

IDOSSIER

- La jeunesse à l'heure d'Internet **PAGE 70**
- Les chiffres du secteur **PAGE 72**
- Le programme de Montreuil **PAGE 74**
- Le planisphère de l'édition jeunesse **PAGE 78**
- La nouvelle vague anglaise **PAGE 80**
- Vedettes d'outre-Manche **PAGE 80**
- Les meilleures ventes **PAGE 82**

PAR CLAUDE COMBET

SALON DE MONTREUIL

La jeunesse à l'heure d'Internet

Pour pallier le manque de visibilité de leurs livres dans les médias, les éditeurs de jeunesse se sont emparés de la Toile pour les promouvoir. Tour d'horizon à la veille du **Salon du livre de jeunesse** de Montreuil.

*N*on seulement les jeunes utilisent Internet mais, dès douze ans, c'est même leur média de prédilection, loin devant la télévision. Au-delà d'un simple site-vitrine, les éditeurs de jeunesse, las de leur manque de visibilité dans les médias traditionnels, se sont donc naturellement tournés vers le Net pour en faire un véritable outil de promotion de leurs livres. « *Les ouvrages existent virtuellement avant même d'exister en librairie. Internet crée des communautés autour des livres, et beaucoup de choses, en particulier les blogs, échappent à l'éditeur. Les lecteurs y écrivent beaucoup, commentent même la qualité des traductions. Nous vivons une époque où tout bouge : le web 2 et le téléphone portable vont renforcer cette interactivité* », assure Jean-Claude Dubost, P-DG d'Univers Poche.

ERIC GARAUULT





Au Salon du livre et de la presse jeunesse de Montreuil : un futur utilisateur d'Internet, encore fidèle au papier.

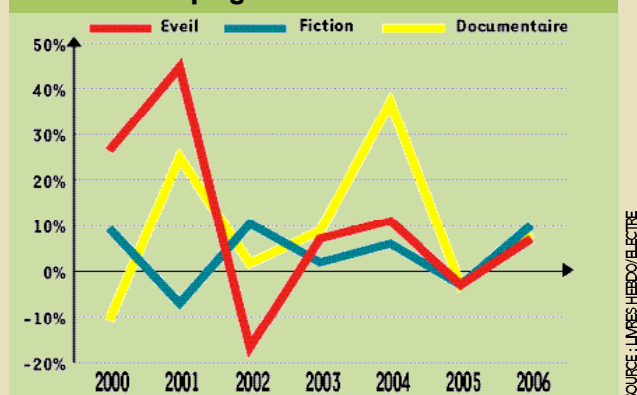
L'exemple Potter. Ainsi, Gallimard Jeunesse a choisi le Net pour lancer *Harry Potter et les reliques de la mort*, septième et dernier volet des aventures du célèbre sorcier de J. K. Rowling. La maison a ciblé les lecteurs de la saga, à travers les nombreux sites de fans qui pullulent sur la Toile, afin « d'entretenir le buzz » (la rumeur). Les informations sont passées en exclusivité, relayées par une newsletter sous forme de « hiboux » comme à Poudlard, par le site officiel: concours au mois de juillet, couverture dévoilée en septembre, tournée du « *magicobus* » (1), interview de l'illustrateur, du traducteur, reportages sur le lancement à Londres en juillet ou sur l'impression du volume en France. « C'est une évolution de nos moyens en marketing: nous jouons à la fois l'animation numérique et l'animation en librairie, l'un renvoyant à l'autre. Ce sont

deux moyens complémentaires, pour des publics différents », commente Hedwige Pasquet, directrice générale de Gallimard Jeunesse.

Les éditeurs ne peuvent plus faire l'économie d'Internet quand il s'agit de lancer un livre important. Casterman l'a utilisé pour la série *Cherub*. Cherub étant une organisation secrète qui forme des enfants à devenir agents secrets, Cherubcampus.fr propose aux internautes de devenir membres du club et même « recruteurs », comme dans la série, pour gagner cadeaux et bonus (des chapitres inédits à télécharger). « Je ne crois pas à un lancement uniquement sur Internet », précise Jean-Philippe Thivet, responsable marketing. Il faut toucher la cible et surtout faire sens par rapport au contenu du livre. Cherub fonctionne comme un club avec des initiés, ce qui correspond >>>

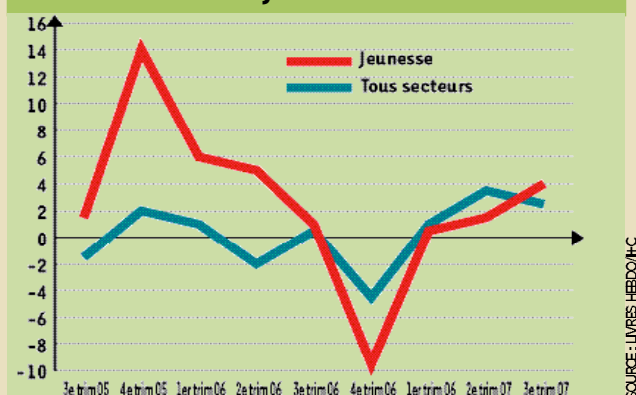
Les chiffres de la jeunesse

La fiction progresse



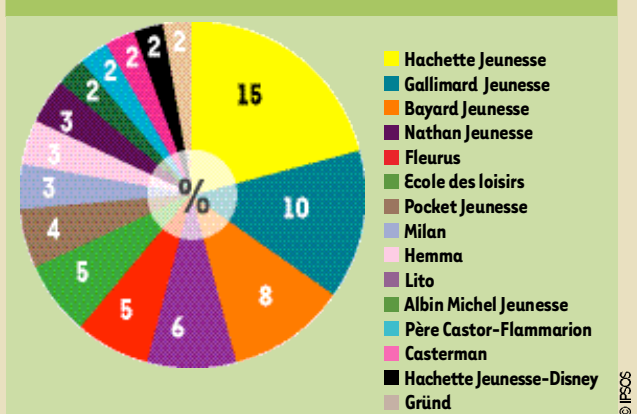
Après une baisse de la production de livres pour la jeunesse en 2005 et de chacun des segments, le nombre de nouveaux titres progresse sur la fiction (+ 10 %), le documentaire (+ 8 %) et l'éveil (+ 7 %).

