

Université Toulouse Jean Jaurès

UFR d'histoire, arts et archéologie

Département documentation, archives, médiathèque et édition

**LA QUATRIEME DE COUVERTURE EN LITTERATURE :  
BILAN, ATTENTES ET MISE EN PRATIQUE**

Déborah Pesenti

VOLUME 1 : TEXTE ET BIBLIOGRAPHIE

Mémoire présenté pour l'obtention du Master 2 Édition imprimée et numérique  
sous la direction de M. Dominique Auzel

Septembre 2018

## Remerciements

Je souhaiterais remercier toute l'équipe du Dilettante pour son accueil chaleureux tout au long de cette période de stage. Plus particulièrement au sujet de ce mémoire, M<sup>me</sup> Camille Cazaubon, pour sa disponibilité, et M. Antonin Bihr, pour son imagination débordante au sujet des quatrièmes de couverture.

Je remercie également mon directeur de mémoire, M. Dominique Auzel, pour son intérêt et son aide, et enfin M<sup>me</sup> Clarisse Barthe-Gay, directrice du département et responsable du master 2 EIN, pour son dévouement, tout au long de ces deux années de master.

## SOMMAIRE

|  |            |
|--|------------|
| <b>INTRODUCTION</b>  | <b>4</b>   |
| <b>LA QUATRIEME DE COUVERTURE, FRUIT DE CONTEXTES HISTORIQUE, CULTUREL ET GEOGRAPHIQUE</b> | <b>7</b>   |
| Chapitre 1 Un élément du paratexte   | 9          |
| Chapitre 2 Une histoire récente  | 18         |
| Chapitre 3 Les quatrièmes de couverture à travers le monde                                 | 29         |
| Chapitre 4 Le contexte matériel : la question du format et de la collection                | 36         |
| <b>LA QUATRIEME DE COUVERTURE, UN OUTIL DE COMMUNICATION DE L'EDITEUR AU LECTEUR</b>       | <b>44</b>  |
| Chapitre 1 Un support du livre- <i>produit</i>   | 46         |
| Chapitre 2 Un élément du livre- <i>objet</i>   | 55         |
| Chapitre 3 Une messagère du livre- <i>œuvre</i>  | 65         |
| <b>LA QUATRIEME DE COUVERTURE EN PRATIQUE : UNE COLLECTION DE POCHE AU DILETTANTE</b>      | <b>78</b>  |
| Chapitre 1 Le Dilettante, une maison « indépendante, teigneuse et spontanée »              | 80         |
| Chapitre 2 Les attentes des lecteurs quant aux quatrièmes de couverture                    | 87         |
| Chapitre 3 Une collection de poche au Dilettante   | 94         |
| <b>CONCLUSION</b>  | <b>101</b> |

**BONUS** en quatrième...

**ANNEXES** (volume 2)

# Introduction

« Rien de beau ne peut se résumer », selon Paul Valéry. Pourtant c'est bien à cette tâche impossible que doivent s'atteler la plupart des éditeurs lorsqu'ils souhaitent publier un livre et ont donc à en concevoir les première et quatrième de couverture. La plupart, car certains, peu nombreux, s'en passent, tandis que d'autres confient cette entreprise aux auteurs. Véritable défi que doivent relever les éditeurs qui n'ont, semble-t-il, pas droit à l'erreur. De leur talent à mettre en valeur leurs goûts, car il s'agit bien de proposer à l'ensemble du lectorat un texte qui leur a plu, dépend la réussite commerciale et littéraire d'un livre. Même s'il est difficile d'évaluer l'importance de la quatrième de couverture dans le déclenchement de l'acte d'achat, ce que nous allons néanmoins tenter de mesurer dans ce mémoire, celle-ci reste un moment essentiel du travail de l'éditeur et un passage quasiment incontournable pour le lecteur. Celui-ci, s'il n'est pas conseillé par un ami ou quelque journaliste, qu'il erre au gré de ses envies entre les étals d'une librairie, prend un livre qui l'attire par sa couverture, ou son bandeau, ou un mot du libraire, puis le retourne pour en savoir plus. À ce moment, complété par celui tout aussi rituel du feuilletage, se jouent beaucoup de choses, à savoir si ce lecteur va reposer le livre, ou non. Le titre du livre de Genette sur le paratexte, *Seuils*, met d'ailleurs bien valeur cette connotation. C'est le moment où le lecteur décide d'entrer dans le texte, ou de rebrousser chemin. La quatrième de couverture dit au lecteur, la plupart du temps, si ce livre correspond à ses attentes. C'est donc un endroit stratégique pour les éditeurs, qui doivent donc y tenter de résumer l'ouvrage, énoncer les principales thématiques abordées, faire sentir le style de l'auteur, mais aussi catégoriser le livre, lui donner un genre, le mettre en valeur, susciter le désir du lecteur.

Ce sujet reste très peu abordé par les universitaires. Il s'agira donc d'explorer les quelques textes traitant de ces questions, mais surtout d'analyser les différentes pratiques des éditeurs. Certains types de livres ne seront pas abordés, car ils convoquent des problématiques différentes. Il sera ici question des livres de littérature, non dans un sens restreint et élitiste, mais dans son sens le plus large, ce qui exclut néanmoins tous les essais, livres pratiques, ésotériques, scientifiques... pour se concentrer sur les romans principalement. Les livres jeunesse ne seront pas non plus abordés. En revanche aucune discrimination n'est faite entre les genres car certaines pratiques en termes de quatrième de couverture dépendent beaucoup du genre des ouvrages. Si l'objet d'étude principal reste les livres publiés plus ou moins récemment, afin de cerner les

pratiques contemporaines, il a semblé nécessaire de contextualiser ces pratiques par un bref historique. De la même manière, les publications françaises sont le cœur de cette étude mais une comparaison avec les publications étrangères permet de cerner des tendances qui seraient plus particulièrement propres aux éditeurs français.

Avant toutes choses, il convient de préciser ce qu'est une quatrième de couverture. Il s'agit de la quatrième page de couverture d'un livre, la première étant la couverture proprement dite, les deuxième et troisième étant les deux pages intérieures, souvent vierges. Il est important de la distinguer du dos, aussi appelé la tranche, qui est la partie reliant les deux plats de la couverture. La quatrième de couverture est abusivement appelée « dos », entretenant ainsi la confusion. Il est également important de la distinguer du « prière d'insérer », qui est un texte figurant en quatrième de couverture (entre autres, nous y reviendrons). Le prière d'insérer fait donc partie de la quatrième de couverture, souvent parmi d'autres éléments, et ne s'y substitue pas.

Dans le contexte de surproduction éditoriale que nous connaissons, les éditeurs ont tout intérêt de développer ce qui les différencie de la concurrence, voire d'utiliser des stratégies marketings plus frontales. Étant un espace cherchant à faire vendre le livre, la quatrième de couverture fait partie intégrante des stratégies marketings des maisons d'édition. Pour pouvoir la réaliser au mieux, l'éditeur doit connaître parfaitement le livre qu'il publie mais surtout les éléments les plus accrocheurs qu'il souhaite mettre en avant. Mais il doit aussi connaître le public, qui attend certaines informations mais qui souhaitent en ignorer d'autres. Il doit également faire parvenir au public une certaine image de la maison d'édition, pour lui permettre de mieux l'identifier et de la valoriser. Il convient également de prendre en compte le contexte dans lequel le livre se trouvera face aux lecteurs, à savoir dans une librairie. N'ayant que sa couverture pour se défendre et convaincre le client de l'acheter, aucun détail ne doit être laissé au hasard. La couverture doit montrer précisément ce que ce livre a de plus que les autres. La 4<sup>e</sup> de couverture doit être suffisamment audacieuse pour permettre au livre de se démarquer, sans perdre le lecteur qui risquerait alors de se retourner vers un objet plus familier.

Le principal problème est donc de savoir comment concilier l'originalité nécessaire pour se démarquer sur les tables des librairies avec le besoin de donner au potentiel lecteur les informations principales lui permettant une première appréciation du livre.

Tout d'abord, pour pouvoir penser la quatrième de couverture, il est nécessaire de la replacer dans un contexte historique, économique et culturel. Ensuite, il s'agira d'étudier ses différentes composantes, rassemblées à travers les différentes dimensions du livre, visibles dès sa quatrième. Enfin, il conviendra de mettre en pratique ces différentes questions d'un point de vue

éditorial, tout en tenant compte des différentes attentes des lecteurs, en imaginant la création d'une collection de livres de poche chez Le Dilettante.

## Première partie

---

La quatrième de couverture,  
fruit de contextes historique, culturel  
et géographique

Afin de mieux appréhender l'objet qu'est la quatrième de couverture de manière théorique, nous analyserons tout d'abord ses différentes composantes et son rôle. Pour cela, nous nous appuierons sur les thèses développées par Gérard Genette dans *Seuils*. Un préalable historique est également indispensable pour permettre de contextualiser nos réflexions. Nous nous apercevrons que le prière d'insérer a une histoire relativement récente et que les pratiques éditoriales sont en constante évolution. Comme pendant à une perspective diachronique, une étude synchronique au domaine élargi (majoritairement anglosaxon et européen) permettra de pointer des tendances spécifiquement françaises, par rapport auxquelles les éditeurs doivent se positionner, que ce soit en les respectant ou en les transgressant. Pour compléter ces réflexions, nous aborderons la question du format, et particulièrement la manière dont les éditeurs de poche repensent une quatrième de couverture.

# Chapitre 1

## Un élément du paratexte

Afin de commencer cette étude, il est incontournable d'aborder et d'analyser le paratexte tel que l'a défini Genette<sup>1</sup>. Pour mieux le comprendre, il est nécessaire de comprendre les différents concepts qu'il manie, ainsi que sa méthode de travail. Pour nous permettre de les appliquer à la quatrième de couverture, les différentes composantes de celles-ci doivent d'abord être dégagées. Ainsi, il apparaît que la quatrième peut abriter des éléments très divers, qu'il est difficile d'analyser de manière globale. Nous nous attacherons donc à appliquer cette méthode à l'élément majeur de la quatrième de couverture : le prière d'insérer.

## I. Le paratexte : une notion essentielle pour penser le livre

### 1. Le paratexte au service du texte

Les apports de Gérard Genette sont essentiels pour penser le livre comme objet global. Les universitaires, dans le sens le plus large du terme, étudient le texte en lui-même, de manière interne et autonome, comme si le livre était coupé de tout ce qui l'entoure, de ce qui fait de lui un livre. C'est l'ensemble de ces éléments qui constitue le paratexte, et même davantage. Le paratexte, mot créé par Genette, est constitué par tout ce qui entoure le texte, ce qui le présente, le fait exister. Dans ce sens, le contexte même fait paratexte : sa date de parution, le genre, l'obtention d'un prix, l'insertion dans une œuvre, la biographie de l'auteur... ces éléments peuvent être mis à la connaissance du public par un paratexte « textuel », mais ils font partie en eux-mêmes du paratexte, même s'ils ne sont pas exprimés explicitement. En effet, la

---

<sup>1</sup> GENETTE Gérard, *Seuils*, éditions du Seuil, Paris, 1987.

connaissance qu'on a d'un auteur, qu'il soit très jeune par exemple, conditionne la lecture de son texte.

Ainsi, le paratexte influe sur la lecture d'un texte. De ce fait, il est donc l'objet d'une stratégie, majoritairement éditoriale. Pour les éditeurs et les auteurs, il s'agit d'en maîtriser les éléments et leur contenu. L'enjeu est d'améliorer l'accueil du texte et de permettre une lecture plus pertinente par le public. Ceci est particulièrement vrai pour la quatrième de couverture, lieu de liberté pour l'éditeur, qui décide d'y faire figurer les éléments de son choix et leur contenu.

## 2. Analyser le paratexte

Genette propose une méthode pour analyser les différents éléments du paratexte, méthode qu'il applique dans *Seuils* à la plupart des éléments qu'il étudie. Il s'agit de déterminer les statuts de cet élément, pour le définir et le comprendre, mais aussi sa fonction.

Il y a tout d'abord le statut temporel, qui permet de classer les éléments du paratexte entre ceux qui précèdent le texte (des mentions « à paraître » par exemple), ceux qui sont concomitants (la plupart) et ceux qui lui succèdent (des interviews par exemple, ou les différents éléments d'une édition postérieure à l'originale). Certains éléments sont également éphémères et disparaissent au gré des différentes éditions. Le prière d'insérer par exemple, dans sa forme originale, n'a pas vocation à être conservé, il est donc très difficile d'en retrouver. Raison pour laquelle c'est également un objet qui reste à l'écart de la recherche historique.

La situation spatiale du paratexte est la place qu'il occupe par rapport au texte. Sa plus ou moins grande proximité au texte permet également de mieux l'appréhender. On peut imaginer que plus l'élément est proche du texte (son titre par exemple), plus l'influence qu'il a sur le lecteur est forte. Le statut substantiel a également son importance. Par cette analyse, Genette montre qu'il prend aussi en compte les éléments qui ne sont pas textuels mais qui font également paratexte. En effet, Genette s'attache principalement dans cet essai à analyser les éléments de paratexte qui sont également du texte. Mais il est important de prendre en compte le paratexte factuel, ou contextuel (comme il est dit précédemment), mais également graphique ou formel, comme le format du livre, la typographie, la mise en page... Ce sont des éléments sur lesquels nous reviendrons plus en détail. La quatrième de couverture est en effet composée d'éléments substantiellement différents. La situation pragmatique renvoie quant à elle à la situation d'énonciation qu'elle met en jeu : quel est le destinataire de cet élément, le destinataire (l'énonciateur), officiel ou officieux, et la force illocutoire du message transmis. Genette prend ainsi en compte l'importance en quelque sorte de l'influence que ce message peut avoir sur le public. Cette influence est plus ou moins forte si le message est informatif, une intention de

l'auteur, une interprétation, s'il est une consigne de lecture...

Ces différents éléments sont un préalable pour comprendre la fonction spécifique de cet élément. En effet le plus important reste le rôle du paratexte dans son accompagnement au texte. Cela permet également de dégager des correspondances entre un statut particulier et une fonction.

### 3. La quatrième de couverture : un élément fondamental du péri-texte

Pour mieux analyser tous ces éléments, Genette classe les différents éléments du paratexte. En effet, selon leurs statuts, ces éléments ne seront pas perçus de la même manière par le public. Par exemple, une citation de journaliste imprimée en quatrième ou cette même phrase lue dans un journal n'aura pas le même impact sur la lecture.

Ainsi, il convient de distinguer avec Genette le « péri-texte »<sup>2</sup>, qui se situe dans l'entourage immédiat du texte, c'est-à-dire imprimé avec lui sur le livre, de l'« épitexte », qui est plus éloigné du texte. Ce qui le concerne mais ne se situe sur le même espace, principalement les interviews, les entretiens, les correspondances et journaux intimes.

La quatrième de couverture fait donc partie du péri-texte, en tant qu'entourant directement le texte. Cependant, elle ne constitue pas un objet d'étude propre de Genette, qui lui préfère le prière d'insérer. En effet d'un point de vue théorique, la quatrième de couverture n'a aucune identité propre, elle a une existence purement pragmatique. Ainsi, il semble plus pertinent, dans un projet d'étude global du paratexte, d'isoler ses différents éléments, et de les étudier pour eux-mêmes. Par exemple, un prière d'insérer, qu'il soit encarté, imprimé en quatrième, envoyé à part à des journalistes, reste un objet d'étude à part entière. Il est en de même des indications biographiques ou bibliographiques, tout comme des autres éléments qui peuvent être imprimés en quatrième de couverture. Ce qui fait leur essence est leur contenu, et non l'endroit où ils sont imprimés.

Cependant, d'un point de vue éditorial, il semble plus pertinent d'envisager la quatrième de couverture comme espace stratégique. Il s'agit moins d'analyser les différents éléments de la quatrième pris isolément que de comprendre leur rôle dans une stratégie éditoriale globale. Même s'il est nécessaire d'analyser de manière théorique les différentes problématiques sous-jacentes d'une quatrième de couverture, l'enjeu est bien de pouvoir penser une mise en pratique efficace.

---

<sup>2</sup> GENETTE Gérard, *Seuils*, éditions du Seuil, Paris, 1987, p.11.

## II. Les différentes composantes de la quatrième de couverture

Gérard Genette détaille les différents éléments qui peuvent figurer sur une quatrième de couverture. Pour plus de clarté, nous allons tenter d'en faire un bref classement, selon leur fréquence d'apparition.

### 1. Les éléments obligatoires

Il s'agit du code-barre, de l'ISBN et du prix du livre. Nous reviendrons sur la législation qui fixe les règles d'apparition de ces différents éléments. Ces éléments doivent apparaître sur le livre, donc en première de couverture, sur le dos, ou sur la quatrième, même si c'est dans l'immense majorité des cas sur la quatrième, pour des raisons évidentes d'esthétisme et de lisibilité.

La mention du prix est obligatoire, mais il y a des exceptions, notamment pour des collections de maisons d'édition qui préfère faire figurer un code renvoyant à un prix (les correspondances entre code et prix doivent alors figurer sur une feuille d'information en librairie). Ces éléments apparaissent généralement tout en bas de la quatrième.

### 2. Les éléments quasiment toujours présents

Traditionnellement, on retrouve en quatrième un rappel du nom de l'auteur et du titre du livre (dans un trait d'humour, Genette précise « à l'usage des amnésiques profonds »). Sont également souvent précisées des indications biographiques et bibliographiques, en général rassemblées en un même paragraphe. Figure également aussi dans ce paragraphe les prix que l'auteur a reçus pour d'autres titres.

Le cœur de la quatrième est constitué du prière d'insérer, lui même composé en général d'un résumé du propos du livre et d'un commentaire sur la portée, les enjeux du texte, et le style de l'auteur.

Ce sont bien les éléments fréquemment présents puisque ce sont eux qui justifient de retourner le livre (en dehors du prix). Ce sont eux qui peuvent causer la déception du public s'ils ne sont pas présents.

### 3. Les éléments accessoires

Nous appelons accessoires les éléments qu'il n'est pas rare de rencontrer, mais qui ne figurent pas de manière quasi-systématique. Il s'agit particulièrement des citations de journalistes

ou d'autres personnalités, au sujet de ce livre ou d'autres titres de l'auteur. Cela permet de valoriser ce texte dans une démarche qui se veut plus objective, en faisant appel à un tiers qui n'est ni l'auteur ni l'éditeur.

On peut également trouver une mention du genre de l'ouvrage, notamment si celle-ci n'est pas évidente d'un point de vue extérieur. La mention de « Théâtre » ou « Poésie » apparaît quasiment pour chaque livre de ces genres. En revanche, cela est beaucoup moins fréquent pour les romans, puisque la grande majorité des titres qui sortent sont des romans, il n'est donc pas nécessaire de le préciser.

Lorsque le texte appartient à une collection particulière, un manifeste de collection peut également figurer en quatrième.

L'ensemble de ces éléments (systématiques et accessoires) peuvent se retrouver également sur les rabats de la couverture, lorsqu'elle en dispose. Le manifeste de la collection « L'un et l'autre » de Gallimard figure par exemple sur le deuxième rabat de chaque titre.

#### **4. Les éléments supplémentaires**

Peuvent également être présents sur la quatrième de nombreux autres éléments, qui cependant se retrouvent plus fréquemment ailleurs. Il s'agit par exemple des ouvrages publiés chez le même éditeur ou dans la même collection, qu'on retrouve plus fréquemment en regard de la page de titre (au verso de la page de faux-titre), ou en dernière page. Le faire figurer en quatrième semble être une pratique plus ancienne, qu'on peut remarquer sur d'anciennes éditions de José Corti par exemple, mais qui n'est plus très fréquente aujourd'hui.

Les indications d'impression peuvent être visibles en quatrièmes mais sont plus généralement imprimées sur le colophon : date d'impression, numéro de réimpression, mention de l'imprimeur de couverture ou du dessinateur de la maquette. La référence de l'illustration de couverture figure quant à elle avec la mention des autres crédits en général au verso de la page de titre. C'est une indication obligatoire puisqu'il s'agit en fait de la reproduction d'une autre œuvre, il serait donc illégal de ne pas faire figurer le nom de son auteur. On le retrouve en général à l'intérieur mais un certain nombre de collections de poche choisissent de le faire apparaître en quatrième, parfois avec une reprise en miniature de l'image (« Le Livre de poche » par exemple).

Genette évoque également la présence de publicités payées par des industriels pour figurer en quatrième. C'est une pratique qui, déjà rare à l'époque, semble révolue aujourd'hui.

### III. Le prière d'insérer en question

Nous avons donc vu que le prière d'insérer constituait le cœur textuel de la quatrième de couverture. Il convient donc de tenter de mieux comprendre l'essence de ce texte, ses enjeux, son rôle.

#### 1. Des définitions variées...

Le prière d'insérer a plusieurs définitions. C'est un terme flexible pour une notion qui a beaucoup évolué. Entre locution verbale et mot composé, *Le Robert historique de la langue française* le qualifie de composé invariable. Il n'est pas fixé non plus si ce composé doit être employé au féminin ou au masculin, ou s'il doit être employé entre guillemets<sup>3</sup>. Nous l'emploierons donc au masculin, nous conformant à une pratique majoritaire chez les éditeurs et chercheurs, et pour plus de lisibilité, sans guillemets.

La définition classique est celle du *Petit Robert* : « Encart imprimé contenant des indications sur un ouvrage et qui est joint aux exemplaires destinés à la critique. » C'est une définition extrêmement restreinte, puisqu'elle précise la forme (un encart imprimé), le contenu (des indications sur un ouvrage) et le destinataire (la critique). Or, c'est une expression qui est utilisée pour désigner également le texte envoyé aux journaux par les éditeurs *avant* que le livre paraisse. Ce texte n'était pas encarté, et n'était pas destiné à la critique, il était simplement pensé comme une note d'information. C'est une expression également utilisée pour désigner par extension ce texte imprimé en quatrième de couverture (ni encarté, ni destiné à la critique). C'est donc une définition qui est ancrée dans un contexte historique précis (nous y reviendrons).

Le *Dictionnaire encyclopédique du livre* reprend la même définition en la détaillant :

« Texte donnant des informations sur un ouvrage nouvellement paru (résumé du contenu, éléments biographiques concernant l'auteur, etc.), imprimé sur une feuille volante jointe aux exemplaires envoyés en service de presse aux journalistes et aux critiques ; cette feuille elle-même.

Le prière d'insérer n'a pas le caractère objectif d'une notice bibliographique, quoiqu'il puisse s'apparenter à cette dernière par sa présentation. S'il révèle certaines informations-clés, son objet est avant tout de promouvoir l'œuvre qu'il accompagne et d'évoquer la personnalité de l'auteur en donnant des indications sur ses titres, ses fonctions, ses ouvrages antérieurs, les prix qui ont pu lui être décernés, son éventuelle appartenance à un courant de pensée, à un parti politique, à une école ou à une institution, etc.

Il n'existe pas un prière d'insérer type : selon la nature de l'œuvre et plus encore selon le choix de l'éditeur, ce difficile exercice oscille entre une présentation sobre et un éloge emphatique.

Les éditeurs proposent à certains auteurs de rédiger eux-mêmes le prière d'insérer de leur ouvrage, mais ils doivent le plus souvent en confier la rédaction à un de leurs

<sup>3</sup> Sur ces questions grammaticales : Myriam Boucharenc, « Prière d'insérer », *Nord'* 2014/1 (N° 63), p. 33-41.

collaborateurs directs, au directeur de collection, ou à un rédacteur extérieur, ce qui n'exclut pas d'ultimes remaniements. Le rappel d'extraits d'articles favorables sur d'anciens ouvrages du même auteur est fréquemment utilisé.

Si les critiques parcourent les prières d'insérer (certains d'entre eux les négligent sciemment), on remarque que nombre de journaux ou périodiques les reproduisent tels quels, faute d'un rédacteur spécialisé. »<sup>4</sup>

C'est donc le même type de pratique que décrit ici Philippe Schuwer. Il précise que son contenu n'est pas objectif mais bien promotionnel. Il reconnaît une grande diversité dans le type de discours qui peut être employé. Son apport se situe surtout dans les pratiques éditoriales et journalistiques qui sont rarement dites clairement par les intéressés, à savoir que le prière d'insérer est parfois écrit par l'auteur, parfois par un rédacteur, interne ou externe à la maison d'édition. Également, c'est une pratique que les éditeurs remarquent régulièrement mais qu'il est difficile de vérifier si on ne travaille dans une maison d'édition : les journalistes reprennent souvent à l'identique les prière d'insérer. Cette présentation de l'ouvrage est jointe pour permettre de mieux comprendre celui-ci, si ce n'est pour proposer d'ores et déjà des éléments de langage pour en parler. Philippe Schuwer explique cela par les emplois des journalistes, occupés à rédiger d'autres types d'articles (« faute de rédacteur spécialisé »), mais il se pourrait que ce soit tout simplement faute de temps, quand on imagine la quantité de livres que reçoivent les journalistes.

Si cette définition nous permet de mieux appréhender le prière d'insérer, elle reste néanmoins très spécifique. Pour embrasser l'ensemble des formes que peut prendre le prière d'insérer, il convient d'en adopter une définition élargie. Si son contenu est variable, son emplacement, ses destinataires ne sont pas fixes, son objet est, lui, toujours le même et c'est bien autour de cette idée que Genette propose cette simple définition :

« Un texte bref (généralement d'une demi-page à une page) décrivant, par voie de résumé ou tout autre moyen, et d'une manière le plus souvent valorisante, l'ouvrage auquel il se rapporte – et auquel il est, depuis un bon demi-siècle, joint d'une manière ou d'une autre. »<sup>5</sup>

Cette définition permet d'englober une plus grande variété de pratiques, et d'intégrer l'importante évolution que ce terme a subie, en précisant l'ancrage historique auquel il fait référence.

## 2. ... qui font correspondre au prière d'insérer différents statuts

Tâchons désormais d'appliquer la méthode d'analyse que propose Genette, qui consiste à déterminer les statuts de ce paratexte qu'est le prière d'insérer.

<sup>4</sup> FOUCHÉ Pascal, PÉCHOIN Daniel, SCHUWER Philippe (dir.), *Dictionnaire encyclopédique du livre*, Paris, Éd. du Cercle de la librairie, 2011.

<sup>5</sup> GENETTE Gérard, *Seuils*, éditions du Seuil, Paris, 1987, p.108.

Tout d'abord, nous avons vu que l'emplacement du prière d'insérer n'était pas fixe, puisqu'il peut être encarté ou imprimé en quatrième de couverture. Ces deux états font varier également la temporalité de ce type de paratexte. Dans un cas, il se situe avant le texte, puisqu'il précède son office et accompagne les services de presse. Sa durée de vie est limitée en ce qu'il disparaît une fois qu'il est repris, ou non, par les journalistes ou les critiques. Dans sa forme imprimée en quatrième, sa durée de vie est plus longue, puisqu'elle commence à la publication du livre et dure autant que celui-ci. Son statut substantiel est textuel, tout comme le livre qu'il accompagne. Si la quatrième a un statut substantiel bien plus varié et variable, le prière d'insérer en lui-même est purement textuel.

Pour définir ce que Genette appelle le statut « pragmatique » du prière d'insérer, il faut en définir le destinataire, c'est-à-dire l'énonciateur du message. Nous avons vu que ce paramètre aussi était variable, allant de l'éditeur, à l'auteur du texte, en passant par des rédacteurs ou des directeurs de collection. Le destinataire du message peut être défini (ou non-défini, tant le terme est flou) par le public dans son ensemble. Pour préciser un peu, lorsque le prière d'insérer est encarté, le journaliste en est le principal destinataire, même si celui-ci est vu comme un intermédiaire avant le public en général (qui ne sera que le public lecteur de ce journal). Lorsque le prière d'insérer est imprimé en quatrième de couverture, il s'agit également du public, mais un public plus spécifique puisqu'il s'agit déjà du public qui se rend en librairie, et ce dans une démarche curieuse qui n'est pas de vouloir acheter un titre précis. C'est un paratexte qu'on peut également qualifier d'« officiel » puisque l'éditeur ne pourra s'en dégager la responsabilité. C'est un texte qu'il sera obligé d'assumer. Du point de vue de la force illocutoire, c'est-à-dire en quelque sorte du degré d'influence et du genre d'influence que cet élément du paratexte aura sur le lecteur, on peut dire que le prière d'insérer est un des éléments qui a le plus de force illocutoire. Il est informatif, mais également puissance de conseil, d'interprétation... Il est potentiellement ce qui donne le plus de clefs de lecture, selon les choix éditoriaux.

La fonction du prière d'insérer est ce qui le définit, c'est-à-dire informer sur le texte dans un but promotionnel. Pour tenter de mieux comprendre son origine, on peut se demander quelle nécessité avaient les éditeurs de joindre un texte à l'exemplaire de l'œuvre dont ils souhaitaient un article. Genette propose plusieurs hypothèses de réponse, qui ont encore aujourd'hui l'intérêt d'éclairer certaines pratiques. Tout d'abord, cela pouvait dispenser le journaliste de lire le livre, dans une optique un peu dévalorisante pour la presse. *A contrario*, cela peut sous-entendre que le livre ne parle pas en lui-même, qu'il a besoin d'être expliqué, ce qui est cette fois-ci peut-être dévalorisant pour l'auteur. Enfin, il se peut que ce soit dans un objectif très pratique d'indiquer au rédacteur-en-chef à quel journaliste (selon sa spécialité) le livre a le plus de chance de s'adresser.

Dans tous les cas, c'est une pratique qui s'est largement généralisée et a fini par atterrir sur l'espace du volume lui-même.

## Chapitre 2

# Une histoire récente

Après avoir mieux défini le *paratexte*, ses statuts, ses fonctions, une perspective historique permet de mieux en dégager les enjeux. Le *paratexte* dans son ensemble, qui nous paraît quasiment naturel, qui est produit en grande quantité par la société médiatique, n'existait presque pas en Antiquité et au Moyen-Âge. Les textes circulaient dans un état proche de l'état brut. À l'échelle de l'histoire du livre, et encore davantage de l'histoire globale, la quatrième de couverture occupe une place minimale, puisque celle-ci est très récente. Avant l'apparition du codex à la fin de l'Antiquité, les *volumen*, qui étaient des rouleaux de papyrus, n'avaient pas de quatrième de couverture, puisqu'ils n'avaient pas de couverture. En outre, la quatrième de couverture « investie de texte », est encore plus récente. Celle-ci est en effet restée vierge pendant une longue période. Une analyse un peu plus précise du *paratexte* dans sa dimension historique nous permettra de cerner la période qui a vu l'apparition du texte en quatrième de couverture. Dans la deuxième moitié du XX<sup>e</sup> siècle, le texte en quatrième se généralise, et une analyse de l'évolution des stratégies de promotion nous en fera mieux comprendre les enjeux. Finalement, la question actuelle qui peut être posée est celle de l'existence de la quatrième de couverture pour les livres numériques.

## I. Préhistoire de la quatrième de couverture : une apparition progressive du *péritexte*

### 1. Une quasi-absence de *péritexte* sur les manuscrits médiévaux

Le type de reliure détermine la quantité de *paratexte* présent avec le livre. Ainsi, l'évolution du *paratexte* suit étroitement celle des différents types de reliure.

Tout d'abord, il faut rappeler que le codex (le livre comme feuilles pliées en cahiers) apparaît au II<sup>e</sup> siècle avant Jésus-Christ. Pendant tout le Moyen-Âge, le livre prend cette forme-là, en parchemin. Parfois, le livre n'était même pas relié. Relieur était un métier à part entière, et le client achetait d'abord les différents cahiers, puis les faisaient relier. Si la personne n'avait pas les moyens (ce qui arrive davantage après l'apparition de l'imprimerie, avec les incunables et la relative démocratisation du livre, acheté de plus en plus par des étudiants, moins fortunés que les nobles), ou pour divers empêchements, le livre pouvait ainsi rester « à nu ». Pour rassembler les cahiers, des lacets ou des fermoirs métalliques étaient utilisés. Les « livres-bourses », avec les cahiers rassemblés dans une bourse accrochée à la ceinture, étaient également une pratique plutôt répandue.

Lorsque le livre était relié, il l'était avec des *ais*, c'est-à-dire des planches en bois<sup>6</sup>, qui constituent les plats. Ceux-ci étaient recouverts de cuir, plus rarement de tissu. Il n'y avait pas de texte inscrit sur la couverture, mais elle était souvent décorée, parfois très luxueusement, avec des estampages à froid. Les contreplats (les deuxième et troisième de couverture) restaient vierges, puis ont été recouverts d'une feuille de parchemin, puis de papier blanc. Les titres et noms d'auteurs étaient inscrits juste avant le début du texte, ou ne l'étaient pas du tout. Parfois ils l'étaient sur une languette de parchemin, protégée par une plaque de corne, au dessus du plat supérieur. Celle-ci était visible puisque les livres n'étaient pas rangés verticalement mais horizontalement.

