



Denis Bouchain

33 ans
éditeur de littérature française
chez Plon

Arrimé à la Toile

C'est plus par opportunité que par conviction réelle que Denis Bouchain a conduit les incursions de Plon sur le terrain d'Internet. Titulaire d'une maîtrise d'histoire, d'un diplôme de journalisme et d'un DESS édition, il a accompagné l'an dernier le lancement du prix des « Blogauteurs »/ Plon, qui permet à un auteur internaute d'être publié dans la maison, au terme d'un travail éditorial sur son manuscrit. Et il participe au prochain Festival de Romans qui récompense des créations issues du Net. L'éditeur de littérature française voit deux intérêts au fait de lier Plon à Internet : « D'abord, montrer que l'édition n'est pas un monde fermé en allant puiser ailleurs que dans les réseaux classiques. Et créer une petite communauté de lecteurs autour du livre primé, même si nous n'en sommes qu'au dé-

« J'apporte à l'héritage d'une maison des moyens d'organisation, des outils, des dispositifs, des réseaux. »

but. » Pour Denis Bouchain, Internet est un très bon complément aux moyens classiques de promotion, mais ne peut suffire. « Internet peut être très prescripteur via les blogs, et cela se développe. Mais il faut garder à l'esprit qu'Internet n'est pas déterminant aujourd'hui. On en attend beaucoup trop. Mais on n'a aucune mainmise sur les blogueurs. Ils sont sans complaisance et cela peut être à double tranchant s'ils n'aiment pas le livre. » Découvreur de Léonora Miano, qui a participé au retour de Plon dans la littérature française, le jeune éditeur souhaite ouvrir la production à des auteurs plus grand public, comme Alec Covin. Très attaché au livre de poche, il se voit bien revenir un jour dans ce secteur qu'il a découvert lors d'un stage chez Pocket.

C. A.

Tout en douceur

La direction commerciale d'Actes Sud était indissociable de la figure de son directeur du développement, Jean-Paul Capitani, jusqu'à la nomination, il y a un an, d'une jeune femme discrète. Valérie Lauzanne est arrivée sur la pointe des pieds. « J'ai appris mon métier de la génération précédente, je ne me place pas en rupture. J'essaie toujours de faire prendre la greffe avec ceux qui ont l'expérience. Avec leur culture professionnelle et mes études techniques, on réussit à travailler efficacement. » La jeune diplômée d'une école de commerce lilloise a toujours voulu travailler dans les livres. Elle s'oriente d'abord vers le métier de représentant. Alors que les autres diplômés gagnent bien leur vie dans des entreprises de grande consommation, elle prend sa voiture le dimanche soir



Valérie Lauzanne

35 ans
directrice commerciale
d'Actes Sud

pour Nancy et sillonne la région en tant que représentante d'Interforum. Elle passe ensuite du côté de la librairie, comme responsable commerciale de Biblioteca pendant cinq ans, puis à la direction du livre d'alapage.com. Elle entrera chez Bayard au côté de Frédéric Boyer pendant cinq ans avant de rejoindre Actes Sud. « Ce que je traîne dans mon bagage sup de co, ce sont des méthodes pour structurer et organiser le travail. J'apporte à l'héritage d'une maison des moyens d'organisation, des outils, des dispositifs, des réseaux. » Tout en douceur.

A.-L. W.

L'esprit de famille

Signe particulier : Guillaume Robert se déplace en bande. « Quand j'édite un ouvrage, explique-t-il, je vis une aventure avec l'auteur. On s'engage à 100 % dans toutes les étapes de la vie du roman, de l'écriture à la promotion dans les salons. J'aime ce côté tribu, une même équipe tous ensemble. » Celui qui a grandi dans le quartier des éditeurs ne s'en est jamais vraiment éloigné. Lycée Montaigne, études de lettres à la Sorbonne, il fait très tôt des stages au Seuil, où il rencontre « de vrais maîtres » comme Denis Roche, Louis Gardel ou Olivier Cohen.