Un secteur toujours en forme



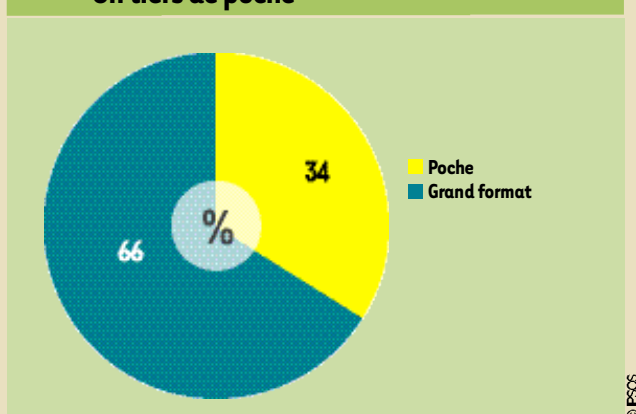
Après une chute importante au quatrième trimestre 2006, les ventes du secteur jeunesse ont repris leur croissance. Elles affichent au troisième trimestre 2007 une augmentation (+ 4 %), plus importante que celle de l'ensemble de l'édition tous secteurs confondus (+ 2,5 %).

Douze éditeurs assurent 2/3 de l'activité



En l'absence de nouveauté *Harry Potter* en 2006, Hachette Jeunesse reprend le leadership à Gallimard Jeunesse en nombre de volumes vendus. Les dix éditeurs qui suivent affichent une belle stabilité de leur part de marché. Au total, douze éditeurs assurent deux tiers des ventes.

Un tiers de poche



En fiction, sur un total de 55,9 millions de volumes vendus, le grand format a bel et bien grignoté les parts du poche : il réalise 66 % des ventes en exemplaires, n'en laissant plus que 34 % au poche.

>>> exactement à la communauté du Web. Mais le Net ne représente qu'un tiers du budget de lancement, le reste est pour les librairies. » Dans le même esprit, Hachette Jeunesse Roman se prépare à lancer en février *Maximum Ride*, la première série pour ados du célèbre auteur de thrillers, James Patterson, avec des « ambassadeurs » dont les plus belles pages seront mises en ligne.

Certains sites sont vendus clés en main dès l'acquisition des droits de l'ouvrage : ils ne constituent alors qu'une version adaptée de l'équivalent anglo-saxon, comme ce fut le cas pour *Les orphelins Baudelaire* (Nathan). L'éditeur d'origine peut aussi garder la maîtrise du média comme Piemme qui a conçu pour Gerónimo Stilton un site international accessible en différentes langues, qu'Albin Michel Jeunesse a prévu de développer l'an prochain. Inversement, Bayard Jeunesse a vendu son personnage



Flammarion Jeunesse, dans l'attente de son site général, se teste avec les *Colombes du Roi-Soleil*.

pour les petits, SamSam, accompagné du Web. « La capacité de développer un site dans une perspective internationale est désormais importante. Les éditeurs étrangers qui ont acheté SamSam ont acheté le site comme élément promotionnel du livre », raconte Pascal Ruffenach, président de Bayard éditions.

A chaque produit son site. Collection, personnage ou grand format : les gros lancements se font sous forme d'un mini-site, ou « site dédié », selon la terminologie en vigueur. C'est souvent un test pour la maison d'édition, qui parfois les multiplie. Nathan en propose pour *Les orphelins Baudelaire*, *Dokéo*, « C'est pas sorcier ! »,

Azur et Asmar, « L'île à Lili ». Gallimard Jeunesse, outre *Harry Potter*, a développé des sites pour *Le clan des Otori*, « Drôles de petites bêtes », *Pénélope*, *Tobie Lolness*, *Quatre filles et un jean*, « On lit plus fort » (autour de la >>>

MONTREUIL PRATIQUE

Du 28 novembre au 3 décembre, le Salon du livre jeunesse attend près de 150 000 visiteurs.

Dates : 28 novembre - 3 décembre

Lieu : 128, rue de Paris, 93100 Montreuil. Métro : Robespierre

Organisateur : CPLJ 93

Site Internet : www.salon-livre-presse-jeunesse.net

Animations : 270 éditeurs, 600 rencontres, 1 500 dédicaces

Visiteurs 2006 : 146 300 entrées, 30 000 enfants, 21 500 professionnels

Le thème du jeu :

exposition « Play » d'Olivier Douzou (livre éponyme publié par MeMo), Christian Voltz, Anouk Ricard, Natali Fortier, José Parrondo, Bruno Heitz, Jochen Gerner, Kitty Crowther, Frédérique Bertrand (espace La Fabrique au sous-sol) ; jeu de l'oie dans l'espace « Tout petit, tu lis » ; librairie thématique tenue



par la librairie Envie de lire d'Ivry-sur-Seine ; jeu des 7 familles (d'illustrateurs) dans l'agenda du salon.

La Grande-Bretagne invitée : rencontres et signatures des auteurs (voir p. 80) ; librairie anglo-

saxonne tenue par WH Smith au sein de la librairie VO/VF (livres du Québec, de Belgique, des Antilles, du Maroc, d'Afrique, de l'océan Indien, du Liban et de Tunisie).

