

JEUNESSE

Claude Combet

Héros de Bologne

A l'heure de la mondialisation, les héros de la petite enfance, susceptibles d'être adaptés au cinéma et à la télévision, se placent au cœur des enjeux de la Foire internationale du livre de jeunesse, qui se tient du 23 au 26 mars.

Les échanges à la Foire du livre de jeunesse italienne sont désormais multimédias : les licenciés s'y retrouvent, les éditeurs accompagnent leurs nouveaux projets des bandes-annonces des films en cours, des listes de produits dérivés, quand ce ne sont pas des programmes pour smartphones et autres consoles Nintendo (voir page 72). « *Depuis cinq ou six ans, les producteurs viennent plutôt à Bologne qu'à Cannes. Beaucoup d'entre eux puisent dans les livres pour concevoir leurs projets de films ou de dessins animés* », constate Hedwige Pasquet, directrice générale de Gallimard Jeunesse. Plutôt que de rester cantonnés dans le « TV & Film Rights Center », l'espace qui leur est dédié, les producteurs préfèrent désormais arpenter les allées de cette vitrine de l'édition mondiale du livre pour enfants, afin d'y dénicher les héros qui alimenteront l'industrie très florissante du cinéma et de la télévision pour le jeune public. « *C'est le nerf de la guerre. Un titre vendu sur quatre est un livre autour de l'univers d'un héros, qu'il soit pour les petits ou pour les plus grands comme Harry Potter et Eragon* », souligne Franck Girard, directeur de Bayard Editions Jeunesse et de Milan Jeunesse. Cette 47e édition de la foire sera d'ailleurs riche en personnages patrimoniaux : on y annoncera les adaptations du *Petit Prince* et d'*Ernest et Célestine*, et le retour de Yok-Yok (pour n'en citer que quelques-uns).

Une conférence de presse mondiale est prévue le mercredi 24 mars sur l'adaptation du *Petit Prince*. Onix a acquis les droits pour un film animé en 3D au budget de 45 millions d'euros et pour une série télévisée, d'un budget de 20 millions d'euros. Développeur du dessin animé du *Petit Nicolas*, son studio d'animation Method Film travaille sur 52 épisodes de 26 minutes. « *Le projet a été présenté à Cannes et a obtenu l'aval des ayants droit de Saint-Exupéry. Pour nous, c'est un énorme programme éditorial de plus de 100 titres sur trois ans* », raconte Hedwige Pasquet, qui attend aussi l'adaptation en dessin animé de la série « Rita et Machin » de Jean-Philippe Arrou-Vignod et Olivier Tallec par NHK au Japon et celle pour le cinéma de *Toby Lolness*, de Timothée de Fombelle par New Line (un mélange de personnages réels et d'animation).

GAMME DE LIVRES

« *Nous défendons "Martine" depuis trente ans, les livres sont traduits en 30 langues. Mais elle redevient à la mode dans des pays comme l'Italie où elle a une image vintage* », précise Monique Dejaifve. La directrice éditoriale jeunesse de Casterman annonce pour 2011 le dessin animé 3D de 52 épisodes de 13 minutes produit par Les Armateurs et réfléchit à une gamme de livres. Toujours chez Casterman, également réalisé par Les Armateurs pour une sortie en 2011, le long-métrage d'animation tiré des albums d'Ernest et Célestine, sur un scénario de Daniel Pennac, est aussi très attendu. Les publications seront coéditées avec Gallimard. « *C'est un peu plus difficile à vendre à l'international, sauf au Japon où l'auteure, Gabrielle Vincent, reste très connue* », commente Monique Dejaifve. Hélène Wadowski présentera les « Sauvenature » achetés par Alphanim, qui sera diffusé en octobre (le programme de livres illustrés de captures d'écrans, est prévu pour 2011). « *La concurrence est énorme : les producteurs cherchent l'originalité du graphisme, des personnages et de l'univers* », précise Muriel Coueslan, responsable du département 0-8 ans de Nathan Jeunesse, qui défendra l'adaptation de *Mademoiselle Zazie* de Thierry Lenain, sur les relations garçons et filles dans la cour de l'école, qui sera diffusée en 2011.

