

Marianne Sandevor
marianne.sandevor@gmail.com
Promotion 2010-2012

Mémoire de fin d'études
Soutenance le 9 juillet 2012
Sous la direction de Benoit Berthou

Les prescripteurs du roman ado

Université de Paris 13 - Villetaneuse
UFR des Sciences et de la Communication
Master « Commercialisation du livre »
2^e année



Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier Adèle Leproux, ma responsable aux Éditions du Rouergue, ainsi que toute l'équipe de la maison, pour avoir pris le temps et le soin de me guider dans mon apprentissage ainsi que dans ma réflexion.

Merci à Benoit Berthou, mon tuteur de mémoire, pour m'avoir accompagnée dans ce projet. Merci également à Corinne Abensour, ma Directrice de Master, pour ses conseils avisés.

Je remercie les professionnels du livre pour l'aide qu'ils ont bien voulu m'apporter et l'intérêt qu'ils ont témoigné à cette étude : Tibo Bérard des Éditions Sarbacane et ses ambassadrices, Véronique Durand de la librairie Mollat, Noémie Lafaye de la librairie Chantelivre, Amélie Plançon de l'association Lecture et loisirs, Charlotte Valat de la médiathèque José Cabanis, Charline Coeuillas du journal *Le Monde des Ados* ainsi que Charline Lavecchia qui m'a permise de la suivre tout au long de son projet d'élaboration d'un rayon ado en bibliothèque.

Un merci tout particulier à Anne Clerc, de la revue *Lecture Jeune*, qui a été présente et disponible tout au long de mes recherches.

Table des matières

Remerciements	1
Introduction	4
I - Production et public en mouvance	10
A. La prescription	10
1. Vers une tentative de définition.....	11
2. L'impact de la prescription	13
B. Le public adolescent et jeune adulte	15
1. Le lectorat.....	15
2. L'offre	18
C. Les instances de prescriptions traditionnelles	22
1. La presse	22
2. Éducation nationale	28
3. Librairies et bibliothèques	30
4. Les pairs	31
5. Réseaux sociaux et blogosphère.....	32
II – En prescription, des difficultés à atteindre la cible	35
A. Les éditeurs communiquent	36
1. Communication avec les prescripteurs professionnels.....	36
2. Communication en direct avec le public	37
3. L'identité visuelle, entre communication et marketing.....	38
B. Lorsque le lecteur n'est pas l'acheteur	40
1. Des intérêts divergents	41
2. Répondre à un besoin de médiation	42

3. S'adresser aux ados lecteurs ou aux parents acheteurs	45
C. L'adolescent, un public réfractaire à la lecture ?	48
1. Des pratiques à l'encontre de sa vie d'ado	48
2. Intimidés par les librairies et médiathèques	50
III - Des initiatives : vers la mixité et l'accompagnement ?	58
A. Les prescripteurs traditionnels vers une nouvelle prise en compte de ce public particulier	58
1. Le rayon ado en bibliothèque et en librairie	58
2. La prescription hors les murs	64
3. Investir les réseaux sociaux	69
B. Différents acteurs émergent pour une nouvelle prescription .	74
1. Les prescripteurs de demain	74
2. Les professionnels du livre se rapprochent de leur public	82
Conclusion.....	88
Bibliographie	91
Glossaire	94

Introduction

Le roman ado n'existait pas dans l'édition littéraire. Il s'est développé timidement au début des années 1980 et ce, jusqu'à la fin des années 1990, où *Harry Potter* rencontre le succès qu'on lui connaît. Les éditeurs de jeunesse sont alors persuadés qu'il y a un large créneau à investir dans la production destinée aux adolescents. Dès lors, les collections vont se multiplier et différents genres voir le jour.

La littérature « pour » adolescents sous-entend qu'elle a été pensée et adressée à ce lectorat particulier. En ce sens, elle est assimilée à un produit marketing, fait sur mesure, pour combler un manque et s'éloigne donc de l'idée que l'on se fait de la « vraie » littérature, une littérature écrite dans un souci artistique, sans but marchand.

Les éditeurs jeunesse ont, bien avant de se lancer dans la production pour adolescent, déjà dû faire face à de telles remarques. La littérature jeunesse, si elle nous paraît aujourd'hui bien intégrée dans le panorama éditorial, a été longtemps considérée comme une sous-littérature, une littérature simplifiée pour s'adresser à un public « diminué », les enfants. Forts de ce premier combat, les éditeurs jeunesse se montrent fiers de leurs collections pour adolescents et espèrent leur donner à leur tour leurs lettres de noblesse. Parce que cette production nouvelle s'adresse à un public bien ciblé, les adolescents, elle s'appuie nécessairement sur un travail de marketing direct. Effectivement, le succès de certaines collections tient aux lancements médiatiques qui les accompagnent et aux innombrables opérations marketing et de communication qui les entourent. De « produit marketing », la littérature adolescente passe, puisqu'elle

connaît le succès, à « littérature populaire ». Dès lors, les prescripteurs du livre ne s'attachent plus à la défendre, estimant que son succès ne relève plus de sa qualité intrinsèque mais de sa capacité à être visible médiatiquement.

En parallèle, nous assistons à une baisse remarquable en quantité de lecture chez les jeunes publics. Toutes les études consacrées au public adolescent et à ses pratiques s'accordent à dire qu'il y a un décrochage de la lecture à partir de l'entrée au collège. Les motifs de cet abandon semblent tout à la fois pratique (le rythme scolaire est plus soutenu, poussant parfois les élèves à délaisser les activités alors considérées comme secondaires) et symbolique (l'abandon de la lecture est en effet un des premiers impacts de la crise d'adolescence puisqu'il constitue une rupture symbolique avec l'autorité parentale et une première forme d'autonomie). Les pratiques culturelles des adolescents sont aujourd'hui extrêmement diversifiées, elles sont même omnivores : les adolescents consomment tout autant la musique en *streaming*^{*1} comme la musique en live, ils vont au cinéma mais regardent aussi beaucoup de séries et films en ligne, ils lisent moins de livres mais plus d'écran (ordinateur, téléphone) et de magazines, ils ne fréquentent guère les lieux culturels mais vivent leurs pratiques dans la rue (tag, break dance, etc.)... Mais il s'avère que la lecture de livres n'est plus attirante. Elle est considérée comme ennuyeuse, fruit de pratiques anciennes et isolante.

Il est pourtant urgent de remotiver les adolescents car ils sont les lecteurs de demain. Si les librairies et les bibliothèques sont aujourd'hui vides de jeunes publics, il y a fort à craindre qu'elles seront demain abandonnées par les adultes qu'ils seront devenus et aussi certainement par leurs propres enfants. Les adolescents représentent un public clé dans l'avenir des lieux du livre. Si la lecture est en baisse globale chez tous les publics, c'est parce que le transfert générationnel ne s'opère plus, les lecteurs d'aujourd'hui grandissent et vieillissent mais les enfants grandissant ne restent pas lecteurs.

Depuis longtemps, l'adolescence est le maillon faible des politiques culturelles. Bien qu'il existe un Ministère de la Jeunesse et des Sports, il serait faux de dire qu'on a en France une véritable « politique de la jeunesse » ou une quelconque instance spécialisée chargée d'élaborer et d'appliquer des actions culturelles en direction des adolescents. Certes divers ministères se partagent quelques actions, le ministère de la Culture prend en compte ce public mais sa démarche est tardive et partiellement adaptée.

La reconnaissance par l'État des publics et des cultures jeunes est un phénomène assez récent qui s'inscrit de manière plus large dans la politique initiée par Jack Lang à partir des

1 Tous les mots avec une astérisque sont définis dans le glossaire.

années 1980, qui visait à reconnaître les différents publics jusque là exclus. Il faut effectivement rappeler que Jack Lang avait à cœur de légitimer les diverses et multiples cultures existantes ainsi, un décret précise, le 10 mai 1982, les nouveaux objectifs du ministère de la Culture : « *Le ministère chargé de la culture a pour mission de permettre à tous les Français de cultiver leur capacité d'inventer et de créer, d'exprimer librement leurs talents et de recevoir la formation artistique de leur choix (...)*¹ ». Ainsi la culture devient un facteur d'épanouissement et un levier d'intégration. Les deux missions en faveur de la culture qui sont faire connaître et faire aimer sont finalement rassemblées en une seule et même action : c'est ainsi que naît, sous forme institutionnelle, le rôle du médiateur. Sous l'impulsion de Jack Lang, le ministère de la Culture cherche à apporter une vie culturelle à de « nouveaux publics », c'est à dire le plus souvent les publics éloignés géographiquement ou psychologiquement de l'offre culturelle (prisons et hôpitaux, monde rural, etc.) mais aussi, à des groupes dont les expressions culturelles étaient jusqu'alors considérées comme mineures : on retrouve ainsi les jeunes qui deviennent alors une des cibles de l'action culturelle publique.

Dans ce contexte, plusieurs initiatives en direction du public adolescent sont mises en place. Concernant la lecture, on voit par exemple apparaître en 1988 le Goncourt des Lycéens, initié par le Rectorat de Rennes en partenariat avec la Fnac. L'enjeu est alors de faire lire les jeunes en sortant du programme scolaire et en leur faisant découvrir la littérature contemporaine française.

En 1998, Gallimard Jeunesse publie en français le premier tome des aventures de Harry Potter. Il faudra attendre quelques années et la parution du 4e tome pour que le phénomène prenne une ampleur démesurée. L'engouement engendré est sans précédent dans le monde de l'édition jeunesse, c'est aussi la première fois que tous prennent conscience que les adolescents peuvent encore être de gros lecteurs et qu'ils ne sont pas d'emblée rebutés par les gros volumes.

