

ÉVÉNEMENT

Dans les salles le 13 mai en même temps qu'*Anges et démons*, *Millénium* est l'événement cinéma de la semaine après deux ans de succès en librairie. Retour sur l'histoire rose d'un roman noir.

Millénium encore

Pour une fois, ce n'est pas le livre qui accompagne le film, mais le film qui appuie le livre. UGC, qui distribue le premier épisode de *Millénium* au cinéma le 13 mai, a même demandé à Actes Sud l'autorisation d'utiliser sa charte graphique. Les affiches et le matériel promotionnel reprennent ainsi les couleurs de la collection « Actes noirs ». Pour l'éditeur, en revanche, cette sortie en salles ne change rien : les couvertures restent les mêmes, aucun bandeau spécial n'est prévu, et une remise en place n'est pas nécessaire.

Lectorat potentiel. Avec 2,6 millions d'exemplaires de la trilogie de Stieg Larsson (1) déjà vendus en France, dont 1,1 pour le seul premier tome, que peut attendre un éditeur de la sortie de son adaptation au cinéma ? « *Le film établit sa communication sur le nombre de lecteurs, et pas l'inverse* », confirme Valérie Lauzanne, directrice commerciale de la maison arlésienne. UGC avait fait une offre à



l'aveugle, c'est-à-dire que la société avait acquis les droits de diffusion en se fondant uniquement sur le phénomène de ventes des livres, alors que le tournage n'avait pas encore commencé. Le distributeur comptait bien trouver dans un si grand nombre de lecteurs des spectateurs « captifs ». Valérie Lauzanne pense quant à elle « *qu'il reste un lectorat potentiel. Le film est de bonne qualité, il respecte l'œuvre, il peut donc inciter à acheter les deux autres tomes* ».

Libraires invités. Actes Sud a envoyé aux libraires des affiches du film, qui accompagne « l'opération polar » d'« Actes noirs » qui était prévue pour mai-juin. « *C'est la collection entière qui peut bénéficier du marketing d'UGC.* » Le distributeur a aussi offert des places à l'éditeur pour qu'il puisse inviter des libraires parisiens à une des avant-premières. Le film devrait, en plus, bénéficier du soutien des exploitants de salles, qui en ont fait leur coup de cœur du mois.

Cependant, de manière assez classique, les éditeurs internationaux de la trilogie de Stieg Larsson, sollicités pour la promotion du film, ont été mis à l'écart durant toute la phase de production. Il a fallu attendre l'automne 2008 pour qu'ils soient conviés à découvrir des extraits. Marc de Gouvenain, l'éditeur qui a ap-

porté la trilogie à Actes Sud, avoue avoir été « *assez bluffé* ». Pour lui, les qualités du livre se retrouvent dans le film, et notamment ce personnage de Lisbeth qui « *sort des pages* ». Plus crédibles que dans les livres, les héros de *Millénium* sont en fait « *plus fidèles à la description qu'en fait l'écrivain qu'aux interprétations des lecteurs* ».

De cette expérience, Marc de Gouvenain a le souvenir de nombreuses rencontres : « *C'est un phénomène instructif pour un éditeur. La dimension internationale est intéressante. En Corée du Sud, à cause du papier, il a fallu faire deux volumes par épisode ; au Royaume-Uni, ils ne sortent qu'un tome par an, ce qui est trop long selon moi.* »

En France, verra-t-on bientôt *Millénium* en poche ? « *Il n'y a aucune raison de sortir Millénium en poche dans l'immédiat*, répond Valérie Lauzanne, *puisque 1 000 à 3 000 exemplaires de chaque tome se vendent chaque jour. C'est toujours mieux pour les libraires de vendre des livres à 23 euros. Lorsqu'il faudra donner un nouvel élan aux ventes, nous les sortirons en poche. Même si rien n'est acté, cela pourrait être entre mars et juin 2010.* » Le coffret DVD des trois films sera alors également disponible.

VINCY THOMAS

(1) Voir notre enquête et la dernière interview de Stieg Larsson dans LH 723 du 29.2.2008, p. 7.

ENTRETIEN. Søren Stærmosse, producteur du film, avait acheté les droits de *Millénium* avant même la publication du roman en Suède.