Le Grand Marché :

60 petits éditeurs (rez-de-chaussée).

Le Comptoir des adolescents :

La machine littéraire (juke-box numérique pour découvrir 9 auteurs) ; soirée pour ados le 30 novembre (rencontres, débats, lectures).

Espaces thématiques :

« L'Archipel de la bande dessinée » ;

« Casabulles » ; « Tout

petit, tu lis » avec une librairie tenue par l'Association des librairies spécialisées jeunesse ; salle de spectacle « Le

studio » ; le kiosque de la presse.

Prix littéraires : remis le 29 novembre, Tam-Tam J'aime Lire, Tam-Tam Je bouquine et Tam-Tam Manga ; Baobab de l'album ; prix de la Presse des jeunes-Enfants et Junior.

Journées

professionnelles : samedi 1^{er} décembre (9 h-13 h) et lundi 3 décembre (9 h-18 h)

En Seine-Saint-Denis :

exposition « ABC d'air. Lire et jouer avec Bruno Munari » à la bibliothèque Elsa-Triolet (Pantin) ; exposition « Fil de fer & Mine de rien » de Christian Voltz (dix villes du département) ; conférences et débats sur le thème du jeu ; jeux pour les classes ; écrivains en résidence, etc. c. c.

>>> collection « Folio Junior », etc. Albin Michel Jeunesse a commencé avec « Wiz » et continué avec *Geronimo Stilton*, *Qui a tué Britney?*, *Magyk*, etc. Hachette Jeunesse Roman s'est déployé autour des séries à succès des « Bibliothèque rose » et « Bibliothèque verte ». Rageot a d'abord promu les trilogies de Pierre Bottero, *Evilan*, *Le pacte des Marchombres* et *L'Autre*, puis les autres sagas des auteurs maison comme *Les revenants*, *Oceania* ou *La tribu de Cèltill*. Milan Jeunesse insiste sur « Les mondes secrets » (2) et « Les 12 royaumes », s'offre chaque année au printemps un site pour la campagne nature, et ouvrira en janvier « Survivant » autour de la série de mangas. Tandis que Flammarion Jeunesse, dans l'attente de son site général, se teste depuis début octobre avec *Les colombes du Roi-Soleil* (www.colombesduroisoleil.fr). « Anne-Marie Desplat-Dic reçoit des dizaines d'e-mails par semaine. Nous avons analysé les attentes de ses lectrices, essentiellement sur la véracité historique des événements qu'elle décrit, et nous les avons utilisées pour bâtir le site », raconte Hélène Wadowski, directrice de Flammarion Jeunesse-Père Castor.

En parallèle à ses mini-sites, Gallimard Jeunesse a aussi développé un portail www.decouvertes-gallimard-jeunesse.fr (3), avec des actualités, des dossiers thématiques avec des liens, des images et des sons à télécharger,



Rageot a regroupé l'ensemble des sagas de ses différents auteurs dans un portail entièrement consacré à la fiction.

ger, un agenda, grâce à des partenariats avec Evénement.fr, France 5, lesite.tv ou L'Oreille verte. Rageot a regroupé l'ensemble des sagas de ses différents auteurs, depuis *Evilan* de Pierre Bottero, jusqu'à la petite dernière, *Azilis*, de Valérie Guinot, sortie en octobre, dans un portail entièrement consacré à la fiction, www.lesmondesimaginairesderageot.fr. « Le développement a été fait en externe selon le cahier des charges établi par Xavier Décous, et nous l'alimentons en interne. Le budget – 20 000 euros pour sept sites, ce qui n'est pas cher – a été pris sur le budget promotion », commente Caroline

Westberg, directrice de Rageot.

Avec votre concours. Aujourd'hui, cependant, il ne suffit plus de créer un site, il faut le mettre à jour régulièrement et l'animer. Pour cela, les éditeurs usent particulièrement du jeu-concours. Magnard Jeunesse, pour la sortie de l'album *Lulu présidente!*, de Daniel Picouly, a demandé aux internautes de voter en ligne. Résultat (dévoilé le 6 mai), Lulu a été élue présidente avec 90 % des suffrages exprimés. Gagner des cadeaux (le tee-shirt Cherub, des chapitres inédits), le droit de participer à la soirée Harry Potter, un week-end à Versailles (*Les colombes du Roi-Soleil*)... et même des places de cinéma : tout est prétexte à créer du trafic et un fichier. Pour cela, les >>>

« Nous voulons donner des informations qui seront utiles à notre public: les expositions prévues et les livres que nous publions. Cela nous permet d'établir un contact avec des gens qui ne voient pas les représentants comme les responsables de boutiques de musées ou les journalistes. »
Brigitte Stephan et Didier Baraud, Palette



>>> éditeurs font aussi appel à des partenariats. « Les 12 royaumes, Kirikou, Chico Mandarin ont bénéficié de partenariats. Pour le film Nocturna, nous avons une opération croisée. Sur les sites nocturna-lefilm.com et teteamodeler.com, on peut gagner des livres tandis que sur notre site, on peut gagner places de cinéma, tee-shirt et stylos lumineux », explique Justine de Lagausie, directrice générale de Milan Editions.