Et si le roman adolescent était une solution à la baisse de la lecture chez les publics jeunes ? Si les adolescents étaient en attente d'une littérature « passerelle » qui leur permette de quitter le secteur de la jeunesse sans pour autant être confronté à celui un peu ardu pour eux de la littérature générale ? Le succès de *Twilight* et de la bit lit, celui, plus récent de la saga *Hunger Games*, confirment cette tendance. Mais les prescripteurs du livre restent mitigés, beaucoup d'entre eux continuent à croire que cette « littérature passerelle » ne représentent rien d'autre qu'un produit marketing et qu'il n'y a pas d'intérêt à la leur faire lire. D'autres cherchent

1 Ministère de la Culture, *Décret du 10 mai 1982 relatif à l'organisation du ministère*, Journal Officiel du 11 mai 1982

au contraire à capter ce public qui leur échappe et adoptent le roman ado au cœur de leur stratégie de séduction.

L'image du roman pour ado est donc véhiculée massivement par les opérations marketing d'un côté, plus timidement par les efforts des prescripteurs du livre de l'autre. Mais ces prescripteurs du livre, qui sont-ils vraiment ? Ceux pour les adolescents sont-ils les mêmes que ceux du livre jeunesse ? Il semblerait que non, étant donné que les adolescents rechignent justement à être considérés comme des enfants. Alors sont-ils les mêmes que pour le public adulte ? Non plus, car les prescripteurs établissent une barrière très nette entre la production adulte et la production jeunesse et qu'à ce jour, la littérature ado n'est pas encore assez bien considérée pour pouvoir prétendre être présentée au côté de la littérature générale. Le roman ado fait donc face à un problème de taille : il ne connaît pas les prescripteurs qui lui sont propres.

Va-t-on voir émerger de nouveaux acteurs, plus en lien avec les problématiques qui entourent ce public particulier et plus en adéquation avec ses pratiques ? Ou ceux que nous connaissons vont-ils évoluer pour s'adapter et ainsi rester intégrés à la chaîne du livre ? Ou encore, le roman ado peut-il se passer de prescripteurs et ne miser que sur la promotion qui l'entoure, quitte à se passer de la reconnaissance littéraire qui lui fait encore aujourd'hui défaut ?

Né de toutes ces interrogations et de la certitude que tous les acteurs du livre sont plus que nécessaires à sa diffusion, ce projet vise à mettre en lumière les évolutions venues et à venir autour de la prescription du roman ado. Sans tomber dans une étude sociologique sur les pratiques de lecture des adolescents, nous tenterons de voir les interactions entre le roman ado, les ados, les prescripteurs et les stratégies mises en place par les éditeurs eux-mêmes et ce, afin de savoir dans quelles mesures les traditionnels prescripteurs du livre ont-ils encore une place dans la diffusion du roman ado.

Dans la première partie de cette étude, nous tenterons de voir si nos trois sujets que sont les ados, les prescripteurs et la production ado, sont en adéquation. Tout d'abord, il sera nécessaire de mieux définir le rôle de la prescription. Face à un hyperchoix de produits culturels (livres, films de cinéma, musique enregistrée, jeux vidéo) amplifié par le développement du commerce en ligne, la prescription culturelle peut faciliter la décision d'achat du consommateur. Les professionnels du secteur ont donc besoin de relais de prescription afin de motiver la demande. Mais nous verrons qu'il s'agit d'une instance à laquelle les éditeurs font confiance même s'ils ne peuvent pas vraiment l'éprouver. En effet, contrairement à une opération marketing, il est difficile d'évaluer les retombées de la prescription. Dans un deuxième temps, nous nous pencherons sur le public qui nous intéresse : ce public jeune, dont le rapport à la lecture

a changé, est actif et ouvert aux changements et entretient un lien très fort avec les nouvelles technologies et particulièrement avec Internet. Dans un même temps, nous verrons comment l'offre qui lui est proposée a évolué pour s'adapter tout à la fois aux prescripteurs qui l'encadrent et aux désirs des adolescents. Sans en retracer toute l'histoire, il s'agira de comprendre quand, comment et pourquoi les adolescents sont devenus une cible commerciale pour l'industrie du livre. Cela nous mènera à présenter les différentes instances de prescriptions en pointant leurs lacunes en ce qui concerne leur lien avec le public ado. Là encore, il n'est pas question d'établir un panorama historique mais bien de comprendre qui sont ces acteurs avec lesquels le monde de l'édition doit faire face.

Dans une deuxième partie, nous nous pencherons sur un problème propre au public adolescent : la difficulté à l'atteindre. Nous verrons que, l'adolescence étant une période de transition, le jeune est en constante évolution, ses désirs et pratiques évoluent rapidement et ainsi, il représente un public peu captif mais très volatile. Il sera intéressant de voir comment les éditeurs tentent de pallier à cet éloignement et quels sont les outils qu'ils utilisent. Les éditeurs doivent délivrer un double message, étant donné qu'ils s'adressent aux adolescents mais également et surtout à leurs prescripteurs qui ont presque tous pouvoirs quant aux choix final du lecteur adolescents. Nous verrons que différentes stratégies se développent alors : certains éditeurs misent sur un lien privilégié avec les prescripteurs, en espérant que si ces derniers apprécient leur collection, ils vont la défendre et la placer entre les mains de l'adolescent. D'autres au contraire vont choisir de les contourner en s'appuyant sur des moyens de communication novateurs et massifs ainsi que sur des opérations commerciales afin de bénéficier d'une large visibilité et ainsi d'être sûrs de capter l'attention du public adolescent directement. Néanmoins, il faut prendre en compte le fait que l'adolescent n'est pas un consommateur comme les autres. En ce qui concerne le livre particulièrement, l'adolescent reste encore à la charge de ses parents. Cette situation engendre des difficultés car lecteur, consommateur et prescripteur ne partagent alors pas les mêmes intérêts et la même vision de la lecture. C'est ce que nous observerons avant d'aborder un autre problème de taille : l'antipathie que l'adolescent ressent à l'égard de la lecture. Nous nous demanderons d'où vient cette antipathie pour savoir si elle est irrémédiable. Les adolescents n'ont pas totalement supprimé la lecture de leurs pratiques culturelles mais elle y a changé de forme. Ils recherchent une pratique de la lecture plus libre et plus communautaire. En effet, le besoin de partage est inhérent à son statut d'adolescent et dès lors, il favorise les pratiques à faire en groupe. Pour autant, la lecture n'est pas antinomique de telles pratiques, elle peut au contraire être pensée comme un vecteur de rencontre et d'échange.

La troisième partie de ce projet sera tournée vers l'avenir. Il s'agira, dans un premier temps, d'observer les différentes évolutions qui ont déjà eu lieu. Nous apprécierons les tentatives initiées par les bibliothèques puis en librairies pour créer un espace dédié aux adolescents pour mieux les accueillir ainsi que celles, diversifiées, des autres prescripteurs. C'est en prenant en compte les besoins et les caractéristiques même de ce public adolescent que les prescripteurs et les professionnels du livre parviennent à créer un contact réussi avec lui. C'est d'ailleurs en ce sens que tous vont investir plus ou moins massivement les réseaux sociaux. Mais nous verrons qu'il reste encore beaucoup à construire et que de nouveaux acteurs vont voir le jour pour faire naître de nouvelles pratiques en direction des adolescents. Nous finirons donc cette étude en faisant le point sur les futures évolutions possible de la diffusion du roman ado.

I - Production et public en mouvance

A. La prescription

Dans le secteur du livre comme dans le secteur culturel, on fait face à une production intense et à un choix extrêmement large. Le constat est le même à chaque rentrée littéraire : les éditeurs publient trop, tous les ouvrages ne peuvent pas bénéficier d'assez de visibilité, les éventuels lecteurs sont perdus dans ce flot ininterrompu de publications. Les professionnels du secteur ont donc besoin de relais afin d'attirer et de répondre à la demande. Les prescripteurs sont en effet là pour aiguiller le consommateur, ils interviennent dans le processus d'achat en apportant leurs connaissances, compétences et avis. Effectivement, dans le secteur du livre et celui de la culture en général, la prescription désigne un jugement donné sur la qualité d'une œuvre de façon indépendante à l'offre : c'est-à-dire que le prescripteur est différent de l'éditeur et de l'auteur.

1. Vers une tentative de définition

Le concept de prescription n'est cependant pas clairement défini dans l'ensemble de la profession. L'idée que l'on s'en fait reste finalement assez floue, elle varie en tous cas selon les différents corps de métier.

Selon le *Mercator* un prescripteur est « *une personne ayant une influence sur le choix d'un produit ou d'un service sans intervenir directement dans l'acte d'achat*¹ ». C'est un leader d'opinion, une personne qui, de par sa notoriété, son image, son statut social ou encore sa profession, est reconnue légitime par un certain nombre de consommateurs à donner des recommandations. Tout consommateur peut donc, potentiellement, être considéré comme un leader d'opinion, un prescripteur.

Armand Hatchuel aborde dans ses études le rôle de la prescription dans le processus d'échange marchand, il pose le postulat que le prescripteur intervient dans un contexte où le consommateur a recours à un tiers pour prendre sa décision d'achat ; selon lui en effet « *le consommateur se disqualifie lui-même de ses propres choix*² ». La prescription interviendrait dans trois cas de figures :

- la « prescription de fait » : le consommateur est face à une donnée manquante qu'il ne peut obtenir de lui-même. Par exemple, lorsqu'une personne souhaite acheter une maison, il peut demander une estimation à un expert, le consommateur n'est lui-même pas apte à juger la valeur de la maison, mais l'expert est légitime.
- la « prescription technique » : le consommateur est face à un manque de connaissance qu'il ne peut pas combler lui-même et a donc besoin d'un avis professionnel. Par exemple, si un consommateur souhaite acheter un ordinateur sans connaître la différence entre les divers systèmes d'exploitation, il peut faire appel à un intermédiaire pour combler ses lacunes et ainsi faire un choix.
- la « prescription de jugement » : le prescripteur est amené à porter un jugement sur la qualité d'un produit. Selon la légitimité du prescripteur, ce mode de prescription est susceptible de modifier le modèle de connaissance du consommateur. Cette définition est celle qui se rapproche le plus de la prescription culturelle.