## 2. Des pages intérieures vers la quatrième

Avec l'imprimerie, la page de titre se généralise peu à peu<sup>7</sup>. Le papier, beaucoup moins cher que le parchemin, a moins besoin d'être économisé. De plus, les techniques se rationalisent. Le titre du volume devient de plus en plus visible. Auparavant en fin d'ouvrage, constituant le colophon, le titre se déplace en début de livre. S'y trouve également une marque pour le libraire. La marque de l'imprimeur reste en fin d'ouvrage.

La page de titre en tant que telle apparaît vers 1510<sup>8</sup>. Elle est parfois agrémentée d'une illustration ou d'un encadrement. Ces illustrations sont rajoutées à la main, ou avec des gravures sur bois. Mais les titres sont plutôt de longues descriptions du texte. La page de titre telle qu'on la connaît, avec un titre court, fait plutôt son apparition vers 1520-1530. Pour créer les pages de titres avec des illustrations rationalisées, et durables (les plaques de bois ne supportent pas beaucoup la puissance de la presse), celles-ci sont ensuite gravées sur des plaques de cuivre.

---

<sup>6</sup> Barbier Frédéric, *Histoire du livre en Occident*, Armand Colin, Paris, 2012, p.64-65.

<sup>7</sup> Idem, p.104.

<sup>8</sup> Idem, p.210.

À partir du XVII<sup>e</sup> siècle, les illustrations se situent en regard de la page de titre et constituent des frontispices.

Au XIX<sup>e</sup> siècle, avec l'industrialisation, qui concerne aussi le domaine du livre, la forme de celui-ci va encore beaucoup changer. Grâce à une forte demande, les prix des livres baissent, les tirages augmentent, le livre se démocratise. Avec une plus large diffusion, les formats se font plus petits et plus denses (on pense notamment aux formats charpentier). La reliure industrielle fait des progrès, avec notamment la chromolithographie. Celle-ci revêt une importance particulière par exemple pour les livres de la maison Mame. Tant que la reliure est en cuir, celle-ci n'est pas investie de texte, ou alors seulement sur le dos. C'est encore aujourd'hui le cas, avec une collection comme la Pléiade par exemple. Mais avec l'apparition de la couverture cartonnée, la possibilité d'y inclure du texte, puis des illustrations séduit de plus en plus les éditeurs. L'histoire de la quatrième de couverture rejoint ici celle du prière d'insérer, puisqu'elle est investie de texte lorsque celui-ci y est imprimé.

## II. Le prière d'insérer dans tous ses états

### 1. Le « véritable » prière d'insérer

Au XIX<sup>e</sup> siècle, les éditeurs envoyaient une lettre, ou un texte, aux directeurs de journaux, à la presse non spécialisée, la presse spécialisée ne s'étant pas encore développée. À cette période, le prière d'insérer porte bien son nom, nom qui est pourtant apparu, et a été défini plus tard, alors que la pratique elle-même s'était modifiée. En effet, il s'agit bien de la part des éditeurs, de prier les directeurs de journaux d'insérer le texte qui leur est fourni, en vue de prévenir le public d'une prochaine sortie. Le texte était en général repris tel quel, pour informer les lecteurs, à une époque où la presse écrite était la principale, voire la seule source d'informations.

Dès cette période, il est difficile de connaître le véritable rédacteur du prière d'insérer. Si le journal en porte la responsabilité, ce qui fait de lui le destinataire putatif, le texte peut être directement celui de l'éditeur, voire de l'auteur. On sait que Zola par exemple écrivait la plupart des prière d'insérer. Avant d'être inséré, le destinataire putatif est l'éditeur dans tous les cas, même si c'est l'auteur qui a écrit le texte.

Le prière d'insérer est alors un épitexte extratextuel, c'est-à-dire qu'il ne fait pas partie du texte, il n'est même pas accompagné par le livre. Le destinataire est constitué du public au sens large, via la presse, et de manière induite les critiques.

## 2. Le « prière de rendre compte »

À la définition du *Robert* (« Encart imprimé contenant des indications sur un ouvrage et qui est joint aux exemplaires destinés à la critique. ») correspondrait mieux cette expression, « prière de rendre compte ». En effet, au moment où l'expression « prière d'insérer » est officialisée par une entrée dans le dictionnaire, les pratiques ont évolué et il ne s'agit déjà plus d'un « prière d'insérer ». Le but n'est plus d'insérer un texte mais de rendre compte d'un ouvrage. La forme est modifiée, une feuille présentant l'ouvrage est désormais encartée dans un exemplaire de service de presse. Le texte en lui-même est semblable, sa rédaction est similaire, c'est pour cela que la même expression a perduré alors qu'elle ne collait plus vraiment à la réalité. On continue pour les critiques comme on le faisait pour le public, les mêmes techniques de rédaction sont réutilisées.

Mais cette fois-ci le prière d'insérer consiste plutôt en un périphrase précaire. Le texte est encarté, il est donc dans l'entourage proche du livre, mais il n'a pas vocation à perdurer. Après avoir été utilisé pour nourrir un article, cette feuille est détruite.

Le destinataire n'est plus directement le public, mais les critiques, qui adoptent un statut d'intermédiaire. Le texte du prière d'insérer est censé être une simple base, fournir les éléments nécessaires à la rédaction d'une critique.

Cette évolution est sans doute liée au développement de la presse spécialisée et à l'apparition du métier de critique littéraire.

## 3. Généralisation du prière d'insérer

Petit à petit, les éditeurs encartent ce prière d'insérer non seulement à l'intérieur des exemplaires de service de presse mais à l'ensemble des exemplaires. Tous les lecteurs ont donc accès à ce texte, qui présente l'ouvrage qu'ils viennent d'acheter. On observe ce phénomène après la Seconde Guerre mondiale, dans les années 1950. Après avoir destiné ce texte seulement aux critiques, les éditeurs sont revenus à ce destinataire initial, le public de manière générale.

Cependant, c'est une pratique qui coûtait très cher en main d'œuvre. Cela devait être semblable au bandeau ou à la jaquette en terme de coût, puisque dans ces cas-là, le bandeau doit aussi être placé autour du livre manuellement. Cela coûte environ 30 % de plus par rapport au coût unitaire d'impression pour l'éditeur. Comme le prière d'insérer devait également être encarté manuellement, le coût devait être semblable. D'autant plus que dans l'immédiat après-guerre, les éditeurs devaient faire face à une importante pénurie de papier. Le livre étant lui-même un espace d'impression, il est apparu moins cher, plus efficace et plus sûr d'imprimer directement ce texte

sur l'espace du livre. En effet, le texte a ainsi moins de chance d'être perdu ou abîmé.

La quatrième de couverture est donc utilisée de manière logique pour recevoir le prière d'insérer. Espace pour l'instant vierge de texte et qui a l'avantage d'être directement visible, sans qu'il y ait besoin de le chercher dans le volume. D'après un collectionneur de livre, François Bogliolo, le premier éditeur à avoir l'idée d'imprimer le prière d'insérer directement en quatrième de couverture serait Edmond Charlot en 1949, pour des livres d'Emmanuel Roblès et Alberto Moravia.<sup>9</sup>

Du fait de la précarité des anciennes formes de prière d'insérer, il est difficile de dater ces pratiques. Cependant, pour mieux situer au moins ce dernier état de prière d'insérer, on sait par exemple que le prière d'insérer encarté a disparu chez Gallimard en 1969, alors que les éditions de Minuit ont continué pendant encore de longues années.

Le prière d'insérer passe donc de périphrase précaire à périphrase durable : il est durablement visible et disponible pour le lecteur. Cela permet aussi différentes lectures, ce qui a été exploité par les éditeurs. Il est désormais possible de relire ce texte en milieu de lecture du livre, voire à la fin. Il est donc possible de jouer avec des effets de surprise, de donner des éléments qui ne seront compréhensibles qu'à la fin de la lecture, ce qui peut attiser la curiosité des lecteurs.

Il est cependant nécessaire de formuler une réserve : si le prière d'insérer apparaît ainsi comme le plus visible, accessible et destiné à tous, il ne l'est qu'aux personnes qui se déplacent en librairie : qui restent public s'ils reposent le livre, ou deviennent lecteurs s'ils choisissent de l'acheter.

Le prière d'insérer est donc une expression utilisée pour signifier des formes et des pratiques bien différentes les unes des autres, qui évoluent sans cesse et qui se côtoient aussi souvent, chaque éditeur ne choisissant pas la même forme que d'autres au même moment.

### III. Diversification des quatrièmes de couverture

#### 1. Une évolution liée à l'évolution de la commercialisation

L'évolution de la quatrième de couverture après la Seconde Guerre mondiale est liée à celle de la promotion et de la commercialisation des livres, qui se développe en même temps que la société de consommation. Selon Philippe Lane, qui consacre un chapitre à *Histoire de l'édition*

---

<sup>9</sup> CAVIGLIOLI David, « La rentrée littéraire vue de dos, défilé des mauvaises quatrièmes de couverture », *L'Obs* (site web), 14/08/2015.

*française après 1945*<sup>10</sup>, cette période connaît trois profondes mutations dans ce domaine. Tout d'abord la concurrence de la grande distribution pour les librairies, qui en sont d'abord influencées, puis choisissent de s'en démarquer. Il s'agit ensuite de l'évolution des mentalités et des comportements des consommateurs, qui connaissent une forte augmentation de leur pouvoir d'achat. C'est finalement la montée en puissance des médias, et leur diversification. Le livre et sa forme sont modifiés pour pouvoir s'adapter à ce nouveau public et ces nouvelles pratiques.

Les techniques de promotion sont d'abord concentrées sur la librairie, avec l'apparition de la publicité sur lieu de vente par exemple, puis celles-ci se diversifient et ciblent de plus en plus les médias. Le public est sollicité par d'autres sources d'information, ses loisirs se diversifient également, avec le développement du disque, de la télévision, le marketing autour du livre doit donc être de plus en plus imaginaire et percutant.

Philippe Lane distingue trois périodes. Jusqu'au années 1960, on observe surtout une diversification des techniques de promotion. Pendant les années 1970 et 1980, les éditeurs prennent en compte et intègrent les médias et la grande distribution dans leurs stratégies promotionnelles. Depuis les années 1980, ces stratégies, qui avaient vu divers essais et un large déploiement, tendent à se rationaliser.

## 2. L'apparition du livre de poche : un bouleversement

Jusqu'aux années 1950, le libraire était très proches des éditeurs et des représentants, et connaissait bien les livres mis en vente, tout comme le public. Cela est également lié au fait que la production n'avait encore atteint les quantités démentielles que nous connaissons aujourd'hui. Le public demandait au libraire le titre recherché, ou ses conseils, mais ne se servait pas lui-même, ce qui limitait considérablement le besoin de la promotion du livre « par lui-même ».

Après la guerre, la jaquette apparaît, les éditeurs tentent de séduire le public directement, les libraires peuvent s'en servir pour égayer les vitrines. Mais les couvertures changent surtout avec l'apparition du poche en 1953 avec « Le Livre de Poche ». C'est l'apparition de techniques de fabrication industrielles qui se manifestent sur l'aspect du livre : un dos carré-collé selon la technique du « perfect-binding », un volume massicoté sur trois côtés, une couverture souple cartonnée et pelliculée. « La couverture est déjà en elle-même une petite affiche publicitaire. »<sup>11</sup> C'est une véritable innovation, suivie ensuite par de nombreux autres éditeurs, et dont les techniques de fabrication s'étendent à l'ensemble de la production. Les couvertures souples sont ensuite largement utilisées pour les grands formats. Cela généralise l'illustration de couverture et

---

<sup>10</sup> FOUCHÉ Pascal (dir.), *L'édition française : depuis 1945*, Paris, Éd. du Cercle de la librairie, 1998.

<sup>11</sup> LANE Philippe in FOUCHÉ Pascal (dir.), *L'édition française : depuis 1945*, Paris, Éd. du Cercle de la librairie, 1998, p.598.

le reste en quatrième de couverture. De plus, le poche est employé pour rééditer des titres qui sont déjà de grands succès, les arguments à mettre en avant en quatrième de couverture sont donc déjà disponibles. Le succès du « Livre de poche » tient aussi beaucoup à ses nouvelles techniques de diffusion et notamment en gare. Là aussi, c'est une petite révolution : le livre ne touche plus seulement les élites habituées à se rendre en librairie, mais un public bien plus large. Qui ne demande donc pas forcément au libraire un titre, mais se sert lui-même.

La généralisation du poche amène également à ce que le lecteur se préoccupe de plus en plus du prix des livres. Avec l'industrialisation et la hausse de la production, la durée de vie des livres en librairie est de plus en plus courte, le livre doit donc se défendre.

### 3. Des évolutions de mode

Dans les années 1970, l'image du livre devient déterminante. Elle l'était déjà depuis les années 1950, mais avec le développement de la télévision, de la publicité et la récession économique, l'image du livre doit être plus attractive. Cependant, comme le reconnaît Philippe Lane : « Il est bien difficile d'identifier une évolution claire et linéaire des couvertures durant cette période. »<sup>12</sup> Elles sont souvent le fruit de modes ou d'actualité culturelle. Par exemple la couverture de Folio, collection qui apparaît durant cette période, est pensée pour correspondre à une image peu élitiste (d'où la présence d'une illustration) mais tout de même sérieuse (le fond blanc). Il est néanmoins possible d'identifier un tournant à la fin des années 1970 avec la généralisation de la couverture blanche et du titre noir, la sobriété devient le modèle dominant.

Les modes s'enchaînent rapidement, les couvertures datent de plus en plus vite. Pour signifier cette accélération, on peut prendre l'exemple de la « Bibliothèque verte », qui est restée la même pendant une trentaine d'années puis a connu trois évolutions successives. Les couvertures



se font moins naïves, moins démonstratives, plus épurées. Dans les années 1980, les maisons choisissent de concentrer leur stratégie sur un message promotionnel resserré. Par exemple, Francis Esménard chez Albin Michel a lancé la collection Spécial Suspense en faisant réaliser une jaquette pour le premier Mary Higgins Clark en expliquant pourquoi ce livre lui avait plu. Les livres étaient déjà imprimés, la jaquette a été rajoutée au dernier moment. C'est ce qui fait désormais la renommée de cette collection et cette technique est encore employée aujourd'hui, par exemple pour ce titre de Viveca

<sup>12</sup> Idem.

Sten (ci-dessus).

Cela nous permet d'ailleurs de remarquer que ce qui ressemble à un prière d'insérer est imprimé sur la première de couverture, ce qui correspond à cette période de diversification des techniques de promotion et qui est assez rare pour être remarqué.

## IV. La quatrième de couverture des livres numériques ?

La question peut paraître absurde mais a le mérite d'être posée. Évidemment qu'ils n'ont pas de quatrième de couverture, puisqu'ils n'ont pas de couverture ! Cependant, si le côté formel ne peut être retrouvé, peut-être que la dimension textuelle peut l'être : un texte semblable au prière d'insérer peut-il être lu dans le circuit numérique ? Si c'est le cas, est-ce le même que celui du format papier ? Ou alors, peut-être que la fonction de la quatrième de couverture et du prière d'insérer, d'informer et de provoquer le désir de l'ouvrage, est-elle endossée par un autre objet ? Dans ce cas, quelle est sa forme ? Est-il utile ? A-t-il réellement le même effet ?

### 1. Un paratexte numérique ?

La question du paratexte des livres numériques est encore très peu abordée. Cependant, on peut déduire que sous sa forme numérique, le texte semble s'offrir d'une manière plus « pure » que lorsqu'il est imprimé. Ici, pas de choix préalable et imposé au lecteur, le texte semble s'offrir de lui-même. Le lecteur peut même modifier son expérience de lecture en changeant la mise en page et augmenter son expérience de lecture grâce à des hyperliens, des recherches dans le dictionnaire, des surlignages... C'est cette idée qu'on retrouve dans *La lecture numérique : réalités, enjeux et perspectives*, publiée par les presses de l'Enssib :

« Aujourd'hui, un texte, même ancien, recommence une nouvelle vie lorsqu'il est numérisé. Il perd son paratexte, cette "carte d'identité" pré-établie, et redevient anonyme. Il lui faudra à nouveau convaincre et séduire le lecteur par ses caractéristiques intrinsèques. »<sup>13</sup>

En effet, tout ce qui tient à sa matérialité, ce qui rend le livre, objet, a disparu. Cependant, c'est un raccourci bien rapide d'affirmer qu'il « perd son paratexte ». En effet, certains éléments du paratexte imprimé sont conservés et toujours visibles, disponibles pour le lecteur, et continuent de conditionner sa lecture. Il s'agit par exemple de la couverture, qui s'affiche en premier lieu, pour l'ensemble des textes qui sont aussi livres imprimés. Elle s'affiche peu importe

<sup>13</sup> BELISLE Claire (coordinatrice), *La lecture numérique : réalités, enjeux et perspectives*, Presses de l'Enssib, Collection « Référence », Villeurbanne, 2004, p.91. URL : [http://www.enssib.fr/sites/www/files/documents/presses-enssib/ebooks/lecture-numerique\\_ebook.pdf](http://www.enssib.fr/sites/www/files/documents/presses-enssib/ebooks/lecture-numerique_ebook.pdf)

le support utilisé, que ce soit sur ordinateur, tablette, ou liseuse. Il s'agit également des éléments textuels comme les notes ou la préface. Des éléments nouveaux, propres au numérique, peuvent même être ajoutés au paratexte du livre papier, les métadonnées du livre par exemple. En tant qu'éléments qui « entourent et prolongent » le texte, elles peuvent sans aucun doute être considérées comme appartenant au paratexte.

Cependant, le paratexte avait un caractère plus fixe dans le livre papier que dans le livre numérique. Tout d'abord, les fichiers ne sont pas tous semblables, particulièrement pour les textes qui sont tombés dans le domaine public, ou pour ceux qui n'ont pas leur équivalent papier. Le lecteur doit lui-même chercher les éléments qui lui permettront de se repérer dans ce nouvel environnement de lecture :

« L'expérience de lecture pouvait s'appuyer sur ces constantes cristallisées dans le livre imprimé. Avec le texte numérique, l'écran devient l'unique lieu d'interaction avec l'œuvre. Le lecteur doit reconstruire de nouveaux repères pour identifier l'œuvre, se repérer dans son parcours, mémoriser des passages importants et des expériences spécifiques. »<sup>14</sup>

Cette idée de parcours est particulièrement intéressante en ce qui concerne la quatrième de couverture. Pour tenter de trouver les avatars de la quatrième de couverture en numérique, nous avons tenté, plutôt que de retrouver l'objet, de retrouver le moment de la rencontre avec l'équivalent de celle-ci sur le circuit numérique. En fonctionnant ainsi, nous avons trouvé de nombreuses similitudes entre le parcours d'un lecteur numérique et celui d'un lecteur de livres papier.

## 2. Un espace paradoxalement rigide

Le lecteur numérique ne se rend pas en librairie : il consulte les sites qui proposent une offre de livres numériques. La plupart du temps, ces sites font de la vente par correspondance de livre papier et des livres numériques, il est donc en plus possible pour le consommateur de comparer les prix des différentes offres. Il s'agit principalement d'Amazon, de la Fnac et nous avons également consulté leslibraires.fr, un site qui a une offre très volumineuse de livres numériques. Pour ces trois sites, le « parcours » est similaire à celui qu'on pratique en librairie : un classement par rayons, qui permet de flâner parmi les livres présentés par leur couverture, de cibler notre rayon préféré (là, une petite différence, les rayons sont construits selon les livres les plus achetés en numériques, donc une place plus importante accordée à la romance et aux polars), si on recherche un titre particulier, on utilise la barre de recherche comme on demanderait au libraire. Une fois qu'un livre nous a séduit, on clique dessus, comme on le prendrait en main. Là, diverses données plus précises apparaissent, comme si nous avions retourné le livre pour en

---

<sup>14</sup> Idem.

consulter la quatrième de couverture : le prix (qui était également visible plus tôt, ce qui est là encore une différence avec la librairie), la collection, les métadonnées du livre. Est détaillé le format du fichier, précision indispensable puisqu'elle ne peut être constatée empiriquement.

Et, évidemment, se trouve également un « prière d'insérer ». Pas toujours visible immédiatement, cela nécessite parfois un nouveau clic, pour avoir le texte entier par exemple (comme on ouvrirait un rabat ?). Ce prière d'insérer est fourni aux sites par les éditeurs : il s'agit la plupart du temps du même texte que celui qui est imprimé sur les livres. Par exemple, pour la correspondance entre Albert Camus et Maria Casarès<sup>15</sup>, le même texte est repris que celui imprimé en quatrième de couverture. Une biographie d'Albert Camus est cependant ajoutée sur Amazon (qui prévoit une rubrique pour la biographie de l'auteur), alors qu'elle n'est pas présente sur le livre. Un autre parallèle peut être dressé : pour lire le prière d'insérer jusqu'au bout, il faut cliquer sur « En lire plus » sur Amazon, et sur le livre papier, il faut ôter le rabat, qui cache la fin du texte. Cela renvoie aussi au fait que c'est un texte en général survolé et plus rarement lu en entier. Pour *Trainspotting*<sup>16</sup> d'Irvine Welsh, le même texte est également repris, tout comme *Demain Berlin*<sup>17</sup>, d'Oscar Coop-Phane. Pour ce dernier exemple, le prière d'insérer n'est pas visible pour l'achat du livre imprimé, seulement pour le livre numérique, ce qui montre qu'il est indispensable pour celui-ci, et non pour le livre papier. Le lecteur du numérique n'a en effet pas d'autres moyens d'y accéder. Certes ces exemples ne permettent pas de dresser une vérité générale, mais avec ces trois éditeurs assez différents, on voit que le fait de reprendre le même texte que celui du livre papier est une pratique répandue parmi les éditeurs. Cependant, ce n'est pas systématique. Particulièrement pour les ouvrages du Dilettante : il est plutôt rare de retrouver le même texte que celui qui est imprimé en rabat (leurs prière d'insérer sont rarement imprimés en quatrième de couverture). Que ce soit pour *L'Extraordinaire Voyage du fakir qui était resté coincé dans une armoire Ikea*, *La Vie brève de Jan Palach*, ou *Babylone Express*, ce sont des textes plus détaillés, plus descriptifs et explicatifs, de manière plus au moins éloignée du texte imprimé. D'autres modifications sont à noter, par exemple : la longue et ironique biographie de Romain Puértolas est réduite (lorsqu'un espace est dédié sur le site), et une autre biographie est rajoutée sur Amazon, celle de Dominique Pinon, qui lit le livre audio, ce qui n'est pas précisé et peut être sujet à confusion. Les phrases chocs, censées interpeler le lecteur, qui sont imprimées en quatrième de couverture, ne sont pas du tout présentes sur le circuit numérique.

Comme on a vu pour le *Fakir*, le numérique voit plus souvent des erreurs se glisser dans

---

<sup>15</sup> CAMUS Albert, CASARÈS Maria, *Correspondances 1944-1959*, Gallimard, Paris, 2017.

<sup>16</sup> WELSH Irvine, *Trainspotting*, Au diable vauvert, Vauvert, 2011.

<sup>17</sup> COOP-PHANE Oscar, *Demain Berlin*, Finitude, Le Bouscat, 2013.

les textes, et pas seulement des fautes de frappe. Par exemple, pour *Journal écrit en hiver*<sup>18</sup>, d'Emmanuel Bove, le livre numérique est fourni par Le Castor Astral éditeur, qui a fourni le mauvais prière d'insérer... Le résumé ne correspond pas du tout au livre. D'ailleurs, le prière d'insérer du livre imprimé par les éditions Sillage en est très loin.

On remarque donc que les éditeurs sont sans doute moins rigoureux pour ce qui est du numérique que du papier. Ce qui est compréhensible puisqu'une erreur sur le papier nécessite de pilonner tout le tirage, alors qu'une erreur sur le numérique peut être quasiment immédiatement corrigée. Il apparaît également que, contrairement au texte en lui-même, qui se montre malléable pour le lecteur, l'espace du paratexte est très rigide pour les éditeurs. En effet, ils doivent fournir un texte assez long pour expliquer le propos mais pas trop long pour convenir au format assez court du numérique. Un résumé, et une biographie, sont consacrés à des espaces dédiés, contrairement au livre, qui dans ce cas apparaît comme un espace de plus grande liberté. Les éditeurs peuvent choisir de faire figurer ou non un prière d'insérer, et de le faire figurer en quatrième, en rabat, de rajouter des accroches, des choix graphiques...

---

<sup>18</sup> BOVE Emmanuel, *Journal écrit en hiver*, Sillages éditions, Paris, 2016.

# Chapitre 3

## Les quatrièmes de couverture à travers le monde

Comme nous avons pu le voir, les manières de construire et rédiger une quatrième de couverture dépend beaucoup de phénomènes de modes depuis les années 1980. Ces modes ne sont pas les mêmes d'un pays à l'autre, et il paraît donc pertinent de mesurer l'ampleur du facteur spatial. La culture d'un pays contribue à déterminer la manière dont il présente ses livres.

Pour ce faire, nous adopterons tout d'abord une démarche intensive, c'est-à-dire en étudiant plusieurs éditions d'un même titre, pour deux titres différents, afin de mesurer précisément les variations d'un pays à l'autre. Puis nous verrons dans une perspective extensive si des tendances nationales peuvent être dégagées. Nous prendrons ici l'exemple de deux pays : Le Royaume-Uni et l'Allemagne.

### I. Les différentes quatrièmes d'un titre à travers le monde

#### 1. Étude de cas : *L'Extraordinaire Voyage du fakir qui était resté coincé dans une armoire Ikea*, Romain Puértolas, *Le Dilettante*

##### a. Des quatrièmes qui mettent l'accent sur les citations de presse

Parmi les quatrièmes de couverture (toutes les couvertures, premières et quatrièmes, du *Fakir* sont en annexe 1) qui mettent en valeur les citations de journalistes, figure en premier lieu la traduction britannique. La quatrième est quasiment exclusivement composée de citations, en alternant les journalistes français et anglais. C'est donc l'élément qu'a choisi de mettre en avant

l'éditeur, l'élément qui sera le plus visible en librairie. La présence de rabats lui a permis ce choix, puisqu'un prière d'insérer et une biographie de l'auteur, tout deux assez développés, sont aussi présents, mais en rabats, ce qui nécessite un geste supplémentaire du public, dont l'attention est donc d'abord accrochée par les citations, sept au total, plus ou moins longues. Ce sont des citations qui évoquent le style de l'auteur, les qualités du livre, mais qui ne dévoilent que peu le contenu du texte, par exemple : « Full of quirky charm... [A] hilarious and touching journey towards redemption and self-knowledge. Delightful. » Kate Saunders, *The Times* (London). On peut également remarquer que les noms des journalistes sont présents, alors que pour d'autres traductions, seul le journal est mentionné. Cela peut être un signe que dans les pays anglo-saxons, un journaliste peut avoir un vrai pouvoir prescripteur. Les autres arguments avancés en quatrième sont aussi éminemment marketing, comme le fait que ce titre ait été finaliste au Prix Renaudot, et que ce soit déjà un succès à l'étranger, particulièrement en France : « International acclaim for the best seller ». C'est d'ailleurs la première phrase mentionnée.

On retrouve un peu la même configuration pour les couvertures allemandes et espagnoles, extrêmement semblables, reprenant le design de la couverture de poche française. À ceci près que ce sont des couvertures sans rabat, où l'essentiel est donc condensé en quatrième. C'est également l'argument commercial du best-seller qui est avancé en premier sur la quatrième allemande, tandis qu'en Espagne une phrase d'accroche débute le texte de quatrième (la mention bestseller figure déjà sur la première). Ensuite figure un prière d'insérer de taille moyenne, qui se concentre, dans les deux cas, sur l'histoire et non sur le style de l'auteur. C'est donc exclusivement les citations, deux ou trois, qui jouent ce rôle-là, dans une démarche d'objectivité, en se remettant à un jugement extérieur. Autre différence intéressante, les citations de la traduction espagnole sont celles de journalistes français, alors que celles de la traduction allemande sont de journaux allemands. Dans les deux cas, l'impasse est faite sur la biographie de l'auteur. Pourtant, Romain Puértolas est d'origine espagnole et vit en Espagne, ce qui aurait pu être mis en valeur.

La couverture suédoise présente un peu les mêmes caractéristiques, faisant l'impasse sur la biographie de l'auteur et insistant sur les citations de journaliste, qui d'un point de vue de mise en page, encadrent le prière d'insérer de manière un peu originale. Ce sont cette fois des journaux suédois. Le code couleur d'Ikea, exploité en France pour le grand format comme pour le poche, en Espagne et en Allemagne, n'est cette fois-ci pas repris. Peut-être les Suédois en ont-ils marre de voir Ikea partout... Ils choisissent de miser sur une image française, en faisant figurer la tour Eiffel en première de couverture (comme sur la couverture russe). Une citation est également présente en première de couverture, ce qui est assez rare pour être remarqué.

### *b. Des quatrièmes de couverture qui mettent l'accent sur le prière d'insérer*

C'est le cas des traductions des pays slaves et baltes. Ces couvertures font l'impasse totale sur les citations de journalistes. La couverture estonienne choisit d'ailleurs d'utiliser l'opposition entre les couleurs bleu et jaune pour séparer le prière d'insérer de la biographie, dans cet ordre. La biographie est une traduction de la biographie fictive de l'édition française, ce qui n'est pas le cas de la biographie anglaise, réaliste. La quatrième hongroise est semblable, la biographie fictive est aussi reprise, mais le prière d'insérer est bien plus développé. Les trois parties sont aussi très distinctes, avec au centre quelques phrases qui viennent s'ajouter, qui constituent souvent la fin du prière d'insérer, sur le style de l'auteur (ce qui n'est qu'une hypothèse étant donné mes faiblesses en hongrois).

L'éditeur letton a quant à lui fait le choix de faire précéder le prière d'insérer de la biographie, ce qui est assez rare. Les éléments sont tous présents mais ce choix montre une mise en valeur première de l'auteur. L'accroche, en rouge et gras, clôt le texte de quatrième.

La quatrième slovène quant à elle semble se concentrer exclusivement sur le contenu du texte puisque aucune biographie ni citation n'est visible.

On peut ranger la couverture russe, à rabat, également dans cette catégorie car en quatrième, l'élément qui est mis en avant est le prière d'insérer, les citations et biographie étant reproduits sur les rabats. Cette couverture russe peut également être l'occasion d'une remarque sur l'importance des codes culturels, qui sont liés à la nationalité et à la géographie, dans les graphismes utilisés. Cette utilisation de la typographie, associée à la couleur orange et à ce vert assez terne nous fait penser à Halloween, thème dont le livre est plus qu'éloigné (les valises ressemblent d'ailleurs à des citrouilles). Donc, soit cette couverture est ratée, soit cette évocation symbolique n'est pas du tout la même en France et en Russie.

La couverture de la traduction en Albanie fait figure d'exception dans ce bref classement, puisque aucun choix ne semble avoir été fait par l'éditeur, si ce n'est celui d'être le plus fidèle au texte. En effet la quatrième est d'abord constituée d'un très long prière d'insérer, puis de trois citations de journalistes français, puis d'une biographie de l'auteur. Sur la couverture également, l'illustration est sans doute celle qui est la plus fidèle au texte puisque l'armoire est présente (ce qui est également le cas de l'illustration de l'édition anglaise), mais les piques qui figurent au bas de la couverture font référence au début de l'histoire, car le fakir en question fait le voyage en France pour acheter un lit à clous, détail qui n'est pas utilisé sur les autres couvertures. C'est donc des première et quatrième de couverture très fidèles, même si leur esthétique peut être discuté.

## 2. Étude de cas : *Le Liseur du 6h27*, Jean-Paul Didierlaurent, Au diable vauvert (Annexe 2)

Une grande partie des quatrièmes de couverture étudiées pour ce titre insistent sur le prière d'insérer. 8 quatrièmes sur 11 font figurer un prière d'insérer et lui consacre quasiment exclusivement la quatrième (s'il y a une citation, elle est unique, s'il y a une biographie, elle est maigre). La quatrième finlandaise se repose seulement sur cet élément pour attirer l'attention des lecteurs. Les couvertures espagnoles et suédoises lui ajoutent seulement une citation d'un journaliste, tandis que la quatrième danoise le complète avec seulement quelques lignes de biographie.

Les quatrièmes française, du poche anglais et néerlandaise, sont assez équilibrées, dans le sens où elles utilisent les trois éléments de manière équivalente.