La newsletter, ou « lettre d'information », envoyée à date régulière (une fois par mois), est un moyen de maintenir un lien étroit avec les lecteurs. Depuis octobre, les éditions Palette... s'essaient au genre: « Nous voulons donner des informations qui seront utiles à notre public: les expositions prévues et les livres que nous publions. Cela nous permet d'établir un contact avec des gens qui ne voient pas les représentants comme les responsables de boutiques de musées ou les journalistes », notent les fondateurs Brigitte Stephan et Didier Baraud. « 85 % des 12 000 abonnés à notre newsletter sont des enseignants. Nous notons aussi une forte proportion d'abonnés francophones, en Belgique, au Canada, en Suisse, dans les Dom-Tom, qui ont besoin d'informations », constate Jérôme Lambert, responsable de la presse et de la communication de L'Ecole des loisirs. « Nous préparons une newsletter mensuelle. Ce sera une alerte avec l'annonce du dossier et des actualités », annonce Antoinette Rouverand, responsable du marketing d'Hachette Jeunesse Roman. A l'avenir, on devrait aussi voir blogs et forums se multiplier.

Objectif pros. Mais pour quelle cible? Sophistiqué, le site Nathan propose quatre entrées, selon que l'on est « enseignant, enfant ou adolescent, parent, étudiant ». Depuis longtemps, l'édition jeunesse utilise le Net pour toucher les enseignants. Catalogues et fiches pédagogiques (notamment pour les poches) ont été les premiers éléments téléchargeables gratuitement chez tous les éditeurs. D'autant plus quand la maison est fortement implantée dans le monde scolaire comme Nathan, L'Ecole des loisirs, Le Livre de poche Jeunesse, etc. ou quand elle utilise des sites spécifiques (Callimard Jeunesse et le Cercle de l'enseignant, Bayard Jeunesse). « Refondu plusieurs fois, le site du Livre de poche Jeunesse propose aux enseignants informations pratiques et, tous les deux mois, un gros dossier thématique comme la traduction ou le héros », explique Antoinette Rouverand. Bien sûr, aucun éditeur n'oublie les titres recommandés sur les fameuses listes de l'Education nationale.



Si les concours et autres jeux s'adressent spécifiquement aux lecteurs, libraires, bibliothécaires et autres prescripteurs ne sont pas oubliés, avec des sites spécifiques ou des espaces où ils peuvent télécharger bons de commande, catalogues, programmes comme dans les sites du Rouergue, d'Actes Sud Junior (qui ouvre pour Montreuil) et de Thierry Magnier, lequel propose aussi des expositions d'originaux. Parallèlement, les catalogues en ligne se font plus sophistiqués, interrogeables par thèmes, par âges, ou par auteurs.

Soigner le référencement. Pour capitaliser leurs investissements sur Internet, les éditeurs doivent aussi assurer la bonne visibilité de leur site. Il s'agit d'être le plus haut possible dans la première page Google quand on est sur le moteur de recherche. « C'est simple quand on cherche le nom de la maison, celui des collections ou des héros parce que, par définition, il n'y a pas de concurrence. C'est plus compliqué quand il y a des mots génériques comme "documentaires pour enfants" », souligne Mireille Tyckaert, responsable marketing de Nathan Jeunesse. « L'achat de mots sur Google a permis de doubler le nombre de visiteurs », précise Justine de Lagausie. D'où la nécessité parfois d'acheter des liens, des noms de domaine, des mots-clés... Et pour cela, la bataille est rude.