Selon Hatchuel, la prescription n'est donc en aucun cas décisionnaire, elle est certes influente dans le processus d'achat mais quelque soit l'information, le savoir ou le jugement qu'elle émet, le consommateur garde son jugement critique et sa décision finale. En ce sens, les

1 Collectif, *Mercator, Théorie et pratique du marketing*, Dunod, 2009 (9^e édition)

2 Armand Hatchuel, « Les marchés à prescripteurs : crise de l'échange et genèse sociale » In Jacob A. et Vérin H. (eds) *L'inscription sociale du marché*, L'Harmattan, 1995.

professeurs ne seraient donc pas vraiment prescripteurs puisqu'ils sont, eux, décisionnaires dans l'acte d'achat de l'élève. Lorsqu'on parle des « prescriptions scolaires », on parle des livres inscrits officiellement ou non au programme, que le professeur demande d'acquérir afin d'en faire l'étude en classe. Si l'on s'en tient à la définition de Hatchuel, l'Éducation Nationale est prescriptrice seulement de par ses documentalistes et ses professeurs zélés mais pas par ses programmes. Lorsqu'on parle de prescription scolaire, on entend plutôt le verbe prescrire dans le sens de administrer, ordonner, requérir, comme si l'Éducation Nationale donnait aux élèves une ordonnance pour qu'ils aillent chercher leur livre. On retrouve dans cet angle de vue l'ancienne image de la librairie, celle où on l'apparente à une pharmacie où tous les livres sont placés derrière le comptoir et où le client doit donner la référence du livre voulu, exactement comme il le ferait pour l'achat d'un médicament, pour pouvoir l'obtenir. La librairie a pourtant considérablement évolué et encourage aujourd'hui une lecture beaucoup plus libre, pourquoi dès lors, l'Éducation Nationale se ferait-elle le porte-parole de ces pratiques anciennes et dépassées ?

Pour Hatchuel, le consommateur doit pouvoir remettre en cause le discours du prescripteur. Par exemple, il peut tout autant être convaincu par une chronique lue ou au contraire être sceptique, de cette manière, il est libre de se faire sa propre opinion et ainsi d'acquérir ou non l'ouvrage chroniqué.

Benghozi et Paris¹ ont publié des études plus récentes sur la prescription. Ils s'y attachent à définir les marchés de la prescription car pour eux, le prescripteur n'est pas un simple intermédiaire mais un véritable acteur du processus d'achat. Ils mettent par exemple en évidence deux fonctions principales du prescripteur :

- la sélection : les prescripteurs sélectionnent parmi l'ensemble de l'offre les produits les plus pertinents et les plus à même de répondre aux attentes du consommateur (cela se traduit dans le secteur du livre par le choix de l'assortiment par exemple) ;
- l'évaluation : les prescripteurs proposent « un classement, une hiérarchie ou une liste de solutions proposées fondées sur une estimation à partir de critères qualitatifs ou quantitatifs² », (dans le secteur du livre, cela se traduit par exemple par les prix littéraires, les sélections).

1 P.-J. Benghozi et T. Paris, « De l'intermédiation à la prescription : le cas de la télévision », *Revue française de gestion*, janvier février 2003, n°142.

2 *id.*

Enfin, les études de Karpik sont les plus récentes et complètent les deux approches précédemment exposées. Sa vision de la prescription est totalement transposable au monde du livre. Il identifie cinq dispositifs de jugement :

- « le réseau » : il repose essentiellement sur l'entourage et la logique du bouche à oreille.
- « les appellations » : elles qualifient un type de produit, par exemple la « Blanche » de Gallimard.
- « les cicérones » : ils proposent un jugement sur la qualité d'un produit, par exemple une critique littéraire.
- « les classements » : ils hiérarchisent les produits suivant leurs propriétés et leurs caractéristiques spécifiques, par exemple les prix littéraires.
- « les confluences » : techniques de ventes développées dans un espace, par exemple l'agencement du mobilier et la signalétique dans une librairie.

Karpik démontre que tous ces outils ont une véritable incidence sur le choix final d'un consommateur. Il est donc intéressant de voir qu'un prescripteur ne l'est pas tant par son discours mais peut l'être par les formes qu'il utilise. Ainsi les prix littéraires ne sont pas prescripteurs uniquement parce qu'ils mettent en avant un titre qu'ils encensent mais aussi de par le fait qu'ils proposent une sélection de titre ce qui revient finalement à restreindre l'offre et ainsi restreindre les choix à faire. De même, les grandes surfaces culturelles comme la Fnac ne fondent pas leur pouvoir de prescription sur les conseils de leurs libraires, sur les « cicérones » mais plutôt sur les « confluences », l'agencement de l'espace de vente qui amène le consommateur à circuler naturellement entre tous les espaces du magasin et qui le pousse à toucher tout ce qu'il voit.

2. L'impact de la prescription

La prescription culturelle est bien réelle et présente dans le secteur du livre, elle a un rôle primordial dans le processus d'achat. Pour autant, est-il vraiment possible de quantifier son influence ? A-t-elle un si fort impact sur les décisions d'achat ?

Il est en fait complètement impossible de déterminer, lorsqu'un consommateur valide son processus d'achat, toutes les raisons qui l'ont poussé dans cette direction. Pour un libraire, il est aisé de constater si oui ou non le client achète le livre suite à son conseil mais concernant la prescription médiatique, il est difficile de savoir si les ventes s'accroissent suite à la parution d'un article.

Pour tenter un début de réponse, *Livres Hebdo* a fait paraître en novembre 2010 un sondage réalisé par l'institut I+C sur « L'impact des médias sur les ventes de livres » auprès

des libraires¹. *Livres Hebdo* démontre ainsi que la presse écrite, la radio et la télévision ont toujours une forte influence sur la décision d'achat, d'après les observations des libraires. D'après 36% d'entre eux, cette prescription médiatique serait même en hausse, même si chaque média pris individuellement perd de son influence. Selon le sondage, le premier déclencheur de vente serait la télévision et les libraires désignent comme grand gagnant de la prescription télévisuelle l'émission de François Busnel diffusée sur France 5, « La grande librairie » avec 21% des libraires sondés qui trouvent que c'est la plus prescriptrice. Pour autant, 11% des libraires estiment qu'aucune émission ne déclenche les achats, accablant jugement qu'on retrouve également pour la radio ou 29 % estiment qu'aucune émission n'est réellement prescriptrice tandis que 20% élisent « Le masque et la plume » comme émission la plus prescriptrice. Concernant la presse écrite, c'est *Le Monde des livres* qui arrivent en tête des journaux prescripteurs². Grand absent de cette enquête, Internet n'est pas étudié comme un média à part entière, seule une phrase en fin d'article y fait mention, pour nous apprendre que non, « *l'effet du web sur les ventes de livres n'a pas explosé*³ » et que la prescription y passe surtout par les sites de vente en ligne et non par les blogs et les sites communautaires comme on pourrait le penser. Cette constatation d'influences se justifierait par la puissance du référencement puisque les sites comme amazon.com ou fnac.com apparaissent dans les premières lignes lorsqu'on fait une recherche de livre sur un moteur de recherche.

Cette enquête mériterait également un complément plus ciblé sur la production qui nous intéresse. Effectivement, le sondage réalisé pose la question de la prescription en général mais il y a fort à parier qu'en demandant « quel est le média le plus prescripteur pour l'édition jeunesse » ou plus précisément « pour le roman ado », les réponses varieraient considérablement. D'une part parce que, nous le verrons, les médias généralistes chroniquent peu la production jeunesse, et d'autre part, parce que l'édition jeunesse possède ses propres canaux de prescription et s'adresse à des médias bien spécifiques puisque le plus souvent spécialisés. Cependant, d'après les deux libraires rencontrées, Véronique Durand et Noémie Lafaye, l'émission télévisuelle « Télématin » chronique régulièrement du roman ado ou de la littérature jeunesse et cela a un impact réel sur le consommateur : « *Télématin, c'est étonnant tellement ça marche. C'est assez généraliste, ils prescrivent de tout, mais de temps à temps, il y a des titres pour ados et systématiquement, on nous les demande*⁴ ». À part cela, elles reconnaissent toutes deux

1 Catherine Andreucci, Marie Christine Imbault, « Les médias parlent aux lecteurs », *Livres Hebdo*, 5 novembre 2010, n°840.

2 Annexe 2 : L'impact de la prescription selon Livres Hebdo.

3 *Op. Cit.* Catherine Andreucci, Marie Christine Imbault.

4 Annexe 1 : Entretien avec Noémie Lafaye.

que les autres médias généralistes n'ont que très peu d'influence en ce qui concerne la jeunesse puisqu'ils ne la chroniquent qu'en période du salon de Montreuil.

Concernant les médias spécialisés pour la jeunesse, on trouverait en tête de palmarès les magazines *Je Bouquine* et *Phosphore* qui ont des retombées notables en librairies mais les professionnels semblent s'accorder à dire que les prescripteurs les plus efficaces sont les réseaux sociaux et les sites communautaires. Ce sont des instances de prescription sur lesquelles nous nous pencherons plus tardivement dans cette étude.

