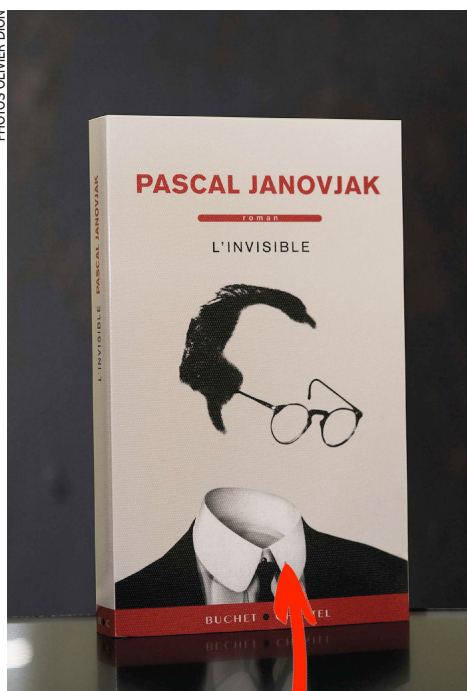
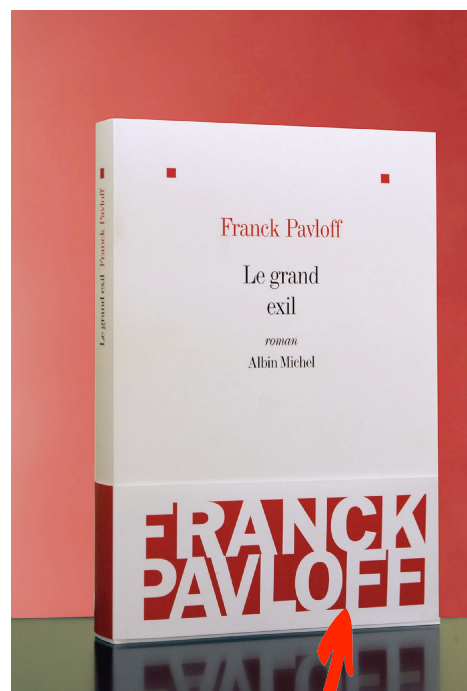




L'ILLUSTRÉE
Une illustration graphique et sophistiquée sur le traditionnel fond gris de la couverture : c'est le choix de Buchet-Chastel depuis un an pour que les romans soient davantage visibles en librairies.



LA SOBRE
Sur le nouveau visage de Denoël, l'austérité de l'à-plat marron est déjouée par la couleur du nom de l'auteur, différente pour chacun. La typographie d'inspiration classique est recentrée pour pouvoir se passer de bandeau.

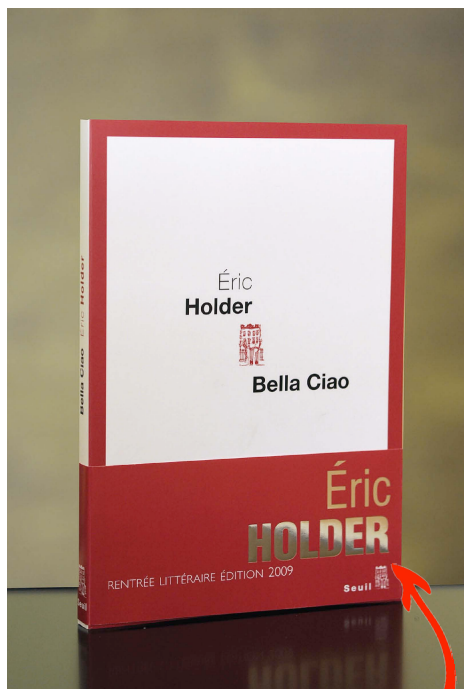


LA TYPO
Un nouveau format plus carré, mais un retour à la sobriété des couvertures : Albin Michel joue la carte de l'identité visuelle et ajoute des bandeaux très graphiques qui mettent en avant le nom des auteurs.

Couvertures bon chic bon genre

Elégantes et sans fioritures, les couvertures de la rentrée littéraire se veulent résolument haut de gamme, à l'unisson des romans qu'elles emballent. Du coup, le bon goût et la tradition prennent le pas sur l'innovation graphique.