Après un master édition de Paris IV, Guillaume Robert est embauché chez Flammarion. Son parcours est indissociable de celui de Florian Zeller. Le premier roman de l'auteur au brushing improbable a en effet été le premier manuscrit qu'il a défendu. Et le jour des 30 ans de l'éditeur, son auteur porte-bonheur reçoit le prix Interallié. Guillaume Robert, qui est



Guillaume Robert

33 ans
responsable
de la littérature générale
chez Flammarion

aujourd'hui un des responsables éditoriaux de la littérature générale, a construit autour de Florian Zeller une « famille d'auteurs ». C'est dans cet esprit de famille que le directeur de la collection « Nouvelle génération » de J'ai lu, qui fête ses dix ans, a publié le 11 mars dix nouvelles inédites de dix auteurs emblématiques de la série.

A.-L. W.

L'ambition sup de co



Mathias Echenay

39 ans
directeur général du CDE et
cofondateur des éditions La Volte

chez quatre des cinq principaux diffuseurs. Sept ans au Seuil comme chef des ventes, deux ans directeur des ventes de premier niveau pour les éditeurs diffusés de Flammarion, puis directeur des ventes de premier niveau chez Interforum pendant cinq ans, il fut appelé l'an passé à succéder à Alain Crochet.

« Dans le gène sup de co il y a la recherche de l'évolution, de la position, de la reconnaissance, explique le jeune diffuseur. Nous avons une approche différente du changement. Tout en ayant une fidélité à l'entreprise qui nous a formés, il est naturel pour nous de chercher à évoluer, même si tout se passe bien dans l'entreprise où nous sommes. » Pa rallèlement à ses fonctions commerciales, Mathias Echenay passe une licence de lettres par correspondance à la Sorbonne. Il fonde avec des amis en 2004 une maison d'édition de science-fiction, La Volte. Ce hobby chronophage reste son espace de liberté.

« Notre génération se donne à fond, avec passion, mais aussi ambition personnelle », dit-il. Et ce n'est pas par hasard qu'il se trouve à son poste au moment où le livre et la librairie doivent relever avec le numérique un de leurs plus gros défis. « A ce poste et dans un groupe comme Gallimard, nos décisions ont un poids crucial. Les choix que nous ferons entraîneront beaucoup de choses. » A.-L. W.

d e sa tournée des librairies de l'est de la France, lorsqu'il était représentant pour le Seuil, au bureau de directeur général du Centre de diffusion de l'édition (CDE), le diplômé de l'ESC Toulouse a gravi tous les échelons. Mathias Echenay est déjà passé

Dans le « bac à sable » numérique

Certains indices ne trompent pas, comme l'emploi systématique des images : Clément Laberge est un pédagogue. « Je joue le rôle des petites roues arrière du vélo, décrit-il. J'accompagne les éditeurs d'Editis dans leur réflexion sur le numérique, mais c'est à eux de trouver la réponse. Internet est un vaste bac à sable dans lequel il faut s'amuser. Si on porte un regard absolu, on est hors jeu. » Ce Québécois de 34 ans a quitté son pays avec femme et enfants à l'automne 2005. Ancien professeur de sciences, il avait créé en 1995 une entreprise pour aider ses collègues à comprendre les possibilités d'Internet pour l'éducation. Il avait répertorié les sites éducatifs, puis écrit un livre. Alors qu'il s'occupe d'Opossum, sa société de conseil en technologie pour les éditeurs scolaires, il est recruté par Editis. « L'essentiel n'est pas de se demander si demain je lirai sur une tablette, un écran ou un livre papier mais d'imaginer comment faire exister une œuvre dans un environnement numérique. »

Avec les éditeurs, Clément Laberge réfléchit à long terme, fait remonter les besoins d'infrastructures et établit les contacts avec les interlocuteurs adéquats. « Tous ces changements technologiques sont des changements culturels fondamentaux. Nous ne pouvons pas laisser les techniciens mener cette révolution. Les éditeurs doivent garder le leadership. Nous devons avoir les idées claires sur ce qu'est le métier d'éditeur, à quel point on est prêt à le voir se transformer et ce qui, pour nous, fait partie des fondamentaux. » A.-L. W.