B. Le public adolescent et jeune adulte

1. Le lectorat

Définition

Le public adolescent est un lectorat bien difficile à cerner pour de multiples raisons. La première vient de sa définition même, qui peut varier selon les angles d'approches. L'adolescence est un passage qui n'a pas de limitation prédéterminée, il est donc délicat d'en fixer des tranches d'âge, même si de manière générale, on estime que l'adolescence représente les années de collège et de lycée durant lesquelles on reste économiquement et « moralement » dépendant de ses parents. Après le lycée, l'adolescent deviendrait un « jeune » qui développe une semi-indépendance à l'égard de ses parents : il s'éloigne de la famille notamment pour ses études, s'affranchit d'un certain nombre de contraintes moralisantes mais reste soutenu, le plus souvent financièrement, par ses parents.

Mais si l'on étudie l'adolescence dans son sens étymologique, « adolescent » vient du latin « *adolescere* » et signifie « celui qui est en train de grandir ». Pour déterminer les limites de l'adolescence, il faudrait alors pouvoir répondre à la question « quand cesse-t-on de grandir ? ». On peut estimer avoir arrêté de grandir une fois la maturité atteinte, lorsque le squelette et les organes ont atteint leur taille définitive, mais la maturité physique n'est pas forcément en adéquation avec la maturité affective. C'est donc une chose bien arbitraire qui ne s'atteint pas forcément une fois passé le baccalauréat, la fin de l'adolescence varierait ainsi selon chaque être.

Si l'on ne peut définir avec précision le temps de l'adolescence, on peut tout de même reconnaître quelques invariants à la condition juvénile. Quel qu'en soit effectivement le calendrier, tout les adolescents ont des préoccupations communes : c'est effectivement le temps des sorties et des rencontres qui se lie à une recherche identitaire, l'adolescent subissant un certain

désenchantement face au monde des adultes auquel il commence à se confronter. Ainsi, le besoin de socialisation, la recherche identitaire ainsi que le désir plus ou moins fort de révolte, représentent trois facteurs importants du développement de l'adolescent.

Les pratiques culturelles des jeunes

De plus, les jeunes et surtout les adolescents ont des comportements et des goûts culturels suffisamment spécifiques pour que l'on puisse évoquer une certaine « culture jeune¹ ». En voici quelques traits caractéristiques, établis par Olivier Donnat. Tout d'abord la jeunesse se caractérise par l'envie de sortir du cocon familial car, disposant de plus de temps libre que les adultes, les adolescents et les jeunes adultes ont des modes de loisirs plus largement tournés vers l'extérieur du domicile ainsi que vers des groupes de pairs. Ainsi, le cinéma, les concerts de « musique actuelle » sont les premiers exemples de sorties culturelles. La fréquentation des musées, des théâtres et des bibliothèques est moindre mais tout de même pas insignifiante puisque tant que le jeune est scolarisé, ces sorties rentrent fréquemment dans le cadre scolaire ou du moins en relation avec les études. De ce fait, leur fréquentation des équipements culturels est, dans l'ensemble supérieure à la moyenne et également plus diversifiée. On peut aussi avancer que les politiques mis en place pour inciter les jeunes à fréquenter ses établissements (gratuité dans les musées nationaux, tarifs réduits aux théâtres, etc.) encouragent ces fréquentations et ces diversités.

En deuxième lieu, la culture jeune se caractérise aujourd'hui par son intérêt très fortement marqué pour le numérique et le domaine de l'audiovisuel. En France, les foyers où résident des adolescents sont ceux où l'équipement en audiovisuel (consoles de jeux, lecteurs DVD, MP3, ordinateurs, etc.) est le plus élevé². Les jeunes font d'ailleurs preuve d'une diversité d'usages beaucoup plus élevée que chez leurs aînés. S'ils ne sont pas aujourd'hui pas les plus gros consommateurs de la télévision, leur univers culturel est tout de même largement occupé par l'écran que ce soit celui de la télévision (ils y regardent essentiellement des DVDs ou jouent à des jeux vidéos) ou celui de l'ordinateur.

La dernière étude sur les pratiques culturelles des Français réalisée par Oliver Donnat en 2008 auprès des Français de 15 ans et plus³, montre en effet que les 15-24 ans sont de loin ceux qui passent le plus de temps par semaine devant les « nouveaux écrans » (temps passé devant un ordinateur ou une console de jeux et à regarder des vidéos, quel que soit l'écran) avec en moyenne 21h par semaine alors que les 25-34 ans n'en passent déjà plus que 16h.

1 Olivier Donnat, « Culture juvénile et effets de générations », *Lecture Jeune*, mars 2008, n°125.

2 Olivier Donnat, *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique, Enquête 2008*, Ministère de la culture et de la communication / La Découverte, 2009.

3 *Loc. Cit.*

Dans un même temps, l'écoute de la télévision et de la radio a nettement reculé ces dernières années, si l'on compare cette dernière étude avec la plus ancienne qui date de 1997. En effet, la télévision était regardée 18h par semaine par les 15-24 ans, qui ne la regardent aujourd'hui plus que 16h. De même pour la radio, ces mêmes 15-24 ans l'écoutaient en moyenne 14,5h par semaine et aujourd'hui il ne s'agit plus que de 9,7h. Cette baisse est intéressante à observer quand on sait que dans le même temps, les chaînes gratuites se sont multipliées et les programmes extrêmement diversifiés. L'adolescent d'aujourd'hui aime peut-être particulièrement être acteur de ses pratiques culturelles et non plus passif comme on l'est devant la télévision, télécommande à la main ou à l'écoute de la radio.

L'étude de 2008 fait observer que l'utilisation d'Internet à des fins personnelles décroît avec l'âge de l'utilisateur ; ainsi 91% des 15-19 ans et 85% des 20-24 ans utilisent Internet tout les mois, la part des utilisateurs quotidiens d'Internet dépasse les 50% et est stable de 15 à 34 ans avant de baisser pour les plus âgés.

Du fait de ces pratiques diversifiées, l'adolescent est le plus à même de tirer pleinement profit des équipements numériques, il a développé des fonctions multi-tâches et peut tout à fait écouter de la musique, tout en surfant sur Internet, tout en communiquant *via* SMS.

L'étude d'Olivier Donnat nous dresse un portrait très fidèle des jeunes de plus de 15 ans mais il ne faut pas oublier que le public qui nous intéresse se trouve tout autant dans les jeunes adultes que dans les adolescents, or, une grande partie d'entre eux a moins de 15 ans et est donc exclue de cette enquête. Nous sommes là face à un grand paradoxe : le gouvernement alloue un budget important à tout ce qui touche à la jeunesse, le marché culturel jeunesse s'est très largement enrichi au cours de ces dix dernières années, alors que le public des moins de 15 ans est resté très longtemps délaissé par les sociologues et l'on n'avait que très peu d'informations sur les pratiques culturelles de ces derniers.

En 2010 et après plusieurs années de recherche, quatre chercheurs en sociologie publient *L'enfance des loisirs, Trajectoires communes et parcours individuels de la fin de l'enfance à la grande adolescence*¹. L'ouvrage prend le parti d'observer 4 000 enfants de 11 à 17 ans que les sociologues suivent d'année en année. Ils analysent en quoi les intérêts des filles et des garçons divergent et quel est l'impact de leurs loisirs culturels sur leur évolution et leur intégration dans la vie sociale ainsi que sur leur vision du monde. Contrairement au postulat anciennement posé qui voudrait que les enfants ne soient que de simple héritiers ou reproducteurs des pratiques de leurs parents, *L'enfance des loisirs* montre qu'il y a une réelle construction de

1 Collectif, *L'enfance des loisirs, Trajectoires communes et parcours individuels de la fin de l'enfance à la grande adolescence*, Ministère de la Culture et de la Communication, Paris 2010.

pratiques culturelles grâce aux influences présentes dans la vie des enfants (médias, écoles, entourage) mais aussi grâce à leur capacité à construire leur propre goût.

Le premier constat est frappant : de 11 à 17 ans, la pratique de lecture de livres baisse considérablement puisque s'ils sont 33,5% à lire des livres tous les jours à 11 ans, ils ne sont plus que 9% à 17 ans, la baisse la plus significative s'opérant entre 11 et 13 ans, à l'entrée du collège, puisqu'ils ne sont déjà plus que 18% à 13 ans à lire des livres tous les jours. Est-ce le début de la prescription scolaire qui freine les désirs spontanés de lecture des jeunes ? Ou est-ce par manque de temps, par changement d'habitude et de comportement dû à l'entrée au collège ? Il est évident que le nouvel emploi du temps, les devoirs plus importants et une socialisation plus riche peuvent venir perturber le lecteur et lui faire oublier son intérêt pour la lecture. Mais il est tout aussi probable que le fait « d'ordonner » la lecture de certains titres en classe puisse détourner l'élève de l'envie de lire d'autres livres pour son plaisir personnel.

La lecture de bandes dessinées suit la même baisse accélérée puisqu'on passe de 20,5% de lecteurs quotidiens à seulement 5,5%. Les journaux et magazines résistent mieux : à 17 ans, ils sont toujours 10% à en lire quotidiennement alors qu'ils étaient 15,5% à 11 ans.

Dans un même temps, quelles sont donc les pratiques qui « profitent » de ce temps dégagé par la lecture et qui augmentent au fil de l'âge ? Incontestablement, il n'y a que deux pratiques culturelles qui augmentent avec l'âge, il s'agit de l'écoute de la musique (37% des enfants de 11 ans en écoutent quotidiennement et 68,5% des adolescents de 17 ans, la hausse la plus remarquable se situant entre 13 et 15 ans.) et de l'utilisation d'un ordinateur (14,5% des enfants de 11 ans utilisent tous les jours un ordinateur, à 17 ans ils sont 69%). En réalité donc, si les pré-adolescents et adolescents délaissent le support papier, ils développent probablement d'autres modalités de lecture sur les écrans.