Une adaptation en cours peut permettre d'emporter la mise auprès des éditeurs étrangers. « *Le dessin animé Coquillettes, diffusé sur TF1, lui donne une autre dimension* », précise Marion Jablonski, qui compte aussi sur l'adaptation de Pomélo, de Benjamin Chaud, en préproduction par la même société, Les Armateurs. Coline Faure-Poirée amène à Bologne 12 titres illustrés par le dessinateur de BD Karim Friha, tirés de l'émission documentaire du professeur Gamberge... et compte sur le dessin animé (52 épisodes de 6 minutes) des « Pyjamasques » en cours de réalisation. Brigitte Leblanc, éditrice de Gautier-

Languereau, arrive avec quatre nouveautés *Petit Lapin blanc*, dont le film sortira en décembre 2010. Mathilde Jablonski, responsable des droits chez Hachette Jeunesse, aura dans ses cartons le *Livre anniversaire* et un nouvel album de Gaspard et Lisa, les petits héros de Georg Hallensleben, qui fêtent leurs dix ans (le dessin animé qui sera diffusé sur TF1 en fin d'année). Flammarion Jeunesse a toiletté les aventures du petit chien Bali après son passage à la télévision et développe programme éditorial et opérations commerciales. Mais si l'adaptation offre une notoriété certaine aux personnages, vendre les livres n'est pas facile pour autant. « *Les éditeurs étrangers préfèrent attendre qu'une chaîne de leur pays achète le dessin animé pour s'engager sur les livres* », commente Franck Girard qui exploite encore la première saison du dessin animé *SamSam* produit par Bayard Animation. « *L'adaptation, avec des histoires plus longues aux péripéties plus nombreuses, vieillit toujours le personnage : ce fut le cas pour T'choupi et Cajou. Du coup, les titres tirés du dessin animé ne correspondent pas toujours à l'âge des lecteurs habituels* », renchérit Dominique Korach, directeur général jeunesse de Nathan, qui vend chaque année 2 millions de *T'choupi* et accompagne chaque nouvelle saison du dessin animé (on en est à la troisième) d'un solide programme éditorial.

L'éditeur doit aussi savoir proposer toute une gamme et faire masse. « *Nous déclinons Chamalo avec un livre-concept, avec tirettes et volets à 8 euros mais aussi dans un petit format à 5,25 euros en construisant son univers avec les personnages qui l'entourent, ses parents, ses grands-parents, les voisins* », commente Hélène Wadowski, directrice éditoriale de Flammarion Jeunesse/Père Castor, qui amène donc les quatre premiers « *Chamalo Fiction* » dans lesquels le petit chat de Marion Billet ne veut pas dormir ou dit toujours non...

De fait, il s'agit avant tout de créer un « univers », autour d'une bande ou d'une famille, à l'image des « *Drôles de Petites Bêtes* » d'Antoon Krings. Ça peut être les légumes du potager, *Chouchou le chou*, *Pat la patate*, *Popo le potiron* et *Champierre le champignon*, imaginés avec humour par Bénédicte Guettier (« *Patati Patata* », *Giboulées*) ; les héros des histoires de « *Mamie Poule raconte* », le lion, le pingouin, la vache, de Christine Beigel et Hervé Le Goff, ou la bande de « *Petits choux* », de Carl Norac, des animaux (Gautier-Languereau) ; la famille *Bonappéti*, de Béatrice Guthart, qui mêle contes et recettes (Belin). _Ou, dans une tranche d'âge plus élevée, tirés des collections de « *Premières lectures* », le duo Grignotin et Mentalo de Delphine Bournay (L'Ecole des loisirs), un chevalier (« *Guillaume Petit Chevalier* », Flammarion-Père Castor) ou une bande de pirates (« *Pavillon noir* », Flammarion-Père Castor).