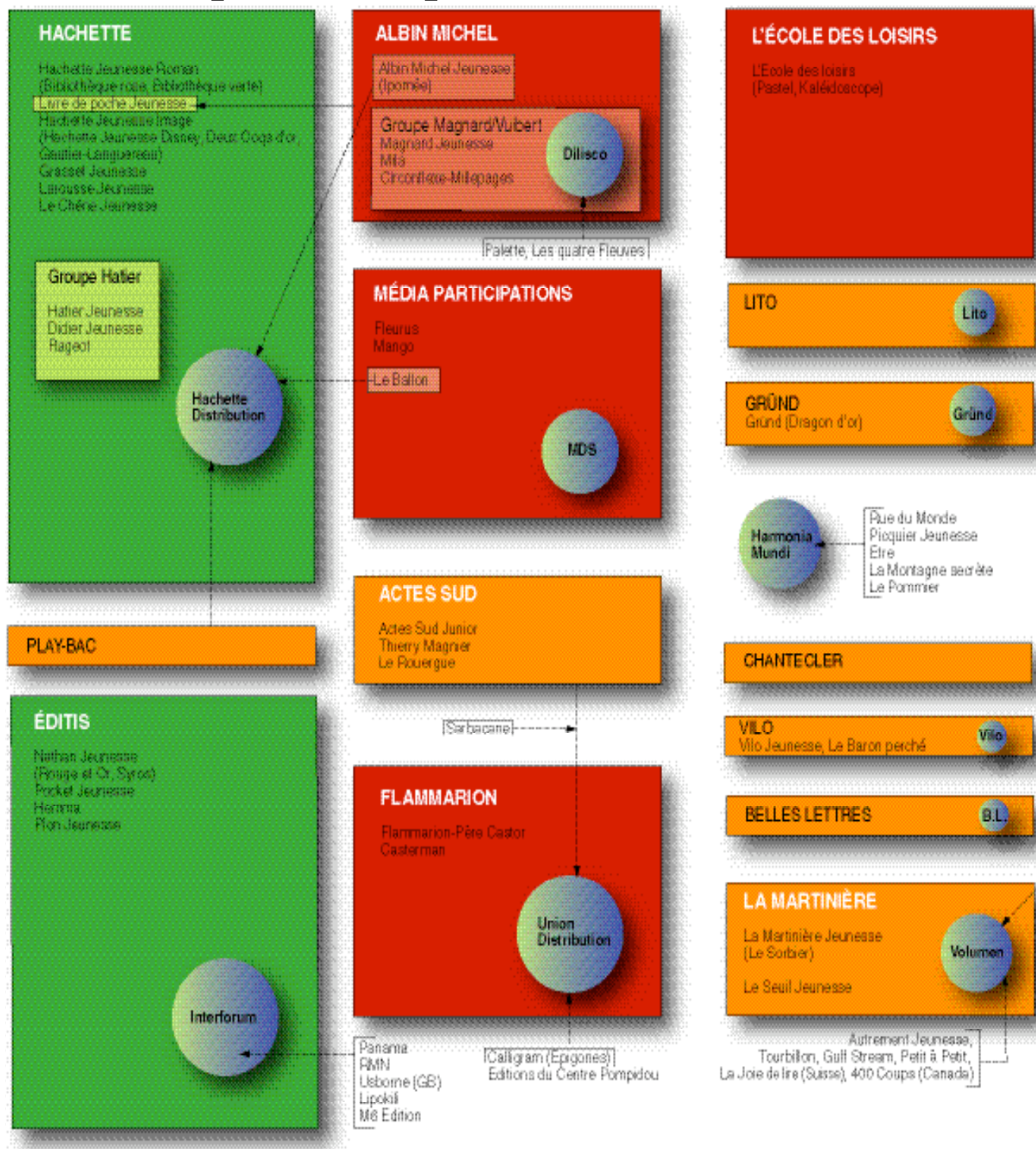
Le Net devrait connaître parallèlement des évolutions techniques. « Nathan Jeunesse a été parmi les premiers à proposer le feuilletage, comme en librairie. Mais techniquement, c'est plus difficile à faire avec des livres interactifs comme les "Kiddo" ou les pop-up du type de Star Wars. Mais on ne peut pas le généraliser à tous les titres : le lecteur sait ce qu'il va trouver dans un Tchoupi, par contre, il sera intéressé par la présentation d'une nouvelle collection », souligne Mireille Tyckaert. Gallimard travaille sur le téléchargement de sa collection de livres audio, « Ecoutez lire ». L'Ecole des loisirs accueille les internautes avec des interviews vidéo du directeur Jean Delas, d'Arthur Hubschmid, Geneviève Brisac, Christiane Germain et Nathalie Brisac. En novembre, sa newsletter intègre quatre interviews d'auteurs. « Elle va devenir un petit journal vidéo qui parle de L'Ecole des loisirs », raconte Jérôme Lambert, qui annonce aussi un diaporama pour mettre en valeur une nouveauté. « Internet et le téléphone mobile montent en puissance. On a lancé les "Gossip Girl" avec des textos sur les téléphones portables. Avec la 3G, on va pouvoir y mettre des interviews d'auteurs », commente Jean-Claude Dubost.

Un système vivant. « Le système s'organise en dehors de l'édition, c'est le principe d'Internet, ça échappe. Les éditeurs vont tout tenter pour faire parler de leurs livres sur le Net. En même temps, le système est tellement vivant qu'on parle des livres partout, y compris sur des sites qu'on n'a pas repérés », ajoute le directeur d'Univers Poche. Mieux, les éditeurs découvrent le marketing viral (4). Car le >>>

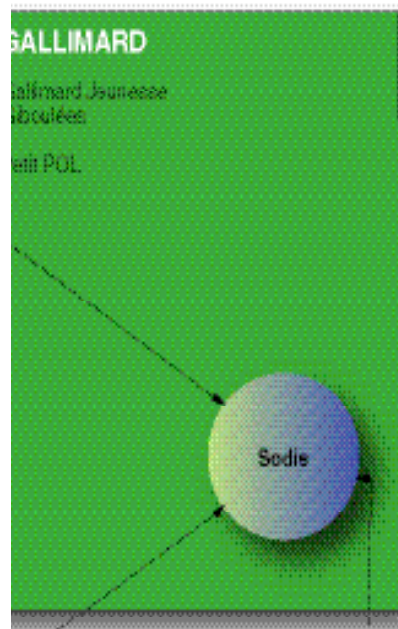
L'Ecole des loisirs accueille les internautes avec des interviews vidéo du directeur Jean Delas, d'Arthur Hubschmid, Geneviève Brisac, Christiane Germain, et Nathalie Brisac.

naïve

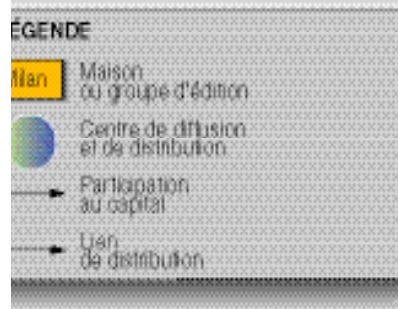
Le planisphère de l'édition



jeunesse



Richard
de Rocher Jeunesse-Lo País d'enfance
ford-Sud, Intervista, Imaw Editions



>>> Web permet aussi de pister ses utilisateurs. On peut savoir combien de pages ont été lues, lesquelles sont les plus lues, combien de temps les lecteurs y consacrent, s'ils reviennent, et connaître les goûts des lecteurs... à l'image d'Amazon.fr, qui signale : « *ceux qui ont acheté Harry Potter, ont aussi acheté X* ». « *Peu d'enfants entrent en librairie. L'enjeu est d'aller chercher une clientèle qui n'est pas forcément lectrice. Le Net s'appuie sur le système des clubs, qui présélectionnent, conseillent... On devrait pouvoir aller encore plus loin que les suggestions d'Amazon* », insiste Dominique Korach, directrice de Nathan Jeunesse.