En toute logique, la fréquentation de la bibliothèque baisse également : si 44,5% des 11 ans vont à la bibliothèque au moins une fois par an, ils ne sont plus que 21% à 17 ans, là encore, la plus forte baisse se produisant entre 13 et 15 ans, cette pratique étant dès lors remplacée par des recherches sur Internet ou de rares visites en CDI.

De 11 à 17 ans, les enfants « installent » leurs pratiques culturelles de demain, ils délaissent petit à petit la télévision et la radio et s'intéresse de plus en plus au cinéma, à Internet ainsi qu'à la musique.

2. L'offre

C'est grâce à la massification scolaire ainsi qu'aux effets du Baby-boom qu'émergent réellement les adolescents comme tranche d'âge spécifique. Dès les années 1970, l'adolescent prend en effet une place importante dans la vie sociale et économique. Son champ de lecture

s'élargit et gagne en exigence. La production jeunesse est dès lors jugée trop traditionnelle et trop timorée, parents et prescripteurs encouragent les éditeurs à s'affirmer dans un nouveau secteur, plus proche des adolescents et donc axé sur des thèmes nouveaux.

C'est dans ce contexte et sous l'influence anglo-saxonne que sera lancée en 1966 la collection « Plein Vent » initié par André Kedros aux Éditions Robert Laffont. « Plein Vent » est consacrée aux jeunes de 12 à 16 ans. On y ressent fortement les valeurs morales encore sévères en ces années là et le poids d'une prescription exigeante : d'un bon niveau littéraire, les auteurs s'appuient systématiquement sur les sciences et les techniques de leur temps afin de préserver la véracité de leurs écrits.

Il faudra ensuite attendre 1972 pour voir apparaître la collection « Travelling » aux Éditions belges Duculot. « Travelling » innove audacieusement en proposant aux adolescents des sujets jusque là tabous qui les touchent particulièrement : la sexualité, la violence, etc. On s'éloigne alors quelque peu de l'univers sagement coloré des livres jeunesse.

Puis en 1983 naît « Médium » à L'École des Loisirs et « Page Blanche » pour Gallimard Jeunesse en 1987 qui fera place à « Scripto » en 2002. Avec le succès de *Harry Potter* (le premier tome paraît chez Gallimard Jeunesse en 1998), la création de collections spécifiquement destinées aux adolescents s'accélère de façon flagrante et la plupart des éditions jeunesse possèdent leur propre collection ado ou jeune adulte. On observe alors différents rapports à la prescription.

Même si les prescripteurs ont, de manière générale, encouragé le secteur émergent de la littérature ado, ils n'ont pas forcément tout de suite accepté d'ouvrir les barrières. Des collections comme « Médium » et « Page Blanche » aujourd'hui « Scripto » n'ont jamais vraiment eu de mal à remporter l'adhésion de la prescription avec des romans de bonne qualité littéraire, des sujets et des thèmes abordés assez classique où figurent peu de débordements.

D'autres collections au contraire, ont bouleversé les habitudes. C'est précisément le cas de « doado » qui, à sa création en 1998 aux Éditions du Rouergue, a dû jouer la carte de la provocation pour être repérée des prescripteurs et pour faire bouger dans les chroniques. Avec *Cité nique-le ciel* de Guillaume Guéraud comme premier titre publié en 1998, « doado » s'affirme comme une collection pour adolescents et jeunes adultes, affranchie de la loi de 1949 sur les publications destinées à la jeunesse, elle s'éloigne du monde scolaire. Mais c'est surtout en 2006, lorsque Guillaume Guéraud publie *Je mourrai pas gibier* que Le Rouergue lance l'offensive. Le roman¹ est jugé violent, manichéen, on lui reproche d'avoir une langue crue, très

1 *Je mourrai pas gibier* raconte comment le jeune Martial abat cinq personnes lors du mariage de son frère et en blesse gravement deux autres. Il ne parvient pas à se suicider car il ne lui reste pas assez de cartouches.

orale. Le roman dépasse effectivement les contraintes habituelles de la littérature jeunesse. Décrit par les uns, encensé par les autres, le roman a finalement fait beaucoup de bruit dans la critique et recevra le prix Sorcière 2007. Aujourd'hui, la collection « doado » est largement appréciée par les professionnels en contact avec les adolescents, car ils reconnaissent que les Éditions du Rouergue ont su entre autre développer et manier habilement le « roman miroir », cette nouvelle forme d'écrit qui aborde les problématiques adolescentes sous un angle social.

2006 est aussi l'année où Tibo Bérard crée « eXprim' » chez Sarbacane. Visant un public un peu plus âgé (à partir de 14-15 ans), cette collection s'est, dès le début, heurtée à la prescription : « On a eu des déboires avec *Citrouille*, on s'est un peu battu autour d'un bouquin *Je reviens de mourir* d'Antoine Dole. Le bouquin avait fait polémique, c'était au début de la collection et quand *Citrouille* nous chroniquait c'était toujours en disant « attention, roman violent, à ne pas mettre entre toutes les mains », c'était agaçant comme ton¹ ». Il faut dire que la collection « eXprim' » ne ressemblait à rien de ce qu'on avait pu connaître jusque là puisque son éditeur l'a voulue « *ancrée dans le réel, musicale, urbaine mais inscrite dans une vraie fiction*² ». Également affranchie de la loi de 1949 sur les publications destinées à la jeunesse, « eXprim' » s'adresse avant tout à « une jeunesse d'esprit », ses romans peuvent tout aussi bien être lus à 15 ans, comme à 25 ou à 35.

Si d'autres collections se sont confrontées à la prescription, c'est davantage autour d'un titre en particulier que de l'esprit même de la collection. Néanmoins, tous ces « combats » contre une prescription bien pensante et figée ont montré que, si les éditeurs souhaitaient combler un manque sur le marché éditorial en répondant aux attentes présumées des adolescents, les prescripteurs étaient également à l'écoute de ces nouveaux besoins et pour la plupart d'entre eux, prêts à défendre des publications moins conformistes.

À l'opposé, on observe des éditeurs qui, forts de leur expérience dans le secteur adulte, élaborent des stratégies de *mass market* et se passent allègrement de la prescription traditionnelle. C'est le cas de « Pocket Jeunesse » qui se positionne en premier dans une lecture de plaisir, affranchie de toutes notions ou valeurs scolaires, de « Black Moon » créée en 2008 chez Hachette après le succès de *Twilight* et qui surfe depuis sur cette vague de *bit lit*, ou encore de « Wiz » lancée en 2002 par Albin Michel avant « Bliss » en 2009.

On observe pour ces collections des phénomènes assez semblables : elles sont plutôt boudées par les prescripteurs traditionnels, particulièrement par les bibliothécaires et les professeurs. Les médias eux, ne peuvent parfois pas faire l'impasse sur certains titres. Ce sont en tous cas des collections qui bénéficient souvent de la publicité. Enfin, ce sont des collections

1 Annexe 1 : Entretien avec Tibo Bérard.

2 Tibo Bérard In Sandra Painbéni, « Les collections « jeunes adultes » un véritable segment de marché, et non une fantaisie d'éditeurs », *Lecture Jeune*, mars 2011, n°137.

qui sont largement présentes en librairie (même si les libraires ne les défendent pas vraiment), et plus encore dans les grandes surfaces culturelles. Même si elles font plus rarement partie du fonds, elles occupent une place considérable dans les lieux de vente grâce aux nouveautés. Finalement, cette place qui leur est dévolue (et la publicité qu'elles s'offrent) leur permet de se passer de la prescription traditionnelle puisqu'elles sont finalement très visibles.

Aujourd'hui il existe donc de nombreuses collections destinées aux adolescents, on en compte une vingtaine, plus encore si on prend en compte les déclinaisons (comme « doado noir » et « eXprim' noir » par exemple). Elles émanent presque toutes de maisons spécialisées jeunesse ou du département jeunesse d'une maison générale (par exemple « Roman ado » chez Actes Sud Junior). Preuve de l'essor du roman adolescent, trois collections de poche ont vu le jour : « Pocket Jeunes Adultes » chez Pocket Jeunesse en 2003 (Pocket Jeunesse édite également du roman ado en grands formats), « Babel J » chez Actes Sud Junior en 2006 (celle-ci n'a cependant pas de nouvelles publications depuis 2009) et « Pôles Fiction » chez Gallimard Jeunesse en 2010. Ces trois collections rééditent donc des succès parus en grands formats en littérature générale et/ou en jeunesse selon les collections.

Dans ces collections plus ou moins directement estampillées « ado », seuls le Rouergue, Sarbacane, Fleuve Noir et Intervista ont fait le choix de libérer leur collection de la loi de 1949 sur les publications destinées à la jeunesse. Pour beaucoup de professionnels, le fait de ne pas mentionner cette loi sur les publications indique qu'elles ne se destinent pas à l'enfant mais à ceux qu'on nomme les « jeunes adultes ».

Si en Grande-Bretagne le terme de « jeune adulte » regroupe grossièrement les adolescents à partir de 13 ans, il est d'usage en France de ne parler de « jeune adulte » qu'à partir de 15 ou 16 ans et jusqu'à environ 25 ans. Là encore, on se retrouve face à un problème de définition et de délimitation, tous les professionnels n'étant pas d'accord sur l'âge du jeune adulte. Une chose est sûre, les éditeurs de livres jeunesse ont tenté de créer des collections destinées à un public plus âgé que celui qui leur est habituel (et qui va traditionnellement jusqu'à 12 ans), cette tranche de la population qui consomme le moins de livre. Savoir ensuite s'il s'agit d'une collection ado ou jeune adulte est plus délicat et sans doute il n'est pas nécessaire de devoir classer à l'extrême la production.