« Il faut respecter les souvenirs du lecteur »

Le producteur suédois Søren Stærmosse peut se réjouir. L'adaptation cinématographique du premier tome de *Millénium* a attiré 2,5 millions de Scandinaves dans les salles, soit un record de fréquentation pour un film produit et réalisé localement. Trois semaines après sa sortie, la société Yellow Bird, créée notamment par le romancier Henning Mankell, a décidé de proposer sur grand écran les deux autres adaptations initialement prévues pour la télévision. « *Les recettes du premier épisode nous ont permis de dégager le budget nécessaire pour monter les deux autres films en format cinéma, et leur enlever à chacun 30 à 45 minutes*, explique Søren Stærmosse. *Au final, la version télévisée disposera de près de trois heures d'images supplémentaires.* » Cela donnera deux coffrets DVD.

Moins de risques. Sa société Yellow Bird avait l'habitude du petit écran et des séries policières. Son slogan affiche son ambition : « *We turn best-sellers into blockbusters.* » Elle a déjà transposé avec succès les livres d'Henning Mankell (*Le cerveau de Kennedy* et la sé-

rie mettant en scène l'inspecteur Wallander publiée au Seuil) et d'Helen Tursten (les enquêtes de l'inspecteur Irene Huss, dont le premier titre, *Un torse dans les rochers*, est paru chez Michel Lafon). Yellow Bird vient d'acquiescer trois romans d'Anne Holt (*Les enquêtes de Vik et Stubo*, chez Plon). « *Les livres, notamment les polars populaires, ont un avantage certain : ils ont des personnages déjà bien écrits, forts, auxquels on s'identifie vite, qui sont connus dans plusieurs pays. Ça amoindrit la prise de risque.* »

Søren Stærmosse avoue avoir été prudent lorsqu'il a acquis les droits de la trilogie de Stieg Larssen. « *J'ai reçu le manuscrit avant sa publication. L'éditeur nous avait envoyé les trois volumes parce qu'il pensait que ça pouvait nous intéresser. Sans* »



Søren Stærmosse :
« Les droits étaient encore abordables, car il était difficile d'imaginer que *Millénium* serait le phénomène que l'on connaît. »

Lisbeth Salander, hacker anorexique, est la vedette du film.

ÉVÉNEMENT

Millénium encore

YELLOW BIRD



Mikael Blomkvist, le journaliste engagé, double idéal de Stieg Larsson.

IL N'Y AURA PAS DE QUATRIÈME MILLÉNIUM

Les héritiers de Stieg Larsson et sa compagne se sont mis d'accord pour ne pas publier le manuscrit, même s'il réapparaît.

La rumeur s'est répandue à la suite d'une interview du père de Stieg Larsson au journal suédois *Dagens Industri* (Industrie du jour). Erland Larsson, qui détient avec le frère de Stieg, Joakim, tous les droits du journaliste et écrivain, a déclaré avoir été traversé par l'idée d'éditer son quatrième livre. Stieg Larsson avait projeté dix volumes pour sa série *Millénium*. A la veille de l'infarctus qui l'a terrassé le 9 novembre 2004, il avait écrit les deux tiers du quatrième manuscrit, soit 320 des 440 pages prévues, et les synopsis de trois autres titres. Le quatrième manuscrit, dont l'action se déroule dans une petite île au nord du Canada, était d'abord programmé comme le cinquième volume de *Millénium*. Mais, dans un

mél à son ami Jon-Henri Holmberg, Stieg Larsson a indiqué qu'il en trouvait l'intrigue si amusante à écrire qu'il avait préféré modifier l'ordonnancement de la série. Au demeurant, rien de tout cela n'a été retrouvé. Magdalena Hedlund, la responsable des droits de Norstedts, assure que l'éditeur suédois de *Millénium* n'a jamais vu de quatrième manuscrit. « C'était déjà stupéfiant que quelqu'un nous apporte trois manuscrits terminés d'un coup, dit-elle, et personne n'a pensé à en demander plus ! » Collègue de Stieg Larsson au journal *Expo*, qui a servi de modèle au *Millénium* de la trilogie, Daniel Poohl n'a pas vu le quatrième manuscrit non plus. « Mais je crois sans peine qu'il existe

quelque part, précise-t-il. Erland l'a vu, et j'ai moi-même trouvé des notes et des projets griffonnés sur des sets de table », complète le journaliste, qui a fouillé l'ordinateur de l'écrivain après sa mort. Pour sa part, Erland Larsson est revenu sur son intention première. Joakim et lui-même ont été jusqu'à s'accorder avec Eva Gabrielsson, l'ex-compagne de Stieg Larsson pendant 32 ans, pourtant exclue par eux du partage des droits, pour ne pas publier le livre même s'il est retrouvé un jour. Pour Daniel Poohl, de toute façon, « il serait très difficile de finir le texte, et qui le ferait ? Qui a lu ses livres sait qu'il est très dur d'en prédire la fin ».