La biographie de l'auteur est l'élément qui est le plus souvent mis de côté (8 sur 11). Pourtant, Jean-Paul Didierlaurent avait déjà publié un ouvrage, un recueil de nouvelles, qui avaient obtenu un prix. Ce n'était certes pas un grand succès, mais il y avait au moins autant de chose à dire que Romain Puértolas, dont on a vu que les éléments biographiques occupaient une place plus importante.

La couverture russe fait office d'exception pour toutes ces considérations puisqu'elle accorde une place importante à la biographie de l'auteur, qu'elle complète de sa photo et de plusieurs citations de presse (l'une est d'ailleurs imprimée en première de couverture). Aucun prière d'insérer n'est visible, le lecteur russophone ne peut s'appuyer que sur l'auteur et les nombreuses citations de journalistes français pour se faire une idée du texte et être séduit.

Trois quatrièmes sont remarquables. Tout d'abord la quatrième anglaise, qui ne laisse figurer qu'une phrase : « Love is a journey », qui n'est ni lisible dans le livre ni une phrase prononcée par une personnalité ou un journaliste. C'est seulement une phrase d'accroche, qui vise un public à la recherche d'un livre d'amour, ce qui n'est pas du tout mis en valeur par la couverture française par exemple. S'il y a bel et bien une histoire d'amour dans ce roman, elle ne constitue pas forcément le centre du livre. C'est cependant le premier, et seul argument avancé par la maison d'édition anglaise en quatrième.

Ensuite, la couverture italienne choisit de ne faire figurer qu'une citation du Figaro, sans mention du journaliste, qui commente le style très poétique de cette œuvre. Là encore, c'est un pari qui est fait sur le public. Ce type de quatrième très épurée attire le regard et met en valeur un argument qui peut finalement se suffire à lui-même.

Enfin, la quatrième brésilienne utilise la citation extraite du livre. C'est le seul texte qu'elle

fait figurer. Cette citation est assez longue et permet d'apprécier le style de l'auteur. C'est un argument qui n'est finalement pas si fréquent de rencontrer, qui a pourtant l'avantage de présenter le style de l'auteur, une partie de l'intrigue (si la citation est une citation clé), et d'être finalement assez objective. On reproche souvent aux quatrième d'être très démagogues, marketing, et très partiales (nous y reviendrons), et ce type de quatrième permet justement de contrer ces arguments. Elle n'est peut-être pas plus utilisée car trop peu accrocheuse.

Pour finir, un élément rapproche ces deux titres présentés, et qui vient du fait tout simplement que ce sont des auteurs français traduits à l'étranger : là encore, on retrouve des symboles de tour Eiffel sur trois éditions (l'édition anglaise de poche, la suédoise et la norvégienne). Ce qui prouve que la France jouit d'une valeur symbolique culturelle intrinsèque, mise en valeur en tant que tel par les éditeurs étrangers : il n'est pas question de la tour Eiffel dans *Le Liseur*.

### 3. Tentative de généralisation

Tout d'abord, les différents choix possibles qui se présentent aux éditeurs sont extrêmement variés, et il est possible de rencontrer n'importe quel type de quatrième. Ensuite, il apparaît au regard de ces deux exemples que ces choix ne sont pas dictés par le livre en lui-même. Si ça avait été le cas, nous aurions bien plus eu de quatrièmes semblables. Par exemple, tel type de livre, ou d'histoire, aurait pu être l'occasion de tendances : un roman d'amour se prêterait plus au citations de presse alors qu'un roman humoristique et d'aventure s'attacherait plus au prière d'insérer. Nous avons pu voir que le type de livre ne conditionnait en aucun cas le type de quatrième. Ces choix semblent pris par les éditeurs en fonction d'autres critères (comme la collection), si ce n'est pas de manière plutôt indépendante de facteurs extérieurs ou intérieurs, selon des choix qui peuvent paraître arbitraires.

Ensuite, on peut remarquer que les éditeurs ne se basent que peu sur la couverture originale (sauf pour deux éditions du *Fakir* qui reprennent la couverture de poche). De la même manière, le prière d'insérer n'est pas une traduction du texte original, loin de là. D'autres éléments peuvent être choisis pour mettre en avant l'ouvrage. Ainsi, des prières d'insérer de livres traduits peuvent s'avérer bien plus détaillés et explicites sur le contenu du texte.

## II. Des tendances nationales ?

### 1. Des quatrièmes anglophones plus marketing ?

Nous avons sélectionné au hasard huit quatrièmes de couverture d'éditions anglaises, un même jour, dans une librairie (Gibert & Joseph), en tenant seulement compte du fait que ce ne soit ni des poches, ni des couvertures à rabat, afin de comparer des objets similaires du point de vue de la fabrication. Ce panel n'est certes pas représentatif mais il permet déjà de mieux visualiser à quoi peuvent ressembler les couvertures anglaises.

Tout d'abord, il est rarement choisi de faire apparaître plusieurs éléments textuels et ainsi de former une quatrième assez complète (seulement deux ont fait ce choix). Ce sont des quatrièmes qui paraissent en effet plutôt chargées (les deux premières). Ce sont les seules qui font figurer une biographie d'auteur, qui est donc un élément souvent mis de côté par les éditeurs anglais. Au contraire des citations de presse ou de personnalités (qui sont souvent des auteurs connus), puisque c'est un élément présent sur la moitié des quatrièmes, et qui est le seul élément de trois d'entre elles (de multiples citations ou une seule pour une quatrième). Ainsi, on peut remarquer qu'un seul élément est souvent privilégié, plutôt que de diversifier le type de discours. En effet, sur les trois quatrièmes restantes, seul le prière d'insérer est visible.

D'un point de vue graphique, ce sont des quatrièmes très colorées, sans doute plus que les couvertures françaises, qui utilisent davantage le blanc. Ce sont aussi des couleurs très vives, qui attirent le regard et créent un bel éventail en librairie.

La plus grande différence avec les quatrièmes françaises est le type de quatrième qui ne fait qu'apparaître des citations de presse. Cela paraît très courant dans les pays anglophones mais il est extrêmement rare de rencontrer des quatrièmes de ce type en France. En cela, pour ces quatrièmes-là, il est sans doute possible de dire qu'elles sont plus marketings dans le sens où des citations de presse sont utilisées pour mettre en valeur des arguments commerciaux, alors que cela est moins le cas de prière d'insérer qui ont plutôt tendance à refléter le texte. Tout cela est évidemment à manier prudemment puisque le fait même d'imprimer du texte en quatrième vise à toucher un public et à vendre le livre.

### 2. Une tendance allemande assez identifiable

Contrairement aux couvertures anglaises, très variées, tant sur le plan textuel que graphique, les quatrièmes allemandes semblent plus uniformes. Là encore, cet échantillon de huit couvertures n'est pas représentatif, mais il permet de formuler des hypothèses, qui pourraient être

étayées dans une étude ultérieure.

Nous pouvons observer par ces exemples que sept quatrièmes sur huit sont composées d'un prière d'insérer d'une dizaine de ligne et d'une, deux ou trois citations. La seule qui fait exception est la seconde, qui présente trois citations plutôt longues et une seule phrase descriptive du contenu. Les citations sont globalement de presse mais elles peuvent aussi être de personnalités, experts dans ce domaine ou d'autres auteurs. Et là encore, ce sont bien huit éditeurs différents, des couvertures sans rabats et des livres en grand format. Ces facteurs ne peuvent donc pas influencer sur ces ressemblances, ce qui aurait pu être le cas si nous avions eu deux ouvrages d'une même collection. De plus, pour six de ces livres, la quatrième débute par une phrase d'accroche, ce qui ajoute encore à leurs similitudes. Pour l'une d'elles, il s'agit d'une citation de presse qui fait office de phrase d'accroche, mais elle est mise en valeur par la typographie et la couleur du texte, ce qui n'est pas le cas de la seconde citation de presse qui vient terminer la quatrième.

D'un point de vue graphique également, les même couleurs reviennent : le rouge, le noir et le blanc. Il est assez rare de rencontrer une autre couleur. Une seule couverture fait exception, avec un fond bleu. Mais dans tous les cas, ce sont des couleurs plus ternes que pour les couvertures anglaises, qui choisissent des tons plus vifs. Cela peut aussi être vu comme une volonté de montrer une image sérieuse du livre et de la maison, comme c'est aussi le cas en France. Mais en France, l'usage de ces couleurs assez ternes est plutôt rares : pour les collections qui ont de certaines ambitions littéraires, le blanc est clairement le critère distinctif. Sinon, des couleurs vives sont utilisées.

Finalement, on peut dire au regard de tous ces exemples, que le critère géographique ne saurait être occulté pour tenter de comprendre les choix pris par un éditeur pour une quatrième de couverture. Si ce ne sont que des tendances globales, des modes, la nationalité joue un rôle plus ou moins important, plus ou moins conscient, mais à ne pas sous-estimer. En effet, il s'agit toujours de se positionner par rapport à la concurrence, une concurrence qui reste limitée au cadre national, contrairement à d'autres produits, de plus en plus mondialisés. Peu d'exemples français ont pour l'instant été pris, mais cela a permis ne pas sous estimer l'influence d'une culture particulière. Nous nous concentrerons désormais sur les productions françaises, gardant à l'esprit que les quatrièmes de couverture ne sont pas le résultat d'un choix totalement libre de l'éditeur, qu'il reste déterminé par les critères historique et géographique, mais également par le format du livre.

## Chapitre 4

# Le contexte matériel : la question du format et de la collection

Dans la conception des quatrièmes de couverture, nous avons vu que plusieurs facteurs se conjuguent : des facteurs historiques, culturels, mais aussi des facteurs purement matériels, dont il s'agit également de mesurer l'importance. Leur influence tangible est plus évidemment perceptible que les autres facteurs. Le format est déterminé et le cadre qu'il impose délimite de fait la quatrième de couverture et ce qu'il sera possible d'y faire figurer, et d'autant plus dans le cadre d'une collection, où le cadre se fait encore plus rigide. C'est donc un schéma auquel l'éditeur doit se conformer et au sein duquel il peut exercer sa liberté.

Le terme « format » revêt en édition plusieurs sens qui se rejoignent et s'influencent. Nous ne reviendrons pas sur ses différents sens que Genette explique très bien. Simplement, il s'agit ici de considérer le format en tant qu'opposition entre deux types d'édition : le grand format, qui constitue l'édition courante, et l'édition de poche. En effet, nous nous intéressons moins ici à la taille et la fabrication de l'ouvrage qu'au livre en tant que résultat d'une logique éditoriale. L'édition courante et l'édition de poche obéissent en effet à des logiques assez différentes et le but est ici de mesurer les conséquences que cela peut avoir sur les quatrièmes de couverture. En ce qui concerne la collection, il s'agira de la même manière d'appréhender la « rigidité » de ce cadre.

# I. Édition courante ou de poche : des quatrièmes semblables ?

## 1. L'ambivalence du format poche

On peut définir l'édition de poche comme la « réédition à bas prix d'ouvrages anciens ou récents ayant d'abord subi l'épreuve commerciale de l'édition courante »<sup>19</sup>

Le format de poche s'est développé dans les années 1950 et 1960 pour une littérature peu chère et des textes assez dévalorisés d'un point de vue littéraire, c'est de là que vient l'expression « littérature de gare », qui à l'origine étaient les « Livres de poche » que Hachette vendait dans ses Relais H. Mais le format a aussi été rapidement utilisé pour publier les grands classiques, dont les auteurs déjà connus et reconnus permettaient également une diffusion très large. Cette ambivalence du poche est toujours valable aujourd'hui, mais elle est moins vraie, dans le sens où la plupart des livres ayant connu un succès commercial se retrouvent en poche. Certains n'ont même pas vraiment connu le succès mais sont ré-exploités par leurs éditeurs pour leur donner une seconde vie.

Les éditions de poche peuvent avoir été publiées par leurs éditeurs d'origine, qui possèdent une collection de poche, mais elles sont généralement exploitées par un éditeur qui rachète les droits d'un livre pour en faire le poche. Et ces deux cas sont très différents, puisque d'un côté l'éditeur reprend généralement le travail qu'il a effectué pour l'édition courante et change principalement la taille du livre (quelques autres modifications peuvent être observées mais minimales par rapport au grand format), et d'un autre côté, il s'agit d'utiliser un texte et de le couler dans le moule d'une collection de poche d'un autre éditeur. Du point de vue de la quatrième de couverture, dans un cas le même texte peut être repris, à moins que l'éditeur ne veuille y apporter quelques changements, et dans l'autre un nouveau texte est généralement produit, plus court. C'est également le constat de Pierre Maury dans *LivresHebdo* :

« Quand un livre reparait au format de poche, deux solutions se présentent, en gros, à l'éditeur pour rédiger la "quatrième de couverture" : soit il reprend celle de l'édition originale, soit il crée de toutes pièces son propre texte. Entre les deux, tous les aménagements sont possibles. »<sup>20</sup>

Les quatrièmes des livres de poche sont en général plus « marketings » : leur but n'est pas

<sup>19</sup> GENETTE Gérard, *Senils*, éditions du Seuil, Paris, 1987, p.25

<sup>20</sup> MAURY Pierre, « Comment s'écrivent les quatrièmes de couverture / Les poches sous les yeux », *LivresHebdo*, 02/2009, consulté le 28/05/2018, disponible <http://www.livreshebdo.fr/article/comment-secrivent-les-quatriemes-de-couverture?xtmc=%22quatri%C3%A8me+de+couverture%22&xtr=81>

de faire connaître un nouvel auteur ou un nouveau livre, mais bien de vendre le plus d'exemplaires possible. C'est également le cas du grand format mais dans le cas du poche, la nécessité de vendre de très nombreux exemplaires est plus importante pour que le livre soit tout simplement rentable, étant donné son faible prix.

L'édition de poche n'a plus à faire découvrir un auteur, mais elle a à vendre de nombreux exemplaires, c'est donc une logique différente qui commande à la conception des quatrièmes de couverture.

## 2. Une multitude de fonctionnements

L'ensemble des remarques que nous avons faites permettent de comprendre les différentes quatrièmes de couverture que nous avons rassemblées en un corpus dans l'annexe 5.

Commençons d'abord par les rééditions de poche qui ont été faites par le même éditeur, à savoir Zulma et les éditions de Minuit (a et b). Le grand format de Zulma, ici *la Lettre à Holga*, se caractérise par un format assez petit mais une édition avec rabats. Sur le premier figure un prière d'insérer assez développé, et sur le second une courte biographie de l'auteur, tandis que la quatrième de couverture est vide. Le passage au format poche ne se caractérise pas ici par une réduction de la taille du livre mais par la suppression des rabats (aucun livre de poche ne saurait avoir des rabats à cause du faible prix de vente). Cela passe donc par un investissement de la quatrième de couverture, qui était restée vide. Il est également intéressant de noter que ce sont les seuls changements dans l'édition : la première est la même, tout comme le graphisme utilisé, qui constitue un fond unifié sur l'ensemble de la couverture. Du point de vue du texte, des changements assez importants peuvent aussi être remarqués. C'est toujours une citation du texte qui démarre le prière d'insérer, mais ce n'est pas la même. La première était très circonstanciée, donnait des détails sur l'histoire, les personnages, les lieux, l'énonciation : un homme s'adresse à une femme. Une autre citation lui est préférée dans le format poche, qui oublie tous ces détails assez anodins pour entrer directement dans le cœur du sujet : une histoire d'amour. Cette citation permet également mieux de faire sentir le ton de l'auteur. Le lecteur a cependant moins d'informations sur l'histoire : il ne sait pas que le personnage principal est âgé, en maison de retraite, mais surtout il ne sait pas que c'est une histoire triste puisque cet homme « s'est lui-même spolié de l'amour de sa vie ». Les mêmes tournures sont ensuite reprises pour qualifier le personnage (« pétri de poésie ») et cette histoire d'amour (« la seule femme qu'il aima, aussi brièvement qu'ardemment »). Mais l'autre changement intéressant est que la biographie de l'auteur a fait place à deux extraits de presse, qui finissent de qualifier ce roman (une histoire d'amour ancrée dans un paysage sauvage) dans des termes assez élogieux. C'est aussi tout

simplement parce que la publication en grand format était la première édition, donc les articles de presse n'étaient pas encore parus. Pour la réédition, l'éditrice avait ainsi un vivier de phrases qu'elle pouvait réutiliser. Pour les éditions de Minuit, on peut dire que ce sont des quatrièmes qui ne font pas dans la demi-mesure. Le grand format, très épuré et blanc, présente une quatrième entièrement blanche à l'exception du logo, une étoile, au centre, et des mentions obligatoires. Le format poche au contraire, dans la collection Minuit Double, présente une quatrième aux très longs textes. Mais une seule phrase vient de la main de l'éditeur, encadrée des citations du texte, qui qualifie assez précisément le texte : une situation, un élément perturbateur, une montée en puissance jusqu'au « paroxysme final ». Des précisions qui se situent donc sur la structure, le rythme du texte, mais peu sur le contenu. En une phrase, le lecteur comprend que l'important dans ce texte est moins l'histoire que l'innovation littéraire dont fait preuve Duras. Suit un imposant paragraphe de Dominique Aury dans la NRF, qui donne plus d'indices sur le contenu du livre mais dont l'important est surtout le nom de Dominique Aury, célèbre femme de lettre française, essayiste et écrivaine, directrice adjointe à la NRF. On a donc une quatrième qui montre bien l'importance littéraire du texte sans pour autant multiplier les extraits, un seul suffit, bien choisi. Et là encore une démarche qui semble à rebours des autres éditeurs : en grand format, une quatrième blanche, et en poche, beaucoup de texte, alors que les quatrièmes de poche vont généralement à l'essentiel.

En tout cas cela montre que lorsqu'un éditeur décide de rééditer un titre en poche, sa quatrième peut être totalement repensée.

Poursuivons par les rééditions en poche par des marques qui appartiennent au même groupe d'édition. Nous avons deux exemples de collection « Du monde entier » chez Gallimard repris en Folio, Egolf et Vargas Llosa (c et f). En grand format, ce sont des quatrièmes assez standards, avec de longs prière d'insérer et quelques phrases de biographie de l'auteur. Mais la reprise en Folio n'est pas du tout semblable. Pour Egolf, le même texte est repris, au mot près, avec le même extrait du *Times Literary Supplement*, seule la phrase sur l'auteur est supprimée. Tandis que pour Vargas Llosa, sont mélangées des expressions du résumé du grand format pour former deux phrases, simplement complétées par la mention « Prix Nobel de littérature 2010 ». Tout un pan de l'intrigue est oublié (puisque deux histoires sont mêlées) au profit du personnage qui représente le double de l'auteur. Une quatrième qui ne s'embarrasse pas de détails pour aller à l'essentiel. Ce qui est peut-être un bon choix puisqu'il y a de quoi décrocher avec la quatrième très longue du grand format. Pour *Zazie dans le métro* (e), publié dans la « blanche » de Gallimard puis en Folio, c'est sur le style un peu déjanté de l'auteur que les quatrièmes insistent, mais de manière différente. Pour le grand format, un prière d'insérer à la manière d'un résumé qui montre bien la

loufoquerie de l'histoire, tandis que pour le poche, une citation du texte qui permet, en outre de faire d'emblée rire le lecteur, de faire sentir de style si particulier de Queneau. Pour *La Montagne magique* de Thomas Mann (d), nous avons trois éditions, celle de Fayard en 1985, la nouvelle traduction toujours chez Fayard en 2016 et l'édition par Le Livre de Poche. Il est intéressant de noter que pour ces trois éditions, ce sont des arguments différents qui sont mis en avant. Pour la première, l'accent est mis sur le monument fondamental que constitue ce roman, servi par une longue citation d'un critique littéraire. Pour la nouvelle édition, l'éditeur reprend l'intrigue pour finalement insister sur ce nouvel argument de vente : une nouvelle traduction qui fait « revivre » ce chef d'œuvre. Tandis que pour le poche, la quatrième montre d'avantage l'universalité d'une telle histoire, explorant les thèmes majeurs de notre époque et pouvant parler à tous. Cet exemple montre bien la liberté des éditeurs qui, devant un même texte, peuvent choisir d'insister sur tel ou tel argument. La réédition en 10/18 de *Beloved*, de Toni Morrison, publié par Christian Bourgois, est un exemple un peu plus standard. Les deux quatrièmes sont assez traditionnelles et semblables, celle du grand format étant seulement plus développée que celle de poche. On voit que pour l'édition de poche, les mêmes éléments narratifs sont repris, et les mêmes qualifications du texte (reformulés mais c'est la même idée). Le seul élément qui peut paraître étonnant est un mystère qui était gardé en grand format mais que la quatrième de poche dévoile directement : le fantôme qui apparaît est, en grand format, « mystérieux », mais son identité est, sur la quatrième de poche, divulguée : « le fantôme de *Beloved*, la petite fille disparue ». L'éditeur a dû penser que cette découverte n'était pas assez fondamentale pour être cachée, et surtout intervenait tôt dans l'intrigue, mais c'est ce genre de détail qui fait que les lecteurs ont parfois peur de lire la quatrième qui risque de leur gâcher une partie du plaisir de lecture.

Les deux derniers exemples sont des rééditions en poches par des éditeurs extérieurs à la maison d'édition d'origine et qui présentent des quatrièmes davantage composées de plusieurs éléments différents. *Trainspotting*, d'Irvine Welsh (g), et *Le Liseur du 6h27* de Jean-Paul Didierlaurent (h) sont tout deux publiés Au diable vauvert, l'un est réédité par Points et l'autre par Folio. Les quatrièmes du diable sont caractérisées par leur graphisme et un ordre des éléments textuels original. Pour *Trainspotting*, un bref résumé, puis un rappel du titre et la mention du traducteur, puis une analyse du texte et enfin une biographie de l'auteur. La quatrième de Points est assez différente car le résumé est bien plus détaillé, il n'y a pas d'analyse du texte mais un extrait de presse et une citation de l'auteur : les éditeurs de Points proposent un propos plus objectif. Pour Folio c'est un procédé simplement de raccourcissement qui aboutit à la quatrième : le résumé est réduit, tout comme l'analyse du texte et même l'extrait de presse, afin d'aboutir à une quatrième plus courte et plus percutante. La biographie de l'auteur est également supprimée

au profit d'un extrait du texte, élément souvent choisi par Folio.

Ces différents exemples nous ont montré qu'il y avait à peu près autant de pratiques différentes que d'éditeurs et qu'entre les différentes éditions d'un même texte, la quatrième pouvait énormément changer, et ce même si cette réédition est effectuée par le même éditeur. Cela montre également qu'un texte peut être défendu de multiples manières.

## II. La collection comme cadre éditorial rigide

### 1. Un principe déterminant

La collection, bien que phénomène relativement récent, est devenue aujourd'hui un concept dont on ne peut se passer pour comprendre l'édition contemporaine. Devant la diversification de leurs activités, les éditeurs ont commencé à les spécifier. Ces spécifications se sont fait autour de catégories, les sciences humaines par exemple. En littérature, les livres de genre appartiennent généralement à une collection, tout comme les livres traduits, sauf parfois lorsque l'éditeur est exclusivement spécialisé dans ce domaine (Christian Bourgois n'a par exemple pas une collection de livres traduits).

Il apparaît que la collection participe à un double jeu de valorisation/dévalorisation. En effet, comme le souligne Genette<sup>21</sup>, la non-collection est autant significative que la collection : ce « degré-zéro », souvent signifié également par la non-couleur, le blanc, est ainsi valorisé en étant présenté comme au dessus de la mêlée. Ne pas appartenir à une collection ni à un genre signifie une littérature de recherche, une littérature qui ne veut être pensée que par elle-même. Mais cette non-caractérisation finit par en être tout de même une : on parle ainsi abusivement de la collection « blanche » de Gallimard, mais d'autres éditions se basent sur les mêmes principes, comme P.O.L. ou les Éditions de Minuit (c'est d'ailleurs ce qui différencie également l'édition française des autres éditions européennes).

Qu'un livre appartienne ou non à une collection, certaines logiques s'imposent à lui, et notamment des logiques de présentation, de graphisme : c'est ce qui unifie et identifie une collection ou une maison d'édition. D'un point de vue graphique, cela peut être difficilement démenti. Mais qu'en est-il du texte ? La collection (ou son absence) détermine-t-elle un schéma textuel en quatrième de couverture ?

---

<sup>21</sup> Idem, p.27

## 2. La collection « Bouquins » chez Robert Laffont et le « hors collection » de Flammarion (annexe 6)

La confrontation de ces deux « collections » (même si l'une n'en est pas *stricto sensu* une) nous permet de remarquer que nier l'appartenance à une collection n'empêche pas d'en avoir toutes les caractéristiques.

La collection Bouquins (a) se caractérise par sa démarche de rassembler un important volume de texte d'un auteur classique, reconnu ou oublié. Mais il y a également des caractéristiques de quatrièmes communes qui rend les livres immédiatement identifiables : la couleur grise du fond, la colonne de texte ferrée à gauche, non centrée, sans illustration, sans compter la fabrication, avec ce papier de couverture non lisse. Mais il apparaît qu'au niveau du texte, de grandes variations sont possibles. Ce n'est pas lié à une évolution des pratiques dans le temps puisqu'elles ne s'enchaînent pas de manière chronologique. Il peut s'agir d'une liste des œuvres comprises dans ce volume, comme pour Françoise Sagan, ou d'une présentation détaillée des différents titres rassemblés, avec la justification de leur publication en un seul volume, comme pour Balzac. Mais c'est plus généralement une présentation écrite par un écrivain connaisseur de l'auteur à l'honneur dans le volume, comme c'est le cas pour les trois autres titres.

Pour le hors-collection de Flammarion en littérature française, il apparaît que les quatrièmes de couverture sont également reconnaissables immédiatement : un fond crème, un texte en noir ou rouge pour les titres, une colonne de texte justifié à droite, la photo (en noir et blanc) et le nom de l'auteur à gauche. La hauteur de la photo varie, mais c'est le seul élément, avec la taille du texte. Au niveau du texte, dans des proportions différentes, on a toujours un prière d'insérer avec un résumé et une analyse, puis une biographie de l'auteur. Seul le roman de Houellebecq *Plateforme* fait exception à la règle avec une longue citation du texte et une phrase sur l'auteur.

On pourrait multiplier les exemples, remarquer que pour Albin Michel, le même cadre est réutilisé d'une collection à l'autre, avec seulement la couleur qui varie. Ainsi, que ce soit dans le cadre d'une collection ou non, l'éditeur ne peut quasiment jamais penser une quatrième de couverture en elle-même, il doit l'adapter à un schéma propre à une collection ou plus généralement à la maison d'édition. C'est aussi ce qui permet de former une image pour la maison. Et la modifier en voulant la moderniser ou l'améliorer doit être rare (pour rester identifiable) et fait avec parcimonie (par exemple le changement de police utilisée pour les titres de Folio était un changement minime).

Il est donc important de garder à l'esprit qu'un livre, et donc sa quatrième de couverture, n'est pas indépendant. Il est le fruit de plusieurs contextes, de plusieurs influences qui s'additionnent et dont l'éditeur tient compte ou laisse transparaître de façon inconsciente. Il s'agit par exemple des tendances nationales : un éditeur se positionne, en choisissant une image semblable à celles de concurrents, ou une image totalement opposée. Ce positionnement peut être conscient ou résulter d'influences diffuses. En tout cas elles ne sauraient être sous estimées. L'étude historique des quatrièmes de couverture nous a également permis de mesurer le poids d'une histoire assez récente et liée à la multiplication des techniques de promotion. Mais le contexte le plus prégnant reste le contexte interne à une maison d'édition, qui impose une certaine pratique de la quatrième de couverture, dans une collection ou non, que ce soit un livre de poche ou non.

Après avoir adopté ce regard élargi sur la question, pour tenter de bien la comprendre dans son ensemble, il s'agit désormais d'analyser la quatrième *pour elle-même*, en voyant notamment quels sont les différents enjeux qu'elle endosse.

## Deuxième partie

---

# La quatrième de couverture, un outil de communication de l'éditeur au lecteur

Après une mise en contexte qui nous a permis de varier les points de vue sur la quatrième de couverture, nous allons tenter d'en dégager les différents aspects. En effet, les différentes composantes de la quatrième sont les signes apparents de l'identité multiple de l'objet livre. Les analyses de Genette et l'histoire de la quatrième, notamment la généralisation d'un texte en quatrième de couverture au moment de l'entrée dans la société de consommation, nous a permis d'appréhender la quatrième avant tout comme un outil de communication, un outil marketing.

C'est donc tout d'abord dans une perspective économique que nous nous plongerons. Ensuite, nous aborderons les aspects graphiques, capitaux pour démarquer le livre de la concurrence mais également former une image de la maison d'édition. Finalement, il s'agira d'analyser les mécanismes de rédaction de ces textes. L'ensemble de ces problématiques ne sauraient nous faire oublier qu'un livre est avant tout un objet littéraire, dont les éditeurs ont la difficile tâche d'y poser des mots.

# Chapitre 1

## Un support du livre-*produit*

On dit de la première de couverture qu'elle doit être comme une affiche sur les vitrines des librairies, c'est également ce qui justifie la taille relativement importante des livres. Le côté publicitaire est donc clairement « affiché » pour les premières de couvertures. Mais c'est également le cas des quatrièmes, dont le rôle est avant tout de déclencher l'acte d'achat. Un des signes les plus parlants est le *blurb*, qui vient des États-Unis et revêt différentes significations, de la citation d'auteur à toute la quatrième en passant par le bandeau, ou la bande. Nous tenterons donc d'y voir plus clair au sujet de cette pratique. Les signes les plus visibles de cette dimension économique du livre sont le code barre et l'ISBN, dont il s'agira d'analyser la législation pour savoir quelles sont les obligations exactes des éditeurs, et voir comment ceux-ci décident de les appliquer.

### I. Persuader le lecteur

Comme toute marchandise, le livre est l'objet de stratégie de vente, ou dites « stratégies marketing », c'est-à-dire que sa vente est soutenue par des logiques de promotion, de mise en valeur. Ces stratégies peuvent être appliquées en amont, pour faire parler du produit, ce sont les stratégies de communication, ou sur le lieu même de la vente, ce sont à proprement parler les stratégies de promotion. Et la première publicité sur lieu de vente d'un produit est son emballage. Pour le livre, sa couverture. Ou sa jaquette, archétype de l'emballage du livre puisqu'elle a un rôle en librairie mais a ensuite vocation à être retirée. La première de couverture servant d'affiche qui attire le regard, par un nom, une couleur, un titre... et la quatrième qui déballe les différents arguments de vente susceptible de confirmer la décision d'achat. C'est à ce moment-là que le livre diffère fondamentalement des autres produits, d'un point de vue marketing (il en diffère

évidemment par bien d'autres aspects). En effet, les clients ont pour la plupart des produits un besoin ou un désir préalable qu'il va chercher à assouvir par ce produit. Pour le livre au contraire, le désir de ce livre n'est pas antérieur à son assouvissement. Tout l'art est donc de susciter l'envie, c'est ce qu'explique Karina Hocine, directrice littéraire des éditions Lattès : « La quatrième de couverture doit créer le désir, c'est son premier but »<sup>22</sup>. Et Philippe Touron (Libraire au Divan, à Paris) rejoint cette idée en disant que « chaque roman est un prototype. »

## II. Du *blurb* à la quatrième

### 1. Un phénomène anglosaxon

Le premier *blurb* anglais daterait de 1855 et d'un livre de la collection *Leaves of Grass* de Walt Whitman, aux États-Unis. Une phrase d'Emerson a été imprimée (« I greet you at the beginning of a great career ») en lettre d'or sur la quatrième de couverture de la seconde édition.

Cette origine explique les différentes significations de ce mot. Dans un sens restreint, c'est le fait qu'un écrivain parle en des termes élogieux d'un autre et que ses mots soient diffusés pour faire la promotion d'un livre ou d'un auteur. Peut donc être appelé « blurb » un texte qui est imprimé ailleurs que sur une quatrième (par exemple sur une affiche). Par extension, ce mot a désigné tout texte descriptif, promotionnel et élogieux au sujet d'un ouvrage. Et par extension encore, la quatrième de couverture en son ensemble.



C'est une pratique qui a été rapidement moquée, comme on peut le voir avec cette affiche ci contre. Datant de 1907, cette affiche promotionnelle a été créée par un humoriste américain, Gelett Burgess, avec une jeune femme qui personifie le *blurb*. C'est néanmoins une pratique qui s'est généralisée, avec tout de même cette lucidité du public sur l'exagération du propos, idée sur laquelle nous reviendrons.