C. Les instances de prescriptions traditionnelles

1. La presse

Si les adolescents lisent peu de presse quotidienne, deux études nationales réalisées en 2006 montrent qu'ils sont friands de presse magazine. Les deux enquêtes, l'une effectuée par TMS Média Intelligence sur un échantillon de 7000 enfants de 2 à 18 ans et l'autre réalisée pour le compte de l'Association des éditeurs de presse magazine (l'AEPM) sur un échantillon de 20 000 Français de 15 ans et plus, sont relatées par Jean-François Barbier-Bouvet qui s'est particulièrement penché sur les résultats concernant les lecteurs les plus âgés de la première (les 12-18 ans) et les plus jeunes de la seconde (les 15-18 ans)¹.

L'analyse des titres de presse les plus lus par les 12-14 ans² fait apparaître des tendances marquantes. La première place revient à *Fan 2*, un magazine *people* sur l'univers musical (rappelons que la musique est le loisir préféré des adolescents). D'autres magazine *people* sont également en très bonne place (*Star Club*, *Star'Ac mag*).

Dès la deuxième place, nous voyons apparaître un titre dit « éducatif » : *Sciences et Vie junior*. Les autres titres de ce secteur sont moins bien placés avec *J'aime lire* en 9^e position, suivis de près par *Okapi* en 11^e position puis par *Mon Quotidien* en 12^e, *Géo Ado* en 14^e et enfin *I love English* en 17^e position. Ces titres sont globalement plus chers que les magazines *people* et cela peut jouer sur leur consommation auprès des jeunes. Mais cela ne peut être le seul facteur de cette situation car ce sont le plus souvent les parents qui achètent ce genre de presse à leurs enfants, contrairement à la presse distractive.

Enfin, *Picsou magazine* suivi par *Le journal de Mickey* occupent le haut du podium (3^e et 4^e position). Ceci nous montre un curieux mélange à la fois de projection vers le monde des adultes (avec la lecture de la presse *people*) et de prolongement de l'enfance avec ces deux derniers titres.

Analysons maintenant les préférences en lecture de presse des 15-18 ans³. Cette fois au contraire, c'est un titre « éducatif » que nous découvrons en premier place : *Phosphore*. On peut avancer l'hypothèse que sa lecture est démultipliée par sa large présence en CDI. Mais sa position dénote en tout cas une tendance de recul des titres *people* que la suite du classement confirme : il faut attendre la 5^e position pour voir apparaître *One*, suivi de très près par *Fan 2*,

1 Jean-François Barbier-Bouvet, « Presse magazine et adolescents », *Lecture Jeune*, mars 2007, n°121.

2 Annexe 3 : Presse magazine et adolescents, Tableau 1 : Les lectures des 12-14 ans.

3 Annexe 3 : Presse magazine et adolescents, Tableau 2 : Les lectures des 15-18 ans en presse jeunesse

Série Mag puis par *Star Club*. Par contre, on voit apparaître un certain nombre de féminins ado qui n'étaient pas du tout lus par les plus jeunes (sauf *Jeune et Jolie* qui était 20^e) et qui obtiennent chez les plus grands des places de choix : *Girls !* en 2^e, *Jeune et Jolie* en 3^e et *Vingt Ans* en 9^e position.

Comme on pourrait s'en douter, les 15-18 ans lisent également de la presse adulte¹ et c'est d'ailleurs là qu'on retrouve la presse *people* en forte position : *Choc* et *Entrevue* se partagent le podium. Mais certains ne classent plus ces titres dans la presse *people* mais dans la presse à scandale ou encore presse « trash ». Autre différence avec la presse *people*, elle est cette fois plus largement lue par les lecteurs masculins alors que la presse *people* est préférée par les filles. Les titres plus féminins arrivent en 8^e (*Voici*) et 9^e position (*Public*). Les garçons sont de toutes façons plus largement représentés dans la presse adulte (alors que les filles l'étaient dans la presse jeunesse) : nous les retrouvons dans les titres consacrés aux jeux vidéo (*Jeux Vidéo Magazine*, *PC Jeux*), les magazines de sport (*l'Équipe magazine*, *Onze Mondial*) et les magazines d'automobiles et de tuning (*Super GTI Magazine*, *ADDX*) ce qui semble bien étonnant puisque les lecteurs n'ont pas encore leur permis de conduire. Ceci nous confirme la projection des adolescents vers l'âge adulte.

Les magazines de cinéma sont curieusement les grands absents de ce classement, seul *Ciné Live* figure en 14^e position, alors que les adolescents portent un intérêt majeur au cinéma.

C'est deux enquêtes nous montrent combien la lecture des adolescents en presse magazine est riche et diversifiée. Si les achats sont plus rares, la circulation de mains en mains est intense, la presse magazine étant un vecteur de sociabilité important pour cette génération. Bien entendu, tous les titres ici évoqués ne sont pas prescripteurs de livre. D'autant plus que peu d'entre eux y accordent une place. Mais s'ils ne sont pas prescripteurs, les connaître est primordial pour les différents professionnels du secteur : ils pourraient être utilisés dans un travail de médiation ou de prescription : leur présence en bibliothèque pourrait être attractive pour les jeunes et ils pourraient être sollicités par les éditeurs et attachées de presse à l'occasion de la sortie de certain titre. Par exemple, *Dans la voiture de Johnny* aux éditions du Rouergue aurait peut être pu être chroniqué dans un magazine d'automobile où il aurait plus d'occasions de trouver son public.

La presse spécialisée et prescriptrice

À présent, nous nous focaliserons uniquement sur les titres prescripteurs de livres c'est à dire ceux qui chroniquent régulièrement des livres.

1 Annexe 3 : Presse magazine et adolescents, Tableau 3 : Les lectures des 15-18 ans en presse adulte

- Phosphore

Comme l'annonce la *base line* du magazine « vos années lycées », *Phosphore*, édité par le groupe Bayard, s'adresse exclusivement aux lycéens mais touche également les élèves de la fin du collège et les jeunes étudiants. *Phosphore* se veut historiquement un conseiller d'orientation : il donne les clés pour réussir le lycée et pour bien choisir son orientation en proposant des dossiers sur les différentes filières et les divers corps de métier. Mais *Phosphore* n'est pas seulement un magazine pratique puisqu'il aborde également l'actualité, la culture et la psychologie. *Phosphore* s'adresse aux adolescents et aborde donc tous les problèmes qui peuvent les toucher et toutes les thématiques qui peuvent éveiller leur intérêt. *Phosphore* a pour ambition d'encourager l'ouverture d'esprit des jeunes, que ce soit par le biais de l'orientation, de la culture ou celui des loisirs, *Phosphore* défend la mixité, la tolérance et l'ouverture d'esprit. La rubrique « c'est dans l'air » présente sur une double page un condensé de l'actualité de la culture. Elle propose à ses lecteurs de la musique, de la lecture (BDs et romans), des films (DVD, films en salle et répliques de film), des séries et enfin, des jeux vidéos. Il y en a pour tous les goûts, les genres présentés sont éclectiques et on y défend là encore la diversité et l'ouverture des points de vues. Les lectures proposées ne sont pas estampillées jeunesse car, si parfois des titres ados ou des BDs jeunesse sont chroniqués, les journalistes piochent plutôt dans la production adulte.

Dans *Phosphore*, la place donnée à la publicité de livres est plus importante que celle accordée à la critique de littérature. En effet deux à trois encarts (demie-page ou page pleine) sont présents dans chaque numéro. Là par contre, nous trouverons exclusivement des titres de la littérature ado issus des plus grandes collections.

- Okapi

Le groupe Bayard édite également *Okapi* qui s'adresse à la tranche d'âge juste en dessous de celle visée par *Phosphore* : la cible est explicitement mentionnée sur la couverture du magazine : « 100% ados » et « 10-15 ». Contrairement à *Phosphore* qui touche essentiellement les filles, *Okapi* parvient à une mixité parfaite avec 49% de lecteurs garçons, 51 % de filles. La construction est assez similaire de celle de *Phosphore*, c'est dans la rubrique « nos pages perso » qu'*Okapi* aborde les produits culturels en chroniquant une sélection de films, jeux vidéos, musiques et livres. Les chroniques de livres sont le plus souvent celles des livres « coup de cœur » choisi par *Je Bouquine*, autre publication Bayard, qui s'adresse également à la même tranche d'âge de lecteurs.

- Je bouquine

Je Bouquine est le titre le plus prescripteur de livres. S'adressant aux préadolescents et adolescents, *Je Bouquine* touche plus massivement les filles (70 %) que les garçons (30 %).

Je Bouquine défend l'idée que « tous les goûts sont dans la lecture », autrement dit que chacun peut trouver son compte parmi la diversité de lecture proposée en livres. Les ingrédients qui composent ce magazine sont un roman inédit d'un auteur reconnu de la littérature jeunesse, un dossier littéraire sur une œuvre classique, des bandes dessinées, de l'actualité et des pages entièrement consacrées aux lecteurs (courriers, portraits, etc.). *Je Bouquine* s'adresse donc clairement aux gros lecteurs puisqu'en plus de chroniquer de nombreux titres, le contenu est également très littéraire. Dans le dossier littéraire, *Je Bouquine* avait pour habitude de proposer une adaptation BD d'un roman de fort capital symbolique et issu de la littérature générale. Loin de l'actualité littéraire, ces adaptations ne s'embarrassaient pas des genres et des niveaux de lectures, ainsi la sélection était très variée et extrêmement ouverte. Cette façon de croiser les genres pour faire connaître un « chef d'œuvre » de la littérature étaient très appréciée autant par les professionnels que par les lecteurs. En effet, pour ces adaptations, *Je Bouquine* faisait appel à des grands noms de la bande dessinée. Du même coup, le jeune lecteur découvrait un auteur de référence et son œuvre ainsi qu'un dessinateur contemporain. Le mélange des genres ne s'arrêtait pas là puisque le lecteur abonné était invité à télécharger et à écouter la version audio du livre. Malheureusement, depuis le changement de formule survenue en mai 2012, le dossier littéraire a changé de forme et cette adaptation BD a disparu. Le dossier présente toujours une œuvre de référence et son auteur mais sous forme plus classique avec extraits, critiques, anecdotes, etc. La bande dessinée n'a cependant pas disparue des pages de *Je Bouquine* où elle apparaît sous un intérêt tout autre : il s'agit en effet d'extraits de BD déjà publiée, extraits laissés en suspens afin d'inviter le lecteur à se procurer la BD s'il souhaite continuer la lecture. Cette nouvelle rubrique BD est doublement prescriptrice : d'une part, elle fait découvrir aux lecteurs un début d'intrigue en suscitant l'envie d'en lire la suite, d'autre part, elle fait écho à l'actualité de la BD en choisissant une série dont un nouveau tome sort en librairie le même mois.