Le règne de l'image décline, l'élégance s'affirme et les détails suggèrent que l'on a affaire à du haut de gamme. Cet automne, les collections de littérature française se parent des atours les plus fins, comme pour mieux signifier la valeur de cet objet qu'est le livre, faire oublier l'appareil marketing et traduire visuellement l'importance que revêt pour les éditeurs le rituel de la rentrée littéraire. « *A la rentrée, nous nous adressons à un public qui attend des textes affichant une certaine ambition, rappelle Gilles Haéri, directeur général de Flam-*



LA SCINTILLANTE
C'est au Seuil que l'on découvre le détail clinquant de la rentrée : lettrage argenté sur bandeau rouge. Pour « réaffirmer une identité littéraire forte avec une signature graphique pour distinguer la maison et signaler le retour au texte », dit Valérie Gautier, directrice artistique.

marion, dont les couvertures blanches seront soulignées d'un bandeau reprenant un objet emblématique du roman avec une petite phrase d'accroche manuscrite. *Il est important de préserver un espace un peu plus sobre pour mettre en valeur les textes et les univers des auteurs.* »

« **Plus nos livres seront beaux.** » Donner le ton d'une saison, imposer une identité visuelle, surprendre en innovant, dénicher la subtilité qui fera la différence... Si l'audace de la haute couture n'est pas vraiment entrée dans les maisons d'édition, celles-ci en ont pourtant adopté le vocabulaire. Pour la prochaine rentrée, la tendance marquée au raffinement va jusqu'à l'ajout de rabats. C'est le cas chez Gaïa, qui a offert un lifting à ses couvertures tout en renonçant au papier rose utilisé depuis sa création pour le texte. C'est aussi le cas chez Fayard, où l'austère couverture blanche qui donnait à beaucoup le sentiment de lire des épreuves fait place à une association de typographie et d'illustrations conçue par Félix Demargne de l'agence Cheeri (voir p. 8), responsable aussi des nouvelles couvertures colorées d'Anne Carrière. « *Comme nous n'avons pas de couverture centenaire, nous pouvons nous adapter à l'époque, c'est une façon d'être un peu moderne,* souligne l'éditrice Elisabeth Samama. *Plus nos livres seront beaux, plus ils donneront envie aux gens de les avoir dans leurs bibliothèques. Ce qui est une des solutions face au*

numérique. » Si le projet a été conçu avant qu'Olivier Nora succède à Claude Durand, ce nouveau graphisme tombe à point nommé pour donner un coup de neuf à l'image de la maison.

Lassé des couvertures « kraft », Olivier Rubinstein, directeur général de Denoël, a lui aussi donné un nouvel habillage à ses romans français. « *Nous avons voulu rester très typographique,* expose-t-il. *Il me semble que nous avons*

« **La «Blanche» de Gallimard est une référence historique encore aujourd'hui.** »

trouvé un équilibre entre classicisme et modernité, avec cet à-plat de couleur et une typographie élégante et colorée. » Pour lui comme pour beaucoup, il

est impératif de s'inscrire dans la tradition graphique de la littérature française, incarnée par la collection « Blanche » de Gallimard. « *C'est une référence historique encore aujourd'hui, rappelle Clotilde Chevalier qui a conçu les couvertures de Denoël. Le défi est de trouver une originalité dans ce cadre-là, sortir de la tradition tout en s'y référant.* »

La « Blanche » historique a essaimé. Il y a les couvertures qui en découlent directement, comme celles de Minuit. Et celles qui, tout en restant dans la famille, ont fait un léger pas de côté comme P.O.L, Stock, Grasset, Mercure de France... D'autres qui font explicitement référence à ce classicisme pour s'imposer dans le domaine littéraire français, comme Plon avec ses titres en vert sur couver- ➤➤

« PARTAGER UNE EXIGENCE LITTÉRAIRE ET ESTHÉTIQUE »

L'éditrice de Zulma et son graphiste anglais expliquent leur choix de couvertures à motifs.

Laure Leroy, éditrice

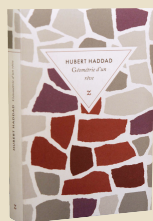
« Lorsque j'ai décidé de changer radicalement les couvertures de Zulma, il y a quatre ans, j'ai souhaité me démarquer de l'idée que l'on se fait de la littérature française à travers la ligne graphique de Gallimard ou Minuit, une forme d'austérité, belle et épurée. J'ai voulu au contraire appliquer les codes plus foisonnants de la littérature étrangère aux romans français. Ce que David Pearson avait réalisé pour la collection « Great Ideas » de Penguin m'avait séduite. Je lui ai demandé de créer une ligne graphique très contemporaine et singulière, qui se réfère aussi aux traditions anglo-saxonne et allemande. Ces couvertures non

O. DION



pelliculées, à grands rabats, font du livre un objet sensuel. Nous signifions ainsi notre volonté de partager une exigence littéraire et esthétique.