Les « *widgets* » (feuilletage exportable), jeux-concours et autres votes auxquels s'inscrit l'internaute permettent de constituer des fichiers très pointus. « *Les fichiers d'abonnés font la richesse des éditeurs de presse. Avec Internet, les éditeurs de livres peuvent s'offrir l'équivalent* », souligne Hedwige Pasquet. « *Les bases de données renseignées nous permettent d'envoyer une information spécifique à un public spécifique. C'est un travail d'orfèvre* », confirme Jean-Claude Dubost. « *La qualité des fichiers est cependant déterminante : nous y travaillons* », précise Pascal Ruffenach.

Une priorité de développement. Reste qu'Internet est un gros enjeu, en particulier pour les grands groupes. Editis notamment en a fait une priorité de développement depuis plusieurs années et possède un vrai savoir-faire dans ce domaine, pour les adultes comme pour les jeunes, du côté de Nathan comme d'Univers Poche. Flammarion est en train de revoir le site pour l'ensemble du groupe et on devrait voir arriver à la fin de l'année le nouveau site de Casterman Jeunesse et celui de Flammarion Jeunesse-Père Castor. Hachette Jeunesse Roman prépare son nouveau site pour l'été 2008 : « *Notre projet est ambitieux. Nous allons lancer un site autour de la littérature plaisir, avec les grands formats, le livre de poche jeunesse, et répondre aux besoins des lecteurs, en fonction de leur profil* », souligne Cécile Terouanne, directrice éditoriale d'Hachette Jeunesse Roman. Bayard prévoit pour mars la V2 de son site lancé il y a neuf mois avec pour souci de renforcer les services et les conseils aux parents.

Et Internet n'est pas réservé aux grandes maisons. Au contraire, les petits, parce qu'ils ont un catalogue moins lourd et que l'investissement n'est pas très important, ont été les premiers à s'offrir un site et une newsletter. Ainsi la toute jeune maison Alzabane s'est lancée en juin dernier en présentant ses trois premiers titres sous forme d'un clip reprenant quelques images de l'album et un résumé dit par une conteuse. Sur le Net, où l'essentiel reste à inventer, toutes les idées sont bonnes à prendre.

CLAUDE COMBET

- (1) Voir « *Promotion ensorcelée* », LH 704, du 5.10.2007, p. 63.
(2) Voir « *Le monde secret de Milan* », LH 700, du 7.9.2007, p. 64.
(3) Voir « *Docs pour tous* », LH 701, du 14.9.2007, p. 62.
(4) Voir « *La vidéo au cœur du marketing viral* », LH 682, du 23.3.2007, p. 117.

© LIVRES HEBDO

rmn

CRÉATION. Alors que les éditeurs du monde entier s'inquiètent de l'après-*Harry Potter*, les auteurs britanniques, invités du Salon de Montreuil, aspirent à jouer leur carte dans la course à la succession. Portrait de groupe.

La nouvelle vague anglaise

Qui sont ces Anglais qui raflent la mise ? Invités du Salon du livre et de la presse jeunesse de Montreuil, les auteurs britanniques sont les maîtres de la fiction pour les adolescents, et donc bien placés dans la course au best-seller susceptible de succéder à la série de J. K. Rowling, l'heureuse créatrice d'*Harry Potter*. **Melvin Burgess, Anne Cassidy, Michael Coleman, Anne Fine** (qui fut l'ambassadrice de l'édition de jeunesse britannique, Children's Laureate, entre mai 2001 et mai 2003) ou **Celia Rees** sont déjà connus du public français. Mais on voit émerger de nouveaux noms dont **Charlie Fletcher**, née en 1971, **Philip Kerr**, **Sue Limb**, **Gemma Malley**, **Robert Muchamore**, né en 1972, ou **Meg Rosoff**, née en 1956 mais venue récemment à la littérature pour la jeunesse puisqu'elle n'a que deux titres à son actif (1). La plupart des représentants de cette nouvelle vague anglaise n'ont que 30 ou 40 ans.

Des auteurs pour adultes. Déjà, *La déclaration* de Gemma Malley, publié en septembre par Naïve, a été présenté par son éditeur anglais Bloomsbury, qui est aussi celui de J. K. Rowling, comme l'événement littéraire après Harry. Avant d'écrire pour la jeunesse, Anne Fine et Philip Kerr sont des auteurs reconnus pour adultes. Anne Fine, qui a aussi signé le best-seller adapté au cinéma, *Madame Doubfire*, dis- sèque dans ses romans, tous publiés aux éditions de l'Olivier, passions et travers humains avec humour et cruauté, dans la plus grande tradition de la littérature anglaise féminine. Philip Kerr écrit des romans policiers, dont *La trilogie berlinoise*, avec un héros à la Philip Marlowe dans le Berlin de la Seconde Guerre mondiale (Lattès).

Les auteurs britanniques sont les maîtres de la fiction pour les adolescents, et donc bien placés dans la course au best-seller susceptible de succéder à la série de J. K. Rowling, l'heureuse créatrice d'Harry Potter.

Journalisme et enseignement mènent manifestement à l'écriture. Melvin Burgess, Sue Limb, qui a tenu pendant de longues années une rubrique dans le supplément du *Guardian*, et Gemma Malley ont été journalistes. Sue Limb, Celia Rees et Michael Coleman (avant d'intégrer IBM) ont enseigné. Charlie Fletcher a été scénariste pour le cinéma et la télévision, notamment à Hollywood. Meg Rosoff a travaillé dans la publicité et Anne Cassidy dans une banque. Le plus atypique est sans aucun doute Robert Muchamore qui a exercé pendant dix ans la profession de... détective privé, enquêtant « essentiellement pour retrouver les héritiers à la demande d'un notaire, ou pour la presse tabloïd afin de faire parler l'entourage d'un condamné »!