Clément Laberge

34 ans
directeur du développement
numérique d'Editis



Rémy Toulouse

36 ans
fondateur des Prairies ordinaires

Editeur militant

Quand s'est posée la question de ce qu'il ferait dans la vie, l'édition s'est imposée à Rémy Toulouse. Maîtrise d'histoire et DESS d'édition à Villeneuve en poche, il fait un stage chez Gallimard puis devient éditeur chez Flohic. En 2005, il fonde Les Prairies ordinaires, SARL diffusée par Les Belles Lettres. Il affirme son professionnalisme « par respect profond pour les métiers du livre, et parce que l'inscription dans la sphère économique de l'édition est un mode de légitimation ». Il publie non pas des sciences « humaines », terme qu'il récuse, mais des sciences « sociales » car « l'humain est passé d'une position de piedestal à celle d'effet de la société ».

Rémy Toulouse travaille à « faire sortir le savoir des universités, mêler légitimité universitaire et désir militant ». Indépendant, il prend modèle sur Eric Hazan et La Fabrique, avec la « conscience que ce que l'on fait est très précaire, mais l'on creuse un sillon ». Pour cet éditeur de gauche qui considère que le PS ne l'est pas, la ligne de démarcation ne se situe pas entre les petits et les gros, mais entre « l'édition marchande et l'édition militante ». Rémy Toulouse est déjà reconnu pour avoir publié Fredric Jameson, Pascal Michon ou David Harvey. « Des maisons ont connu un ancrage générationnel, comme Minuit avec le nouveau roman, ou Gallimard, qui a publié Derrida, mais ne sont plus en mesure de créer un fonds de jeunes auteurs du même calibre. Ce qui se publie est aussi une question de génération, sans pour autant qu'il faille les opposer les unes aux autres. » C. A.



Armand de Saint-Sauveur et Kamy Pakdel

**34 ans et 36 ans
fondateurs d'Intervalles**

« Un peu dingues »

Quand, dans les couloirs d'Autrement, un lecteur de manuscrits de 32 ans croise un directeur artistique de 34 ans, il se produit une étincelle. Intervalles voit le jour deux ans après, en avril 2006. « *C'est un peu dingue de monter une maison d'édition aujourd'hui*, reconnaissent Armand de Saint-Sauveur et Kamy Pakdel, *mais sans folie, combien de livres n'auraient jamais vu le jour.* »

Les fondateurs de la maison spécialisée dans les beaux livres et la littérature cumulaient cependant une petite expérience. Armand de Saint-Sauveur a été lecteur pour Florent Massot avant de rejoindre Autrement, après un détour par l'Alliance française de Kuala Lumpur. Kamy Pakdel a été formé à l'Ecole des arts graphiques, l'Epsa,

et, après quelques contrats dans la publicité, est resté neuf ans chez Autrement. Pour assurer leurs arrières en couvrant plusieurs marchés, ils réalisent leurs livres de photos en deux versions, française et anglaise.

« *Faire du beau livre passe par une diffusion internationale*, estiment-ils. *Avant même de trouver un diffuseur en France, le CED, nous en avons trouvé à l'étranger, Turnaround en Grande-Bretagne et Consortium aux Etats-Unis. Ensuite, nous avons signé avec un diffuseur pour le Canada, la Suisse et la Belgique et, ponctuellement, avec la Russie, le Liban et la Norvège. La maison ne tenait pas autrement.* »

Le prix à payer, aujourd'hui, pour se lancer dans des projets « *un peu dingues* ».

A.-L. W.