Un univers, cela veut dire aussi nombre de produits dérivés, de la papeterie aux peluches. _Adapté au Japon en dessin animé, *Pénélope*, la petite oursonne bleue de Georg Hallensleben y a fait l'objet de 700 produits dérivés. « *La série a été diffusée en France où elle a bénéficié d'un bon accueil, qui n'a cependant rien à voir avec l'explosion japonaise. On sent tout un univers en train de se mettre en place avec des produits interactifs, de l'audiovisuel et des produits dérivés. Les gens en parlent entre eux avec des codes particuliers sur des salons du jouet comme Nuremberg, Las Vegas ou au salon du licensing de Londres* », raconte Hedwige Pasquet qui annonce un gros développement autour de la petite héroïne pour 2011 avec des jouets, des jeux, du textile. « *On cherche un distributeur en France pour le jeu sur la DS et on espère un magazine. Les grandes surfaces spécialisées de type Cultura ou la Fnac réfléchissent à une présentation par univers et veulent vendre les livres mais aussi les peluches, comme cela se pratique déjà en Allemagne* », ajoute-t-elle. Chez Milan, les poupées japonaises ont inspiré *Kokeshi*, de la Française Annelore Parot (3 titres). « *Un kit rentrée des classes et un kit papeterie sont prévus en septembre mais nous allons aussi publier des albums. Il y a un grand intérêt de la part des producteurs et des fabricants de merchandising à cause du graphisme. Il séduit autant les petites filles que les mamans* », note Franck Girard. Chez *Giboulées*, Coline Faure-Poirée annonce le grand retour de *Yok-Yok*, le petit troll au grand chapeau rouge créé par Etienne Delessert. A Bologne seront montrés 6 titres, plutôt documentaires, axés sur la nature et la naissance du personnage. « *Les trentenaires ont lu Yok-Yok : c'est un univers connu et nous avons décidé de lancer les dérivés tout de suite* », précise l'éditrice des « *Drôles de Petites Bêtes* ». « *C'est à double tranchant. Il faut sortir d'une petite série mais quand on se lance avec beaucoup de titres, des documents à présenter aux chaînes, un plan marketing, on perd de vue le personnage et on abandonne sans lui laisser le temps de s'installer. Sans compter qu'on se bat contre des héros déjà anciens ou venus de la télévision* », précise Dominique Korach. Boris, le petit ours tête, de Mathis (T. Magnier), Jean-Michel, le supercaribou des bois de Magali Le Huche (*Actes Sud Junior*), Kakao, le petit koala des Pittau & Gervais (*Giboulées*), l'inspecteur Lapou, le lapin qui enquête dans le potager de Bénédicte Guettier (*Giboulées*), Philomène, la petite fille espiègle (Milan)... seront-ils les héros de demain ? « *C'est la première fois que j'ai un héros récurrent. Le fait de retrouver un personnage est important pour les tout-petits mais c'est aussi très agréable pour l'éditeur et pour l'auteur : on a le temps d'installer quelque chose* », commente Valérie Cussaguet, éditrice de *Boris*, qui fera son entrée dans le monde à Bologne. D'autres, déjà vendus aux éditeurs étrangers, comme *Bébé Koala* (Hachette Jeunesse), *Emma* ou *Lulu Grenadine* (Nathan Jeunesse) n'ont pas encore eu les honneurs des écrans.

IMPOSER UN PERSONNAGE

Mais il faut du temps pour imposer un nouveau personnage, « *au moins une douzaine de titres* », selon Coline Faure-Poirée. Alors on verra à Bologne les Crocolou (Actes Sud Junior), Coco l'éléphant, de Dorothée de Monfreid, les copains Bleu et Rouge de Lucie Phan (Loulou & Compagnie), Poko et Mine, de Kitty Crowther (Pastel) ou Simon le lapin de Stéphanie Blake (L'Ecole des lisirs). Les éditeurs testeront *Grand Loup* et *Petit Loup* (Flammarion Jeunesse), *Pomelo l'éléphant* (Albin Michel Jeunesse), *Georges le pirate*, qui initie à l'environnement (Belin). Car, à la clé, ce sont des ventes importantes. *Le Petit Nicolas*, les « Monsieur et Madame », « Max et Lili », *Dora* (3 titres), les « Drôles de petites bêtes » d'Antoon Krings constituent toujours les meilleures ventes de livres illustrés (voir page 74) : les héros font aussi des long-sellers. ●