Distribué à près de 50 000 exemplaires chaque mois, *Je Bouquine* est très présent dans les CDI et les bibliothèques, il touche ainsi plus de 500 000 lecteurs. *Je Bouquine* organise de plus chaque année un concours d'écriture qui est particulièrement suivi dans le milieu scolaire.

Avec tous ces points forts, *Je Bouquine* est le petit préféré de la prescription et des professionnels, son discours à la fois promotionnel et éducatif fait de lui un support bien suivi et influent.

- Muze

Petit dernier du groupe Bayard, *Muze* est la « revue trimestrielle de la culture au féminin », conçue pour les adolescentes à partir de 16 ans. *Muze* a beaucoup évolué depuis sa création et se présente aujourd'hui comme une grosse revue qui propose trimestriellement quatre

gros dossiers et un atelier d'écriture. Les dossiers abordent l'actualité, l'art, les tendances, la psychologie, le monde, etc. Il n'y a pas de chroniques de livres à proprement parlé mais chaque dossier propose environ une dizaine de titres en rapport avec le thème abordé. *Muze* ne suit donc pas l'actualité littéraire même s'il lui arrive de faire des rencontres avec des auteurs ou des éditeurs à l'occasion de la sortie d'une de leurs nouveautés. Les livres proposés en parallèle des dossiers sont le plus souvent des romans et les critères retenus ne sont en aucun cas leur date de parution (certains titres ont plus de 20 ans) mais bien l'écho qu'ils font avec le dossier et leur angle d'approche. Cependant *Muze* ne chronique jamais de littérature jeunesse ou adolescente, sa sélection se fait uniquement dans la littérature générale.

- Le Monde des ados

Créé à l'initiative du *Monde*, *Le Monde des ados* a aujourd'hui une ligne éditoriale indépendante et est publié par Fleurus presse. Il paraît bimensuellement et touche essentiellement les ados de 10 à 15 ans. *Le Monde des ados* applique, comme *Phosphore* et *Okapi*, la formule qui marche : créer l'équilibre entre la découverte d'autres cultures et l'approfondissement de celle des adolescents. Pour résumer la ligne éditoriale de son magazine, la pigiste culturelle Charline Coeuillas cite sa responsable : « *Tu as toujours en tête l'idée de donner des réponses à leur quotidien, de leur fournir un bagage culturel pour comprendre l'actualité et le monde qui les entourent*¹ », le magazine accorde une grande place aux lecteurs et à ses loisirs (dans les pages courriers, culture, tendance, etc.) mais a comme souci majeur d'apporter un contenu éducatif et ludique : on retrouve ainsi à chaque numéro un petit documentaire de Fred et Jamy, les célèbres animateurs de l'émission « C'est pas Sorcier », mais aussi des reportages photo réalisés à travers le monde, l'actualité, quant à elle, aborde tous les thèmes et est traitée en image. Les livres chroniqués sont, pour la plupart, issus de la littérature ado, mais pas seulement. *Le Monde des ados* défend vraiment une vision élargie et les livres sélectionnés sont donc diversifiés : on trouve autant de grosses maisons que de plus petites, autant de fantasy que de thriller ou de roman miroir, etc.

La presse pour adultes

S'il est rare de voir des chroniques de livres pour ado dans les pages des magazines destinés aux 16-20 ans, leur présence est quasiment inexistante dans les médias pour adultes. Pour l'ensemble de la profession, il est évident que la presse généraliste voue au secteur ado et plus généralement à l'édition jeunesse un réel mépris : « *Il n'y a pas du tout de volonté de la part des journalistes qui travaillent sur la littérature adulte de s'attaquer au roman ado. Pour*

1 Annexe 1 : Entretien avec Charline Coeuillas.

eux, c'est de la sous-littérature¹. » Adèle Leproux, attachée de presse jeunesse aux Éditions du Rouergue déplore en effet le manque d'intérêt pour cette production ado et remarque qu'il n'y a qu'à l'approche du salon de Montreuil que les journalistes acceptent de lui accorder un peu de place. C'est d'ailleurs à la veille du salon de Montreuil que François Busnel avait affiché son vif mépris pour la production jeunesse dans un article paru dans L'Express². Pour lui, le secteur jeunesse ne serait qu'une « *invention marketing destinée à écouler une production souvent mièvre et à soutenir des maisons en mal de chiffre d'affaires*³ » et il va jusqu'à remettre en cause l'existence d'une littérature jeunesse en la nommant affublée de guillemets empreints d'ironie. À l'écouter, seuls les grands Jules Verne, Alexandre Dumas, Robert Louis Stevenson et autre Balzac et Stendhal ont la faculté d'aiguiser la curiosité et de faire vivre le rêve chez nos jeunes lecteurs. Un tel article a bien sûr déclenché une vive polémique au sein de la profession mais a surtout véritablement fait tomber le masque des journalistes chroniqueurs de littérature adulte puisque François Busnel a été en fait le premier à exprimer ce que les chroniqueurs des grands médias ressentent. Sylvie Gracia, aux Éditions du Rouergue, reconnaît : « *il y a une grosse partie de la production qui n'est pas bonne, ça brouille l'image. La littérature ado peut être perçue comme un produit bas de gamme, où les auteurs écriraient vite fait un texte sur commande*⁴ », les professionnels reconnaissent en effet aisément que toute la production n'est pas bonne à chroniquer mais Alain Serres, le directeur des éditions Rue du Monde s'insurge dans une lettre ouverte écrite à la suite cette polémique : « *il existe bien moins de production mièvre ou à objectif strictement commercial dans le livre de jeunesse que dans le livre adulte ! (...) Bien sûr qu'il en existe [des livres niais] et des particulièrement affligeants (...) mais quelle étrange idée de limiter son regard à ces produits bêtifiants qui ne relève en rien de la littérature, se privant, du même coup, de la fabuleuse forêt de découvertes littéraires qui, dans notre pays, est offerte aux pas aventureux des enfants !*⁵ » Pour Alain Serres, si le journaliste est capable de faire le tri dans la littérature générale pour en distinguer ce qui lui plaît, il doit en faire de même pour la littérature jeunesse plutôt que de se mettre des œillères et de faire comme si tout était « à mettre dans le même panier ».

Cependant, les places dans les colonnes des pages « cultures » des journaux et magazines pour adultes sont trop rares pour que les journalistes se permettent d'y citer un livre pour ado qu'ils aimeraient critiquer. De ce fait, dans les rares occasions où la presse pour adulte

1 Annexe 1 : Entretien avec Sylvie Gracia et Adèle Leproux.

2 François Busnel, « Lisez jeunesse », *L'Express*, 24 novembre 2010.

3 *Loc. Cit.*

4 Annexe 1 : Entretien avec Sylvie Gracia et Adèle Leproux.

5 Alain Serres, *Lettre ouverte aux critiques qui n'ont pas encore eu la chance de rencontrer un bon livre de jeunesse*, janvier 2011. http://www.ruedumonde.fr/images/stories/la_lettre_ouverte-3pages.pdf

s'intéresse à un livre pour ado, elle produit un article assez élogieux. La preuve avec un récent numéro de Elle¹, hebdomadaire féminin, qui chronique dans ses pages livres quatre titres issus de la littérature ado. L'article intitulé « Comment faire lire un ado ? En lui offrant quatre bouquins qui rendent heureux et sacrément curieux. » critique rapidement une sélection diversifiée et ouverte en s'adressant certes aux adultes et parents mais en prenant en comptes les goûts des ados.

Pour les professionnels de l'édition jeunesse, tant pour les éditeurs que pour les libraires, ce désintérêt total est comme une épine dans le pied et ils expriment le besoin d'une nouvelle considération de la part des grands médias : « *Les prescripteurs qui s'adressent aux parents pour conseiller de la littérature ado, à ma connaissance, c'est quasiment inexistant. (...) Il y a clairement un vide, et donc quelque chose à faire dans ce sens²* ».

2. Éducation nationale

Pour les adolescents, le centre de documentation et d'information (CDI) et les professeurs représentent une instance de prescription de premier ordre. L'institution scolaire donne naissance à la lecture régulée et prescrite auprès des collégiens et des lycéens, car à l'école, on doit être lecteur, la lecture est obligatoire.

Dans les salles de classe, les professeurs prescrivent les œuvres du programme, composé de littérature classique issues de siècles plus ou moins anciens et, depuis 1970, de littérature jeunesse (particulièrement présente au collège mais moins au lycée). En dehors des œuvres étudiées en classe, les professeurs conseillent également de nombreux titres de livres jugés adaptés à leurs élèves. D'après l'étude de Michel Schmitt³, leur influence grandit avec leurs élèves : il a comparé les titres lus par les collégiens et par les lycéens avec les titres conseillés par les professeurs et s'est aperçu qu'un livre conseillé par l'institution scolaire est souvent une œuvre d'un niveau légèrement supérieur à celui que recherche un lecteur pour une lecture plaisir. Ainsi un titre conseillé à un collégien aura des chances d'être lu quelques années plus tard, lorsque son niveau de lecture se sera amélioré et qu'il pourra lire ce livre sans effort.