Mais les pratiques éditoriales ne sont pas tout à fait les mêmes en France et aux États-Unis, même si pour certains ouvrages, les plus *mainstream*, le modèle américain est de plus en plus copié. En France, comme on peut le lire dans un article de *L'Express*, « on ne peut "souiller" le livre, objet sacré, avec des

<sup>22</sup> AÏSSAOUI Mohammed, « La quatrième de couverture en 5 questions », *Le Figaro*, n° 20876, 15.11.2011 p. 8.

slogans publicitaire, sur la couverture »<sup>23</sup>, donc un autre outil est privilégié, le fameux bandeau. Alors qu'aux États-Unis, ces *blurbs* sont imprimés sur la quatrième : comme on l'a vu dans la partie précédente, les citations de personnalités sont largement utilisées sur les quatrièmes. Ce qui implique que les écrivains aient lu et accepté de les défendre bien avant leur publication, ce qui est en partie le rôle de l'agent littéraire, métier bien moins généralisé en France.

## 2. La généralisation des bandeaux

En France pour faire figurer ces phrases d'écrivain, on utilise le bandeau. Cela permet d'utiliser un argument commercial très visible en librairie, qui puisse être ôté une fois le livre acheté : les aspects basement commerciaux peuvent donc être détachés de l'Œuvre... Quoique avec leur grande multiplication, leur impact soit certainement amoindri.



Le bandeau sert surtout à repérer les livres qui ont été distingués par un prix (le bandeau est dans ce cas quasi-systématiquement utilisé). Il est en général rouge, mais on en trouve de plus en plus d'autres couleurs, parfois même ils sont utilisés pour ajouter des illustrations à la couverture sobre de certaines collections littéraires. En plus de ne pas « souiller » le livre, ils présentent l'avantage d'être encore plus visible que si ces phrases étaient imprimées en quatrième. Leur inconvénient reste leur prix, estimé à 30 % du prix de l'impression totale d'un ouvrage. Et cela notamment à cause de la manutention que nécessite la pose du bandeau.

Pour illustrer cette généralisation, on peut prendre l'exemple des éditions Gallmeister, qui publie leur collection de polar systématiquement avec un bandeau :

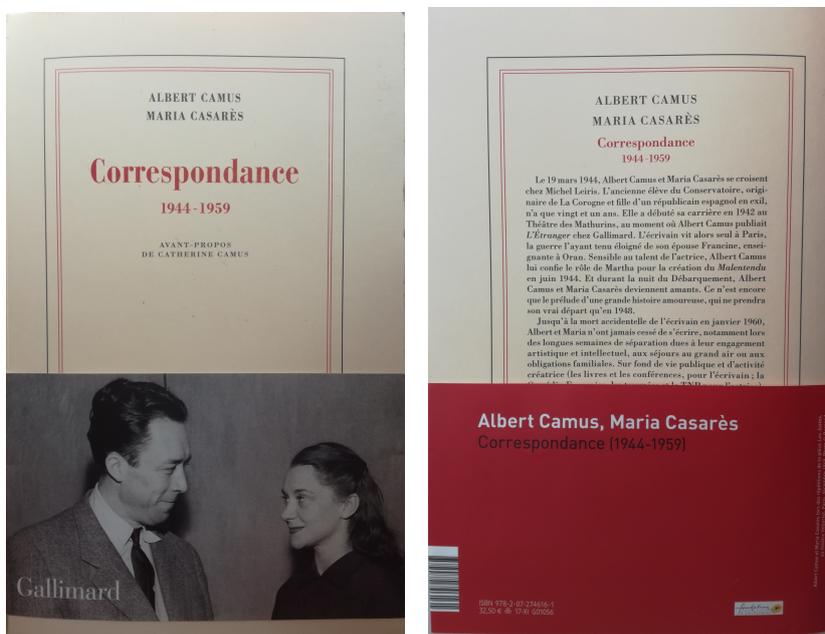
<sup>23</sup> PERAS Delphine, « La bataille des 4<sup>es</sup> de couverture », *L'Express Styles*, 12/10/2016, n°3406, p.62



On voit que les couleurs sont très variées et qu'une citation d'un autre écrivain est utilisée (Todd Robinson, Craig Johnson), lorsqu'elle était disponible (ou qu'ils ont réussi à l'obtenir). Sinon, l'argument est fourni tel quel, pensé et écrit par les éditeurs eux-mêmes.

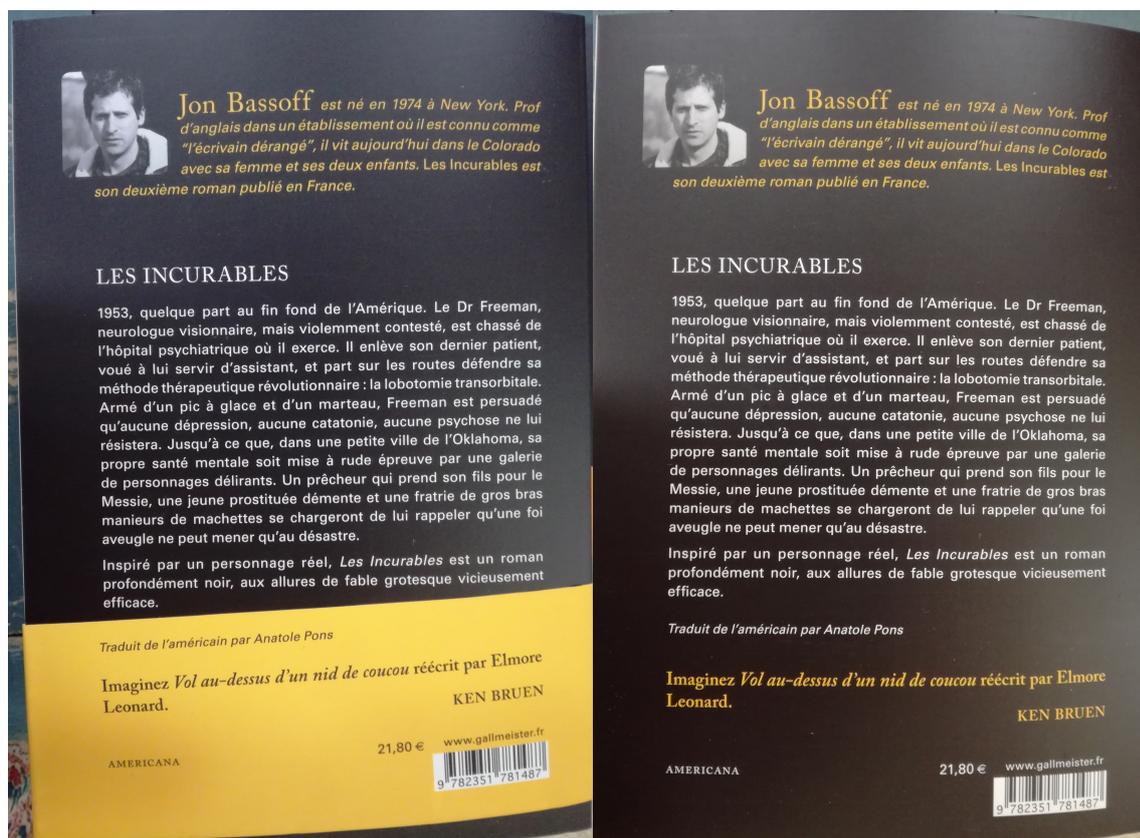
### 3. Les conséquences sur la quatrième de couverture

Mais ce qui nous intéresse surtout sont les conséquences que le bandeau peut avoir sur les quatrièmes de couverture. Tout d'abord, la quatrième d'un bandeau reprend ce qu'il cache : l'ISBN et le code-barre, ainsi que le prix du livre. Peuvent figurer également d'autres éléments comme le logo de l'éditeur, ou la mention de partenaires pour la publication. Cependant, n'est pas repris *tout* ce qu'il cache. À commencer par le texte de la quatrième. En effet, dans la majorité des cas, le bandeau cache la fin du texte de la quatrième. Cela nécessite pour le public en librairie qui voudrait lire l'intégralité du texte, d'ôter le bandeau. Ainsi on voit que pour les éditeurs, il est plus important de faire figurer un argument commercial temporaire en première que de maintenir visible le texte de la quatrième, qu'il soit un résumé du texte ou une biographie de l'auteur.



Pour la correspondance entre Albert Camus et Maria Casarès, il ne s'agit pas d'un argument textuel mais photographique. En effet, la couverture très sobre de la collection blanche de Gallimard est ici enrichie d'une photographie en bandeau représentant Albert Camus et Maria Casarès. Et il est vrai que cette photo parle mieux que n'importe quel texte : elle interpelle, illustre les personnes dont il est question et surtout montre, par un regard, que c'est d'une histoire d'amour dont il est question. Les quelques phrases de l'éditeur pour contextualiser cet amour et les citations de Camus et Casarès reprises au bas de la quatrième ne font dans ce cas guère le poids.

Cependant, le texte est aussi parfois (assez rarement) repris aussi sur le bandeau. C'est le cas de la collection Gallmeister, dont on a vu l'utilisation systématique du bandeau. De ce fait, l'utilité d'imprimer du texte sous le bandeau pouvait même être remis en question. Ainsi, le texte qui figurait dessous est aussi réimprimé sur le bandeau :



Le côté vendeur et commercial de la quatrième peut donc être partagé avec d'autres éléments, comme le bandeau, qui allègent ainsi de ses arguments les plus marketings.

### III. Les marques d'une marchandise : code-barre, ISBN et prix du livre

#### 1. Une législation assez stricte

La loi de 1981, dite loi Lang, impose aux éditeurs de fixer un prix unique aux livres. Mais elle ne précise pas comment ce prix doit être indiqué. Pour avoir plus de précisions, il faut attendre l'arrêté du 12 janvier 1995, qui fixe l'ensemble des mentions obligatoires que doit comporter un exemplaire imprimé<sup>24</sup> :

« Sur tous les exemplaires d'un même document soumis au dépôt légal, doivent figurer les mentions suivantes :

Pour le dépôt des livres, des cartes et des plans :

1° Le nom (ou raison sociale) et l'adresse de l'éditeur ;

2° Le nom (ou raison sociale) et l'adresse de l'imprimeur ;

3° La date de l'achèvement du tirage ;

4° La mention de l'ISBN et éventuellement de l'ISSN ;

5° Le prix en francs français ;

6° La mention « dépôt légal » suivie du mois et de l'année ;

7° Pour les réimpressions à l'identique, le mois et l'année où elles sont effectuées. »

On suppose que désormais le prix doit figurer en euros. Il n'est pas précisé en revanche où doivent être imprimées ces indications. C'est donc l'usage qui fait que certaines figurent en première page (le nom et l'adresse de l'éditeur), d'autres sur le colophon (le nom et l'adresse de l'imprimeur, la date de l'achèvement du tirage, la mention « dépôt légal » suivie du mois et de l'année) et d'autres en quatrième de couverture (la mention de l'ISBN et éventuellement de l'ISSN, le prix en francs français). C'est également pour des raisons pratiques : il est plus utile pour le public d'avoir le prix affiché en quatrième qu'à l'intérieur. Le SNE précise également que doit figurer « le prix du livre en euros par impression ou étiquetage. Dans ce dernier cas, l'étiquette porte également le nom de l'éditeur. »<sup>25</sup> Il est rare, mais apparemment tout à fait possible de faire figurer le prix par étiquetage et non directement par impression.

L'ISBN, *International standard book number*, est un numéro qui identifie une édition, et un numéro qui a valeur internationale. C'est un numéro à treize chiffres, qui est le même que l'EAN, *European article numbering*, mais avec des tirets. L'EAN est le numéro qui figure sous le code-barre de n'importe quelle marchandise. L'ISBN doit figurer minimum en corps 9 sur les exemplaires<sup>26</sup>. L'ISBN est composé de divers segments. Le premier correspond à l'identifiant national (pour la

<sup>24</sup> <http://www2.culture.gouv.fr/culture/dll/prix-livre/textes.htm#text8>

<sup>25</sup> <https://www.sne.fr/realiser-un-livre/mention-a-porter-sur-les-livres/>

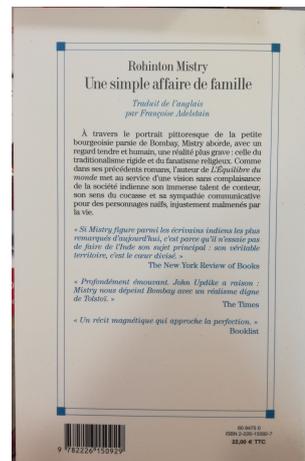
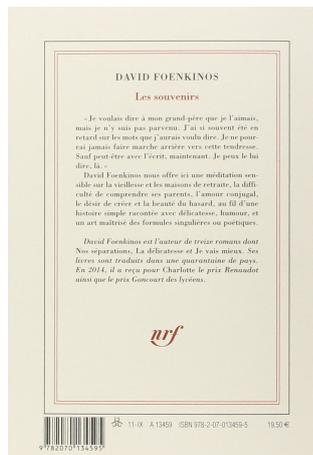
<sup>26</sup> SCHUWER Philippe, *Traité pratique d'édition*, Paris, Éd. du Cercle de la librairie, 2002.

France c'est le numéro 2), le second correspond au numéro attribué à l'éditeur, le troisième identifie le livre à l'intérieur de la production d'un éditeur, et le dernier est un chiffre de contrôle informatique.

On a vu que dans ce décret, les maisons d'édition ne sont pas tenues d'imprimer le code barre associé à l'EAN et à l'ISBN, mais pas commodité pour les libraires, on le retrouve sur tous les exemplaires, cela permet de tracer automatiquement les livres.

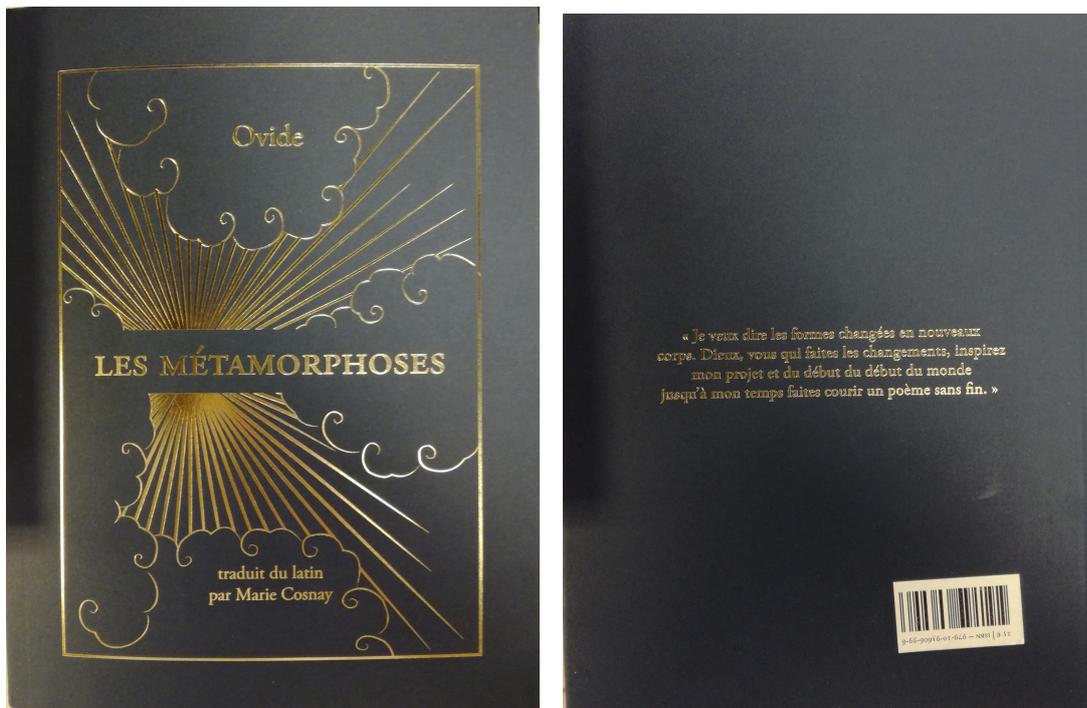
## 2. Une inventivité rare

Ce sont donc trois éléments qui doivent figurer sur le livre et de manière privilégiée sur la quatrième de couverture. En l'absence d'impératif, les couleurs peuvent donc varier pour s'adapter au mieux avec l'harmonie de la quatrième. Mais globalement en littérature, et de manière générale pour l'ensemble des livres, on retrouve ces trois éléments en bas à droite de la quatrième. On ne peut pas dire qu'ils soient très esthétiques, mais on finit par les oublier. Ils sont rarement intégrés de manière inventive : c'est comme si la quatrième était pensée sans eux puis qu'ils se rajoutaient. C'est aussi une manière de bien montrer leur séparation avec le reste de l'objet, montrer qu'ils sont d'une dimension différente du le reste du livre.



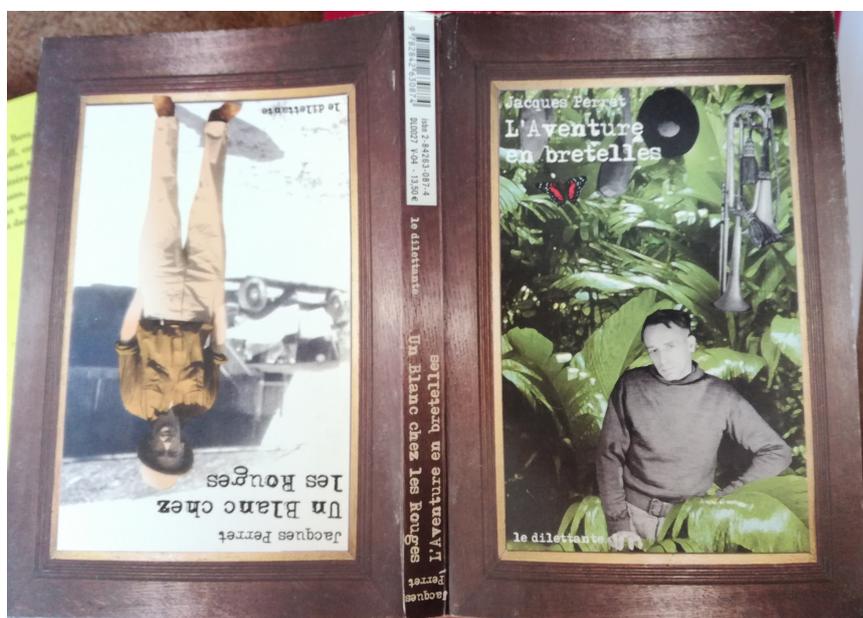
On le voit de manière nette sur les chartes graphiques d'éditeurs comme Gallimard ou Albin Michel, pour leur « hors collection », donc leur « blanche », qui utilisent un cadre autour du bloc texte de leur quatrième, et qui n'intègrent pas ces éléments.

Mais il y a aussi des livres dont la fabrication un peu originale impose d'innover pour intégrer ces éléments indésirables mais obligatoires. C'est le cas de la nouvelle édition, suite à la nouvelle traduction, des *Métamorphoses* d'Ovide (Éditions de l'Ogre). Pensé comme un livre de qualité, presque un beau-livre, conçu pour durer, la fabrication est très soignée : un papier de couverture bleu nuit teintée dans la masse, une grande illustration dorée pour la couverture, et une citation du texte au centre de la quatrième, également dans un pentone or. Pour ne pas troubler cet ensemble harmonieux, le prix, ainsi que l'ISBN et le code-barre, sont imprimés sur une étiquette.



L'étiquette est d'ailleurs collée à l'envers. Ainsi, après l'achat, le lecteur pourra enlever cette étiquette, qui a une durée de vie limitée. On peut également remarquer que lorsque l'option de l'étiquette est choisie, il est obligatoire de faire figurer également le nom de l'éditeur, ce qui n'est pas le cas ici.

On peut également s'attarder sur *L'Aventure en bretelles*, suivi d'*Un blanc chez les rouges* de Jacques Perret (Le Dilettante), dont la fabrication est très originale. En effet le livre se présente comme une mise bout à bout des deux textes, sans que l'un soit le premier et l'autre le second, donc avec l'un imprimé à l'envers de l'autre, dans l'autre sens. C'est ce qu'on retrouve sur la couverture, mais c'est le cas également avec l'intérieur.



Ainsi, il n'y a pas vraiment de quatrième de couverture, plutôt deux premières. De fait, ces éléments obligatoires sont privés de support et investissent le dos. On retrouve donc le prix, le code barre et l'ISBN au dos de l'ouvrage. À l'intérieur, ce qu'on



# Chapitre 2

## Un élément du livre-*objet*

Le livre est une marchandise qui s'achète et se vend, et qui en porte les traces. Mais c'est également un objet physique, pensé en partie pour attirer l'œil, nous l'avons vu avec les bandeaux notamment. Si la première de couverture joue le premier rôle, la quatrième est également porteuse des divers choix graphiques éditoriaux. Elle impose aux graphistes de jouer avec plusieurs éléments, qui peuvent être plus ou moins contraignants. Ainsi, nous verrons qu'après la mise au premier plan du rôle du graphisme, certaines chartes graphiques ont acquis une longévité exceptionnelle. Néanmoins, plusieurs éditeurs choisissent de prendre des partis surprenants, et cela semble leur réussir. Ces parti-pris peuvent être graphiques, mais ils peuvent être plus largement de l'ordre de la fabrication du livre, ce qui a une incidence directe sur la quatrième. Nous verrons donc comment les quatrièmes de couvertures sont intégrées par les divers choix graphiques, et quel est le sens qu'ils transmettent implicitement au lecteur, sur le livre et plus largement sur la maison d'édition.

## I. Le rôle majeur des parti-pris graphiques

### 1. Un renouveau graphique

L'attention au graphisme, à l'apparence, à la mise en page, à la fabrication, à la couverture d'un livre, travail éminemment important dans les toutes les maisons d'édition aujourd'hui, n'a pas une histoire très ancienne. En effet, après des pratiques graphiques assez uniformes, avec tout de même quelques variétés, notamment typographiques, le renouveau arrive, comme nous l'explique Geneviève Chaudoye<sup>27</sup>, dans les années 1950, avec des hommes comme Pierre Faucheux et Robert Massin, à travers notamment le Club français du livre, un club qui édite des

---

<sup>27</sup> CHAUDOYE Geneviève, *Graphisme et édition*, Paris, Éd. du Cercle de la librairie, « Pratiques éditoriales », 2010.

livres avec une attention toute particulière à la fabrication. À cette époque, « le graphisme du livre prend sa forme moderne, conçu à la fois pour le plaisir de la lecture, mais aussi comme un objet manipulable, d'un certain format, esthétique, présent. »<sup>28</sup> L'exploration de la typographie et de la lettre constituera la base du travail de Faucheux et Massin. À cette époque, le dessin des lettres commence à faire sens, à devenir image. Cela se retrouve à l'intérieur des ouvrages avec la mise en page, mais aussi sur la couverture, avec des titres notamment écrits de manière plus audacieuse.



La quatrième est aussi particulièrement le lieu d'un renouveau graphique et typographique. Robert Faucheux devient directeur artistique du « Livre de Poche » à partir de 1964, et il est vrai que c'est avant tout du livre de poche que viennent la plupart de ces innovations, les grands formats restant encore pour la plupart très traditionnels. De nouveaux alphabets apparaissent, classifiés par Maximilien Vox, classification elle-même complétée par l'Association typographique internationale : c'est la classification Vox-Atypl, encore largement utilisée aujourd'hui. Selon Massin : « La couverture est devenue nécessaire pour vendre, ce qui n'était pas le cas avant les années quatre-vingt ». La couverture devient donc un enjeu majeur du travail des maisons d'édition. Massin travaille pour Gallimard à partir de 1958, il est le concepteur des lignes graphiques des collections « Idées », « Folio », « Poésie », « L'imaginaire », et du sigle de la NRF. Ces innovations graphiques très pertinentes sont restées et n'ont que très peu évolué. Elles ont joué un rôle majeur pour l'identification des collections et l'image de la maison Gallimard.

## 2. Des différentes manières de penser une quatrième

La typographie joue donc un rôle majeur pour distinguer, penser, concevoir une charte graphique ou une quatrième de couverture. Mais d'autres éléments entrent également en jeu,

<sup>28</sup> Idem.

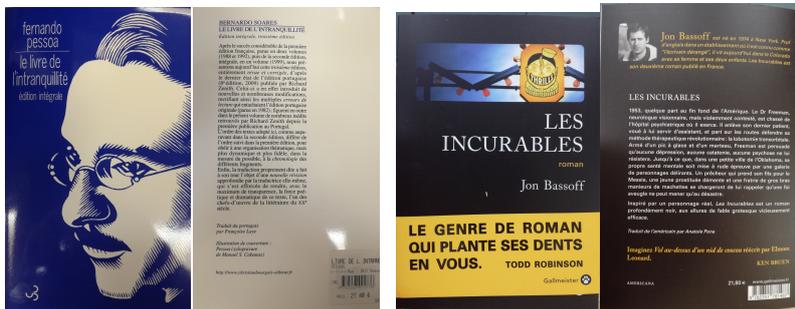
notamment en ce qui concerne le schéma général de la quatrième. Il y a en effet différentes manières d’aborder le graphisme de la quatrième.

Il y a tout d’abord le fait de la penser comme un double de la première : reprendre le même schéma graphique, en modifier seulement le contenu : un texte bien plus important, qui ne se cantonne pas au titre, au nom de l’auteur et de l’éditeur, ou de la collection, comme c’est le cas de la première. Ce schéma est utilisé par les collections de littérature « blanches » par exemple, comme celle de Gallimard ou celle d’Albin Michel.



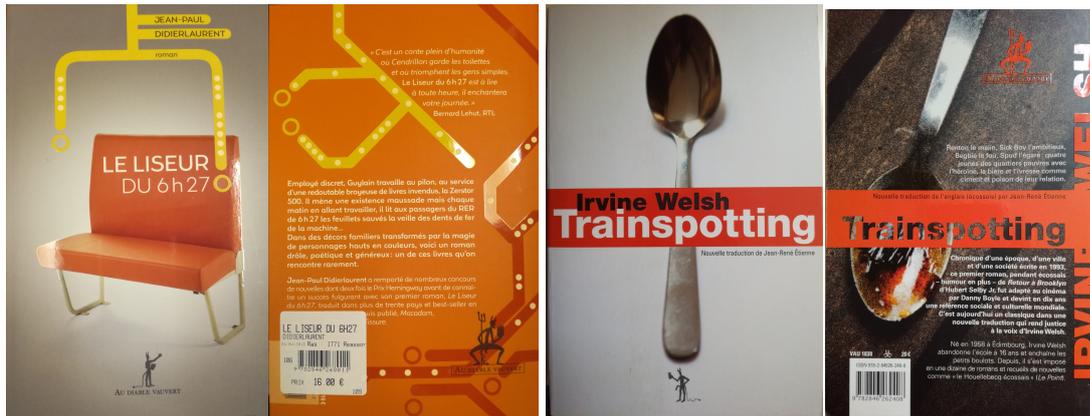
On voit que la même couleur de fond est reprise, crème dans un cas, blanc dans l’autre, tout comme les cadres, les polices et leur couleur, la justification des éléments textuels. On remarque aussi que ce sont deux collections extrêmement semblables.

Ce schéma est notamment utilisé lorsqu’il n’y a pas d’illustration en couverture. Lorsqu’il y en a une, c’est souvent une couleur dominante qui est reprise pour constituer un fond uniforme sur la quatrième. Le plus simple étant une couleur de fond pour l’ensemble de la couverture, avec des éléments différents qui s’y appliquent, sur la première ou la quatrième.

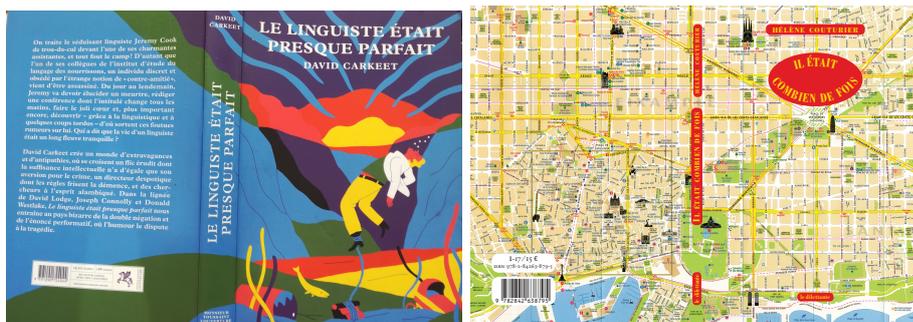


Là encore, on remarque que même si la première est originale, grâce à une illustration de couverture plus ou moins importante, grâce à un placement du texte innovant, c’est beaucoup moins le cas pour les quatrièmes. Certes, il n’y a pas d’illustration pour aider. Mais par exemple, il y a parfois des premières très esthétiques, avec des illustrations de pleine page, et pour la quatrième simplement le texte sur un fond blanc. C’est particulièrement le cas avec les collections de poche. Cela a aussi une raison pratique : la même charte peut ainsi être appliquée à l’infini avec une très grande variété de texte, car le blanc s’accorde avec toutes les couleurs. C’est donc en

général les éditeurs qui n'ont pas de collections « avec charte de collection », qui font preuve de la plus grande originalité. On peut citer par exemple les couvertures du Diable vauvert qui ont des quatrièmes très graphiques.

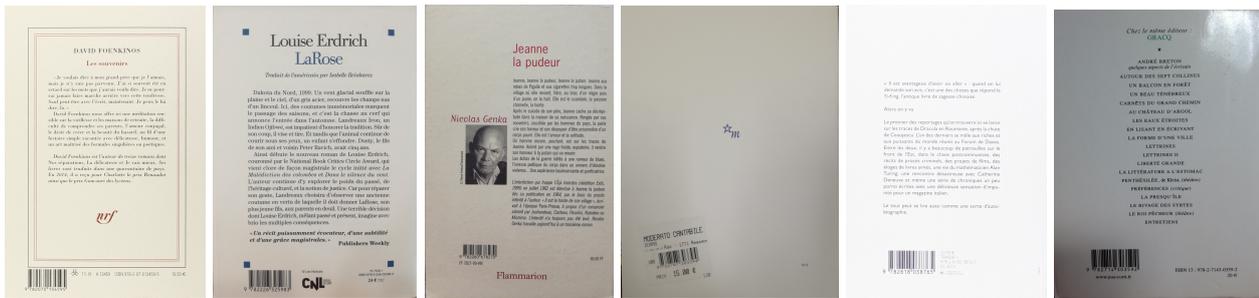


Il y a également une manière de penser la quatrième et la première comme un seul et même plat et de ne pas délimiter les deux espaces. Dans ce cas, la couverture est pensée dans sa continuité, que ce soit par une illustration ou un graphisme de couverture. Le dos est dans ces cas-là intégré au même graphisme. Le texte est alors apposé simplement par dessus, d'une couleur qui tranche suffisamment pour être lisible, sinon il est intégré dans un cadre avec un fond différent, ou est relégué en rabats.



### 3. Une tradition de la sobriété

La prééminence du blanc reste majoritaire en littérature. C'est un signe distinctif qui affiche une prétention d'un certain niveau littéraire. Cette tradition a commencé avec la Blanche de Gallimard, mais elle a été rapidement suivie par de nombreuses autres collections. Nous avons vu celle d'Albin Michel, mais il y a aussi Flammarion, Minit, P.O.L., ou encore José Corti (dans l'ordre ci-dessous). Dès qu'une collection a une prétention de recherche littéraire, de grande littérature contemporaine, le blanc est de mise. Et avec lui des polices traditionnelles avec empattement, en Times, Garamond ou Didot. Pour la couleur de la police, en général du noir, et une couleur complémentaire pour quelques éléments.



La couleur est souvent quelque peu dévalorisée, ou en tout cas affiche moins d'ambition. Les codes graphiques sont extrêmement présents. Ainsi, il est extrêmement rare de rencontrer un polar dont la couverture ne soit pas noire. C'est absolument flagrant dans les rayons ou tables spécialisées en policier en librairie. C'est un code respecté par l'ensemble de la profession, et pour cause, si un polar ne respectait pas ce code, il risquerait de ne pas être identifié et de ne pas toucher son public. À travers cet exemple type, on voit que les codes graphiques sont très importants et qu'il est difficile de les transgresser.

Certains éditeurs choisissent néanmoins aujourd'hui de prendre ces traditions totalement à contrepied, pour tenter de proposer autre chose, sans pour autant oublier la qualité, de l'objet mais aussi du texte. Ce sont des éditeurs récents, en général en région. On pourrait citer les éditions Zulma, dont le graphisme en a fait une maison dont l'image a rapidement été connue, ce qui est un atout considérable. Les couvertures sont construites sans illustration mais avec des motifs géométriques et colorés.



Semble se dessiner ainsi une opposition entre éditeurs provinciaux et parisiens, entre traditionnels et novateurs, entre le blanc et la couleur. C'est une tendance qui n'est évidemment pas

systematique mais qui peut semble-t-il être vérifiée.

