



Sarah Koegler

31 ans
directrice de projet Hachette Jeunesse Image

L'éditrice qui venait du chiffre

Pour certains, cette jeune femme blonde est le diable incarné, le loup qu'on a fait entrer dans la bergerie. Sarah Koegler a le parcours que tant redoutent : la directrice marketing est devenue éditrice. « *Ce débat marketing versus éditorial n'est vraiment plus d'actualité aujourd'hui, assure-t-elle. Les deux domaines, si l'on trouve l'équilibre, sont extrêmement complémentaires.* » Sarah Koegler a longtemps hésité entre le théâtre et le commerce. Une fois son bac en poche, passé en Allemagne, elle choisit la raison et intègre l'Edhec de Lille, spécialité marketing. Un stage chez Hachette Jeunesse sera le détonateur. Elle cherche un emploi qui allie le livre et l'univers de l'enfance. Fraîchement diplômée, elle est embauchée chez Hachette Jeunesse puis se retrouve propulsée à 22 ans directrice du marketing du Chêne. Ses stagiaires sont plus âgés qu'elle ! Après un

retour au service marketing jeunesse, dont elle prendra la direction, elle se voit proposer en avril 2007 le poste de directrice de projet d'Hachette Jeunesse image, qu'elle accepte. « *On me demande d'avoir une vision globale prenant en compte la dimension business,* précise-t-elle. *Je n'ai pas la prétention d'être éditrice. Je travaille avec deux professionnelles confirmées qui ont ce savoir-faire.* » Si sa nomination a pu surprendre au départ, elle la justifie : « *Étant donné le foisonnement éditorial, l'acheteur se retrouve seul pour faire son choix. Il y a de très bons libraires, mais on ne peut faire porter toute la responsabilité du succès d'un titre sur le prescripteur. La tâche de l'éditeur est de trouver un moyen de s'adresser au consommateur final.* » De quoi justifier un tel profil à un tel poste.

A.-L.W.

2/5 hauteur
272 x 78 mm

Philosophie du numérique

En la dissuadant de poursuivre dans la recherche universitaire après sa thèse de philo, son professeur à Milan avait prédit à Stéphanie van Duin



Stéphanie van Duin

39 ans
directrice de la stratégie
et du business développement
d'Hachette Livre

qu'elle ferait une belle carrière dans le privé. Gagné. Née en Italie de père hollandais et de mère française, elle a vite eu des responsabilités dans l'édition. Chez Springer Verlag (Bertelsmann), où elle a passé presque dix ans, elle devient P-DG des filiales française et espagnole, en profite pour suivre un master d'édition électronique à Oxford et un MBA en gestion à Dauphine. Repérée par un chasseur de têtes, elle dirige ensuite la branche italienne de Reed Elsevier et s'occupe des bases de données. Dans l'édition professionnelle et scientifique et technique, le virage numérique a été pris depuis longtemps. « *Non sans difficultés, nous avons réinventé nos produits, et trouvé des modèles de business rentables car nos clients étaient captifs.* » En mai 2007, Stéphanie van Duin prend la tête de la stratégie et du business développement d'Hachette Livre. « *La grande question pour nous, éditeurs grand public, c'est comment monétiser notre offre numérique dans un environnement où prime la gratuité? Je suis pour la protection des contenus, mais avec des logiciels ouverts. Mettons-nous du côté du consommateur qui changera d'outil de lecture et voudra préserver ses fichiers.* » Stéphanie van Duin est membre de la commission sur le livre numérique présidée par Bruno Patino. C. A.