Nous retravaillons les propositions de David Pearson et nous ne nous accordons sur une couverture que lorsqu'elle fait l'unanimité. Pour le livre de Hubert Haddad, il fallait éviter un graphisme trop géométrique qui aurait sous-titré l'ouvrage. Nous sommes



allés vers quelque chose de plus émotionnel, de plus sensible. A mes yeux, le graphisme d'une couverture doit ouvrir une porte à l'imaginaire, déclencher un début de rêverie. »

David Pearson, graphiste

« A chaque nouveau travail, je veille à ne pas regarder de trop près ce qui existe déjà. Je suis plutôt une règle personnelle qui est de ne pas employer d'images littéraires susceptibles d'induire le lecteur en erreur. C'est une approche particulièrement utile étant donné ma maîtrise exécrable du français. Zulma me donne un résumé détaillé du livre, et je peux parler avec l'équipe de la façon dont ils

interprètent l'œuvre. Puis je fais des recherches de mon côté, sur Internet ou via les œuvres traduites disponibles au Royaume-Uni. Le rôle de Zulma est impératif pour m'aider à comprendre la saveur de l'œuvre, et les discussions se poursuivent au fur et à mesure que le motif prend forme.

Comme pour l'essentiel de mon travail, ce design fait référence à l'histoire européenne de l'impression. Sans aucune honte, les papiers et tissus décoratifs m'ont toujours attiré et il m'intéressait de voir si cette approche pouvait convenir à la fiction contemporaine : une sorte de conflit entre l'ancien et le nouveau, qui, je l'espère, distingue ce design du simple pastiche. »

C. A.

ÉVENEMENT Couvertures bon chic bon genre

>>> tures blanches. Ou Sabine Wespieser qui souhaitait « signifier que c'est le contenu qui importe. Et la référence à l'esthétique du constructivisme russe et l'école typographique allemande était une volonté de se démarquer en librairies alors que, il y a sept ans, les images abondaient ».

Plus de jaquettes. Dans cette conception identitaire des couvertures, les jaquettes n'ont plus lieu d'être. Mais au moment où 659 romans se retrouveront sur les tables des librairies, le souci de l'élégance se double de la nécessité d'accrocher l'œil des lecteurs et de se distinguer. Du coup, les bandeaux, classiques outils de promotion, font l'objet de toutes les attentions, avec une préférence marquée pour le rouge. Albin Michel, qui avait fait un joli coup avec ses jaquettes illustrées sur fond de couleurs très vives, les a abandonnées pour des bandeaux rouge et blanc. « L'objectif est de donner une cohérence générale à la rentrée, rappelle Philippe Narcisse, directeur artistique de la maison. C'est bien sûr un habillage commercial, avec des saisons comme dans la mode. Il faut créer une attirance. Mais c'est tout le problème de la quadrature du cercle: il faut ouvrir sur le grand public tout en donnant une singularité... Tout cela tient à un dosage. » Deux exceptions à l'éviction de la jaquette en litté-

rature française: Amélie Nohomb, qui bénéficie d'un traitement de faveur et est photographiée cette année par le studio Harcourt, et Eliette Abécassis, dont le visage apparaît sur un fond rouge.

Le Seuil a choisi de mil-lésimer sa rentrée littéraire sur un bandeau rouge orné du nom de l'auteur en argent. « Depuis un an, avec Martine Saada, nous avons décidé de renforcer la politique très littéraire, explique Valérie Gautier, directrice artistique du Seuil. Nous redonnons ses lettres de noblesse à la collection "Cadre rouge", un peu malmenée ces dernières années. » Chez Grasset, le cru 2009 des bandeaux, toujours ornés des photos des auteurs, est réalisé par le photographe Denis Rouvre. « Ce principe donne plus d'impact, surtout que nos auteurs sont assez connus, relève Jean-François Paga, directeur artistique. La couverture jaune est porteuse d'une histoire, d'une tradition, mais si le livre est complètement dénudé, on sait qu'il ne se verra pas en librairies. » Seul le roman de Patrick Poivre d'Arvor bénéficie d'une jaquette illustrée, supposée s'adresser à un plus large public.