A STOCKHOLM, JOHANNA WESTLUND
(SVENSK BOKHANDEL)

» être bon marché, les droits étaient encore abordables, car il était difficile d'imaginer que *Millénium* serait le phénomène que l'on connaît. Si nous les avions acquis aujourd'hui, le prix aurait été hors de portée ! » Selon lui, ce qui d'emblée faisait l'originalité de *Millénium*, « c'est que l'enquêteur n'est pas un détective ou un inspecteur de police mais un journaliste ». En compétition avec d'autres producteurs, Yellow Bird l'a emporté « grâce à [leur] expérience dans l'adaptation de polars et parce qu'[ils étaient] adossés à un grand groupe européen. Cela permettait de dégager un financement suffisant pour réaliser la trilogie. C'est très important pour l'éditeur de savoir que le film aura les moyens nécessaires, c'est-à-dire le bon budget et les bonnes équipes, pour que la qualité soit au rendez-vous ».

« Il avait signé un contrat. » Le décès prématuré de l'écrivain n'a pas eu de répercussion sur l'entreprise. « En tant que producteur, explique Søren Stærmose, nous ne nous sommes pas mêlés des batailles médiatiques et juridiques autour de l'héritage de l'auteur, je n'ai eu de contacts qu'avec l'éditeur. Stieg Larsson avait voulu que ses romans soient adaptés et il avait signé un contrat de cession avec l'éditeur, ce qui nous a libérés d'un imbroglio juridique qui aurait rendu sans doute impossible avant longtemps l'adaptation de la trilogie. » La famille touche donc des royalties et a assuré « merveilleusement » la promotion en Suède. En revanche, son ancienne compagne n'a jamais voulu participer de près ou de loin à la production. « On le lui a proposé mais elle n'a jamais donné suite. »

L'aventure aura duré quatre ans pour Søren Stærmose. Depuis l'avant-première à Sto-

holm fin février, ses inquiétudes se sont estompées. Avant, malgré les ventes astronomiques des livres, il ne savait pas quel allait être l'accueil du film. « *C'est difficile d'anticiper les attentes d'un lectorat aussi nombreux, aussi connaisseur de la saga. Et puis un film de deux heures et demie, c'est très long pour maintenir l'attention.* » Il a été décidé, pour le cinéma, de couper des intrigues secondaires, d'enlever certains personnages, de recentrer l'histoire autour du couple formé par Mikael Blomqvist et Lisbeth Salander. « *Ce que nous avons développé pour la série télévisée, c'est-à-dire neuf heures de fiction en six épisodes, n'était pas possible pour le cinéma.* » En Scandinavie, c'est la télévision qui règne sur le financement des productions audiovisuelles. « *C'est plus rapide de produire des téléfilms. La série littéraire n'était pas encore un succès, aussi il était naturel de mettre sur pied ce concept d'un film pour le cinéma et de deux suites pour la télévision.* » Mais pendant la phase de développement et d'écriture, *Millénium* devient un phénomène d'édition européen. « *Comme tout le monde voulait profiter de l'engouement autour du livre, on a rouvert les négociations avec nos partenaires, en insistant sur un point: 10 % de chaque entrée de cinéma est encaissée dans le seul but de produire de nouvelles fictions audiovisuelles.* » Le livre peut donc rapporter gros à toute une industrie culturelle.

Bonne intuition. En s'autorisant à aller au-delà du cahier des charges initial, le producteur a eu la bonne intuition. « *Nous avons tourné l'ensemble de la trilogie avec une ambition et des moyens cinématographiques.* » « *J'ai même, ajoute-t-il, autorisé des jours de tournage supplémentaires pour pouvoir prendre du temps sur des séquences essentielles, comme celles entre Lisbeth et son tuteur. Quand les scènes sont mémorables à la lecture, vous devez les rendre aussi marquantes dans le film. Il faut respecter les souvenirs du lecteur.* »

Aujourd'hui UGC, qui distribue le premier film en France, négocie pour la diffusion des deux suivants. Pour Yellow Bird, « *la France va être le marché test* ». Face à *Anges et démons*, puisque l'adaptation du roman de Dan Brown sort le même jour dans les salles, la fréquentation de *Millénium* va être scrutée de près. Le risque de cannibalisation est minimisé par la différence supposée des publics. Les enjeux financiers du film, selon Søren Stærmoose, sont attachés aux marchés où le livre a été un best-seller: la France, l'Espagne, l'Italie et, dans une moindre mesure, l'Allemagne. Les marchés anglo-saxons restent une inconnue mais l'Asie, où le livre se vend de mieux en mieux, devrait adhérer au personnage de Lisbeth: « *Elle correspond très bien à leur culture* », note-t-il. Toujours Lisbeth. **V. T.**

LIBRAIRIE. Les adaptations au cinéma dopent-elles les ventes de livres ?

