Communication. *Situations économique et sociale des auteurs du livre*, Paris, 11 mars 2016 Version PDF téléchargeable en ligne à l'adresse URL <http://www.culture-communication.gouv.fr/Presse/Communiqués-de-presse/Situation-economique-et-sociale-des-auteurs-du-livre> [consulté le 12 mai 2016]

MORYOUSSEF (Illana), France inter,[en ligne]. *Peut-on encore vivre de sa plume*, 17 mars 2016. Disponible sur : URL < <http://www.franceinter.fr/depeche-peut-on-encore-vivre-de-sa-plume>> [consulté le 23 mai 2016].

PERAS (Delphine), L'express, [en ligne], *La « Chick lit » : les dernières tendances*, mai 2006. Disponible sur URL<http://www.lexpress.fr/culture/livre/la-chick-lit-les-dernieres-tendances_811248.html> [consulté le 25 mai 2016]

Ricochet Jeunesse, Les éditeurs jeunesse en France, s.l.n.d. [en ligne]. Disponible sur l'URL <http://www.ricochet-jeunes.org/editeurs-francais> [consulté le 25 mai 2016]

Scrineo,[en ligne] *Extrait de la Conférence des Imaginales 2016*, s.l.n.d. Disponible sur l'URL < <http://scrineo.fr/extrait-de-la-conference-des-imaginales-2016/>> [consulté le 10 juin 2016]

Syndicat national de l'édition, *Les Chiffres clés de l'édition 2015 (données 2014)*, Paris : SNE, mars 2015, 2 p. Version PDF téléchargeable en ligne à l'adresse URL http://www.lemotif.fr/fichier/motif_fichier/672/fichier_fichier_chiffrescles_juin2015.sne.pdf [consulté le 18 mai 2016]

Syndicat national de l'édition, *Les Chiffres clés du livre et de l'édition – SNE 2016*, Paris : SNE, mars 2016, 24 p. Version PDF téléchargeable en ligne à l'adresse URL <http://www.id-boox.com/etudes/france-les-chiffres-du-livre-papier-et-numerique-2015/> [consulté le 25 mai 2016].

Table des matières

Introduction	6
Première partie : L'édition littéraire de jeunesse face à l'épreuve de l'industrialisation	9
Introduction	10
Chapitre 1 : Etats des lieux de l'Edition française	11
1 – Le marché éditorial français 2015 : Les chiffres et donnée de l'année 2015	11
2 – Un certain constat : fragilité de l'édition français, reflet de l'industrialisation de l'édition	15
3 – « Une langue différente est une vision de la vie différente » Federico Fellini : la production anglophone, en décalage avec les représentations de l'individu français.....	21
Chapitre 2 : L'industrialisation de l'édition : décliner et adapter le livre-produit aux différentes cibles	23
1 – Les processus éditoriaux du livre : à la recherche du profit et de la rentabilité	23
2 – La littérature jeunesse : littérature destinée et écriture d'intention.....	28
3 – Expansion des catégories de lecteurs en jeunesse : l'adolescent.....	29
Chapitre 3 : La littérature <i>Young Adult</i>, reflet de l'industrialisation de l'édition	35
1 – La littérature Young Adult, création d'une nouvelle cible.....	35
2 – Les romans Young Adult, une littérature sujette aux tendances	46
3 – La littérature Young Adult, témoin des conséquences de l'industrialisation.....	51
Conclusion	55

Seconde partie : Conséquence de l'industrialisation de l'édition française : un éditeur davantage commercial que littéraire	56
Introduction	57
Chapitre 1 : La domination médiatique, éditoriale et culturelle anglophone	59
1 – L'influence conséquente la culture anglo-saxonne en France et dans l'édition française	59
2 – Industrialisation : les anglo-saxons, modèle à suivre ?.....	64
Chapitre 2 : La globalisation anglophone de l'édition française.	72
1 – Les changements de couverture : reproduction des stratégies anglophones.....	72
2 – Des auteurs français formatés ?	83
3 – Segmentation des éditeurs : les éditeurs commerciaux Versus les éditeurs littéraires.....	84
Chapitre 3 : Projet éditorial : Une complémentarité possible au service de la revalorisation de l'édition française	87
1 – Revisiter des classiques : véritables innovations ?	88
2 – Les classiques adaptés en littérature <i>Young Adult</i>	89
Conclusion	97
Bibliographie	101

ANNEXES (volume 2)