« Il faut créer une attirance. Mais c'est tout le problème de la quadrature du cercle: il faut ouvrir sur le grand public tout en donnant une singularité. »

Cela dit, l'image n'est pas totalement bannie des rayons de littérature. Actes Sud, qui s'était démarqué en son temps avec ses couvertures totalement illustrées et son format allongé, ne change pas de cap mais offre cette année un visage plus épuré. « Nous avons privilégié un seul élément graphique pour aller à l'essentiel, avec des couleurs vives et franches, détaille Silvia Alterio, chargée des couvertures en littérature. Cela donne peut-être un aspect plus contemporain qui reflète la tendance littéraire des romans. » Et chez ceux qui ont choisi de miser sur l'illustration pour accentuer leur visibilité, un grand soin est apporté au graphisme. Ainsi chez Buchet-Chastel, qui a ajouté une illustration à ses couvertures grises depuis un an, les tons de la rentrée sont noir et blanc, distinction littéraire oblige. Viviane Hamy, elle, a ajouté de la couleur aux deux nouveaux titres de la série « O Bairro » de l'écrivain portugais Gonçalo M. Tavares sous couverture blanche, pour « signaler aux lecteurs la particularité de ce projet et les amener à le découvrir ».

Mais si ces différentes familles coexistent, austérité et classicisme imprégnant toujours les esprits, les graphistes s'accordent pour saluer un retour à la typographie et un affinement de la culture graphique, après la surenchère d'images de la dernière décennie.

CATHERINE ANDREUCCI

« UN PRINCIPE SIMPLE »

Félix Demargne, graphiste, commente le concept des couvertures qu'il a imaginées pour Fayard.

L'AUTEUR EN COULEUR
« L'auteur est minoré, pour ne pas écraser le titre et pour aller à l'essentiel, donc au roman. La couleur le rend attrayant, et elle est utilisée pour tout ce qui concerne l'auteur. »

UN TITRE GÉNÉREUX
« Le choix du titre en gros est une façon de revenir à l'œuvre. J'ai opté pour une typographie française et très classique, une Ambroise Std créée par Jean-François Porchez. »

L'ÉDITEUR INTÉGRÉ
« Afin d'obtenir une unité de couverture, j'ai utilisé la même typographie pour l'éditeur. La signature de la maison peut épouser tous les livres, sans être institutionnelle. »

ILLUSTRE ET SUGGÉRER
« J'ai choisi une photo prise par l'auteur, en la détournant. Il fallait garder un bel espace en blanc pour que la couverture respire et créer un équilibre général. »

LE JEU DE L'À-PLAT COLORÉ
« J'ai accentué la couleur d'un détail de la photo. En contre-forme du bâtiment, cet à-plat abstrait apporte une étrangeté qui est présente dans le roman. Et l'on joue avec le rabat. »

ENTRETIEN. Si le milieu artistique s'intéresse de plus en plus au livre, le marché français reste timide devant les innovations graphiques.

« Les éditeurs français sont un peu frileux »

Michel Wlassikoff est historien du graphisme. Il a dirigé *Signe*, la revue de référence en la matière, et été le commissaire de plusieurs expositions. Il est professeur de graphisme dans plusieurs écoles supérieures d'art et a publié *L'histoire du graphisme en France*, coédité par Dominique Carré et les Arts décoratifs.

Livres Hebdo – Les éditeurs français ont-ils le réflexe de faire appel aux graphistes ?

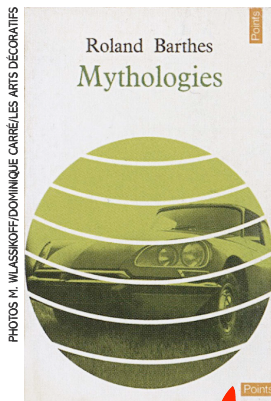
Michel Wlassikoff – Il n'y a pas de culture graphique véritablement ancrée en France, contrairement par exemple aux pays anglo-saxons, où les éditeurs misent beaucoup plus sur l'excellence des graphistes pour valoriser leurs collections, ou encore aux Pays-Bas, à l'Allemagne ou à la République tchèque. Les éditeurs français sont plus enclins à réfléchir à des chartes de composition assez classiques et font rarement appel à l'innovation. Il y a eu des tentatives, et même des avancées, mais tout reste assez ponctuel.

Quelles sont les réalisations qui ont marqué l'histoire du graphisme éditorial français ?