## II. Une grande inventivité possible dans la fabrication

### 1. Jouer sur le format ou les matières

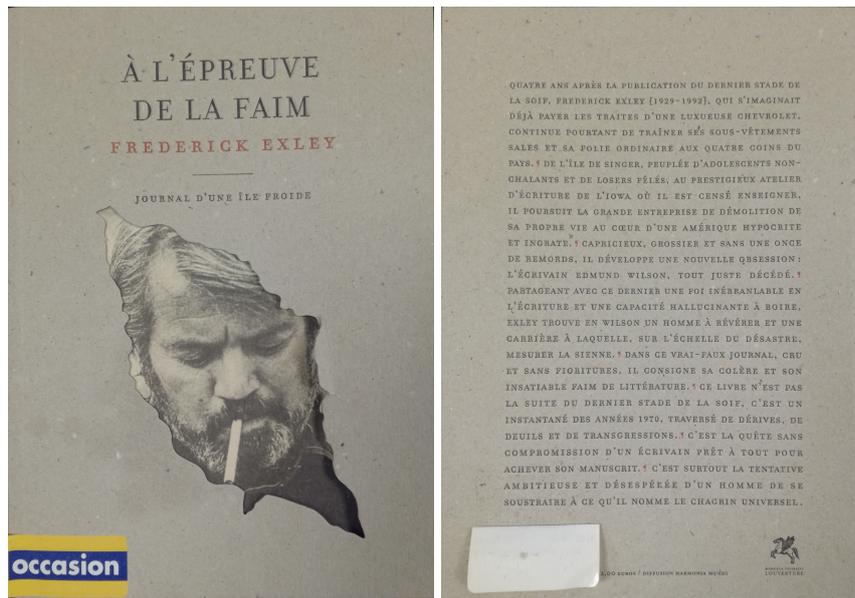
La fabrication du livre, c'est-à-dire ses caractéristiques matérielles, permet également de jouer sur l'image d'un livre, de choisir un degré plus ou moins fort d'originalité. Par exemple, parmi les collections « blanches » citées précédemment, les fabrications ne sont pas les mêmes. Par exemple, deux sur six utilisent un pelliculage de couverture, Albin Michel et José Corti. Cela apporte un effet brillant et protège la blancheur de la couverture, contrairement aux autres, dont le papier présenté brut est plus fragile et plus mat. La couleur crème de la blanche de Gallimard est aussi très caractéristique, comme le papier de couverture ondulé pour P.O.L. On sait aussi que les formats jouent un rôle important. Ainsi, la seule blanche de Gallimard joue sur quatre formats différents<sup>29</sup>, ce qui n'est pas le cas des autres, ayant des formats similaires, mais pas identiques, et surtout choisissant en général un seul format pour toute la collection.

De nombreux autres éléments permettent de travailler l'image d'un livre, d'une collection, d'une maison. Il peut d'agir des matières, avec des couvertures rigides par exemple et un doublage en tissu, ou un papier teinté dans la masse pour donner plus de profondeur à la couleur de couverture.

Sur ces questions de fabrication, une maison s'est beaucoup illustrée, grâce à des créations très originales : Monsieur Toussaint Louverture. Les papiers de couverture sont de qualité, souvent teintés dans la masse, et chaque livre est pensé pour lui-même, ainsi, il est difficile de déterminer des caractéristiques communes. Cependant, ce sont des livres qui attirent immédiatement en librairie.

---

<sup>29</sup> [http://www.gallimard.fr/Divers/Plus-sur-la-collection/Blanche/\(sourcenoed\)/116029](http://www.gallimard.fr/Divers/Plus-sur-la-collection/Blanche/(sourcenoed)/116029)



Par exemple ce titre a une couverture dont le papier semble artisanal, où les fibres sont encore très visibles et qui n'a pas été blanchi. Une ouverture dans la première (pratique courante dans l'édition jeunesse, c'est bien plus rare dans les livres pour adultes) fait apparaître une photographie de l'auteur imprimée en première page. Le texte est imprimé avec un gaufrage en creux, qui semble ainsi avoir été gravé et ressort en relief. Le texte de quatrième présente aussi la caractéristique de n'être écrit qu'en caractères majuscules. Des signes de typographie normalement invisibles sont ici imprimés en rouge pour séparer les phrases. La justification du texte a aussi particulièrement bien été exécutée, pour créer un gris typographique très homogène. Cela crée un livre objet très singulier, qui renvoie une image d'un livre brut, direct, franc, et communique d'ores et déjà sur le texte qui le contient. Car il ne faut pas oublier que les choix paratextuels, ici matériels, influent sur la lecture, conditionne une image du texte. Avant même de l'avoir lu, c'est un texte qui nous paraît sans artifice, brut, voire cru.

## 2. Le rôle des rabats et de la jaquette

Les rabats sont souvent utilisés par les éditeurs pour créer un livre de meilleure qualité, dont l'intérieur sera protégé par une double épaisseur de couverture. Mais cela permet aussi de rendre le livre plus épais, qu'il ne paraisse pas trop fin au lecteur. Mais cela permet aussi de plus aérer une quatrième de couverture, en imprimant des éléments sur les rabats. Cela peut aussi être vu comme un inconvénient : si le livre possède des rabats pour l'épaissir, et qu'on ne veut pas donner trop de détails sur le texte ou l'auteur et ainsi faire figurer que peu d'élément de description, un rabat totalement vierge serait vu comme inutile. De manière générale, on remarque que lorsque des livres ont des rabats, leur quatrième semble plus épurée.

Il convient de bien distinguer les rabats de la jaquette. Les rabats sont un prolongement

plié de la couverture, tandis que la jaquette se superpose à la couverture, pour l'enrober. De fait, les jaquettes ont des rabats, pour leur permettre de se replier et de rester solidaire de la couverture. Mais ces rabats sont moins souvent investis de texte. La jaquette est imprimée sur un papier fin, pour lui permettre d'épouser la forme du livre, et couché, pour supporter des illustrations. Elle joue un rôle d'affiche et est souvent utilisée par les collections blanches pour égayer leur présentation, ou mieux correspondre au titre lui-même, comme l'affirme Genette :

« La fonction la plus évidente de la jaquette est d'attirer l'attention par des moyens plus spectaculaires qu'une couverture ne peut ou ne souhaite s'en permettre : illustration voyante, rappel d'une adaptation cinématographique ou télévisuelle, ou simplement présentation graphique plus flatteuse ou plus individualisée que n'y autorisent les normes de couverture d'une collection. »<sup>30</sup>

Le bandeau peut aussi jouer ce rôle, lorsqu'il ne se cantonne pas à répéter le nom de l'auteur ou d'afficher un prix littéraire :

« Pour se distinguer dans l'avalanche de titres qui atterriront à la fin de l'été en librairie, plusieurs maisons choisissent de jouer à fond la carte rentrée, enveloppant leurs titres dans d'élégants bandeaux ou profitant de ce moment d'effervescence pour moderniser l'allure d'une collection. »<sup>31</sup>

Ainsi, la jaquette vient redoubler la couverture. Pour la quatrième, peu de changement : elle se contente en général de reprendre le même texte, l'intérêt de la jaquette se situant principalement pour la première de couverture, afin de jouer la carte de l'affiche à fond.



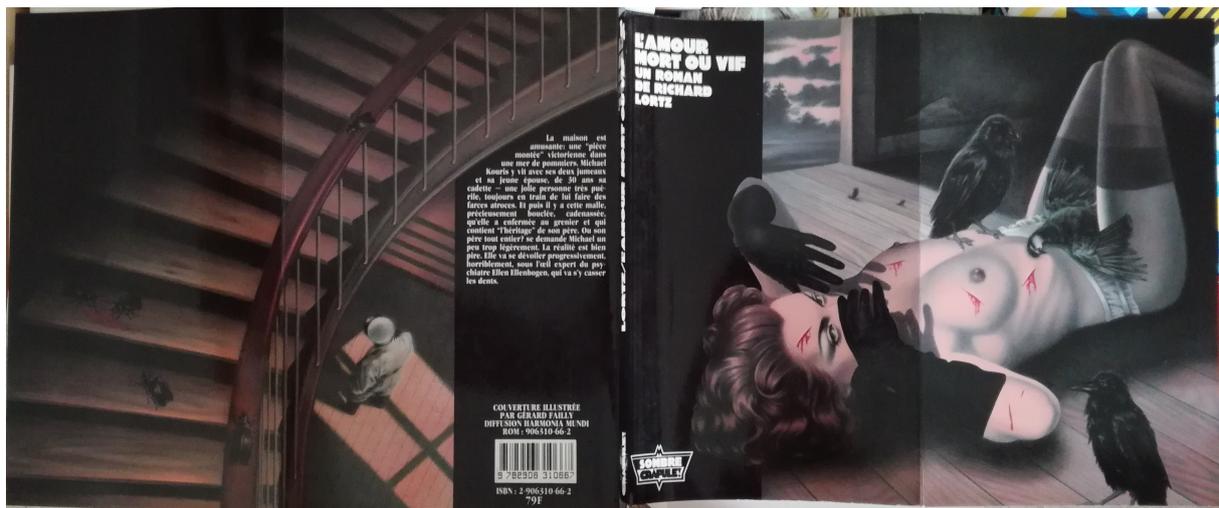
On voit avec cet exemple que la même quatrième est reprise, et que les rabats de la jaquette sont investis pour ajouter une biographie de l'auteur et des citations de journalistes français à propos d'un précédent titre du même auteur (celles de la quatrième concernent ce titre

<sup>30</sup> GENETTE Gérard, *Senils*, éditions du Seuil, Paris, 1987, p.32

<sup>31</sup> DURAND, Marine, « Habits de rentrée pour les couvertures », *LivresHebdo*, 3/06/2016, consulté le 28/05/2018, <http://www.livreshebdo.fr/article/habits-de-rentree-pour-les-couvertures?xtmc=%22quatri%C3%A8me+de+couverture%22&xtr=15>

mais sont de journaux américains). Un éditeur comme Actes Sud utilise systématiquement des jaquettes. Leur « vraie » couverture sont d'ailleurs peu identifiable voire inconnue car elle est toujours cachée par une jaquette, avec une illustration sur l'ensemble de la première, et un fond crème pour la quatrième. Qui est donc la même que celle de la couverture. Les rabats de la jaquette restent vierges. Cette approche permet de bien adapter chaque couverture au livre. Elle pourrait avoir l'inconvénient de ne pas déterminer d'image globale pour la collection mais le format très particulier, allongé, vient prévenir ce risque.

La jaquette peut également être utilisée pour créer des couvertures assez bluffantes dans leur fabrication. C'est le cas de la collection « Sombre Crapule », qui a commencé en 1988 mais qui est aujourd'hui arrêtée. Deux illustrations parcourent l'ensemble de la couverture, prolongée par les rabats :



Le prière d'insérer est ici imprimé en quatrième, les rabats servant à prolonger les illustrations, éléments majeurs du graphisme de cette collection. Si certains titres sont imprimés de cette manière, d'autre sont encore plus impressionnants. Les deux illustrations se prolongent sur trois rabats, qui se déploient en éventail :





Dans ce format, le prière d'insérer, ainsi qu'une biographie de l'auteur, sont imprimés au verso des plats les plus extérieurs, qui sont les premiers visibles lorsqu'on ouvre le livre, comme si c'était un simple rabat. Ces jaquettes sont imprimées sur un papier cartonné, comme une couverture. Celle-ci n'a pas vocation à être enlevée une fois le livre acheté. C'est en fait la véritable couverture du livre, mais pour des raisons de fabrication, elle peut se détacher de l'intérieur. Intérieur qui a tout de même une « pré-couverture », noire unie.

Cet exemple constitue un extrême de ce qu'il est possible de faire avec la jaquette d'un livre. La dimension artistique de ces livres se situe au moins autant sur leur couverture que dans leur texte, si ce n'est plus. On voit ainsi que la dimension matérielle du livre revêt, selon le genre, selon l'éditeur, selon le texte, une importance très variable.

# Chapitre 3

## Une messagère du livre-*œuvre*

La quatrième de couverture porte donc les symptômes des différentes facettes du livre : un produit commercial qui se vend et s'achète, un objet matériel qui transmet une certaine image, et l'œuvre d'un auteur dans tout ce qu'elle a de plus symbolique. C'est un aspect qui dans les différents enjeux a tendance à se faire oublier mais que nous gardons tout de même à l'esprit : l'enjeu reste d'accompagner au mieux une œuvre littéraire vers ses lecteurs. Pour ce faire, le texte de la quatrième de couverture a pour objectif de refléter au mieux le texte. Nul besoin ou envie de mentir : un éditeur qui publie un livre croit généralement en ses qualités et en la nécessité de le faire partager. Mais il s'agit néanmoins de proposer une certaine lecture pour informer le lecteur et le convaincre. Quel type de discours proposer pour refléter au mieux le texte ? Comment ne pas le trahir ? Est-ce que l'auteur n'est finalement pas le mieux placé pour écrire la quatrième de couverture ? Et finalement, quelles sont les conséquences de ces choix sur le public et les lecteurs ?

Nous verrons donc tout d'abord qu'il est possible d'effectuer des choix très différents au sujet du texte figurant en quatrième de couverture, allant d'une absence totale de texte à un discours très prolixe. Nous verrons ensuite comment le prière d'insérer est écrit, quels sont les éléments qui le composent et qui l'écrit. Finalement, il s'agira d'aborder la question de la réception de ce texte et du lien qu'il entretient avec le livre lui-même.

## I. Les différents types de quatrième de couverture

### 1. L'éloge : à la fois pompeuse et justifiée

La plupart des quatrièmes de couverture proposent des textes assez fournis, ce qui a des avantages et des inconvénients. Il est compréhensible qu'un éditeur veuille justifier sa décision de

publication et présenter ce qu'il y a, pour lui, de fondamentalement original, novateur, plaisant intéressant... dans ce livre. Il est donc amené à imprimer un texte élogieux de son ouvrage, qui peut avoir l'inconvénient d'en faire trop pour le lecteur, et amener à l'exagération de la portée du livre. Plus simplement, un texte important peut décourager en librairie une personne dont l'attention n'est pas pleinement accaparée par ce titre. On sait que c'est un texte qui est parcouru en quelques secondes, et la vue d'un texte trop imposant peut être un motif pour reposer le livre, et se consacrer à celui d'à côté. Il y a également le risque de trop en dire, car le livre doit garder des surprises pour maintenir intact le plaisir de lecture. C'est même une recommandation aux clients de la librairie de L'Attrape-Cœurs (Paris, XVIII<sup>e</sup>) : « Gare à ne pas trop en dire : “Nous dissuadons nos clients de lire la quatrième quand elle est exagérément exhaustive”, confie la librairie Erika Menu »<sup>32</sup>

Néanmoins, en France (on a vu que cela était tout à fait différent dans les pays anglo-saxons) les quatrièmes continuent de proposer un prière d'insérer assez long (comme on peut le voir en annexe 5, ou généralement en se baladant en librairie). C'est par exemple le cas de la maison d'édition Actes Sud, qui commence chaque quatrième de couverture par « Le point de vue des éditeurs », sauf dans la collection de poche, « Babel », pour laquelle la quatrième est semblable mais où cette mention est absente. Leurs quatrièmes de couverture sont l'archétype de l'éloge à grands renforts de superlatifs, mais cela est assumé comme étant une justification de la publication, et non une publicité bien peu discrète :

« Au risque verser dans le rédhibitoire, comme pour *Les Parisiens*, d'Olivier Py : “Tour à tour féroce et fervente, orgiaque et lyrique, dérisoire et grandiose, cette nef des intrigants, des saints et des prostitué(e)s tanguent puissamment entre rire et douleur, sonde les cœurs et les reins d'un parisianisme méphitique et narcissique, nourris d'illusions balzacienne et ivres d'incarner cette ville Lumière, sur laquelle flotte comme un drapeau - sans cesse brandi, vénéré et lacéré - le suaire d'un Art salvateur. » Vous en reprendrez bien 544 pages? Un cas extrême, certes, mais qui relance le parti pris des quatrièmes très détaillées d'Actes Sud. L'éditrice Marie Desmeures plaide pour sa paroisse : « Notre mention “Le point de vue des éditeurs” officialise un choix, un engagement. Il s'agit d'expliquer pourquoi nous publions ce livre-là et faire partager notre enthousiasme. »<sup>33</sup>

La phrase de commentaire de cette quatrième de couverture est très longue, remplie d'adjectifs plus ou moins évocateurs, tentant de qualifier un texte dans toute sa complexité et sa richesse, mais dont le résultat est aléatoire pour le lecteur. Difficile en effet de se faire une idée précise du contenu avec une telle phrase, tout au plus des images viennent à l'esprit. Prenons trois autres exemples. Sur la quatrième de *Cendres sur les mains*, suivi de *Sofia douleur*, de Laurent Gaudé, publié dans la collection « Babel » :

<sup>32</sup> PERAS Delphine, « La bataille des 4<sup>es</sup> de couverture », *L'Express Styles*, 12/10/2016, n°3406, p.62

<sup>33</sup> Idem.

« Dans des univers très différents, l'une habitée par la mort, l'autre emportée par l'urgence de vivre, deux femmes tentent d'affirmer une forme d'indépendance face à un monde qui voudrait les contraindre, les étouffer. C'est la parole, brutale, vibrante, qui les libère et leur permet d'accomplir leur destin. »

; sur la quatrième d'*Imago*, de Cyril Dion :

« Sous couvert de fiction, ce premier roman est celui d'un homme engagé pour un autre monde, une autre société – un engagement qui passe ici par l'imaginaire pour approcher encore davantage l'un des tragédies les plus durables du XX<sup>e</sup> siècle. »

; et sur celle de *Boussole* de Mathias Enard :

« Ce livre est un pont jeté entre l'Occident et l'Orient, entre hier et demain, bâti sur l'inventaire amoureux siècles de fascination, d'influences et traces sensibles et tenaces, pour tenter d'apaiser les feux du présent. »

On voit que la tendance est au registre élégiaque et tragique (« accomplir leur destin », « une tragédie ») afin de conférer une grande ampleur à ces textes. Les adjectifs se multiplient pour caractériser et mettre en valeur, au risque de lasser le lecteur.

Nous avons pris l'exemple d'*Actes Sud* comme archétype, d'autant plus que la quasi totalité de leurs quatrièmes sont de cette trempe, mais c'est une tendance majoritaire dans la rédaction des quatrièmes : un texte long, hyperbolique, nourri de nombreux adjectifs et de superlatifs. Mais ce n'est pas la seule.

## 2. La force du slogan

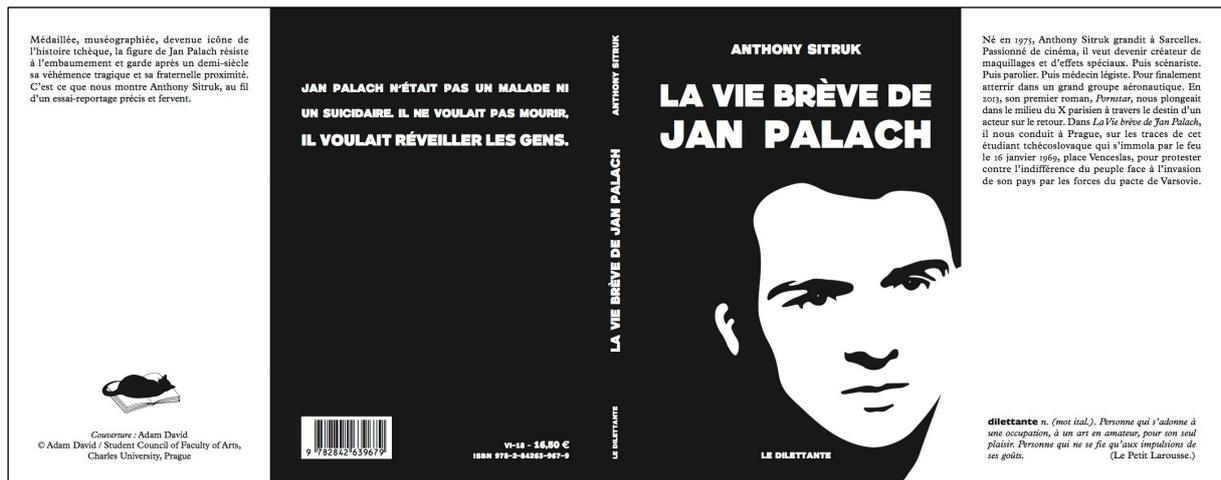
Une certaine tradition minimaliste refait surface, en épurant au maximum les quatrièmes de couverture. Le slogan permet de ne pas raconter, dévoiler, mais d'accrocher : « À une époque, il fallait être très pédagogue, autant pour le lecteur que pour les critiques, rappelle Elisabeth Samama, éditrice au Seuil. Aujourd'hui, il vaut mieux accrocher qu'expliquer. »<sup>34</sup> Cette phrase est en général extraite du livre, comme pour la plupart des quatrièmes de la maison d'édition Allia. Ainsi, sur la quatrième de *Repas de morts* de Dimitri Bornikov, on pouvait lire seulement : « J'ai rien à faire là. » Cela peut néanmoins être vu comme une facilité et un aveu d'échec : les éditeurs ne sont pas parvenus à résumer le roman en quelques phrases et n'ont pas trouvé d'autres solutions que de reprendre une phrase du texte.

Le slogan est une forme souvent utilisée, mais dans des contextes très différents. Il n'est souvent pas seul pour soutenir le livre. Il peut être présenté comme première phrase de la quatrième, associé donc à un prière d'insérer plus traditionnel. Il peut également être seul en quatrième mais être complété par des rabats, comme c'est le cas pour *La Vie brève de Jan Palach*, d'Anthony Sitruk, publié au Dilettante, ou de *Axolotl Roadkill* d'Hélène Hegemann publié chez Le

---

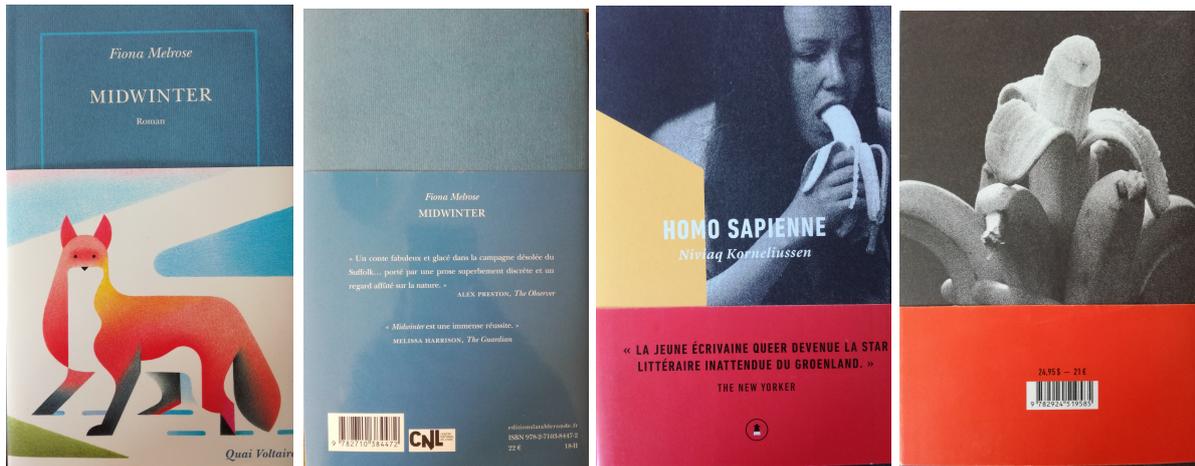
<sup>34</sup> Idem.

Serpent à Plumes, où il s'agit cette fois de citation de presse et non d'une phrase extraite du livre.



Cette pratique du slogan est bien plus visible dans la littérature traduite, sans doute sous l'influence de traditions étrangères. On voit que cette couverture ci-dessus ressemble davantage à une couverture anglo-saxonne.

Le slogan est aussi souvent utilisé sur des éléments amovibles : les bandeaux ou jaquettes, ce qui permet de remplir seulement leur fonction première qui se situe en librairie, pour être ensuite oublié. Cela est particulièrement utilisé pour accompagner des quatrièmes vierges de texte. Le slogan est alors ajouté en première ou en quatrième du bandeau :



### 3. La posture du « vide »

Les quatrièmes de couverture sont donc parfois (de plus en plus souvent ?) vides de tout texte. Cela peut être vu comme un retour dans le passé, quand les quatrièmes de couverture étaient vierges de texte. Et cela constitue de la part des éditeurs un refus de l'évolution de l'édition vers des pratiques de plus en plus marketings, conséquence inévitable d'un marché de plus en plus concurrentiel. Mais il est important de réaliser que refuser de « vendre » son livre en quatrième peut également être un moyen de s'attirer un certain public, de revendiquer une pratique qui serait purement littéraire et détachée de problématiques « basement commerciales ». C'est aussi un moyen de s'identifier à un passé glorifié de grands auteurs et de grands éditeurs (Jean-Jacques Pauvert, François Maspero, Jérôme Lindon...) Ainsi, les éditions de Minuit fût l'une des dernières, avec José Corti, à introduire du texte en quatrième de couverture. En 1951 en quatrième du *Rivage des Syrtes*, par exemple, était simplement présente la mention des autres titres de Gracq disponibles chez Corti.



Fabienne Raphoz, chez Corti, déclarait en 2012 au *Magazine Littéraire* : « Si nous pouvions encore nous en passer [imprimer un texte en quatrième], cela ne me gênerait pas. Mais vouloir se



collection « L'Arbalète », dirigée par Thomas Simonnet.<sup>35</sup>

Même si cela peut être vu comme élitiste, il est intéressant de remarquer que cela n'empêche pas des succès très populaires, comme le prouvent des écrivains du Dilettante comme Anna Gavalda ou Olivier Adam. Nous pouvons donc faire l'hypothèse que ces pratiques et ces postures sont interprétées par des personnes internes à la profession, mais que l'effet sur le public est bien plus aléatoire. Un public qui ne fait pas forcément attention à l'endroit où il va piocher l'information, si c'est en quatrième, en rabat, ou en bandeau.

## II. L'écriture du prière d'insérer

### 1. Qui les écrit ?

La plupart du temps, il s'agit de l'éditeur. Selon Dominique Gaultier, éditeur du Dilettante, l'auteur a « concocté le bijou », c'est à l'éditeur de « confectionner l'écrin ». Le prière d'insérer appartient à la sphère de la promotion et est donc l'apanage de l'éditeur. Mais il y a une raison moins pratique et plus philosophique. « Une idée assez répandue dans l'édition veut que les écrivains ne soient pas les mieux placés pour présenter leur travail »<sup>36</sup>, nous dit dans *l'Obs* David Caviglioli. Et pour cause, l'auteur d'un livre en est le créateur, le « sujet », et ne peut se placer en observateur de sa création. Le sujet ne peut être à la fois objet. C'est ce qu'explique Émilie Colombiani, éditrice au Seuil : « Le romancier ne peut être acteur et spectateur. Or, il faut avoir une distance par rapport au livre, et se mettre du côté du lecteur, pas de l'écrivain. L'auteur est le moins bien placé ! »<sup>37</sup>

Parfois l'éditeur qui s'est occupé d'un ouvrage, a contribué à le réécrire, l'a vu se former, peut avoir des difficultés à atteindre ce recul nécessaire pour poser un regard extérieur sur un livre. Ainsi, la quatrième est parfois écrite par quelqu'un qui n'a même pas lu le livre, mais seulement des comptes-rendus :

« En fait, les meilleures sont rédigées par des gens qui n'ont pas lu le livre et à qui on l'a raconté. Il faut savoir mentir vrai ! Un éditeur aime trop ses romans et fait trop de promesses. » On l'a bien compris chez Albin Michel, où Anna Colao est de longue date la cheville ouvrière des quatrièmes, jusqu'à une quarantaine par mois : « Certains s'étonnent d'apprendre que je me base uniquement sur les notes lecture et les argumentaires. Mais c'est justement ainsi que j'arrive à cerner l'essentiel. Je ne suis pas parasitée. »<sup>38</sup>

<sup>35</sup> CAVIGLIOLI David, « La rentrée littéraire vue de dos, défilé des mauvaises quatrièmes de couverture », *L'Obs* (site web), 14/08/2015.

<sup>36</sup> Idem.

<sup>37</sup> AÏSSAOUI Mohammed, « La quatrième de couverture en 5 questions », *Le Figaro*, n° 20876, 15.11.2011 p. 8.

<sup>38</sup> PERAS Delphine, « La bataille des 4<sup>es</sup> de couverture », *L'Express Styles*, 12/10/2016, n°3406, p.62

Cela peut aussi s'expliquer dans l'optique d'une meilleure efficacité dans l'exercice. Si quelqu'un d'attaché à l'ouvrage tente d'en faire le meilleur résumé, de le présenter de manière sincère et de susciter le désir, il peut s'acharner sur un exercice très chronophage. En effet, le texte de quatrième peut toujours être amélioré, et pour quelqu'un dont le texte lui tient vraiment à cœur, c'est un exercice d'autant plus délicat.

De rares maisons d'édition font systématiquement écrire les prière d'insérer par leurs auteurs. C'est le cas de P.O.L., qui déjà se situe à contre-courant en privilégiant les textes courts. Les quatrièmes d'auteur se distinguent globalement par leur originalité : pas de commentaire élogieux, de stratégies de public visé, une concentration sur le texte en lui-même. C'est une logique qui commande le fonctionnement global de l'édition de leurs ouvrages : pas de biographie d'auteur, de mention de prix. Seulement un bandeau qui rappelle le nom d'auteur. L'idée est vraiment que chaque livre se suffit à lui-même :

« Globalement les quatrièmes d'écrivain sont meilleures, quand c'est un bon écrivain. Plus courtes, moins scolaires. P.O.L. confie par principe la tâche à l'auteur. Nicolas Fargues vient de rédiger sa dixième, pour *Au pays du p'tit*. "Dans leur grande majorité, ces quatrièmes ont été très pénibles à écrire, dit-il. Et ratées, le plus souvent. J'aimerais être accrocheur, mais un étrange souci de déontologie m'empêche tout racolage. J'aurais honte de survendre mon livre." »<sup>39</sup>

Julien Green aurait d'ailleurs dit, à propos de la rédaction des prière d'insérer « Si je ne le fais pas, un autre le fera à ma place, et plus mal encore. » On reconnaît là une dévalorisation du texte produit, qui souligne bien la difficulté de l'exercice. Difficulté qui n'atténue pas l'enjeu primordial de ces quelques mots.

## 2. Quel contenu ?

« C'est un moment périlleux. On écrit 1 000 signes qui vont délimiter le texte, et peut-être le réduire. Parfois, ça ne marche pas. Ça fait plat, on a l'impression qu'il y a eu 500 livres comme ça. Mais c'est aussi un moment fort. On dit publiquement quelque chose du pour la première et la dernière fois. »<sup>40</sup>

Ce texte constitue la première lecture, la première vision, la première interprétation d'un livre. Sa composition n'a guère évolué depuis l'origine du prière d'insérer à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle. Genette prend l'exemple d'un prière d'insérer écrit par Zola (le prière d'insérer auctorial existe donc depuis l'origine de ceux-ci), à l'époque destiné aux critiques et non à l'ensemble des lecteurs. Néanmoins, ce texte permet de mesurer le faible écart qu'il y a avec les textes présentés aujourd'hui en quatrième de couverture :

<sup>39</sup> CAVIGLIOLI David, « La rentrée littéraire vue de dos, défilé des mauvaises quatrièmes de couverture », *L'Obs* (site web), 14/08/2015.

<sup>40</sup> Idem.

« *L'Œuvre*, le roman d'Émile Zola que la bibliothèque Charpentier publie aujourd'hui, est une histoire simple et poignante, le drame d'une intelligence aux prises avec la nature, le long combat de la passion d'une femme et de la passion de son art, chez un peintre original, qui apporte une formule nouvelle.

L'auteur a mis ce drame dans le milieu de la jeunesse, il s'y est confessé lui-même, il y a raconté quinze ans de sa vie et de la vie de ces contemporains. Ce sont des sortes de Mémoires qui vont du salon des Refusés de 1863 jusqu'aux expositions de ces dernières années, un tableau de l'art moderne, pris en plein Paris, avec tous les épisodes qu'il comporte. Œuvre d'artiste, mais œuvre de romancier, et qui passionnera. »<sup>41</sup>

À travers ce texte, Zola présente son nouveau livre, en parlant de lui à la troisième personne. Comme aujourd'hui, ce n'est pas lui qui est censé avoir écrit ce texte. Le fait qu'il se destine à la critique induit aussi un futur (« qui passionnera »), aujourd'hui délaissé au profit du présent. On remarque également une intention clairement définie par l'auteur, « il s'y est confessé lui-même », un prisme à travers lequel lire son œuvre de la manière dont il l'a voulu. C'est également l'enjeu d'un prière d'insérer auctorial : une meilleure fidélité par rapport à l'œuvre, qui n'est pas qu'un matériau brut, mais aussi un message. Si c'est l'auteur qui signe le prière d'insérer, le lecteur est plus à même de saisir le sens qu'il a voulu (ou pas) donner à son texte, car il s'agit d'un espace où il peut l'explicitier.