« Le film est très prescripteur »

À Paris, au Virgin des grands boulevards, les adaptations au cinéma bénéficient d'une PLV spécifique: un meuble de cinq étagères, de 1,20 mètre de haut sur 50 centimètres de large, pouvant contenir 60 livres et baptisé « Les livres font leur cinéma » (photo). Il accueillait ces jours-ci 14 références: des livres récemment portés à l'écran, mais qui sont également référencés dans les autres rayons de la librairie (le *Coco Chanel* d'Edmonde Charles-Roux se trouvant aussi au rayon biographies, par exemple). « *Ça marche très, très fort, les clients sont addicts à ce mobilier* », commente Denis Paupardin, le responsable de la librairie, qui précise: « *Les adaptations au cinéma provoquent parfois des achats d'anticipation, mais en général c'est l'inverse – le film est très prescripteur.* » Exemple type: James Lee Burke. Cinquante exemplaires de *Dans la brume électrique* (adapté par Bertrand Tavernier) se sont écoulés depuis la sortie du film. Un score considérable pour cet auteur jusque-là connu des seuls aficionados.

A Metz, Jacques Fourès, qui dirige la librairie Géronimo, a pu faire le même constat sur Burke: « *Les ventes ronronnaient, et voilà tout d'un coup qu'elles décollent.* » Ce qui l'enchant: « *Burke, j'ai tout lu. Je peux donc conseiller mes clients et me positionner.* » En effet, beaucoup lui ont demandé « *s'ils devaient aller voir le film, s'il fallait plutôt lire le livre avant, ou l'inverse. Nous sommes de plus en plus sollicités comme conseillers culturels. Ça n'est pas désagréable, c'est même plutôt excitant, mais cela nous oblige à un travail d'information sup-*

plémentaire ». En revanche, pour *Millénium* ou le dernier Gavalda porté à l'écran, Jacques Fourès fera le nécessaire, mais n'en fera pas « *trop* »: « *Une vitrine Millénium, par exemple, nous ridiculiserait auprès de notre public.* »

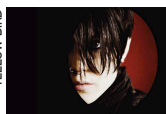
« Ma subjectivité. » A Perpignan, Roger Coste, qui dirige la librairie Torcat, est encore plus catégorique: « *Chez moi, le produit d'appel, c'est celui que j'ai décidé de défendre et de mettre en avant. Je suis le dernier libraire indépendant de 1^{er} niveau sur la ville, face à deux chaînes culturelles. Mon atout, c'est ma subjectivité: c'est cela que les clients viennent chercher chez moi, et ils n'attendent pas que je serve de relais à une campagne de promotion cinéma. Quand un roman passe à l'écran, je fais ce qu'il faut, mais sans en rajouter: j'ai évidemment tout Gavalda en rayon, mais ce n'est pas parce qu'elle est de nouveau adaptée à l'écran que je vais la mettre spécialement en avant.* »

A Marseille chez Maupetit, René Caprioli, le directeur, attend en revanche de pied ferme la sortie de *Millénium* en salles, et l'affiche du film est déjà en vitrine de la librairie qui appartient à Actes Sud: « *C'est un tel monument qu'on ne peut pas passer à côté. Chaque fois qu'une adaptation est réussie, et c'est semblé-t-il le cas ici, elle booste les ventes de manière phénoménale. Nous avons déjà vendu beaucoup de Millénium, certes, mais je suis convaincu que le plein est loin d'être fait. D'une manière générale, une bonne réception en salles amène du public en librairie.* »

DANIEL GARCIA



PLV cinéma dans le magasin Virgin du boulevard Montmartre, à Paris.



Les enjeux financiers du film sont attachés aux marchés où le livre a été un best-seller: la France, l'Espagne, l'Italie et, dans une moindre mesure, l'Allemagne.