1/4 largeur
113 x 117 mm



Stéphane Marsan

37 ans
directeur éditorial de Bragelonne

Objectif soleil

« *Nous faisons ce travail parce qu'il nous fait marrer*, prévient Stéphane Marsan, 37 ans, dont une bonne quinzaine dans l'édition. *Je me rends compte que ça fait jeunes cons mais si nous voulions devenir riches et respectables, nous ferions autre chose.* » Avec un autre trentenaire, Alain Névant, il dirige Bragelonne, spécialisé dans la fantasy. Indépendant, l'éditeur cultive la différence, aime parler jeune, n'a jamais eu de patron, ne veut pas instaurer d'esprit petit chef dans son équipe de 21 personnes et se revendique hors du sérail. « *C'est un milieu poussiéreux où on a peur de tout : d'Internet, des agents, du piratage, des grandes surfaces...* »

Seuls quelques professionnels ont grâce à ses yeux, dont Pierre Michaut, le fondateur de L'Atalante, le premier à lui avoir tendu la main. L'étudiant en philosophie entre dans l'édition par le biais du jeu de rôle. Il monte sa maison Mnémos à 23 ans, connaît les fins de mois difficiles et la fierté de découvrir des auteurs français de fantasy. Il repart de zéro lorsqu'il rencontre l'équipe de *Science-Fiction Magazine*, Alain Névant et Henri Loevenbruck. Ensemble, ils montent Bragelonne. « *Nous avons dès la première année réalisé chaque mois le chiffre d'affaires que faisait Mnémos en un an* », confie-t-il. La maison est détenue par six associés, dont cinq y travaillent. « *L'ennemi de l'édition, c'est le groupe. Je pense que cette concentration éditoriale est nuisible.* » Alors, si un jour il doit vendre, il promet de demander un gros chèque et de partir vivre au soleil.

A.-L. W.

Un pour tous, tous pour un

C'est en entrant dans l'édition, que Ludovic Escande s'est intéressé à la littérature contemporaine, en particulier aux collectifs de jeunes auteurs comme celui mené par Joy Sorman, « Pour un féminisme pragmatique », dont il a publié les portraits de *14 femmes*, et « Inculte », dont trois membres ont écrit *Une année en France* (2007). « Dans la société, le collectif a remplacé l'associatif avec la volonté d'agir plus directement. De la même manière, les écrivains réfléchissent à plusieurs et s'engagent dans les débats. » Si les ventes ne suivent pas, il est convaincu qu'il s'agit d'une tendance de fond. Il voit dans le collectif « Inculte » une « pépinière » d'écrivains et publiera le premier roman de Xavier Tresvaux et le troisième d'Oliver Rohe. A côté des auteurs qu'il a poussés, comme Mehdi Belaj Kacem ou Grégoire Polet,

Ludovic Escande suit des auteurs maison (Camille Laurens, Danièle Sallenave, J.-M.G. Le Clézio, François Nourissier...). C'est en 2000 qu'il entre comme stagiaire chez Gallimard, après un stage chez Actes Sud et un DEA d'histoire. Il devient lecteur en 2001 et il est embauché en 2005. « Un jour, vous vous apercevez qu'on suivait de très près vos notes de lecture et qu'on vous a laissé votre chance », raconte-t-il. Spontanément, il se dit attentif au numérique, même si « le livre électronique doit en core évoluer dans sa forme, pour que l'on retrouve le geste associé à la lecture ». Ludovic Escande se sent appartenir à une maison. « On a toujours intérêt à faire front derrière une couverture et des auteurs. Je ne perds pas de vue que si les auteurs viennent vers moi c'est parce que je suis sous la bannière Gallimard. » C. A.



OLIVIER DION

Ludovic Escande

35 ans
responsable éditorial chez Gallimard



« Le désir d'éditer et l'envie de transmettre qui animent l'éditeur n'ont pas changé par rapport à mes prédécesseurs. »