La composition de ce texte est la même que celles qu'on peut lire aujourd'hui et que Genette analyse : « un paragraphe descriptif aussi factuel que possible, un paragraphe de commentaire thématique et technique, une appréciation élogieuse dans les derniers mots ». Un plan suivi plus ou moins scrupuleusement aujourd'hui mais encore globalement majoritaire :

« Aux prises avec des impératifs de légitimation littéraire et d'efficacité commerciale, les grandes maisons n'arrivent pas à se départir du plan « résumé-commentaire », [de] cette langue intermédiaire, à mi-chemin entre celle du critique universitaire et celle du représentant de commerce. »<sup>42</sup>

L'étrangeté de cette langue vient de ses multiples buts mais aussi de la diversité des textes dans lesquels elle a pioché. En effet, un prière d'insérer est souvent le fruit de divers remaniements et autres coupures, se nourrissant de bribes de notes de lectures, argumentaires de ventes et autres communiqués de presse. Autant de personnes qui s'échinent à dénicher le fait de langue, l'expression, la référence qui sera reprise par tous les journalistes, restera en tête, donnera une image flatteuse du livre, le rendra familier à des personnes qui ne l'auront pourtant pas lu. Cette quête désespérée entraîne des habitudes, devenant même des *topoi* de quatrièmes de couverture, dans ce qu'elles ont de plus lassant. C'est le propos de l'article de Caviglioli, qui montre les dérives que cela peut entraîner :

<sup>41</sup> GENETTE Gérard, *Seuils*, éditions du Seuil, Paris, 1987, p.110.

<sup>42</sup> CAVIGLIOLI David, « La rentrée littéraire vue de dos, défilé des mauvaises quatrièmes de couverture », *L'Obs* (site web), 14/08/2015.

- « [de] – la psychologie 100 % matière grasse : “Pour *tenter de vivre*, il faut abandonner plusieurs *moi* derrière soi. Mais le peut-on ?” (*Il faut tenter de vivre*, d’Eric Faye, Stock) ;
- des résumés trop précis : “Et puis il y a Forgeaud, le boss du marché, protecteur incontournable et despote au passé obscur, Forgeaud qui, frappé par la beauté de Jeanne, en perd le souffle et se promet de la posséder avant l’été.” (*La Saison des Bijoux*, d’Eric Holder, Seuil) ;
  - la publicité lourde : “Plus que jamais dans son élément, Eric Holder s’empare de cette saison mouvementée au goût de sel, prétexte à un exercice virtuose de portraitiste, à des scènes et des tableaux qui réservent un régal de lecture.” (Eric Holder à nouveau) ;
  - du pathos : “Un voyage sans retour, ayant pour seules issues la violence et la mort.” (*La Terre sous les ongles d’Alexandre*, Civico, Rivages). »

Il aurait pu rajouter également le festival de questions rhétoriques qui clôturent souvent le prière d’insérer :

« À lire ces mises en bouche, on garde sur l’estomac beaucoup de questions propices à faire gamberger bacheliers ou candidats à la prêtrise. Exemples : “Peut-on pardonner à ceux qui vous aiment et vous ont trahi ?” (*Le Muscle et la Chair*, Patrick Olivier Meyer, Calmann-Lévy) ; “Comment une telle forfaiture a-t-elle été possible ? Et surtout, pourquoi ?” (*Le Silence*, Jean-Guy Soumy, Robert Laffont) »<sup>43</sup>

### III. Le lien entre la quatrième et le livre

#### 1. La quatrième : messagère ou manipulatrice ?

L’apport de Genette concernant le paratexte est considérable, d’abord pour la formulation des concepts qui permettent une analyse, ensuite pour l’explication détaillée qu’il fait de chaque élément du paratexte. Mais à propos de sa postérité, se fait ressentir un besoin de compléter son analyse pour étudier les relations entre le paratexte et le texte. C’est ce que montre Andrea Del Lungo dans son article paru dans la revue *Littérature*, « *Seuils*, vingt ans après. Quelques pistes pour l’étude du paratexte après Genette ». Pour étudier les quatrièmes de couverture et les prière d’insérer, comme tout élément du paratexte, il faut également prendre en compte le rapport que celui-ci entretient avec le texte, ce que délaisse en majeure partie Genette :

« Il se donne ainsi à lire comme une promenade à travers les époques et les différents emplois du paratexte au cours de laquelle la visée théorique s’estompe au profit d’un aspect savant, d’un plaisir presque philologique qui s’exprime notamment à propos des éléments mineurs du paratexte.

Cette impression cache en réalité un choix de principe : dans l’ouvrage de Genette, le paratexte n’est jamais envisagé en relation au texte qu’il entoure — d’où l’absence d’analyses ponctuelles —, mais comme objet *autonome* dont il s’agit d’analyser l’effet produit en termes de communication et de pragmatique. Voici une brèche dans laquelle une nouvelle perspective de travail peut s’ouvrir, afin d’analyser l’articulation *herméneutique* du paratexte et du texte. En effet, l’analyse du « sens » du paratexte par rapport à l’objet de son discours est envisagée par Genette en termes de direction (la fonction prioritaire du paratexte étant

<sup>43</sup> SÉRY Macha, « Brèves de quatrièmes de couv’ », *Le Monde*, 4/01/2013, p.6.

d'orienter la lecture) plutôt qu'en termes de signification ; or, la question qui mérite d'être étudiée est précisément d'observer comment le paratexte mobilise un sens, des savoirs et des formes que le texte peut confirmer, développer, mais aussi déplacer, voire infirmer. »<sup>44</sup>

Ainsi, Genette nous éclaire sur les buts de la quatrième, son système d'énonciation, son histoire, mais peu sur son sens, sur la lecture qu'elle propose d'un texte. De telles analyses sont possibles par l'étude approfondie de textes. Et cette dimension n'est pas à sous-estimer : le prière d'insérer donne des clés de lecture, des interprétations, à travers lesquelles va ensuite être lu le texte. Tous les discours qui précèdent un texte conditionnent sa lecture, qui ne saurait alors être *pure*. Le lecteur a déjà une idée sur le texte, qui va être confirmée ou infirmée, mais il lit toujours par rapport à une idée préconçue. Donc le paratexte joue un rôle très important dans la réception du texte. Lecteur qu'on ne saurait que prendre en compte en écrivant une quatrième, puisque, comme le dit Paul Auster, « c'est le lecteur qui écrit le livre, et non l'auteur ».

Si le prière d'insérer donne déjà une lecture, lecture qui ne peut que se comprendre dans ce qu'elle a de multiples et d'abstrait, comment faire en sorte qu'elle ne contraigne pas la lecture, voire qu'elle n'induisse pas en erreur, et laisse sa pleine liberté au lecteur ?

« Le paratexte constitue moins un *objet* — car il est précisément trop varié — qu'un *effet*. Tel est le sens de la réflexion que le critique nous livre en conclusion; soulignant l'importance essentielle du caractère fonctionnel du paratexte, Genette affirme que celui-ci “a pour principal enjeu d'assurer au texte un sort conforme au dessein de l'auteur” (p. 374) ; ou encore, que “la justesse du point de vue auctorial est le credo implicite et l'idéologie spontanée du paratexte” (p. 375) ; et enfin, que “l'action du paratexte est bien souvent de l'ordre de l'influence, voire de la manipulation, subie de manière inconsciente” (p. 376). Bref, l'idée qui se dégage de cette réflexion, et sur laquelle nous reviendrons, consiste à supposer l'existence d'un “bon” paratexte, capable de transmettre un message auctorial sans “faire écran”, et en se faisant en quelque sorte oublier : “l'un des gages d'efficacité du paratexte est sans doute sa transparence” (p. 291), affirme Genette, et le principal obstacle à son efficacité “ne tient généralement pas à une mauvaise entente de ses fins, mais plutôt à un effet pervers [...] : comme tous les relais, le paratexte tend parfois à déborder sa fonction et à se constituer en écran, et dès lors à jouer sa partie au détriment de celle de son texte” (p. 376). »<sup>45</sup>

Le bon paratexte est donc celui qui facilite la transmission du message de l'auteur au lecteur, en se faisant oublier, en n'étant qu'un passeur. Le piège est que le prière d'insérer dise plus que ce qu'il est censé transmettre, s'accapare un sens, plutôt que de laisser parler celui du texte. Encore faut-il parvenir à la transparence, et savoir comment transmettre le message de l'auteur, qui est bien souvent obscur. Pour « éviter de faire écran », il apparaît comme solution de ne pas fixer une lecture trop précise dans le prière d'insérer, d'assigner un sens au texte, mais de laisser les plus libres possibles les différentes interprétations. Quoiqu'il en soit, ces effets pervers ne sont pas à surestimer, car « C'est dans la multitude de ses lecteurs et la variété de leurs lectures

<sup>44</sup> Andrea Del Lungo, « *Seuils*, vingt ans après. Quelques pistes pour l'étude du paratexte après Genette », *Littérature* 2009/3 (n° 155), p. 98-111. URL : <https://www.cairn.info/revue-litterature-2009-3-page-98.htm>

<sup>45</sup> Idem.

que l'auteur a quelque chance de retrouver la configuration de son propos.»<sup>46</sup> Le soi-disant « message » de l'auteur a peu de chance d'être perdu à cause d'un « mauvais » paratexte, car sa fragmentation dans toutes les lectures de chaque lecteur tend à l'y préserver.

## 2. Une confiance toute relative du lecteur

Dans une perspective moins philosophique, les effets pervers ou dénaturants du paratexte sont à relativiser par la réception des lecteurs non pas du texte, mais du paratexte. Ainsi, c'est un espace dans lequel l'esprit critique des lecteurs semble fonctionner à plein régime. C'est un style qui est volontiers moqué, comme on l'a vu dans les articles de presse. Selon Erika Menu, libraire à L'Attrape-Cœurs, « le lecteur n'est pas dupe des superlatifs à la pelle, aucunement prescripteurs ».<sup>47</sup> Le lecteur ne donne pas foi à tous ces discours qu'on lui sert dans les divers lieux du paratexte, et particulièrement dans le prière d'insérer, où l'objectif de vente est le plus visible :

« Or, si le paratexte demeure de toute évidence le lieu d'affirmation d'une parole auctoriale, il est aussi possible de le considérer comme l'espace d'une inévitable "double entente", qui fait que chaque élément peut être pris "au mot et à la lettre", mais aussi au figuré et à l'envers : le paratexte implique, je dirais par essence, une *lecture du soupçon* (Genette évoque, bien entendu, les aspects contradictoires du paratexte (voir notamment p. 202), ainsi que l'hypocrisie dont celui-ci peut faire preuve (p. 214), sans cependant trop y insister.)

[...] Car le discours du paratexte est sujet à caution en ce qu'il constitue l'espace par excellence du leurre de la parole, comme le savent bien les écrivains : Proust ne parlait-il pas du "langage insincère des préfaces et des dédicaces" ? Et les lecteurs aussi le savent sans doute très bien : le paratexte implique une attitude de réception selon laquelle le destinataire soupçonne que les véritables raisons du discours paratextuel sont *autres* que les raisons apparentes.

Bref, le paratexte semble trop exhibé et trop codé pour être *vrai* : il s'agit d'un espace de feintes, d'esquives, de dérobades de l'auteur, dont le sens ultime reste souvent *indécidable*. [...] Ou encore, c'est un lieu conventionnel où l'auteur essaie de déjouer, ou de jouer avec, le caractère conventionnel même. Car la conscience de l'aspect codé du paratexte est aiguë chez les écrivains, et ce à toute époque, je crois ; conscience qui implique une conception double du paratexte comme espace de persuasion et d'affirmation, certes, mais aussi de leurre et de déni, le renversement des facteurs pouvant évidemment passer par l'ironie. »<sup>48</sup>

Bref, le lecteur est conscient des enjeux de la quatrième de couverture et se doute que s'il est écrit que « ce livre est sans doute le plus grand du XXI<sup>e</sup> siècle », phrase exagérant à peine ce qu'on peut lire parfois en retournant un livre, ce n'est pas une affirmation à prendre au pied de la lettre. Le rôle du lecteur dans la portée du paratexte est primordial. Chaque lecteur ne prendra que ce qu'il est déjà prêt à vouloir accepter.

<sup>46</sup> NYSSSEN Hubert, *Du texte au livre, les avatars du sens*, Nathan, 1993, p.17.

<sup>47</sup> PERAS Delphine, « La bataille des 4<sup>es</sup> de couverture », *L'Express Styles*, 12/10/2016, n°3406, p.62

<sup>48</sup> Andrea Del Lungo, « *Seuils*, vingt ans après. Quelques pistes pour l'étude du paratexte après Genette », *Littérature* 2009/3 (n° 155), p. 98-111. URL : <https://www.cairn.info/revue-litterature-2009-3-page-98.htm>

Le livre est donc un objet multiforme dont la quatrième semble être le témoin privilégié. Le livre est également un objet symbolique, dont la matérialité et la *marchandicité* tentent de se faire oublier : les éditeurs font le choix de la sobriété, dans le texte et le graphisme, aussi pour montrer l'image qu'eux-mêmes ont du livre comme porteur d'une œuvre d'art, étant lui-même une partie de l'œuvre d'un auteur. C'est aussi ce qui rend les livres de littérature si particuliers, cet aspect symbolique est très fort, contrairement aux livres scientifiques ou aux essais. C'est aussi un aspect qui semble être plus présent en France que dans les autres pays et qui donne sans doute des réticences aux éditeurs pour faire des accroches très tapageuses ou imprimer des recommandations de journalistes, reléguées en bandeau ou jaquette. De cette façon, la sobriété dans le livre est devenue une marque de prestige.

Après avoir étudié les différents éléments qui président la conception d'un quatrième et les diverses réalisations d'éditeurs, il s'agit de tenter de mettre en pratique ces considérations, en ayant tenu compte des préférences des lecteurs.

Troisième partie

---

La quatrième de couverture en pratique :  
une collection de poche au Dilettante

Pour mettre en pratique ces différentes réflexions, nous allons imaginer des rééditions en poche chez Le Dilettante avec des quatrièmes de couverture modifiées. Maison d'édition indépendante, qu'il s'agira tout d'abord de présenter afin de mieux en comprendre l'esprit, dont nous avons vu que leurs quatrièmes de couverture étaient majoritairement vides de textes. Pour proposer un texte de quatrième attractif et adapté aux pratiques des lecteurs, nous tenterons d'en apprendre un peu plus sur leurs attentes. Ainsi, nous pourrions proposer des modifications aux prière d'insérer et imaginer un protocole de collection fidèle à l'image de la maison, tout en imaginant une collection qui ne soit pas une simple adaptation du grand format.

# Chapitre 1

## Le Dilettante, une maison « indépendante, teigneuse et spontanée »

Anna Rozen, auteur du Dilettante, décrit ainsi la maison d'édition : « Maison d'esprit et de sentiment. Ils font des tirages sur grand papier, ce qui est le symbole d'un amour du livre assez charmant. Ils sont petits, volontaires, indépendants, têtus, teigneux et spontanés. » (« Les Enfants du Dilettante », *Le Nouvel Observateur*, 13/19 janvier 2000). C'est une phrase qui résume assez bien l'image portée par la maison. Indépendance de la structure, des choix éditoriaux, qui est également visible de manière concrète sur leurs ouvrages, grâce à une charte en graphique qui prend le contrepied de la plupart des maisons d'édition littéraires. Nous étudierons donc d'abord les spécificités de l'entreprise puis celles de sa production, pour en arriver aux quatrièmes de couverture, résultat et reflet du caractère de la maison.

## I. Une édition en marge de la production littéraire parisienne

### 1. Une maison qui a su s'installer dans la durée

Le Dilettante est né en 1984, à une époque où beaucoup de maisons d'édition nées dans les années 1970 commençaient à fermer boutique. Construite par un groupe d'amis, dont il ne reste aujourd'hui que Dominique Gaultier, cette maison a su s'installer dans la durée, ce qui reste le plus difficile à atteindre. Le but originel, celui qui définit finalement de manière historique la ligne éditoriale d'une maison, était de rééditer des auteurs anciens et/ou méconnus (Emmanuel Bove, Lucien Rebatet...) et de découvrir de jeunes talents (Anna Galvalda, Romain Puértolas...). Ils sont également une des rares maisons à publier des nouvelles, genre dépréciés par les éditeurs

littéraires et certainement par une partie du public. C'est une maison dont la ligne éditoriale reste large mais qui est toujours portée par ces grandes lignes. Cependant, le plus important est la liberté de la maison, affichée dans son nom, « le dilettante », et affirmée par la définition de ce mot, qu'on retrouve sur tous les livres, sur le site internet, sur la page Wikipédia, à l'intérieur de la librairie etc. : « n. (mot ital.) Personne qui s'adonne à une occupation, à un art en amateur, pour son seul plaisir. Personne qui ne se fie qu'aux impulsions de ses goûts. (Le Petit Larousse). »<sup>49</sup> Dans la découverte des nouveaux auteurs, Dominique Gaultier rappelle fréquemment cette définition pour signifier que le critère principal reste son goût, forcément subjectif.

## 2. Petite parmi les grandes

Le Dilettante a su également résister au phénomène de concentration qui pèse sur toutes les structures éditoriales, et particulièrement les plus petites. C'est donc une maison d'édition indépendante, et ce de plusieurs manières. Tout d'abord, elle n'appartient à aucun groupe. Ensuite, elle a fait le choix, qu'elle a su conserver, d'être auto-diffusée. Claude Tarrène, responsable marketing, des relations avec les libraires et chargé des ventes et achats de droits, se charge de l'ensemble de la diffusion pour le Dilettante, tandis que la distribution est effectuée par UD Distribution, la structure du groupe Flammarion. Cela permet aux livres du Dilettante d'être sans doute mieux présentés et mieux défendus, mais également à la maison de rester identifiable pour les libraires, sans être perdue dans la masse des petits éditeurs. Cela permet également un contrôle sur la manière dont sont présentées les nouveautés.

La maison compte six salariés : Dominique Gaultier, Claude Tarrène, Camille Cazaubon, assistante éditoriale et responsable de fabrication, Charlotte Varlet, attachée de presse, Antonin Bihr, assistant libraire et Christine Éveillard, en charge de la comptabilité. C'est donc une équipe réduite, qui doit néanmoins parvenir à faire face, à trouver leur voix et leur visibilité face aux immenses services marketing et de communication des maisons comme Albin Michel, Flammarion ou Gallimard, dont la production se situe directement en concurrence. Au niveau de la production, il s'agit également de décalages énormes, puisque la maison publie une douzaine de titres par an, environ un par mois. Elle se situe 72<sup>e</sup> pour l'année 2018 au classement des éditeurs de *LivresHebdo*<sup>50</sup>, qui répertorie les deux cents maisons d'édition qui totalisent plus de 800 000 € de chiffre d'affaires. C'est un taux de rentabilité très important puisque une faible production génère un chiffre d'affaire assez important pour payer le travail de six personnes. À titre de comparaison, la maison Au diable vauvert est de taille similaire mais publie une cinquantaine de

---

<sup>49</sup> <https://www.ledilettante.com/page-la-maison.htm#13>

<sup>50</sup> PIAULT Fabrice, « Classement 2018 : les 200 premiers éditeurs français », *LivresHebdo*, 22/06/2018 <http://www.livreshebdofr/article/classement-2018-les-200-premiers-editeurs-francais>

titre par an. Ce succès est permis par des auteurs qui génèrent des ventes très importantes, principalement Anna Gavalda, mais aussi plus récemment Romain Puértolas. Cela a pour conséquence une forte dépendance à chaque titre et à leur succès, puisque le profit qu'ils suscitent ou les pertes qu'ils occasionnent ne sont pas compensée par de nombreux autres titres. D'une année sur l'autre, c'est fréquemment la maison qui totalise la plus forte hausse ou la plus forte baisse, selon le succès d'un titre publié dans l'année.

### 3. Un lien historique avec la librairie

Autre caractéristique principale, le lien historique de la maison avec le secteur de la librairie. Dominique Gaultier a d'abord été libraire dans le 13<sup>e</sup> arrondissement de Paris, avant de faire le choix de l'édition. Ce lien avec la librairie est toujours resté, comme deux activités parallèles et étroitement liées. Aujourd'hui la librairie, située au 7 place de l'Odéon, dans le 6<sup>e</sup> arrondissement, qui est seulement une librairie d'occasion, est spécialisée en littérature du XX<sup>e</sup> siècle, tout en proposant une large offre de livres d'art, et les bureaux de la maison d'édition se situent dans les mêmes locaux, à l'étage. Ce métier d'éditeur-libraire nous vient quasiment des origines de l'édition et de l'imprimerie et Le Dilettante est aujourd'hui une des seules structures qui a su garder les deux casquettes (dans une échelle tout autre, ce fût également la stratégie de Hachette avec les relais H). Cela présente l'avantage de donner un débouché et une visibilité à l'ensemble de la production de la maison, et notamment de continuer à faire vivre son fonds. En effet, devant le flux immense de nouvelles sorties et la vitesse de rotation en librairie, les ouvrages ont une durée de vie très limitée, ce qui a pour conséquence que les livres quelque peu anciens, de moins en moins anciens ceci dit, ne trouvent plus de places pour être vendus. Donc même si les ventes des livres du fonds du Dilettante restent minimales à la librairie, c'est toujours un lieu où ils restent disponibles. Mais le secteur de la librairie offre aussi un lien plus direct avec le public, pour avoir une meilleure connaissance des tendances et permet également d'organiser des événements sur place.

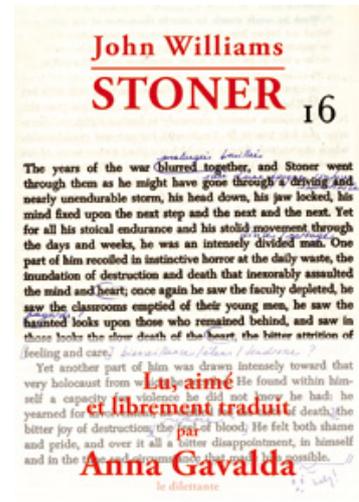
## II. Des couvertures libres : l'unité dans la diversité

### 1. Une production soignée

Les livres du Dilettante se caractérisent avant tout par leur format, assez petit, quasiment un format poche : 12 × 18. Pour les livres plus volumineux, qui restent une exception : 14,5 × 20,5. Cependant, la fabrication soignée en fait des livres de qualité : le papier est d'un fort

grammage, la couverture possède des rabats, et surtout la reliure est cousue. C'est un procédé qui est significativement plus cher mais assure une plus longue vie au livre qui ne risque pas de perdre des pages, ce qui peut arriver en dos carré-collé. La couverture est aussi protégée par un pelliculage mat. La maison publie également quelques exemplaires de ses titres en grand papier, ce qui démontre un attachement assez profond à l'objet livre. Ces livres sont vendus à un prix généralement quatre fois supérieur au prix de l'édition courante. Ils n'utilisent jamais de jaquette, à de rares exceptions près (à ma connaissance seulement pour le titre *U.V.* de Serge Joncour, auquel une jaquette a été ajoutée à l'occasion de la sortie du film).

De la même manière, ils utilisent rarement le bandeau, sauf exceptions, comme pour *La Zonzon* d'Alain Guyard, pour l'obtention du prix George Brassens en 2011. Le bandeau est alors traditionnel, rouge avec la mention du prix en blanc. On peut citer également une traduction de William Stoner par Anna Gavalda (ci-contre), pour lequel le bandeau est utilisé pour mettre en valeur le nom de la traductrice. Le bandeau est alors très intéressant puisqu'il est transparent, imprimé sur un papier semblable à un papier calque, avec un texte en rouge qui apparaît en surimpression sur la couverture.



Les couvertures sont pensées selon une charte graphique assez libre. C'est avant tout la fabrication qui fait l'unité de la production du Dilettante. En première de couverture, on retrouve seulement trois éléments : l'auteur, le titre, et la mention « Le Dilettante », dans cet ordre. La police typographique utilisée est quasiment toujours différente, comme l'illustration utilisée. À l'origine il s'agissait plus souvent d'œuvres originales d'artistes, ce qui est moins le cas aujourd'hui. Cependant, l'illustration est quasiment toujours imprimée sur l'ensemble de la première, si ce n'est l'ensemble de la couverture, en passant par le dos. Les éléments textuels sont

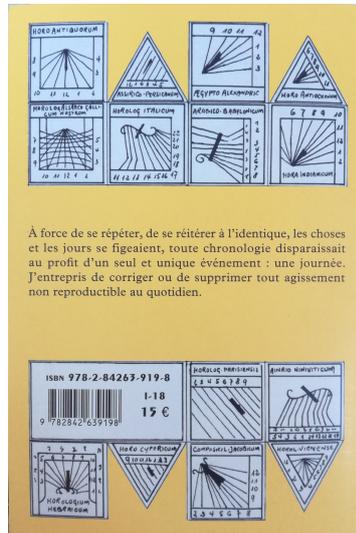


alors intégrés à l'illustration. Cela donne une production très colorée, même pour les auteurs anciens comme Emmanuel Bove (ci-contre une photo des dos d'une grande partie des livres du Dilettante). L'aspect des livres se situe donc à

rebours de la production littéraire contemporaine, qui mise globalement sur le blanc (même si Actes Sud en est une exception majeure).

## 2. Des quatrièmes de couverture très variées

On retrouve trois tendances dans la manière de présenter les quatrièmes de couverture, voire quatre. La première, la plus utilisée, est de laisser la quatrième de couverture vierge de texte, avec l'illustration de couverture qui se prolonge, ou même un fond de couleur unie. La deuxième



est de présenter un texte assez long : un prière d'insérer ou, plus souvent, un extrait du texte. La troisième est de donner simplement une phrase, comme une phrase d'accroche, qui est souvent extraite du texte, mais pas toujours. En tout cas, les éléments ne sont pas multipliés, un seul est présent, même si leur taille varie. Cela permet une grande liberté, puisque le choix correspond au plus près au texte, et cela donne une esthétique assez minimaliste. Les rabats permettent, en même temps qu'ils imposent, cette esthétique. En effet, la plupart des précisions quant à l'auteur, au texte... se situent en rabats. Là aussi, la taille des éléments est variable, tout comme leurs caractéristiques. En second rabat, on peut retrouver : une présentation de l'auteur, une liste d'auteurs « Ils ont commencé au Dilettante », les couvertures des textes du même auteur au Dilettante, ou des extraits de presse du précédent titre. On retrouve toujours cependant la définition de « dilettante » en premier rabat, et le logo en deuxième rabat.



L'ensemble des prière d'insérer, qui figurent sur le site internet, sur les communiqués de presse, sur le catalogue du Dilettante (qui est l'une des rares à encore proposer un catalogue papier) et de manière réduite sur un rabat de la couverture sont écrits par François Angelier, journaliste, écrivain et animateur de radio. Ses prière d'insérer détonnent largement dans le panorama. Ce sont des prière d'insérer qui se rapprochent plus d'articles de presse en ce qu'ils ne respectent pas vraiment les codes de la quatrième de couverture. Le style est fourni, libre, expressif, comme en témoigne le prière d'insérer de *Babylone Express*, premier roman de Mathilde-Marie de Malfilâtre, sorti le 23 août 2018 pour la rentrée littéraire :

Sang chaud et verve drue ne sauraient mentir, et cette Malfilâtre-là, Mathilde-Marie, un prénom d'archiduchesse, rend des points à son lyrique ancêtre, Jacques-Louis, douloureux poète des Lumières. Luna, l'héroïne du roman, la neuve, l'unique, le feu à la fente et la joie au

cœur, pitbullise sa vie jusqu'au sang, racle l'os et avale tout sans trembler. En témoigne ce *Babylone Express* qui entre au catalogue du Dilettante avec des entrechats de voiture-bélier et des vocalises de lance-flammes. Quelque part entre Burroughs et Grisélidis Réal. Rita Renoir en plein vaudou. Les choses avaient pourtant dignement commencé : madrée lieutenant de la gendarmerie nationale vouée à l'observation des éco-terroristes, elle affiche 1,73 m d'efficacité galonnée et 59 kg de pugnacité opérationnelle. Un modèle. Mais voilà qu'elle se découvre et un cœur de chevaucheuse de dragons et des appétits d'ogresse. Apocalypse XXL. Le dragon, en l'occurrence, se nomme Marco, dealer aristocratique et maquisard végan. Remis l'uniforme, posées les épaulettes, s'enclenche alors une phénoménale partie de chaloupée cosmique. La bête à deux dos ricoche aux quatre coins de l'Europe. Des bars à beuh de Marrakech aux boîtes à partouzes de Berlin, des chevaliers du taste-shit aux keupons saumâtres, rien de ce qui fait étincelle ne leur est étranger. Nos tourtereaux dealent, draguent, dansent, se dopent, dévissent et se damnent avec une abyssale fringale de déglingue et un talent instinctif pour les soubresautantes extases lysergiques. Peu importe comment tout cela finit, passé certaines limites parler de ticket n'est plus tenable. Reste un livre ivre, crépitant et suicidaire, une tonique aubade aux vertiges toxiques. À s'injecter cul-sec. Merci jeune fille ! »

Ces textes contribuent fortement à donner une image originale, vivante, parfois rebelle, voire impudente, à la maison.

### 3. Une maison dissidente ?

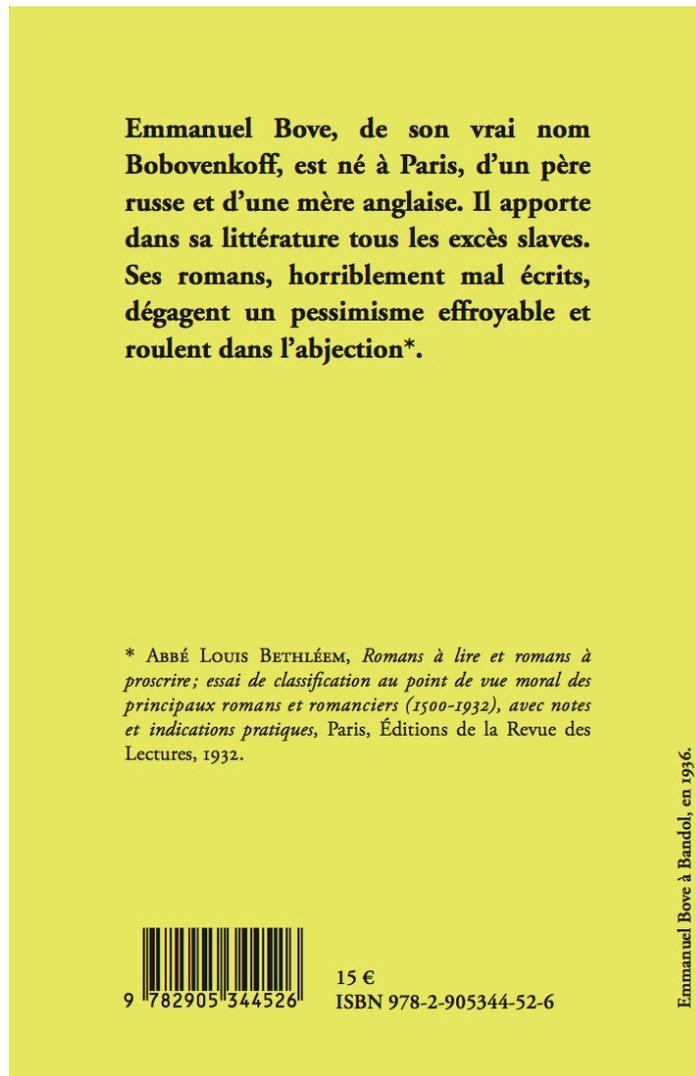
C'est donc une maison indépendante, à taille humaine, dont les livres se remarquent et se démarquent par leur graphisme et leur texte de prière d'insérer. Une maison qui semble-t-il ne fait rien comme les autres. Sur les quatrièmes de couverture ou les rabats, cette dissidence est visible également dans le ton humoristique employé, qui est pourtant rarement de mise. On retrouve par exemple une fausse biographie de Romain Puértolas, tout en dérision du genre. Parfois cette dérision est même utilisée dans les prières d'insérer. Et pourtant :

« La moquerie n'est ici pas mise. On voit mal un éditeur qui ne défendrait pas les ouvrages qu'il publie et ferait inscrire au verso : “Une écriture toute en médiocrité”, “un style mou”, “un roman à la drôlerie résistible”, ou “une pochade fade et inoffensive”. »<sup>51</sup>

En effet, le style, s'il n'est pas hyperbolique, est généralement au moins mélioratif. Et pour cause, le but n'est pas de critiquer un livre mais de montrer sa valeur. Cependant, nous avons vu que les lecteurs faisaient preuve d'une vraie distance critique par rapport aux textes de quatrièmes de couverture. Donc, donner les faiblesses de son livre serait plutôt une preuve de sincérité et permettrait d'ajouter du crédit aux qualités décrites. Mais c'est quelque chose qu'on ne voit jamais. Jamais ? Est reproduite ci-dessous la quatrième de *La Mort de Dinah*, d'Emmanuel Bove, réédité au Dilettante en 1992. « Horriblement mal écrits » et « roulent dans l'abjection » sont des expressions qu'on trouve rarement en quatrième. Une note nous explique que ce texte est extrait des « romans à lire et à prescrire » de l'Abbé Bethléem, et cette note est assez visible pour que le lecteur ne passe pas à côté. Cette citation, même si elle a trait à l'ensemble des

<sup>51</sup> SÉRY Macha, « Brèves de quatrièmes de couv' », *Le Monde*, 4/01/2013, p.6.

ouvrages d'Emmanuel Bove et non celui-ci en particulier, a l'avantage d'attirer l'attention par son originalité. Ensuite, elle interpelle, interroge le lecteur, qui en est amusé : ce qui est en soi assez



rare. Ensuite, c'est finalement un éloge en creux qu'on peut lire, étant donné que les canons esthétiques ont changé depuis le début du XX<sup>e</sup> siècle, et que la personne qui nous la livre n'est plus tellement créditée. Au contraire, le fait que ce livre était à proscrire le rend intéressant et signifie sans doute qu'aujourd'hui il est passé dans la catégorie « à lire ». C'est en tout cas ce que semble nous indiquer l'éditeur en plaçant cette citation en quatrième. L'ironie que Genette met en valeur comme caractéristique du paratexte est ici bien visible, dans un texte à double lecture.