2/5 hauteur
272 x 78 mm

La touche frenchie

Lorsque le Britannique Richard Schlagman cherche à ouvrir, en 1999, une antenne parisienne de la maison d'art, Phaidon, qu'il a reprise en 1990, il mise sur une jeune fille de 26 ans. Tout juste diplômée de Sciences po après une maîtrise de lettres, Valérie Buffet se retrouve aux côtés de Jean-François Durand, directeur commercial aujourd'hui responsable des bureaux européens de Phaidon, à peine plus âgé qu'elle. « Nous avons tous commencé jeunes à Phaidon, se souvient-elle. J'ai été formée avec des modèles et des références propres à la maison et dans un état d'esprit qui privilégie la créativité. Aujourd'hui, il est nécessaire de proposer des livres au contenu

éditorial rigoureux, d'excellente facture, qui étonnent, et dont le prix est juste et compétitif. Un vrai défi! »

Après avoir coordonné les traductions et travaillé à la promotion de la maison en France, Valérie Buffet monte depuis trois ans des projets depuis Paris. Elle enrichit le catalogue d'artistes et de chercheurs hexagonaux, à l'instar de Massin ou du spécialiste des peintures rupestres Jean Clottes (*L'art des cavernes préhistoriques*, à paraître en mai). Elle achète aussi des droits d'ouvrages français pour le marché d'outre-Manche. Sempé fera ainsi bientôt partie, avec Tomi Ungerer, du catalogue britannique.

A.-L. W.

OLIVIER DON



Valérie Buffet

35 ans
responsable éditoriale de Phaidon



Oliver Gallmeister

38 ans
fondateur des éditions Gallmeister

A la pêche aux livres

deux ans après le lancement de sa maison d'édition, Oliver Gallmeister souligne avec fierté que le premier livre qu'il a publié, *Le gang de la clef à molette* d'Edward Abbey, est sa meilleure vente (6 000 exemplaires). Dans la construction d'un fonds, dans la défense des écrivains américains du « nature writing », il est dans son élément. Enfin. En 1996, à la fin de ses études de gestion à Dauphine puis à Sciences po, il cherche à travailler dans l'édition, mais « tout le monde m'a fermé la porte sur le thème "vous n'avez pas fait d'études littéraires, vous ne faites pas partie du sérail" ». Il part alors dans la finance, chez Arthur Andersen, puis chez Hachette distribution services comme directeur financier. Sans conviction. Ce pêcheur amoureux de la nature dévore les auteurs de l'Ouest américain publiés par Christian Bourgois, Actes Sud, et par Francis Geffard dans sa collection « Terre d'Amérique » (Albin Michel).

Début 2005, Oliver Gallmeister quitte HDS. Un an et des business plans plus tard, il sort ses premiers livres avec une démarche « très

« Je souhaite faire avec le "nature writing" ce qu'a fait Michel Le Bris avec les écrivains voyageurs : créer une marque de fabrique... »

rationnelle et structurée ». Diffusée par le CDE/Sodis, la maison est rentable. « Je souhaite faire avec le "nature writing" ce qu'a fait Michel Le Bris avec les écrivains voyageurs : créer une marque de fabrique et faire connaître un genre. » Il publie peu, sept titres par an, et sur ce créneau exclusivement. Sur l'avant-dernière page des livres de Gallmeister, il est écrit

qu'ils sont imprimés « sur du papier dont les fibres de bois proviennent de forêts durablement gérées ».

C. A.

1/5 largeur
65 x 195 mm



OLIVIER DON

Christophe Absi

29 ans
éditeur chez Chiflet et Cie

La boîte à idées

Avec 230 000 exemplaires vendus de ses *Cahiers de vacances pour adultes* et une adaptation pour les consoles Nintendo, Christophe Absi, 29 ans, n'a pas chômé cette année. L'éditeur a le parcours type recommandé par les conseillers d'orientation. Hypokhagne, maîtrise de lettres sur Péric, il est issu du DESS de Villetaneuse. Après des stages au service de presse chez Fayard, à l'éditionnel chez Mille et une nuits, il apprend énormément au contact de Dominique Gaultier au Dilettante. Il trouve son premier emploi chez Mango et suivra Hugues de Saint-Vincent et Jean-Loup Chiflet lorsqu'ils monteront leur maison.