Justine de Lagausie

38 ans
directrice générale de Milan

Rester en phase

Justine de Lagausie est une femme occupée. Elle ne dispose que de quelques dizaines de minutes, dans la salle d'embarquement d'un aéroport, pour revenir sur son parcours. A 38 ans, elle est depuis à peine deux mois la directrice générale de Milan, et membre des directoires (presse et édition) de cette filiale du groupe Bayard. « J'ai choisi ce métier parce que je m'y sentais bien. L'édition jeunesse est un milieu préservé, où les gens ne sont pas trop prétentieux », avoue-t-elle. Fille d'un urbaniste et d'une professeure de lettres classiques, Justine de Lagausie a opté pour un double cursus universitaire lettres et

information-communication. Un court passage chez Retz, un autre, un peu plus long, chez Gallimard Jeunesse, puis un premier contrat d'un an chez Rageot lui apprennent les ficelles du métier. Elle passera ensuite quatre ans chez Gründ à la jeunesse, avant de s'envoler pour Toulouse et les éditions Milan. « Le désir d'éditer et l'envie de transmettre qui animent l'éditeur n'ont pas changé par rapport à mes prédécesseurs, explique-t-elle. Nous avons juste plus de moyens techniques permettant plus d'extravagance dans la forme. Et les enjeux demeurent les mêmes : rester en phase avec la société en pleine évolution, être bien dans son époque ! »

A.-L.W.

La politique autrement

Licence de lettres, maîtrise de philo, Sciences po Paris : Hugues Jallon était armé pour entrer dans l'édition mais n'y avait jamais pensé. Il est arrivé à La Découverte voilà dix ans pour remplacer un ami éditeur. Cet ancien militant des Verts a pu faire de la politique autrement en publiant, par exemple, *L'économie est une science morale* d'Amartya Sen (1999). Il développe une politique d'auteurs, élargit le domaine des sciences sociales, et devient directeur éditorial en 2005. « Pour des questions de génération, j'étais un peu décalé par rapport aux gens d'ici », souligne-t-il. Dans un contexte d'effondrement de l'énergie militante dans les années 1980, la maison s'est réorientée vers les questions internationales. Or, il y a eu Seattle en 1999, Gênes en 2001 (NDLR : manifestations altermondialistes). Je suis de cette époque-là. »

Progressivement, Hugues Jallon impose des titres ancrés dans les nouvelles thématiques et les pratiques militantes. A la fin de l'année, il lancera la collection « Théorie critique », autour de l'Ecole de Frankfurt. A côté d'un François Gêze qui teste les développements numériques, Hugues Jallon se dit prudent. « Ce qui m'irrite dans le numérique, c'est que l'on a un peu tendance à mettre la technologie avant la réflexion éditoriale. » Il n'est pas réfractaire puisque c'est lui qui a créé le label « Zones », prolongé sur Internet. « Mais il s'agit aussi de faire des livres différemment. » Une volonté d'explorer de nouvelles formes que l'on retrouve dans ses deux romans parus depuis 2004 au Passant et chez Verticales.

C. A.



OLIVIER DION

Hugues Jallon

37 ans
directeur éditorial de La Découverte

Maçonnerie d'une maison idéale

OLIVIER DION



Céline Remechido

33 ans
directrice éditoriale
de Pyramyd

Le pari de Céline Remechido, lorsqu'elle est arrivée à la tête de Pyramyd, était de créer un rayon graphisme en librairie. Sept ans après, Geodif a pris en charge la diffusion de la maison et la collection « design & designers » trouve sa place dans les points de vente. La jeune éditrice a pensé son programme avec le souci d'éditorialiser le livre

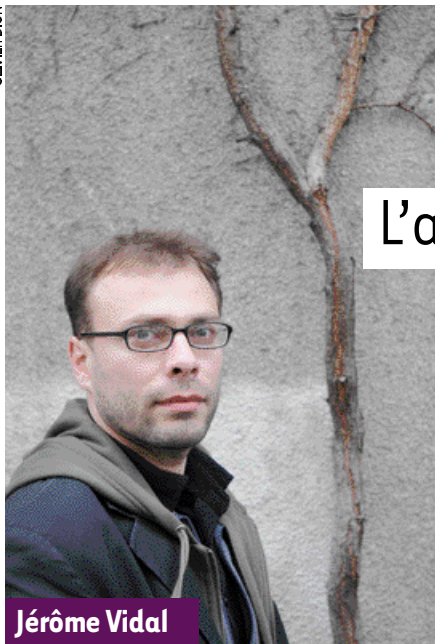
d'images et de soigner la forme. « Quand j'achète un livre P.O.L., Viviane Hamy ou Actes Sud, même si je ne connais pas l'auteur, je le prends sans hésiter car je connais la ligne de la maison, explique l'ex-étudiante en lettres, diplômée du DESS sciences du jeu de Villeteuse. Il faut que ce soit la même chose avec notre catalogue. Sans connaître le sujet, on doit faire confiance à notre point de vue, notre ligne. Je me réfère pour cela aux éditeurs littéraires. »