Le Dilettante n'est cependant pas la seule maison d'édition à utiliser la dérision en quatrième. On lit par exemple à l'arrière de *Baisse la pression, tu me les gonfles !*, de San Antonio (Fleuve noir, 2004) :

« Maintenant, si tu veux tous les détails croustillants, faut l'acheter, mon pote; qu'est-ce que tu veux que je te dise ! Je ne vais tout de même pas te faire peur et te faire triquer juste avec une quatrième de couverture ! »

# Chapitre 2

## Les attentes des lecteurs quant aux quatrièmes de couverture

Pour concevoir au mieux une quatrième de couverture ou celle d'une collection, nous avons vu qu'il était nécessaire de prendre en compte l'aspect économique, l'aspect graphique et l'aspect littéraire du livre. L'image de la maison doit aussi être respectée et entretenue. Chaque choix étant porteur de sens et pour contrôler les conséquences de ceux-ci, il est préférable de les effectuer dans une démarche consciente.

Mais le point que nous n'avons pas encore abordé est l'attente des lecteurs. En effet, étant donné le rôle stratégique de la quatrième, il semble capital que celle-ci réponde aux questions des lecteurs. Toute la difficulté est que ces questions restent floues, n'étant pas posées de manière consciente tout d'abord, mais également car celles-ci varient d'un lecteur à l'autre, sans compter le fait que chaque recherche de livre est différente. Par exemple, lorsqu'on cherche un livre pour soi, on attend sans doute plus d'être surpris, tandis que pour offrir on attend davantage de connaître le livre. Malgré toutes ces variations, il peut être intéressant de poser la question aux lecteurs eux-mêmes, pour savoir si des tendances se dégagent.

### I. Un questionnaire proposé aux lecteurs : la méthodologie employée

#### 1. La formation du questionnaire

L'ensemble du questionnaire est reproduit en annexe 7. Les questions peuvent être divisées en trois catégories : les incontournables, qui permettent de caractériser la population sondée, les nécessaires, qui permettent d'appréhender les habitudes de ce public par rapport au

livre et à la librairie, et enfin les questions-clés, autour des quatrièmes de couverture. Les premières sont posées à la fin pour ne pas commencer par des questions qui peuvent paraître intrusives. Il s'agit du sexe et de l'âge, divisée en trois grandes catégories, qui semblent suffisantes pour un questionnaire sur ce sujet et ne brassant pas une population très importante. De même, la question de la catégorie socio-professionnelle ne me semblait pas nécessaire, sans compter que la pertinence de diviser la population entre « actifs » et « inactifs » peut être remise en question.

Les secondes sont donc posées en premier, à savoir caractériser les habitudes de lecture (questions 1 et 2) et les pratiques d'achat de livres (questions 3 à 5). Les catégories proposées (moins de 10 livres lus par an correspond à un faible lecteur, entre 10 et 25 à un moyen lecteur, plus de 25 livres lus à un fort lecteur) sont les mêmes que celles d'Olivier Donnat sur les *pratiques culturelles des Français*, pour permettre de recouper les résultats si besoin. Il en va de même des genres de livres lus. Pour les pratiques en librairie, plusieurs questions m'ont semblé pertinentes : la fréquence de fréquentation des librairies, l'importance de l'achat sur internet, et la cause de la présence en librairie. En effet, si le lecteur y est seulement pour acheter un titre particulier, le rôle des quatrièmes de couverture est largement réduit. La réponse « Regarder les livres, sans être sûr(e) d'en acheter. » permet de cibler un public « flâneur », le plus susceptible d'être touché par les quatrièmes de couverture.

Les questions 6 à 8 portent précisément sur les attentes des lecteurs en matière de quatrième de couverture. Il s'agit tout d'abord de déterminer si la quatrième joue un grand rôle dans la possibilité d'achat (la connaissance d'un livre et l'envie de l'acheter) puis dans la décision à proprement parler de l'achat. Il s'agit ensuite de voir si les lecteurs préfèrent un certain type de texte en quatrième, et si oui le(s)quel(s). Sans oublier un espace d'expression assez libre à la fin, pour les lecteurs qui voudraient partager des attentes, des préférences, des pratiques particulières en matière de quatrième de couverture. Cela me permettait aussi en aval de vérifier la pertinence des questions et la quasi-exhaustivité des réponses proposées. Si une même remarque revenait sans arrêt, cela signifierait que le questionnaire n'était pas tout à fait abouti.

Il s'agit donc d'un questionnaire court, pour ne pas durer trop longtemps, avec des questions les plus précises possibles pour faciliter la lecture des résultats, et éviter que les questions soient mal comprises. C'est un exercice difficile étant donné qu'il mesure quelque chose de très abstrait, des sentiments, des tendances, qui varient dans le temps, selon la sensibilité et l'humeur de chacun. Les résultats ne sauraient donc être pris au pied de la lettre et constituent seulement des indications.

## 2. Un panel biaisé

Ce questionnaire a été mis à disposition du public à la librairie du Dilettante pendant une semaine en juin 2018. Il pouvait être rempli facilement sur place, tenant sur une seule feuille. Une trentaine de questionnaires ont ainsi été remplis de cette manière, profitant d'un public concerné par la littérature, s'étant rendu en librairie. La possibilité de rencontrer des personnes qui ont l'habitude de se rendre en librairie était également plus forte (la part de personne se rendant au moins une fois par semaine en librairie passe de 4 % à 60 %, cf. annexe 7b, question 3). Le questionnaire a aussi été partagé sur les réseaux sociaux et remplis à l'aide du logiciel Google Forms : cela permet de multiplier les réponses, 80 personnes ont rempli le questionnaire par ce biais.

Cependant, il apparaît que les différentes variables sont loin d'être neutralisées, étant donné qu'un panel représentatif n'a pas au préalable été sélectionné. Les résultats sont donc à lire en gardant à l'esprit qu'il s'agit majoritairement de femmes (63 %), jeunes (la part de personnes de moins de 25 ans représente presque la moitié des répondants), cf. annexe 7b, questions 9 et 10.

Il apparaît également que les réponses varient beaucoup en fonction des personnes ayant répondu par internet ou sur papier. Les caractéristiques ne sont pas les mêmes : à la librairie, il s'agit majoritairement d'hommes, plus âgés, et de forts lecteurs (la part de forts lecteurs est majoritaire, tout comme la part de personnes se rendant au moins une fois par semaine en librairie). Or il se trouve que les résultats concernant les quatrièmes de couverture sont aussi sensiblement différents. On constate que les pratiques en matière de lecture et d'achats de livres influent sur les préférences en matière de quatrième de couverture. Ce sont donc des critères à prendre en compte si une nouvelle enquête est menée.

# II. Les résultats de l'enquête

## 1. Des hypothèses à vérifier

Certains résultats d'enquête sont déjà disponibles en la matière, mais leur fiabilité est remise en cause :

« Certes, selon une étude de 2014 réalisée par Librinova (plateforme d'auto-édition) et Youboox (site de lecture en streaming), 71 % des personnes se disaient influencées par le résumé du livre au verso pour l'acheter. Mais seuls 600 individus étaient interrogés et aucune enquête officielle n'a jamais été menée sur son impact véritable. »<sup>52</sup>

---

<sup>52</sup> PERAS Delphine, « La bataille des 4<sup>es</sup> de couverture », *L'Express Styles*, 12/10/2016, n°3406, p.62

Ou encore :

« L'efficacité commerciale de la quatrième de couverture n'est pas prouvée. Un représentant juge que c'est "hyper-important", mais un libraire assure que "les gens se décident d'abord en feuilletant". "Il y a l'insusable enquête annuelle qui vient nous dire que le déclenchement de l'acte d'achat est dû : 1) au bouche-à-oreille ; 2) à la presse ; 3) à la quatrième de couverture, dit Thomas Simonnet, éditeur chez Gallimard. Mais je ne sais pas. Personne n'a essayé d'écrire une quatrième qui repousse les gens." »<sup>53</sup>

On a donc tout d'abord un chiffre : environ 70 % des répondants se diraient influencés par la quatrième de couverture dans l'acte d'achat, c'est-à-dire qu'elle jouerait un rôle, sans préciser lequel, sans qu'il soit forcément l'élément véritablement déclencheur. Cela rejoint la question 7 du questionnaire : « En librairie, lorsque vous ne recherchez pas un titre précis, diriez-vous que la lecture de la quatrième de couverture détermine votre décision d'achat ? », mais cette question est sur la détermination de l'acte d'achat et non sur une moindre influence. Le résultat est tout de même semblable, puisque 74 % ont répondu « Oui, elle vous aide souvent à vous décider. » Cette première hypothèse est donc vérifiée : la quatrième de couverture joue un rôle non négligeable dans la détermination de l'acte d'achat. Il convient néanmoins de faire une différence entre les forts lecteurs (davantage présents parmi les personnes qui ont rempli le questionnaire au format papier) et les faibles lecteurs. Parmi les forts lecteurs, quasiment la moitié répondent non à cette question (que ce soit pour une raison ou pour une autre), précisément 17 réponses négatives contre 18 réponses positives.

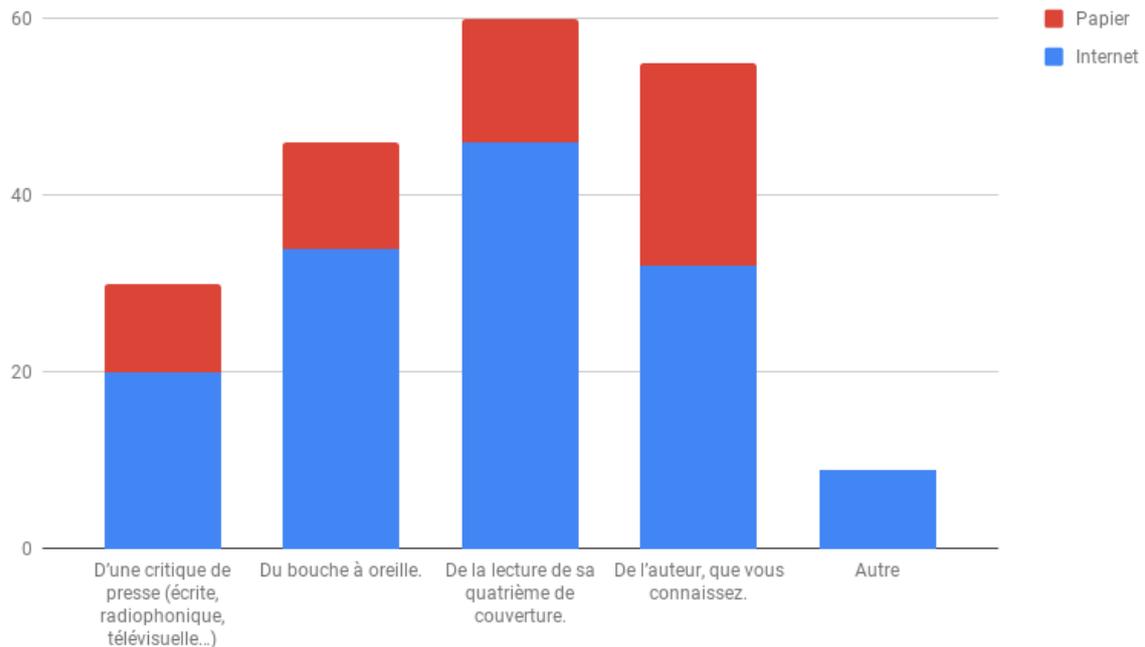
| 7. En librairie, lorsque vous ne recherchez pas un titre précis, diriez-vous que la lecture de la quatrième de couverture détermine votre décision d'achat ? | Internet  | Papier    | Total      |
|--|-----------|-----------|------------|
| Oui, elle vous aide souvent à vous décider.  | 67        | 18        | 85         |
| Non, vous vous attachez plutôt au graphisme du livre.  | 5         | 3         | 8          |
| Non, vous lisez plutôt quelques pages intérieures.   | 3         | 9         | 12         |
| Non, vous n'y attachez guère d'importance.   | 2         | 5         | 7          |
| Non, vous ne la lisez d'ailleurs jamais.   | 3         | 0         | 3          |
| <b>Total des réponses</b>  | <b>80</b> | <b>35</b> | <b>115</b> |

Ces résultats seraient donc à corroborer avec une enquête plus poussée.

La deuxième hypothèse concerne l'origine de l'achat. Thomas Simonnet donne les résultats d'une enquête dans cet article publié dans *L'Obs* sans en donner les références. Toujours est-il qu'elle place la quatrième de couverture en troisième position derrière le bouche à oreille et la presse. C'est ce que la question 6 tente de sonder. Une autre hypothèse est ajoutée à ces trois

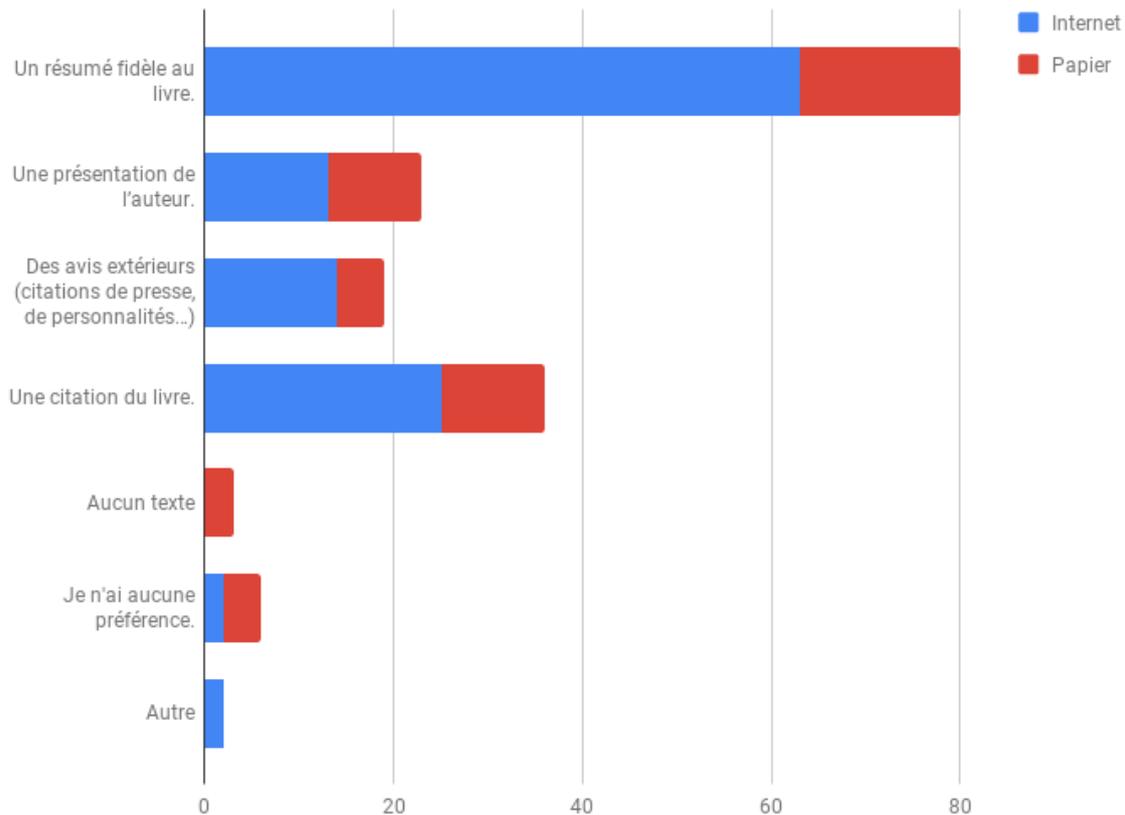
<sup>53</sup> CAVIGLIOLI David, « La rentrée littéraire vue de dos, défilé des mauvaises quatrièmes de couverture », *L'Obs* (site web), 14/08/2015.

réponses, l'auteur. En effet, il m'a semblé que l'achat d'un livre simplement par la mention de l'auteur était fréquente. Certes la connaissance de l'auteur lui-même a une origine qui peut être de la presse ou du bouche à oreille, mais c'est au moins aussi souvent le cas de connaissances scolaires, d'internet, ou de classiques. Il se trouve que l'ordre obtenu n'est pas du tout le même puisque la quatrième de couverture devient le premier facteur, suivi par l'auteur, le bouche à oreille et enfin la presse. Parmi les forts lecteurs (répondants sur papier), l'auteur constitue même l'argument principal de vente, suivi également par la quatrième de couverture.



6. De manière générale, lorsque vous achetez un livre, cela vient le plus souvent..

Enfin, le cœur de cette étude se situe sur les préférences de lecteurs, et leurs attentes. Que veulent-ils trouver lorsqu'ils retournent un livre ? Et la question 8 apporte une réponse assez claire :



8. Que préférez-vous trouver en quatrième de couverture ?

Le résumé traditionnel du prière d'insérer remporte une bonne majorité. On remarque que parmi les forts lecteurs, la présentation de l'auteur et la citation du livre représentent des parts importantes. Cela rejoint le fait que la mention de l'auteur est souvent à l'origine de l'acte d'achat. Dans ce cas, l'histoire a tendance à s'effacer au profit de l'écriture, et quoi de mieux pour l'apprécier qu'un extrait du texte.

## 2. Tous les goûts sont dans la nature...

À la lecture des différentes remarques que le questionnaire a inspiré aux répondants, il apparaît que les préférences sont très variées, et même contradictoires. Ainsi, un certain nombre de personnes ont précisé qu'elles préféreraient que les textes en quatrième de couverture soient courts, mystérieux, qu'elles ne dévoilent pas tellement l'histoire (« *je préfères quand le(s) texte(s) de 4e est(sont) plutôt court(s) !* », « *J'aime beaucoup que la quatrième de couverture mette dans l'ambiance du livre sans vraiment rien dévoiler. C'est là que se trouve l'art de la confectionner !* ») Tandis que d'autres au contraire préfèrent savoir à quoi s'en tenir et aiment trouver un résumé assez fourni (« *Je n'achète jamais un livre où le 4eme de couv est trop court / ne dit pas grand chose.* », « *Trop souvent, les quatrièmes de couvertures sont bien trop imprécises, et le résumé peut même induire en erreur.* ») Certains préfèrent que la quatrième

présente le livre de manière objective (« *Il faudrait que ce soit le plus objectif possible or souvent c'est l'éditeur ou l'auteur qui l'écrit pour être sûr de le vendre !* »), tandis que d'autres préfèrent que la quatrième fasse sentir l'ambiance du texte (« *le 4ème de couverture, c'est pour moi une façon de sentir l'état d'esprit général du livre et de voir si je vais me sentir bien dans la lecture de celui-ci* »).

Il y a également beaucoup de remarques sur la crainte en lisant une quatrième qu'elle ne dévoile trop d'éléments de l'histoire, « ne gâche le suspense ». La récurrence de cette remarque témoigne d'une certaine mise à distance des quatrièmes de couverture par les lecteurs. Il est également intéressant de souligner que la plupart de ces remarques sont assez négatives, si ce n'est totalement critiques (« *Les résumés en quatrième de couverture sont rarement représentatifs des livres, et quand ils le sont ils peuvent en effet gâcher leur découverte.* ») Les répondants semblent globalement insatisfaits, et cela s'explique par le fait qu'ils n'apprécient pas tous les mêmes types de quatrième de couverture, s'accordant cependant presque tous à dire qu'elle est importante. Il est donc important d'adapter la quatrième au texte qui lui correspond et au lectorat visé, dont les préférences ne sont pas les mêmes.

### 3. Propositions d'améliorations

Ce questionnaire présente certains défauts et devrait être amélioré s'il doit être réutilisé. C'est tout d'abord la question 7, qui ne propose qu'une réponse positive contre une réponse négative. Cela peut provoquer une influence discrète à répondre non à la question. Il aurait finalement été plus judicieux de proposer plusieurs critères qui influent sur la décision d'achat, et demander de sélectionner une ou deux réponses parmi la quatrième de couverture, le graphisme, la lecture de quelques extraits ou du début du texte, par exemple.

Il serait également nécessaire de former un vrai panel, représentatif de la population, qui permettrait de lire les résultats selon différentes caractéristiques. Il serait également opportun de rajouter une question sur l'importance du design de la couverture et de la fabrication, qui sont des éléments de plus en plus travaillés éditorialement.

# Chapitre 3

## Une collection de poche au Dilettante

Afin de mieux mettre en perspective ces diverses considérations, imaginer une nouvelle collection de poche au Dilettante nous a semblé opportun pour plusieurs raisons. Tout d'abord c'est une maison qui n'applique pas de règles strictes pour la conception de ses quatrièmes de couverture, il s'agit donc d'un cadre dans lequel il est possible d'innover. Ensuite, la maison ne possède pas de collection de poche, ni même de collection tout court. On peut considérer qu'il n'y en a qu'une, ou qu'il n'y en a pas. Il est cependant possible d'imaginer une nouvelle collection afin de varier la production du point de vue de la fabrication et des marchés visés, puisque la variété en terme de contenu (auteurs et genres) est bien présente. D'un point de vue éditorial, cela permettrait de valoriser les livres du fond et de donner une seconde vie à certains ouvrages. Finalement, d'un point de vue purement pratique, la maison privilégie les rabats plutôt que la quatrième, et une collection de poche induirait de supprimer les rabats, donc d'investir la quatrième.

### I. Un livre de poche amélioré

#### 1. Le concept

Cette collection rassemblerait donc en version de poche des titres déjà publiés par Le Dilettante en grand format. Nous avons que c'est une pratique qui se généralise à de nombreuses maisons d'édition (cf. Zulma, annexe 5a), et qui pourrait être utile au Dilettante. Cela permettrait de vendre certains titres à moindre prix, en réutilisant un travail éditorial existant. Cela permet également de bénéficier d'un nouvel office, comme s'il s'agissait d'un nouveau titre, et donc de trouver de nouveaux lecteurs, qui seraient passés à côté lors de la première publication. Le

Dilettante a vendu les droits poches de certains de ses livres à d'autres éditeurs, notamment J'ai lu et Le Livre de Poche. Mais il s'agit des plus gros succès du Dilettante, à savoir Anna Gavalda et Romain Puértolas. Quasiment tous les autres titres ne sont pas disponibles en poche. De plus, un même titre peut avoir plusieurs vies selon ses éditions, notamment si la collection propose un autre projet qu'un livre de poche standard.

Cette collection pourrait donc se réaliser en deux déclinaisons, qui correspondent aux deux « lignes » éditoriales du Dilettante, c'est-à-dire au deux types d'auteurs publiés : des auteurs anciens peu reconnus ou méconnus, et des auteurs récents, qui ont remporté un certain succès. Cette réédition permettrait d'accorder un autre statut aux auteurs anciens, ainsi que de les mettre à portée des plus faibles bourses. De plus, publier ainsi dans la même collection des auteurs anciens sous forme de « classiques » (pas encore reconnus comme tels) et des auteurs récents, qui pourraient acquérir ainsi un statut d'écrivain contemporain majeur, pourrait entraîner un phénomène de valorisation réciproque et amener les lecteurs vers des textes qui ne les auraient pas attiré de prime abord. « Le Dilettantino » comme nom de collection permet d'identifier sans peine la maison d'édition, en signifiant la petite taille du livre par ce suffixe diminutif. L'origine italienne du mot « dilettante » est aussi rappelée. « Le Dilettantino » sera ainsi partagé entre « Le Dilettantino – Classiques » et « Le Dilettantino – Contemporains », pour expliciter les deux lignes de la collection.

## 2. Les ajouts

Pour que les livres ne soient pas qu'une copie de leur grand format, pourront être ajoutés aux textes divers bonus. Pour les auteurs anciens, il pourra s'agir de textes inédits de pairs (un autre écrivain vantant les mérites de celui-ci), de biographies qui permettent de mieux comprendre l'auteur et le texte, à la manière d'éditions scolaires, de divers notes expliquant le textes, ou encore de préfaces. Pour les auteurs plus récents, il s'agira davantage de textes inédits de l'auteur lui-même, qui pourra revenir sur la place de ce texte dans son processus créatif, expliquer sa genèse et les conséquences de sa publication. Cela peut avoir un côté *people*, mais le but est plutôt de mieux comprendre l'écrivain et de le rendre plus proche de ses lecteurs. Il pourra également être ajoutée une interview, ou des articles de presse. Plusieurs titres courts peuvent aussi se retrouver dans le même volume, ce qui représente un atout certain pour les lecteurs. Cela se prête particulièrement à la maison du Dilettante puisqu'elle a commencé par publier des nouvelles en faisant des livres très fins, de quelques dizaines de pages, dont le prix peut paraître élevé. Par exemple, *Aftalion, Alexandre* d'Emmanuel Bove coûte 8,99 € pour 56 pages. Une publication en un seul volume de deux ou trois titres d'un auteur est donc très

avantageux pour le lecteur et permet à l'éditeur de remettre au goût du jour des anciens titres quelque peu tombés dans l'oubli.

Le public visé est divers mais ces éditions semblent particulièrement intéressantes pour les enseignants. En effet, ces auteurs méconnus (qui le sont de moins en moins car redécouverts par plusieurs maisons d'édition, étant tombés dans le domaine public) deviendraient plus accessibles par un appareil critique permettant de mieux les comprendre. Également, la littérature contemporaine prenant une place de plus en plus importante dans les programmes des lycées, les auteurs récents du Dilettante seraient ainsi présentés comme incontournables aux professeurs et mis à la portée des élèves. La présence de bonus peut également intéresser des lecteurs séduits par les auteurs, qui en profiteraient ainsi pour redécouvrir les textes ou les offrir, ce qui est facilité par un format très petit, qui se glisse facilement dans une enveloppe.

### 3. La fabrication

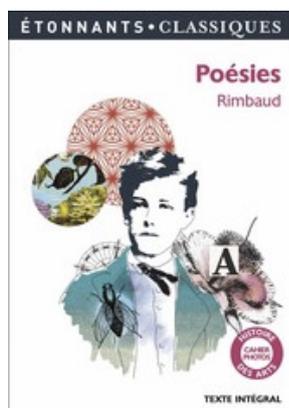
Ces livres se présenteraient comme légèrement plus petits que des livres de poche, en  $10 \times 17$ . Il s'agit d'en faire des livres très maniables, mais aussi de les différencier de l'édition courante, guère plus grande qu'un livre de poche ( $12 \times 18$ ). Cette édition s'en différencierait donc majoritairement par la fabrication, moins coûteuse, donnant des livres moins chers, peut-être un peu plus gadgets, en tout cas plus faciles d'accès. Plutôt qu'une reliure cousue, ce sera un brochage en carré-collé. Le papier, plus fin, moins cher, permettrait également la publication en un seul volume de plusieurs textes sans trop augmenter la largeur du dos. Le papier intérieur sera également dans une couleur davantage blanche que crème, pour atténuer l'impression de luxe. Surtout, la couverture n'aura pas de rabat et sera d'un papier également plus fin, pour permettre un maniement plus simple, donner un livre qui s'ouvre plus facilement pour faciliter l'étude. Cette couverture sera protégée par un pelliculage mat (cf. annexe 8, une demande de devis imprimeur).

Ces livres pourraient ainsi être proposés à moins de dix euros, et se distingueraient bien de leurs éditions courantes. Le Dilettante pourrait également gagner en renommée en ayant sa propre collection de livres de poche, et ainsi publier ses prochains titres en poche directement dans cette collection, qui complète l'offre sur le marché par des livres qui ne sont pour l'instant pas proposés et avec une offre qui se situe entre l'édition grand public et l'édition scolaire.

## II. Les quatrièmes en question

### 1. Les choix graphiques

La conception graphique de ces couvertures obéit à divers principes (les couvertures en taille réelle sont visibles en annexe 9). Tout d'abord leur donner davantage d'unité que les autres couvertures du Dilettante, afin de bien signifier l'identité de la collection. Les données qui ne seront pas modifiées sont le nom de l'auteur, en majuscules et corps important en haut de la couverture, pour qu'il attire l'œil, car il s'agit du principal argument de vente. La police utilisée est une police bâton assez verticale pour permettre de faire entrer le nom et le prénom sur une seule ligne et de lui donner une allure de bandeau. Ensuite, l'illustration garde une place et une taille importantes pour ne pas s'éloigner trop de l'image du Dilettante, qu'on doit pouvoir retrouver. Celles-ci peuvent être reprises des éditions courantes (comme c'est le cas pour Emmanuel Bove). Cependant, le fond, un blanc pêche, sera le même pour tous les titres, pour donner plus d'unité. Le blanc permet également de procurer un certain prestige et de se rapprocher d'une image de marque. La mention de l'édition, qui sera en même temps le nom de la collection, reste présent au bas de la première, toujours de la même police (ce qui n'est pas le cas de l'édition courante). Le logo, un chat allongé sur un livre, qui n'est présent qu'en rabat de l'édition courante, et a pourtant un certain succès (les clients de la librairie le réclament sous n'importe quelle forme, tote bag, horloge, poster, carte postale...), est ici rajoutée au nom. Le titre, moins important que l'auteur, est intégré à l'image lorsque celle-ci s'y prête. La bande foncée sur le côté droit constitue l'élément le plus original et qui donne un caractère assez neuf à la collection. Il permet d'intégrer la mention « classiques » ou « contemporains » et ainsi de la mettre en valeur. Le S final, en noir, est moins visible pour signifier la valeur du volume en lui-même mais aussi de le replacer dans la



collection plus largement, et ainsi de renvoyer aux autres volumes. Cette bande rappelle également les bonus de l'édition en convoquant une image d'édition scolaire, renforcée par la mention « classiques ». En effet, cette bande peut faire penser à la charte graphique de la collection « Étonnants classiques » de Flammarion (ci-contre), bien que la bande constitue dans ce cas le haut de la couverture. L'illustration garde une place importante mais la couleur est gommée des autres éléments de la couverture pour ne pas donner un caractère trop enfantin à la collection,

et garder différentes nuances de noirs et de blancs comme teintes principales. Le nom de collection, « Dilettantino », dans ces connotations mignonnes, pourrait induire en erreur quant au

public visé, et il est important de bien montrer que ces livres restent destinés à des adultes.

Pour la quatrième, la charte est simple pour ne pas s'éloigner de l'image des quatrièmes du Dilettante, avec le texte en noir sur ce fond blanc pêche, sauf pour la citation dans une couleur de l'illustration. Les différentes parties se distinguent par des alinéas et des graisses différentes. Les corps choisis dépendent de la longueur de chaque partie textuelle. Les bonus sont l'élément qui ressort grâce à des caractères gras pour mettre en valeur les suppléments de cette édition.