« **Une culture de la narration** ». Il y a cependant une culture de la fiction en Grande-Bretagne, qui s'inspire des auteurs classiques Jonathan Swift, Charles Dickens, Robert Louis Stevenson, Lewis Carroll, John Barry ou plus récemment Roald Dahl. Comme les Américains, les Anglais fréquentent les cours de « *creative writing* ». Ils ont même une « *culture de la narration*. Très jeunes, on demande aux élèves d'écrire des fictions, de travailler un personnage, alors qu'en France on enseigne plutôt la structure de la langue, le style », constate Charlotte Ruffault, directrice d'Hachette Jeunesse Roman (2). Le résultat ? La fiction britannique s'épanouit dans tous les genres.

Charlie Fletcher, Jonathan Stroud, Philip Kerr surfent sur la vague fantastique, héritiers en droite ligne de la magie de Poudlard. Charlie Fletcher, animant statues et bas-reliefs de la capitale, et Jonathan Stroud ont choisi la ville

VEDETTES D'OUTRE-MANCHE

Quentin Blake, Philip Pullman et d'autres participeront au Salon de Montreuil.

Les éditeurs ont sauté sur l'occasion. Le Salon de Montreuil ayant invité les écrivains britanniques, ils n'ont pas hésité à faire venir leurs auteurs vedettes d'outre-Manche. Pour Gallimard Jeunesse, seront présents **Quentin Blake**, auteur et illustrateur de près de 300 livres (*Armeline Fourchedrue*, *Zagazou* et tous les Roald Dahl), dont une fresque géante « *emballera* » la nouvelle gare de l'Eurostar

à Londres, Saint Pancras, et **Philip Pullman**, auteur de la trilogie *A la croisée des mondes*, dont le premier volet, *La boussole d'or* (*Les royaumes du Nord* en français), a été adapté au cinéma et sortira sur les écrans français le 5 décembre. Viendront aussi à Montreuil **Michael Morpurgo**, très aimé des lecteurs français (*Le roi de la forêt des brumes*, *Cheval de guerre*), et l'Irlandais **Eoin Colfer**, qui



Philip Pullman, l'auteur d'*A la croisée des mondes*.

signe les aventures hilarantes d'Artemis Fowl.

Sur le stand de Gautier-Languereau, on découvrira

l'auteure-illustratrice de *La panthère blanche*, **Jackie Morris**, et chez Albin Michel Jeunesse un autre grand nom de l'illustration britannique, **Lucy Cousins**, à qui l'on doit la célèbre souris *Mimi* pour tous les tout-petits. L'éditeur annonce aussi deux écrivains de la collection « *Wiz* », **Jonathan Stroud** (*La trilogie de Bartiméus*) et **Angie Sage** (*la trilogie Magyk*).

c. c.

de Londres pour personnage, jouant sur son côté mystérieux et gothique. Philip Kerr envoie ses héros, les jumeaux John et Philippa, aux quatre coins du monde. Mais tous manipulent dragons, djinns, sorciers et instruments magiques avec dextérité. De son côté, Celia Rees travaille simultanément sur trois thèmes – les sorcières, les pirates et les vampires –, avec une prédilection pour les personnages féminins.

Dans un genre également codé, Michael Coleman et Anne Cassidy s'intéressent au polar et au roman noir: citons *Filer droit* (Le Rouergue) et la série « Internet détectives » (Gallimard Jeunesse) pour le premier, et *Judy, portée disparue*, *L'affaire Jenni - fer Jones* (Milan) et la série *Les enquêtes de Patsy Kelly* (épuisée chez J'ai lu) pour la seconde.

Si la tradition fantastique perdure, on voit aussi émerger un courant plus réaliste, flirtant parfois avec la science-fiction. *La déclaration* de Gemma Malley décrit une société totalitaire en 2140, dont l'unique but est l'immortalité. Dans *Maintenant, c'est ma vie*, Meg Rosoff précipite ses héros adolescents dans la guerre, à une période indéterminée: ils y perdront insouciance et légèreté. Quant à l'organisation Cherub, qui entraîne des enfants à devenir agents secrets « *avec permis de tuer* », imaginée par Robert Muchamore, elle relève aussi de la science-fiction!

Une certaine noirceur. Comme dans les films de Ken Loach, la fiction britannique ne recule pas devant une certaine noirceur. Melvin Burgess avait déclenché les polémiques avec *Junk*, qui met en scène deux adolescents aux prises avec la drogue dans les quartiers défavorisés de Bristol (mais il a rallié les suffrages avec le très consensuel *Billy Elliot*). Tous ont en commun de décrire avec nuance l'adolescence, cet état entre deux âges, mélange de violence, de tentations et de fragilité à l'image du héros de *Si jamais...* de Meg Rosoff, dépressif, prêt à changer d'identité et de vie « *pour survivre dans un monde où la tragédie est au coin de la rue* ».

Comment désamorcer cela? Avec humour, répondent nos cousins britanniques, qui ne craignent ni démesure ni cruauté. Ainsi les lecteurs peuvent-ils rire avec les livres d'Anne Fine, *Au secours, c'est Noël!*, *Charme Académie*, *Le chat assassin*, *le retour*, ou ceux de Sue Limb, réservés aux filles, *Quinze ans, charmante mais cinglée*, *Seize ans ou presque*, *torture absolue* et *Seize ans, franchement irrésistible*. Répétons-le, franchement irrésistible.

C. C.

(1) Ils sont publiés par Gallimard (Melvin Burgess, Sue Limb), Milan (Anne Cassidy), Le Rouergue (Michael Coleman), L'Ecole des loisirs (Anne Fine), Hachette (Charlie Fletcher), Bayard (Philip Kerr), Naïve (Gemma Malley), Casterman (Robert Muchamore) et Le Seuil (Celia Rees). Meg Rosoff est publiée à la fois par Albin Michel et Hachette.