Lorsque Céline Remechido est recrutée par Pyramyd alors qu'elle travaille aux éditions Atlas, la maison n'est encore qu'une école de formation au graphisme et une revue, *Etapes*, vivier d'idées où les meilleurs graphistes sont repérés. Elle fait donc « le maçon et construit la maison idéale ». Et ça marche. Le chiffre d'affaires augmente tous les ans de 10 à 25 % et Pyramyd vient d'être choisi par le club des directeurs artistiques, institution du milieu, qui remet chaque année des prix aux meilleurs graphistes, pour réaliser en avril, leur prochain catalogue. Un début de consécration.

A. - L. W.

« On ne peut pas présenter des livres comme des paquets de lessive! Le graphisme est un élément important des ouvrages. »

OLIVIER DION



Jérôme Vidal

37 ans
directeur des éditions Amsterdam
et de *La Revue internationale*
des livres et des idées

C'est le militantisme qui a conduit Jérôme Vidal à fonder les éditions Amsterdam en 2003, après une maîtrise de philosophie et un poste de professeur d'anglais dans une école de commerce.Animateur de l'association 17 octobre 1961, il a suivi la publication du livre, *Le 17 octobre 1961, un crime d'Etat à Paris*, à La Dispute. Et, lors d'un séjour d'étude de deux ans aux Etats-Unis, il avait remarqué que « toute une culture théorique, sur les politiques sexuelles, les discriminations, les études postcoloniales, par exemple, n'était pas vraiment traduite en France », et qu'il pouvait s'emparer de cet espace. Dès ses débuts dans l'édition, Jérôme Vidal a conçu son métier comme un travail de traduction. A la fois au sens premier du

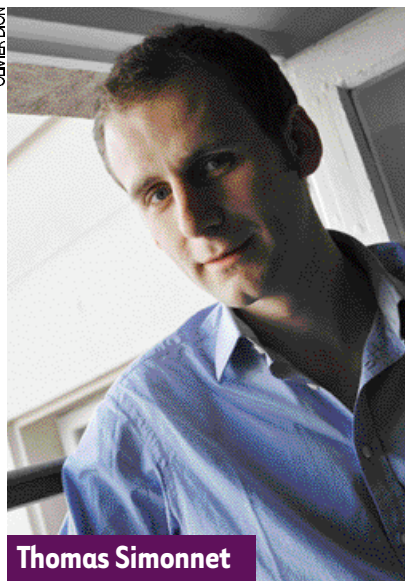
Le pari de choquer

à 33 ans, Thomas Simonnet a déjà passé douze ans dans l'édition, dont « la moitié dans des emplois à temps partiel ». Pas à pas, il a trouvé sa place dans un milieu où il y en a peu. D'abord libraire à L'Arbre à lettres à Paris, il fait un stage chez P.O.L., passe chez Autrement, devient lecteur au Seuil puis chez Gallimard où il entre finalement comme éditeur. Depuis octobre 2006, il dirige la collection « L'Arbalète ». « Je choisis les œuvres les plus contemporaines possible, avec une pratique originale et singulière de la littérature. Il est évident que la littérature ne passe pas par la seule pratique du roman, du récit, de la narration. Elle peut aller vers d'autres modes d'expression artistique, et cela se percutent en permanence. »