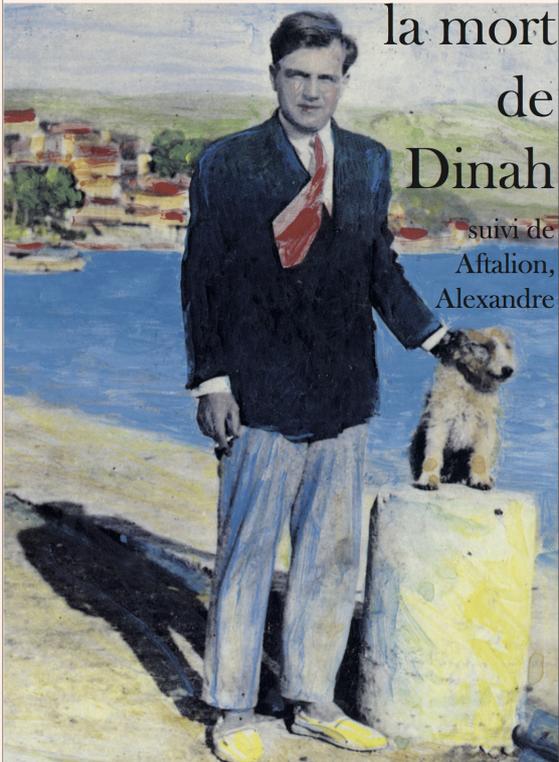
Dinah finira par mourir. Quoi de plus fatal qu'un titre. Pourtant, comme plongés dans une tragédie dans laquelle la fin est bien connue, on lutte et espère. Que cet homme, bourgeois solitaire, écartera ses ceillères, s'éloignera du qu'en dira-t-on et prendra en affection cette petite fille assez tôt pour apporter son aide à sa mère. Emmanuel Bove nous parle à travers cette histoire d'une solitude intemporelle, de ces gestulations qui, malgré tant d'efforts, peinent à faire sens.

*Longtemps il avait cherché une amitié parfaite. Tendue vers autrui, vers l'affection, vers la tendresse, son enfance s'était passée à attendre l'être idéal qu'il devait, selon lui, rencontrer tôt ou tard sur son chemin. [...] Chaque visage nouveau, entrant dans sa vie, lui avait donné les plus folles espérances, chaque attention, une joie malade qui durait parfois une semaine entière, sans décroître, toujours aussi forte, et qui s'évanouissait brusquement, à la première vexation. Car, chaque fois qu'il se lia, il fut profondément déçu. Il eut beau tout donner, jamais les partenaires ne l'imitèrent.*

Retrouvez dans ce volume une **BIOGRAPHIE DÉTAILLÉE** de l'auteur (par Jean-Luc Bitton, auteur, avec Raymond Cousse d'Emmanuel Bove, *La Vie comme une ombre*, préface de Peter Handke, *Le Castor Astral*, 1994) ainsi qu'un **TEXTE INÉDIT** de Gilles Vidal (*Le Tombeau d'Emmanuel Bove*, *L'Incertain*, 1993).

**EMMANUEL BOVE**

la mort  
de  
Dinah  
suivi de  
Aftalion,  
Alexandre



LE DILETTANTINO

LA MORTE DE DINAH, suivi de AFTALION, ALEXANDRE

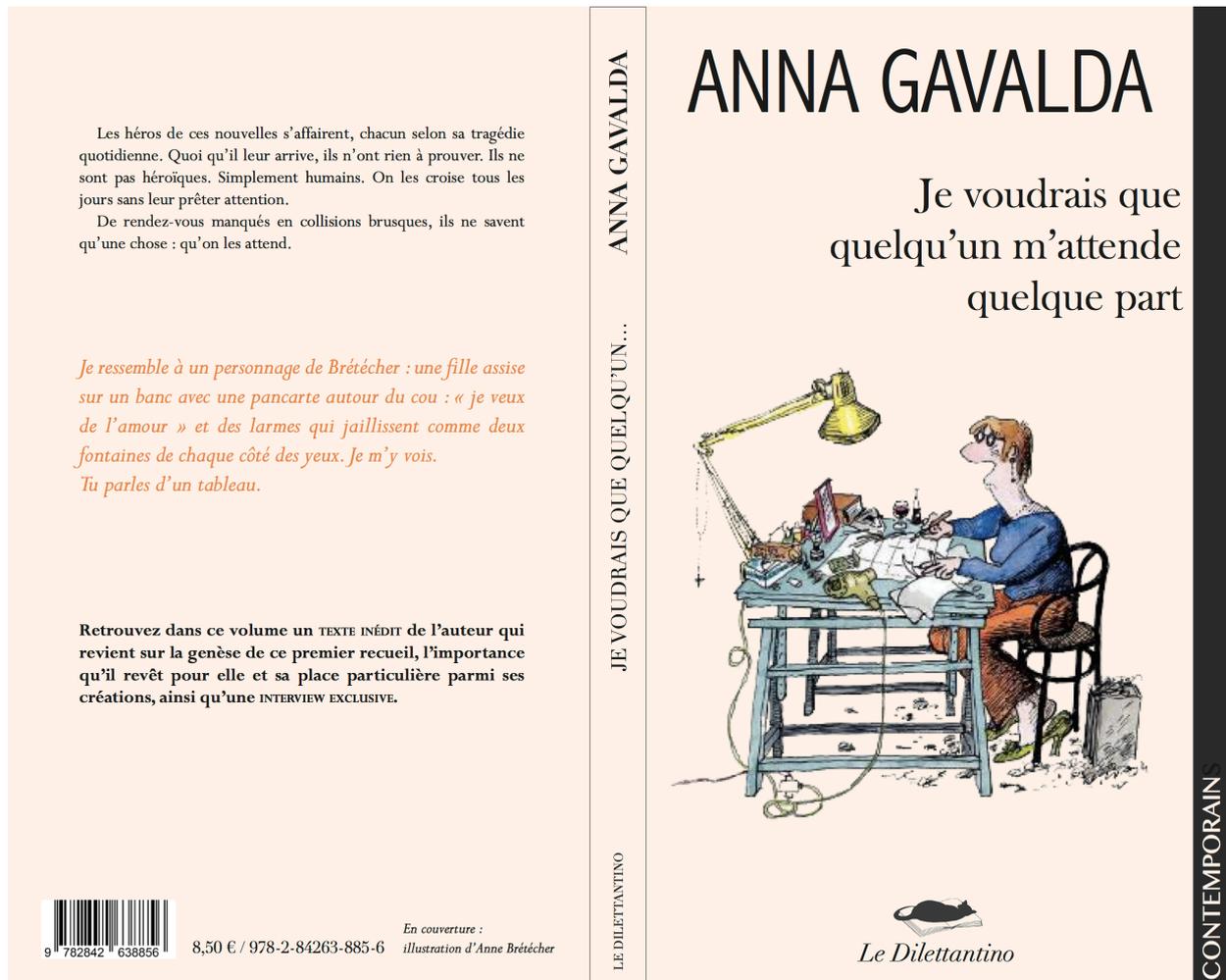
EMMANUEL BOVE

CLASSIQUE

  
Le Dilettantino



9 782842 638856 8,50 € / 978-2-84263-885-6



## 2. Les choix textuels

Les éléments textuels choisis sont ceux qui ont été plébiscités dans le questionnaire, le résumé et la citation extraite du livre. S'y rajoute la mention des bonus présents dans le volume. Pour le prière d'insérer, il est préférable qu'il soit de taille moyenne, ni trop court, ni trop long. De plus, la maison dispose de prière d'insérer très forts, écrits par François Angelier, qu'il est opportun de mettre en valeur. Pour les plus anciens textes publiés, les textes n'étaient pas encore de François Angelier, et pour certains titres, comme *La Mort de Dinah*, il n'y en a pas de disponible, les textes présents étant diverses citations, de presse, d'écrivains, et la quatrième de couverture est une censure de l'abbé Bethléem. Il s'agit donc d'en rédiger un qui présente les éléments principaux de l'intrigue, l'intérêt de ce titre dans l'œuvre de Bove et la particularité de son écriture. La nouvelle qui se retrouve également dans le même volume, n'est pas abordée dans le prière d'insérer, qui se concentre sur le cœur du texte, le roman.

*« Dinah finira par mourir. Quoi de plus fatal qu'un titre. Pourtant, comme plongé dans une tragédie dans laquelle la fin est bien connue, on lutte et espère. Que cet homme, bourgeois solitaire, écartera ses aillères,*

*s'éloignera du qu'en dira-t-on et prendra en affection cette petite fille, assez tôt pour apporter son aide à sa mère. Emmanuel Bove nous parle à travers cette histoire d'une solitude intemporelle, de ces gesticulations qui, malgré tant d'efforts, peinent à faire sens. »*

Le prière d'insérer concernant *Je voudrais que quelqu'un m'attende quelque part* insiste quant à lui sur les personnages de ces nouvelles, en donnant en même temps une unité au recueil et faisant ainsi un peu oublier qu'il ne s'agit pas d'un roman, en les rassemblant sous un seul pronom.

*« Les héros de ces nouvelles s'affairent, chacun selon sa tragédie quotidienne. Quoi qu'il leur arrive, ils n'ont rien à prouver. Ils ne sont pas héroïques. Simplement humains. On les croise tous les jours sans leur prêter attention. De rendez-vous manqués en collisions brusques, ils ne savent qu'une chose : qu'on les attend. »*

La citation choisie fait écho au prière d'insérer, pour donner à lire les passages les plus marquants du roman et pour justifier une lecture faite dans le prière d'insérer. En effet, parmi tous les arguments et qualités, seuls quelques uns sont pointés et mis en valeur. Même si on ne peut peut-être pas tout faire dire à un texte, on peut lui faire dire beaucoup de choses. La citation, en plus de faire sentir le style de l'auteur, justifie une prise de partie.

*« Longtemps il avait cherché une amitié parfaite. Tendue vers autrui, vers l'affection, vers la tendresse, son enfance s'était passée à attendre l'être idéal qu'il devait, selon lui, rencontrer tôt ou tard sur son chemin. [...]*

*Chaque visage nouveau, entrant dans sa vie, lui avait donné les plus folles espérances, chaque attention, une joie malade qui durait parfois une semaine entière, sans décroître, toujours aussi forte, et qui s'évanouissait brusquement, à la première vexation. Car, chaque fois qu'il se lia, il fut profondément déçu. Il eut beau tout donner, jamais les partenaires ne l'imitèrent. » [in La Mort de Dinah]*

*« Je ressemble à un personnage de Brétécher : une fille assise sur un banc avec une pancarte autour du cou : « je veux de l'amour » et des larmes qui jaillissent comme deux fontaines de chaque côté des yeux. Je m'y vois. Tu parles d'un tableau. » [in Je voudrais que quelqu'un m'attende quelque part]*

Pour faire écho à cette citation, l'illustration de couverture choisie est un dessin de Brétécher. Il serait également envisageable de commander une illustration spécialement faite pour la couverture à l'illustratrice, voire une illustration pour chaque nouvelle, ce qui pourrait également être un bonus intéressant, et permettrait de lancer la collection.

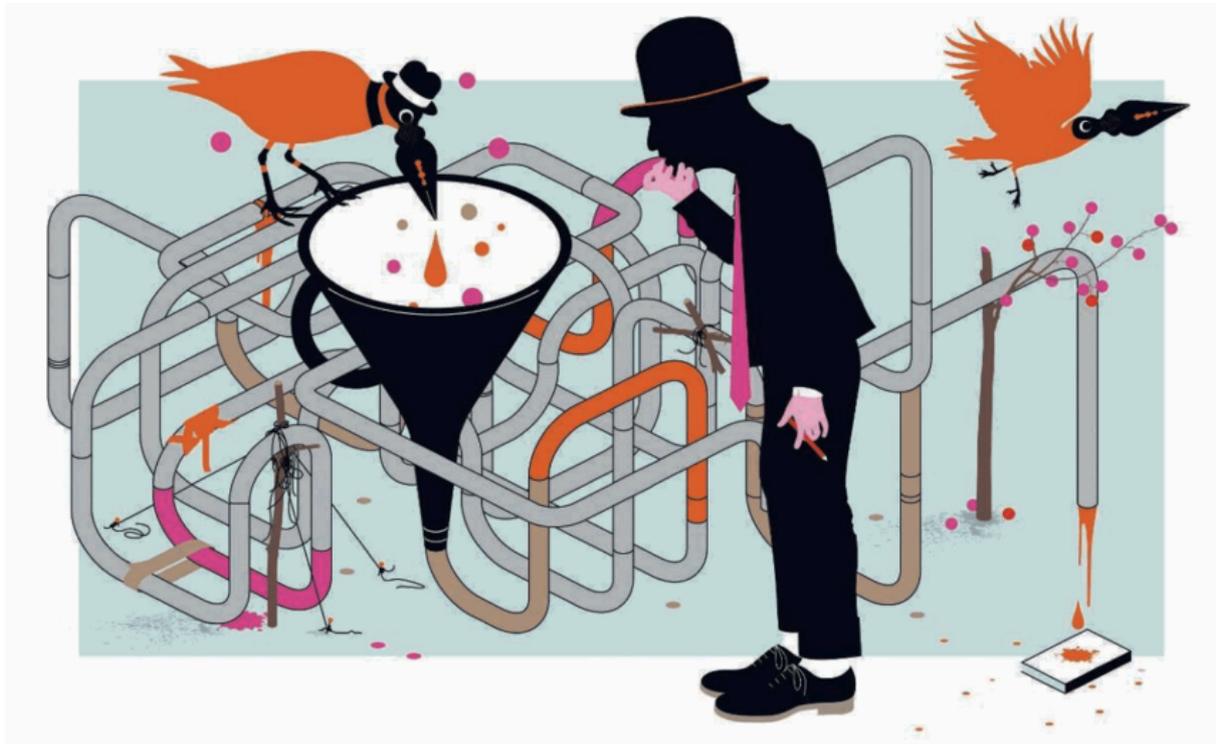
# Conclusion

Il est apparu qu'un sujet aussi pratique et professionnel que celui de la quatrième de couverture ne pouvait être pensé indépendamment d'un contexte, qu'il soit matériel (le livre dans son ensemble), spatial (la librairie), mais aussi historique et géographique. Traiter le sujet de manière purement économique, commerciale et marketing n'aurait pas permis de réaliser les différents enjeux qui président la conception d'une quatrième, que ceux-ci transparaissent de manière consciente ou inconsciente. Ainsi, il semblerait que les choix qui déterminent une quatrième sont au moins autant faits par rapport à un contexte concurrentiel que pour défendre un livre. Choisir d'insister sur le graphisme, de ne pas mettre de texte en quatrième ou au contraire d'imprimer un long prière d'insérer est un choix éditorial qui est imposé pour l'ensemble de la maison ou pour une collection. Le questionnaire a permis de confirmer certaines hypothèses mais a aussi soulevé d'autres questions, auxquelles nous pouvons faire de nouvelles hypothèses qui restent à vérifier. Il s'agit notamment des préférences en matières de quatrième de couverture selon le type de lectorat (en quantité, le nombre de livres lus, et en qualité, le genre de livres lus). Croiser ces deux données de manière plus approfondies semble nécessaire pour adapter une certaine conception de quatrième pour une collection à son lectorat.

Devant ces résultats, et notamment le fait qu'une quatrième est rarement pensée pour un livre seul mais davantage pour une collection ou même une maison, la mise en pratique ne pouvait porter que sur une nouvelle collection et non sur un livre en particulier. De la même manière que Genette traite des éléments du paratexte pour eux-mêmes, leurs enjeux, leur essence, en passant à côté de l'interaction qu'ils entretiennent avec le texte, ce mémoire traite des enjeux sous jacents dans les quatrièmes de couvertures mais aurait à être complété par une réflexion sur les liens entre le texte et son prière d'insérer, ce qui convoquerait davantage de problématiques rédactionnelles et de lecture, et passerait par une étude précise de textes de corpus. Cela pourrait également passer par une typologie des quatrièmes selon les genres des textes et pourrait faire apparaître d'autres facteurs déterminants.

Les différentes considérations abordées dans ce mémoire ont permis de défricher un sujet très peu traité de manière théorique, dont les pistes d'exploration sont encore nombreuses. Les facteurs qui rendent une quatrième réussie ou non restent mystérieux, tout comme ce qui fait le succès d'une livre. Pourtant c'est un enjeu important, qui conditionne en partie la vente mais

aussi la réception et la critique d'un livre. L'exercice de rédaction d'une quatrième garde tout son charme car il n'y a pas de recette : on ne sait pas quelle formule correspondra le mieux, à un livre certes, mais aussi à un lectorat particulier, à une époque, à un instant précis de sortie en librairie au milieu des milliers d'autres nouveautés. L'aspect un peu brouillon de la tâche est d'ailleurs bien visible dans cette illustration de l'article de *l'Obs*<sup>54</sup> :



L'éditeur fait son mélange, devant le regard sceptique de l'auteur, et cela aboutit après maints rafistolages à la quatrième. Toutes ces réparations montrent que c'est un texte sans cesse retravaillé, selon « une recette aléatoire, concoctée à tâtons, assez artisanale en somme. »<sup>55</sup>

La grande variété des quatrièmes ne doit pas faire oublier que la plupart sont assez communes et qu'il est possible d'imaginer des quatrièmes bien plus originales. Il pourrait exister par exemple des quatrièmes à choix, dont les divers éléments seraient visibles qu'en tirant des languette : un résumé qui ne dévoile pas (trop) la fin, une biographie (presque vraie) de l'auteur, d'authentiques critiques de presse... Ainsi le lecteur serait aussi acteur et pourrait être amusé de ce jeu en librairie. Ou encore proposer des jaquettes différentes, ce qui pourrait plaire aux collectionneurs...

<sup>54</sup> CAVIGLIOLI David, « La rentrée littéraire vue de dos, défilé des mauvaises quatrièmes de couverture », *L'Obs* (site web), 14/08/2015. (caricature non signée)

<sup>55</sup> PERAS Delphine, « La bataille des 4<sup>es</sup> de couverture », *L'Express Styles*, 12/10/2016, n°3406, p.62

## Bibliographie

### Références utilisées

#### Monographies

GENETTE Gérard, *Seuils*, éditions du Seuil, Paris, 1987

NYSSSEN Hubert, *Du texte au livre, les avatars du sens*, Nathan, 1993

CHAUDOYE Geneviève, *Graphisme et édition*, Paris , Éd. du Cercle de la librairie, « Pratiques éditoriales », 2010.

SCHUWER Philippe, *Traité pratique d'édition*, Paris , Éd. du Cercle de la librairie, 2002.

FOUCHÉ Pascal (dir.), *L'Édition française : depuis 1945*, Paris , Éd. du Cercle de la librairie, 1998, p.598.

BARBIER Frédéric, *Histoire du livre en Occident*, Armand Colin, Paris, 2012

FOUCHÉ Pascal, PÉCHOIN Daniel, SCHUWER Philippe (dir.), *Dictionnaire encyclopédique du livre*, Paris , Éd. du Cercle de la librairie, 2011.

DONNAT Olivier, *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : enquête 2008*, La Découverte / Ministère de la Culture et de la Communication, 2009.

LANE Philippe, *La Périphérie du texte*, Nathan, 1992.

BASCLE-PARKANSKY Laurence et PRIEUX Max, *Le marketing du livre 2 : promotion et outils de communication*, éd. du Cercle de la Librairie, 2010.

MASSIN Robert, *L'ABC du métier*, Actes Sud, 1989.

#### Articles de presse

CAVIGLIOLI David, « La rentrée littéraire vue de dos, défilé des mauvaises quatrièmes de couverture », *L'Obs* (site web), 14/08/2015

DURAND, Marine, « Habits de rentrée pour les couvertures », *LivresHebdo*, 3/06/2016, consulté le 28/05/2018. URL : <http://www.livreshebdo.fr/article/habits-de-rentree-pour-les-couvertures?xtmc=%22quatri%C3%A8me+de+couverture%22&xtcr=15>

PERAS Delphine, « La bataille des 4<sup>es</sup> de couverture », *L'Express Styles*, 12/10/2016, n°3406, p.62

SÉRY Macha, « Brèves de quatrièmes de couv' », *Le Monde*, 4/01/2013, p.6.

AISSAOUI Mohammed, « La quatrième de couverture en 5 questions », *Le Figaro*, n° 20876, 15/11/2011 p. 8.

MAURY Pierre, « Comment s'écrivent les quatrièmes de couverture / Les poches sous les yeux », *LivresHebdo*, 02/2009, consulté le 28/05/2018. URL :

<http://www.livreshebdo.fr/article/comment-secrivent-les-quatriemes-de-couverture?xtmc=%22quatri%C3%A8me+de+couverture%22&xtr=81>

### Articles scientifiques et études

PIAULT Fabrice, « Classement 2018 : les 200 premiers éditeurs français », *LivresHebdo*, 22/06/2018. URL : <http://www.livreshebdo.fr/article/classement-2018-les-200-premiers-editeurs-francais>

DEL LUNGO Andrea, « *Seuils*, vingt ans après. Quelques pistes pour l'étude du paratexte après Genette », *Littérature*, 3/2009 (n° 155), p. 98-111. URL : <https://www.cairn.info/revue-litterature-2009-3-page-98.htm>

BELISLE Claire (coordinatrice), *La lecture numérique : réalités, enjeux et perspectives*, Presses de l'Esssib, Collection « Référence », Villeurbanne, 2004, p.91. URL : [http://www.enssib.fr/sites/www/files/documents/presses-enssib/ebooks/lecture-numerique\\_ebook.pdf](http://www.enssib.fr/sites/www/files/documents/presses-enssib/ebooks/lecture-numerique_ebook.pdf)

BOUCHARENC Myriam, « Prière d'insérer », *Nord'* 2014/1 (N° 63), p. 33-41.

COTTIN Marie-Ange, « La quatrième de couverture », *La Revue administrative*, 56<sup>e</sup> Année, N° 336, 11/2003, Presses Universitaires de France, p. 654-656.

BÉGUIN Albert, « Prières... d'insérer : à propos de Robert Morel », *Esprit*, Nouvelle Série, N° 139 (11), 11/1947, Éditions Esprit, p. 788-793. URL : [https://www.jstor.org/stable/24251582?seq=1#page\\_scan\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/24251582?seq=1#page_scan_tab_contents)

### Sitographie

Le Dilettante, sur la maison : <https://www.ledilettante.com/page-la-maison.htm#13>

Gallimard, sur la collection blanche : [http://www.gallimard.fr/Divers/Plus-sur-la-collection/Blanche/\(sourceno\)/116029](http://www.gallimard.fr/Divers/Plus-sur-la-collection/Blanche/(sourceno)/116029)

Le ministère de la Culture, textes législatifs sur le livre :

<http://www2.culture.gouv.fr/culture/dll/prix-livre/textes.htm#text8>

Le Syndicat national de l'édition : <https://www.sne.fr/realiser-un-livre/mention-a-porter-sur-les-livres/>

## Références complémentaires

Dr Ali Kherbache, « Les isotopies sémantiques et leur fonctionnement dans un épitexte éditorial en quatrième de couverture », *Synergies Algérie*, n° 11, 2010, Groupe d'Études et de Recherches pour le Français Langue Internationale, p. 127-139

DESAIVE Suna et POGGIOLI Noëlle, *Le Marketing du livre*, éd. du Cercle de la librairie, 2006.

NYSSSEN Hubert, *La Sagesse de l'éditeur*, L'œil Neuf, 2006.

SERRY Hervé, *Les Éditions du Seuil : 70 ans d'histoires*, Le Seuil / Imec éditeur, 2008.

SIMONIN Anne, *Les Éditions de Minuit, 1942-1955 : le devoir d'insoumission*, Imec éditeur, 2008.

LAFFONT Robert, *Éditeur*, éd. Robert Laffont, 1974.

HAYMANN Emmanuel, *Albin Michel : le roman d'un éditeur*, éd. Albin Michel, 1993.

ASSOULINE Pierre, *Gaston Gallimard, un demi-siècle d'édition française*, Gallimard, 2006

LOSFELD Éric, *Endetté comme une mule ou la passion d'éditer*, Belfond, 2006

MILON Alain et PERELMAN Marc, *L'esthétique du livre*, Presses Universitaires de Paris X, 2010.

OLIVERO Isabelle, *L'Invention de la collection*, Imec éditeur, 1999.

DERRIDA Jacques, *La Dissémination*, Édition du Seuil, 1972.

# Table des matières

|  |           |
|--|-----------|
| <b>INTRODUCTION</b>  | <b>4</b>  |
| <b>LA QUATRIEME DE COUVERTURE, FRUIT DE CONTEXTES HISTORIQUE, CULTUREL ET GEOGRAPHIQUE</b> | <b>7</b>  |
| <b>Chapitre 1 Un élément du paratexte</b>  | <b>9</b>  |
| I. Le paratexte : une notion essentielle pour penser le livre                              | 9         |
| 1. Le paratexte au service du texte  | 9         |
| 2. Analyser le paratexte   | 10        |
| 3. La quatrième de couverture : un élément fondamental du péri-texte                       | 11        |
| II. Les différentes composantes de la quatrième de couverture                              | 12        |
| 1. Les éléments obligatoires   | 12        |
| 2. Les éléments quasiment toujours présents  | 12        |
| 3. Les éléments accessoires  | 12        |
| 4. Les éléments supplémentaires  | 13        |
| III. Le prière d'insérer en question   | 14        |
| 1. Des définitions variées...  | 14        |
| 2. ...qui font correspondre au prière d'insérer différents statuts                         | 15        |
| <b>Chapitre 2 Une histoire récente</b>   | <b>18</b> |
| I. Préhistoire de la quatrième de couverture : une apparition progressive du péri-texte    | 18        |
| 1. Une quasi-absence de péri-texte sur les manuscrits médiévaux                            | 18        |
| 2. Des pages intérieures vers la quatrième   | 19        |
| II. Le prière d'insérer dans tous ses états  | 20        |
| 1. Le « véritable » prière d'insérer   | 20        |
| 2. Le « prière de rendre compte »  | 21        |
| 3. Généralisation du prière d'insérer  | 21        |
| III. Diversification des quatrièmes de couverture  | 22        |
| 1. Une évolution liée à l'évolution de la commercialisation                                | 22        |
| 2. L'apparition du livre de poche : un bouleversement                                      | 23        |
| 3. Des évolutions de mode  | 24        |
| IV. La quatrième de couverture des livres numériques ?                                     | 25        |
| 1. Un paratexte numérique ?  | 25        |
| 2. Un espace paradoxalement rigide   | 26        |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Chapitre 3 Les quatrièmes de couverture à travers le monde</b>  | <b>29</b> |
| I. Les différentes quatrièmes d'un titre à travers le monde  | 29        |
| 1. Étude de cas : <i>L'Extraordinaire Voyage du fakir qui était resté coincé dans une armoire Ikea</i> , Romain Puértolas, Le Dilettante | 29        |
| 2. Étude de cas : <i>Le Liseur du 6h27</i> , Jean-Paul Didierlaurent, Au diable vauvert (Annexe 2)                                       | 32        |
| 3. Tentative de généralisation   | 33        |
| II. Des tendances nationales ?   | 34        |
| 1. Des quatrièmes anglophones plus marketing ?   | 34        |
| 2. Une tendance allemande assez identifiable   | 34        |
| <b>Chapitre 4 Le contexte matériel : la question du format et de la collection</b>   | <b>36</b> |
| I. Édition courante ou de poche : des quatrièmes semblables ?  | 37        |
| 1. L'ambivalence du format poche   | 37        |
| 2. Une multitude de fonctionnements  | 38        |
| II. La collection comme cadre éditorial rigide   | 41        |
| 1. Un principe déterminant   | 41        |
| 2. La collection « Bouquins » chez Robert Laffont et le « hors collection » de Flammarion (annexe 6)                                     | 42        |

## **LA QUATRIEME DE COUVERTURE, UN OUTIL DE COMMUNICATION DE L'EDITEUR AU LECTEUR**

**44**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Chapitre 1 Un support du livre-produit</b>                          | <b>46</b> |
| I. Persuader le lecteur  | 46        |
| II. Du <i>blurb</i> à la quatrième                                     | 47        |
| 1. Un phénomène anglosaxon   | 47        |
| 2. La généralisation des bandeaux                                      | 48        |
| 3. Les conséquences sur la quatrième de couverture                     | 49        |
| III. Les marques d'une marchandise : code-barre, ISBN et prix du livre | 51        |
| 1. Une législation assez stricte                                       | 51        |
| 2. Une inventivité rare  | 52        |
| <b>Chapitre 2 Un élément du livre-objet</b>                            | <b>55</b> |
| I. Le rôle majeur des parti-pris graphiques                            | 55        |
| 1. Un renouveau graphique  | 55        |
| 2. Des différentes manières de penser une quatrième                    | 56        |
| 3. Une tradition de la sobriété  | 58        |
| II. Une grande inventivité possible dans la fabrication                | 60        |

|   |           |
|---|-----------|
| 1. Jouer sur le format ou les matières  | 60        |
| 2. Le rôle des rabats et de la jaquette   | 61        |
| <b>Chapitre 3 Une messagère du livre-œuvre</b>  | <b>65</b> |
| I. Les différents types de quatrième de couverture                                    | 65        |
| 1. L'éloge : à la fois pompeuse et justifiée  | 65        |
| 2. La force du slogan   | 67        |
| 3. La posture du « vide »   | 69        |
| II. L'écriture du prière d'insérer  | 71        |
| 1. Qui les écrit ?  | 71        |
| 2. Quel contenu ?   | 72        |
| III. Le lien entre la quatrième et le livre   | 74        |
| 1. La quatrième : messagère ou manipulatrice ?  | 74        |
| 2. Une confiance toute relative du lecteur  | 76        |
| <br>  |           |
| <b>LA QUATRIEME DE COUVERTURE EN PRATIQUE : UNE COLLECTION DE POCHE AU DILETTANTE</b> | <b>78</b> |
| <br>  |           |
| <b>Chapitre 1 Le Dilettante, une maison « indépendante, teigneuse et spontanée »</b>  | <b>80</b> |
| I. Une édition en marge de la production littéraire parisienne                        | 80        |
| 1. Une maison qui a su s'installer dans la durée                                      | 80        |
| 2. Petite parmi les grandes   | 81        |
| 3. Un lien historique avec la librairie   | 82        |
| II. Des couvertures libres : l'unité dans la diversité                                | 82        |
| 1. Une production soignée   | 82        |
| 2. Des quatrièmes de couverture très variées  | 84        |
| 3. Une maison dissidente ?  | 85        |
| <br>  |           |
| <b>Chapitre 2 Les attentes des lecteurs quant aux quatrièmes de couverture</b>        | <b>87</b> |
| I. Un questionnaire proposé aux lecteurs : la méthodologie employée                   | 87        |
| 1. La formation du questionnaire  | 87        |
| 2. Un panel biaisé  | 89        |
| II. Les résultats de l'enquête  | 89        |
| 1. Des hypothèses à vérifier  | 89        |
| 2. Tous les goûts sont dans la nature...  | 92        |
| 3. Propositions d'améliorations   | 93        |
| <br>  |           |
| <b>Chapitre 3 Une collection de poche au Dilettante</b>                               | <b>94</b> |

|                                |            |
|--------------------------------|------------|
| I. Un livre de poche amélioré  | 94         |
| 1. Le concept                  | 94         |
| 2. Les ajouts                  | 95         |
| 3. La fabrication              | 96         |
| II. Les quatrièmes en question | 97         |
| 1. Les choix graphiques        | 97         |
| 2. Les choix textuels          | 99         |
| <b>CONCLUSION</b>              | <b>101</b> |

Bonus : mise en pratique en auto-dérision

ANNEXES (volume 2)

# **Vous ne retournerez plus jamais un livre de la même façon...**

Vous ne vous êtes jamais demandé pourquoi diantre vous ne trouviez pas de résumé au verso du livre qui justement vous avait tapé dans l'œil ? Ni qui écrivait ces textes parfois si médiocres tandis qu'un autre vous intriguait à tel point que vous vous empressiez de l'acheter, quitte à le lire dans la librairie ? Ni pourquoi les livres allemands ont l'air si moches, alors que les livres anglais sont franchement vulgaires, et que les livres français sont plutôt classes ? Toutes les réponses à vos questions et à bien d'autres au sujet de cette entité paratextuelle si mystérieuse...

*Déborah Pesenti est née en 1995 dans une petite ville dont il vaut mieux taire le nom pour éviter l'afflux de touristes indésirables. Après des études diverses et variées, dont elle reste persuadée que la vocation n'est pas une hypothétique insertion professionnelle mais bien un enrichissement personnel, elle prend part à la vie politique et sociale de sa ville, en attendant de vivre la révolution. À 23 ans seulement, elle écrit ce mémoire qui constitue une contribution majeure aux recherches liées à l'édition.*

*« Un sommet dans le genre du mémoire ! »* Pierre ASSOULINE

*« Vous pensiez en avoir rien à faire ? Détrompez-vous ! Vous ne lâcherez pas ce mémoire des mains. »* Stephen KING

*« Un complément essentiel à Seuil »* Le fantôme de Gérard GENETTE (RIP)