(2) Voir « Mais où caser les "grands formats" ? », LH 676, du 9.2.2007, p. 62.



Celia Rees travaille simultanément sur trois thèmes – les sorcières, les pirates et les vampires –, avec une prédilection pour les personnages féminins.



Tous ont en commun de décrire avec nuance l'adolescence, cet état entre deux âges, mélange de violence, de tentations et de fragilité à l'image du héros de Si jamais... de Meg Rosoff

syros

MEILLEURES VENTES JEUNESSE

JANVIER-OCTOBRE 2007

© IPSOS/LIVRES HEBDO

	Titre	Auteur	Éditeur	Prix
01	Harry Potter et les reliques de la mort	J. K. Rowling	Gallimard Jeunesse	26,5
02	Harry Potter and the Deathly Hallows	J. K. Rowling	Bloomsbury	31
03	L'ainé	Christopher Paolini	Bayard Jeunesse	19,9
04	Le dernier été	Ann Brashares	Gallimard Jeunesse	15
05	Le vol du héron	Lian Hearn	Gallimard Jeunesse	23
06	Arthur et les Minimoys. 1	Luc Besson	Intervista	12
07	Arthur et la cité interdite. 2	Luc Besson	Intervista	12
08	Arthur, la vengeance de Maltazard. 3	Luc Besson	Intervista	12
09	Arthur et la guerre des deux mondes. 4	Luc Besson	Intervista	12
10	La fin	Lemony Snicket	Nathan Jeunesse	14,5
11	Le feu dans le ciel	Anne Robillard	Michel Lafon	15
12	Le secret de l'épouvanteur	Joseph Delaney	Bayard Jeunesse	11,9
13	Eragon	Christopher Paolini	Bayard Jeunesse	19,9
14	Colonie perdue	Eoin Colfer	Gallimard Jeunesse	19
15	Les mangeurs d'âme	Michelle Paver	Hachette Jeunesse	14
16	Histoires inédites du Petit Nicolas. 2	René Goscinny	Imav Editions	20
17	Ellana	Pierre Bottero	Rageot	16
18	A la croisée des mondes, l'intégrale	Philip Pullman	Gallimard Jeunesse	25
19	Les yeux d'Elisha	Timothée de Fombelle	Gallimard Jeunesse	16
20	Les dragons de l'empereur	Anne Robillard	Michel Lafon	15
21	Une princesse dans la tourmente	Meg Cabot	Hachette Jeunesse	8
22	Quatre filles et un jean. 1	Ann Brashares	Gallimard Jeunesse	12,5
23	Le maître des tempêtes	Pierre Bottero	Rageot	15
24	Retour à la case égouttoir de l'amour	Louise Rennison	Gallimard-Jeunesse	10
25	L'apprenti épouvanteur	Joseph Delaney	Bayard Jeunesse	11,9
26	La vie suspendue	Timothée de Fombelle	Gallimard Jeunesse	16
27	L'apprenti épouvanteur	Joseph Delaney	Bayard Jeunesse	11,9
28	Harry Potter et le prince de sang-mêlé	Joanne K. Rowling	Gallimard Jeunesse	23,5
29	Chocolat, etc.	Meg Cabot	Albin Michel Jeunesse	14
30	Quatre filles et un jean. 2	Ann Brashares	Gallimard Jeunesse	15

Harry bien sûr

Comme on pouvait s'y attendre, le septième et dernier Harry, *Harry Potter et les reliques de la mort* (tiré à 2 300 000 exemplaires) et sa version anglaise, *Harry Potter and the Deathly Hollows*, de Joanne K. Rowling, figurent en tête de notre palmarès fiction grand format (janvier-octobre 2007). Rappelons que les sept volumes totalisent désormais vingt et un millions de volumes vendus en français. La seule découverte de l'année est la saga fantastique des *Chevaliers d'Emeraude*, écrite par une Québécoise, Anne Robillard, qui dépasse désormais les 150 000 exemplaires. Le reste de la liste est sans surprise. Luc Besson, avec la saga en quatre volumes d'*Arthur et les Minimoys* (dont le premier a été adapté au cinéma en 2006), domine toujours. Les auteurs, Pierre Bottero avec ses séries fantastiques « Le pacte des Marchombres », et « L'autre », et Meg Cabot avec le dernier volet du *Journal d'une princesse* et un titre isolé, *Chocolat, etc.* ont aussi la faveur des jeunes. Les lecteurs sont fidèles à leurs séries favorites. On retrouve donc au palmarès 2007 la suite de *Quatre filles et un jean* (avec le tome 4 : *Le dernier été*), du *Clan des Otori* (tome 4 : *Le vol du héron*), des *Désastreuses aventures des orphelins Baudelaire* (tome 13 : *La fin*), de *L'apprenti épouvanteur* (tome 3 : *Le secret de l'épouvanteur*), d'*Artemis Fowl* (tome 5 : *Colonie perdue*), des *Chroniques des temps obscurs* (tome 3 : *Les mangeurs d'âme*) et du *Journal intime de Giorgia Nicolson* (tome 7 : *Retour à la case égouttoir de l'amour*). On peut aussi parier sur le grand succès de Noël 2007. Avant même la sortie du film *A la croisée des mondes. La boussole d'or*, sur les écrans français le 5 décembre (avec Nicole Kidman et Daniel Craig), *L'intégrale*, réunissant l'ensemble des volumes de la trilogie de Philip Pullman, a trouvé 120 000 acheteurs depuis juin.

c. c.