Thomas Simonnet a publié les livres illustrés à l'encre noire de Frédéric Pajak, mais aussi l'étonnant et très remarqué *Paris, musée du XXI^e siècle* de Thomas Clerc. En avril, c'est lui qui édite l'essai de Jonathan Littell, *Le sec et l'humide*. Ses modèles? Jérôme Lindon et Christian Bourgois. « Tout livre que j'édite, je le fais au regard de l'époque dans laquelle je vis. On ne peut pas présenter des livres comme des paquets de lessive! Le graphisme est un

élément important des ouvrages. » Le jeune éditeur accompagne aussi des auteurs de la « Blanche », Annie Ernaux, Patrick Declerck, Marie Nimier... Il réédite les œuvres d'Hervé Guibert, de Roland Dubillard. « Un bon texte, dit-il, ne colle pas avec ce qu'on a déjà entendu. Il faut faire le pari de choquer. » Chez Gallimard, il essaie « d'apporter un discours qui est plutôt celui de certaines petites maisons d'édition ». C. A.

OLIVIER DION



Thomas Simonnet

33 ans
directeur de la collection
« L'Arbalète » et éditeur
chez Gallimard

L'agitateur intellectuel

terme, mais aussi dans le sens de la circulation des textes d'un espace à l'autre. Pour lui, être éditeur c'est être activiste. « Il est important de faire de l'agitation intellectuelle, théorique et politique de haut niveau, dit-il. Des questions politiques et culturelles ont émergé dans l'espace social, le climat a changé et Amsterdam s'est inscrit dans ces transformations. Il ne s'agit pas de fédérer la gauche radicale, mais de dégager un espace de visibilité pour articuler un débat polémique entre différents courants politiques et théoriques. » Dans cette optique, il a fondé à l'automne dernier *La revue internationale des livres et des idées*, après avoir publié en 2006 *Lire et penser ensemble: sur l'avenir de l'édition indépendante et la publicité de la pensée critique*.

C. A.

Le surdoué amoureux du paradoxe

Le discret numéro deux de Flammarion, Gilles Haéri, n'a que 35 ans et un parcours qui force le respect. Ecole centrale, master à HEC... « Je fais partie de ceux qui ont tout de suite eu l'édition en ligne de mire sans savoir comment y parvenir », raconte-t-il. Je n'avais pas grand intérêt pour le métier d'ingénieur ou le commerce et j'ai tenu grâce à la philo que j'étudiais par ailleurs. » Le jeune directeur général n'est pas du genre à la pratiquer en dilettante : lorsqu'il trouve un peu de temps libre, pendant son service militaire, il prépare l'agrégation de philosophie, qu'il obtient dans l'année. Gilles Haéri évolue ensuite pendant cinq ans au sein du pôle universitaire d'Editis, jusqu'à ce que Flammarion le recrute. A 29 ans, il devient le directeur général de la maison. Alors que la précédente directrice générale avait eu la tâche ingrate de préparer la vente à Rizzoli,

lui a pour mission de développer l'éditorial. « J'ai fait venir Climats et j'ai créé des équipes au sein de marques comme Arthaud. Je suis persuadé que le secret pour une grande maison est d'être une somme harmonieuse de petites unités. La bonne échelle pour la création éditoriale reste la petite structure qui se consacre à un univers donné. » Pour lui, le caractère paradoxal du métier d'éditeur fait tout son intérêt. « Ce métier est noble, car nous nous mettons au service de la création, et contradictoire, car nous sommes aussi des commerçants. On nous dit que la marchandisation et la financiarisation envahissent l'édition. C'est vrai mais ce n'est pas nouveau. Ces risques sont inhérents au métier. Aux éditeurs d'assumer le mieux possible leur fonction, qui est de mettre les moyens du commerce au service de l'ambition intellectuelle et de la création. »

A.-L. W.

OLIVIER DION



Gilles Haéri

35 ans
directeur général des éditions Flammarion

2/5 hauteur
272 x 78 mm