Christophe Absi a toute liberté pour proposer des projets et lancer des collections. « *J'essaie de renouveler le secteur humour, allant chercher des humoristes du côté du stand up. J'ai l'impression qu'on ne se renouvelle pas beaucoup dans l'édition.* » Il est vrai que *Le cahier de gribouillage* chez Panama puis son *Cahier de vacances pour adultes* ont entraîné dans leur sillage énormément de clones, à paraître notamment sous les marques Carrefour et Auchan. « *Je suis surpris par la capacité de l'édition aujourd'hui à tuer une idée en étouffant le concept à force de le dupliquer.* » Mais déjà l'éditeur de Chiflet et Cie est passé à autre chose. Il vient, après trois ans de traque, d'acquiescer les droits d'un livre du comique Seinfeld, figure du stand up américain. A.-L. W.

L'éditeur qui murmurait à l'oreille des auteurs

Quand Antoine Gallimard et Mourad Boudjellal de Soleil lui ont proposé en 2004 le poste de directeur éditorial de Futuropolis, leur filiale commune, Sébastien Gnaedig, alors chez Dupuis, a d'abord téléphoné à quinze auteurs, dont Dupuy et Berbérien, Blutch et Nicolas de Crécy. « *J'ai envie de le faire avec vous. Si vous me demandez de rester où je suis, je ne bouge pas. Si vous me suivez, nous réfléchirons ensemble à des formats et des idées. Je m'engage à trouver les moyens financiers des livres que vous voulez.* » Le pacte est conclu et Sébastien Gnaedig se retrouve à la tête de la maison où il a fait l'un de ses premiers stages, à 20 ans, quand le fondateur Etienne Robial était encore là. C'est un des signes particuliers de ce garçon : il bouge de maison en maison et emmène dans son sillage plusieurs auteurs. Après un IUT à Bordeaux et quelques mois à l'école Estienne, il rejoint Fabrice Giger aux Humanoïdes associés. Il débute à la fabrication et rencontre Guy Vidal qui restera son « père dans l'édition ». « *J'ai beaucoup appris de lui.* »

OLIVIER DON



Sébastien Gnaedig

39 ans
directeur éditorial de Futuropolis

L'importance de la relation auteur-éditeur, la fidélité à un artiste, même dans ses passages à vide, la bienveillance avec laquelle il faut l'entourer. » Il passe par Delcourt, revient aux Humanos, part chez Dupuis... toujours suivi par un petit noyau d'auteurs qui lui font confiance encore aujourd'hui dans l'aventure Futuropolis. L'élève a dépassé le maître. A.-L. W.

Tombé dans la marmite

Il l'admet d'emblée sans ambages : « *Je suis tombé dans l'édition quand j'étais petit.* » Damien Naddéo, fils de Jean-Paul Naddéo, ancien cadre dirigeant d'Editis, n'a loupé aucune édition du Salon du livre depuis sa création. Il est directeur commercial de First depuis un an et demi.

OLIVIER DON



Damien Naddéo

36 ans
directeur commercial de First

Loin de lui peser, l'héritage familial est assumé avec une certaine facilité et une dose d'humour, et ce jeune diplômé d'une école de commerce privée parisienne reconnaît même que son nom lui a ouvert certaines portes. « *L'édition offre une diversité formidable, et je connais peu d'industries qui produisent autant de nouveaux produits par an* », s'enthousiasme le commercial.

A 23 ans, Damien Naddéo entre chez Glénat comme représentant pour Paris pour le 1^{er} niveau. Il y restera douze ans et gravira petit à petit les échelons, devenant responsable des supermarchés, puis des grands comptes 1^{er} niveau, avant d'être débauché par Vincent Barbare, le P-DG de First. Sa connaissance du terrain lui donne un sens des réalités. « *Les opérations, les messages à l'adresse des représentants doivent être les plus simples et les plus efficaces possible. J'essaie de ne pas faire ce que je considérerais comme aberrant quand j'étais représentant.* » Selon lui, « *l'implication du commercial dans l'édition va être de plus en plus forte, surtout pour des structures commerciales comme First. On ira de plus en plus vers des produits marketing. Il y avait le bel objet livre, il va y avoir le bel objet "produit" livre : le livre plus autre chose, comme les mallettes poker.* »

C. A.