Il y a par exemple ce qu'a fait Pierre Faucheux avec Points pour les sciences humaines à la fin des années 1960 et avec Albin Michel pour la science-fiction au milieu des années 1970. A la même époque, chez Gallimard, Massin, qui avait pris la direction artistique de la nouvelle collection de poche Folio, a fait appel à de nombreux illustrateurs, complètement inconnus ou de renom – comme Prévert. Et quand Christian Bourgois a lancé les couvertures de Roman Cieslewicz pour la collection 10/18, avec un vrai point de vue typographique, cela a fait son effet dans le monde éditorial... C'étaient des démarches innovantes. Aujourd'hui, les grandes maisons ne tablent pas sur une supervision graphique d'ensemble. Chacun produit sa propre image et on ficelle ça grâce au logotype.

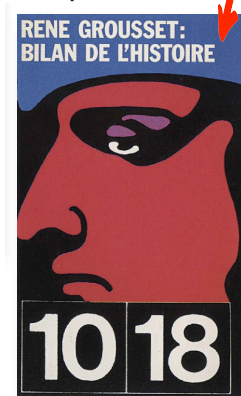
Pourquoi, en général, ne s'y intéressent-ils pas plus ?

Lorsque l'on voit des exemples comme Panama, qui a beaucoup misé sur une tenue graphique de ses ouvrages mais qui n'a pas tenu le choc, cela fait réfléchir. Cela entraîne



Une couverture de la collection « Points » par Pierre Faucheux, à partir de 1968.

Signée Roman Cieslewicz, la couverture de la collection « 10/18 » alors reprise par Christian Bourgois, à partir de 1968.



Encore de Faucheux, la couverture métallisée de la collection « Science-Fiction » d'Albin Michel, 1974.

une certaine frilosité des éditeurs. Et puis, comme pour les affiches de cinéma qui sont particulièrement peu « artistiques » en France, on se rend compte que cela marche aussi si l'on se contente de quelque chose de moyen, avec le nom des acteurs ou des auteurs écrits en gros. La tendance générale, qui

« Lorsque l'on voit Panama, qui a beaucoup misé sur une tenue graphique de ses ouvrages mais qui n'a pas tenu le choc, cela fait réfléchir. »

ne s'est pas arrangée avec les sites web, est plutôt à la couverture clinquante, visible à vingt mètres dans une librairie... Du coup, peu s'embarrassent avec des choses plus fines.

Le graphisme peut en revanche être un vrai atout pour les petites maisons ?

C'est en effet une vraie opportunité pour les petites maisons de se différencier, de se faire connaître. L'exemple en la matière est celui d'Allia, qui montre un sérieux graphique global à la mesure des meilleurs graphistes anglo-saxons. Il y a toute une réflexion entre la forme et le fond qui donne un cachet parti-

culier à la collection. Même si la substructure graphique n'apparaît pas au premier coup d'œil, elle est puissamment ressentie et reconnue.

Les mondes du graphisme et de l'édition seront-ils amenés à se rapprocher dans les années qui viennent ?

Il y a une vraie recherche en ce sens en tout cas. L'an dernier, le mois du graphisme à Echirolles avait proposé « We looks books – a world tour », une exposition sur les couvertures de livres dans le monde entier. Le prix du plus beau livre, qui avait disparu dans les années 1950, renaît aujourd'hui. Les étudiants de l'Ecole nationale supérieure des arts graphiques et ceux des Arts-Déco ont travaillé au renouveau des couvertures [avec notamment l'opération spéciale prix Nobel chez Points]. Par ailleurs, la France n'est pas en retard par rapport à ses voisins. L'école Estienne, par exemple, s'est renouvelée et fournit un bon contingent de graphistes du livre. Il suffirait de pas grand-chose pour que le graphisme éditorial ne soit plus seulement circonstanciel.

PROPOS RECUEILLIS PAR MARIE KOCK

Les chiffres de la rentrée littéraire* depuis 1998

Année	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Romans français	319	334	347	369	442	455	440	449	475	493	466	430
dont premiers romans	58	75	76	84	93	80	121	96	97	102	91	87
Romans étrangers	169	177	210	206	221	236	221	214	208	234	210	229
Total	488	511	557	575	663	691	661	663	683	727	676	659

* Romans et recueils de nouvelles inédits programmés entre mi-août et fin octobre, excluant les romans sentimentaux, policiers et de SF. Source : Electre.