La notion de « lecture plaisir » peut d'ailleurs sembler inexistante dans l'institution scolaire, ou, si les enseignants essaient de la faire pratiquer, elle n'est pas ressentie comme telle

1 Elle du 15 juin 2012. Article en Annexe 4.

2 Annexe 1 : Entretien avec Véronique Durand.

3 Michel Schmitt, *Fiction de la lecture : de la formation des goûts littéraires dans l'enseignement secondaire*, Thèse de doctorat, Université de Paris III, 1990.

par les élèves. En effet, selon la même étude de Michel Schmitt, les élèves¹ ne se reconnaissent pas dans les lectures imposées par l'institution scolaire, ils n'approuvent pas le choix fait par les professeurs. Ils acceptent pourtant de les lire et de s'y ennuyer car ils ont intégré la lecture comme vecteur de réussite, ils pensent que le but de leur lecture est d'en tirer des analyses justes et des discours scolaires qu'ils pourront utiliser lors d'un examen. Les livres issus du réseau institutionnel possèdent tous une connotation scolaire et même si l'élève peut parfois y trouver du plaisir, l'injonction scolaire souvent doublée par l'injonction parentale implique que l'élève n'associera pas cette lecture à ses loisirs mais à ses devoirs.

Néanmoins, la prescription scolaire reste ce qui forge notre bagage culturel et littéraire. L'école nous fait connaître les grands classiques de la littérature française et étrangère et nous apprend à comprendre, analyser et interpréter les textes. Le professeur de français est là pour participer à l'éducation littéraire de ses élèves. Si son action est paradoxale elle n'en reste pas moins nécessaire car on peut estimer que sans cette prescription obligatoire, certains adolescents pourraient abandonner définitivement la pratique de la lecture.

Les centres de documentation et d'information sont tout autant considérés comme une instance scolaire, peu importe les efforts des documentalistes pour les rendre attrayant et les faire coïncider avec ce qu'ils pensent être les attentes des élèves. Le CDI est également au service des professeurs, c'est un lieu qui doit soutenir les activités scolaires. Une des raisons pour lesquelles les adolescents ne fréquentent plus les bibliothèques viendraient d'ailleurs du fait que l'offre proposée au CDI correspond mieux aux attentes et besoins scolaires des élèves, qui y trouvent en effet tout le matériel, toute la documentation nécessaire aux travaux demandés par les professeurs². Les CDI offrent souvent en effet une bonne diversité de support : accès multimédia et support numérique, presse, fiction, documents audio-visuels, etc. Les adolescents peuvent donc s'y rendre, le plus souvent sur des créneaux prévus dans leur emploi du temps, pour y effectuer leur recherche et même, s'ils le souhaitent, lire les support de leur choix. Cela paraît effectivement moins contraignant que les visites en bibliothèques qui se font alors sur le temps imparti aux loisirs et où il faut s'inscrire et donc avoir une autorisation des parents, remplir des papiers, etc.

1 Étude concernant les élèves du collège et lycées, toutes filières de l'époque confondues. L'étude date certes quelque peu mais aucun constat contraire n'a depuis été fait.

2 Nicole Robine, « Les réseaux de lecture des adolescents », *Lecture jeune*, décembre 2005, n° 116.

3. Librairies et bibliothèques

Il n'est pas question ici de faire l'historique de la librairie ou de la bibliothèque, que nous connaissons déjà bien assez. Il est plutôt nécessaire d'étudier leur pouvoir en prescription et leur influence sur les lecteurs et non lecteurs ainsi que sur les adolescents en particulier.

En 1991, Caroline Rives disait déjà : « *L'adolescence représente toujours pour les bibliothèques un trou noir où disparaissaient des générations de lecteurs amoureuxment formés.*¹ » Cela montre combien la problématique des adolescents en bibliothèque est récurrente et persistante. Alors que la bibliothèque est pensée comme un espace de rencontre (rencontre entre une offre et un public), il est judicieux de se demander si l'offre aujourd'hui présentée au public adolescent lui correspond et si donc, la rencontre est possible.

En bibliothèque, la répartition traditionnelle de l'offre en section adulte et en section jeunesse, présente le problème récurrent en matière d'accueil du public adolescent : l'espace de la bibliothèque n'a pas été pensé spécifiquement pour l'adolescent. Comment l'adolescent doit-il aborder la bibliothèque ? Jusqu'à quand peut-il fréquenter la section jeunesse ? À quel âge a-t-il le droit d'accéder à la section adulte ? La plupart du temps, il n'existe en effet en bibliothèque aucun espace intermédiaire entre la fin de l'enfance et le passage à l'âge adulte. Les bibliothèques n'ont identifié aucune offre spécialement adressée au public adolescent, comme le témoigne l'absence de place qui leur est réservée.

Ces observations sont également vérifiées en librairie qui présente, elle aussi, tout comme la bibliothèque, un rayon jeunesse puis un rayon adulte. Nous avons des librairies spécialisées jeunesse, nous avons des librairies de littérature générale, mais nous n'avons pas de librairies spécialisée pour les adolescents. Pourtant, ces derniers ne se reconnaissent plus à leur place dans les librairies colorées et feutrées qui se consacrent à la jeunesse, pas plus qu'ils ne la trouvent dans les librairies sombres et bien rangées qui accueillent les adultes...

Aux yeux des adolescents, la bibliothèque est un lieu rattaché à la scolarisation, où il est possible d'aller pour faire ses devoirs scolaires. C'est en effet sur ces caractéristiques que les bibliothèques se sont constituées : un lieu de silence et d'étude. La bibliothèque proscrit tout ce qui pourrait en faire un lieu de vie : il est interdit de parler à voix haute, le téléphone doit être éteint pour respecter le calme, il est interdit de manger, de courir, etc. C'est donc aux antipodes des pratiques de l'adolescent qui vit une période où il a besoin de provoquer les interactions sociales et où il n'aime pas se soumettre aux contraintes. Paradoxalement, le public adolescent est très attendu en bibliothèque où l'on déplore sa baisse de fréquentation, et en même temps craint par les bibliothécaires qui ne savent pas comment accueillir et faire évoluer

1 Caroline Rives, « Les bibliothèques pour enfants en 1991 », *Interligne*, 2^e semestre 1991, n°24.

dans cet univers, ces jeunes gens qu'ils ne comprennent pas toujours et dont ils ne saisissent pas bien les aspirations.

Selon Nassira Hedjerassi, la bibliothèque aurait comme tare supplémentaire d'être connotée comme féminine¹ : « *la distance qui sépare les personnes dans les bibliothèques est générationnelle ; elle est sociale dans certains endroits, et enfin, elle est d'ordre sexuée. (...) Cette distance brouille la lecture que les un(e)s et les autres peuvent faire réciproquement de leurs comportements. (...) Dans la mesure où les bibliothèques sont connotées comme féminines, les garçons, en particulier dans les quartiers populaires, vont avoir tendance à dénigrer l'offre qui est proposée.* »

Les adolescents étant très soucieux de l'image qu'ils renvoient, ils craignent que la fréquentation de la bibliothèque leur donne mauvaise réputation : peur de passer pour un « in-tello » qui va faire ses devoirs à la bibliothèque, pour un « bouffon » qui respecte les règles astreignantes en vigueur dans les lieux, pour une « fillette » si les garçons se mettent à lire, etc.

La bibliothèque et la librairie restent prescriptrices dans le sens où les parents les fréquentent pour trouver des lectures à leurs enfants. Elles sont toutes deux force de propositions et de conseils auprès de ce public d'adulte mais elles doivent désormais évoluer pour prendre en compte ce nouveau public qui s'éloigne aujourd'hui dangereusement.

4. Les pairs

De nombreuses études montrent que la socialisation est le mode de prescription favori des adolescents. En effet, le partage affectif, les discussions entre amis, constituent une source d'alimentation en livre très importante². Cela s'explique de deux manières. Premièrement, la socialisation est l'activité préférée des adolescents : retrouver des amis du même âge est l'occupation la plus fréquente après l'écoute de la musique³ et plus de 70 % de échanges des adolescents (téléphone, SMS, mails, téléchargements) sont destinés à leurs amis. En ce sens la lecture, activité a priori solitaire, s'inscrit dans le mode de vie de l'adolescent. Le prêt ou l'échange d'un livre à un ami motive une visite, devient le prétexte à une rencontre, les retours de lecture font l'objet de conversations dans de petits groupes d'amis et sur Internet.

Deuxièmement, l'avis des pairs est entendu avec beaucoup plus de confiance que celui des adultes. Pour un adolescent, écouter le conseil d'un pair est bien moins risqué, le livre

1 Nassira Hedjerassi « L'accueil des publics adolescents dans les bibliothèques », *Lecture Jeune*, mars 2008, n°125.

2 *Op. Cit.* Nicole Robine.

3 Dominique Pasquier, *Culture lycéennes : la tyrannie de la majorité*, Autrement, Paris, 2005.

conseillé doit bien être accessible puisque le copain l'a déjà lu et apprécié, l'adolescent peut se fier au goût de lecture de ses amis. La lecture se double alors d'un partage intellectuel mais aussi affectif avec le prêteur ou le conseillé. De plus, les produits culturels étant, avec les activités sportives et les manières de s'habiller, un des principaux leviers de la recherche identitaire et de l'affirmation de son appartenance à telle ou telle « tribu » qui constituent le monde adolescent, la lecture devient elle aussi un facteur de distinction. Apparaissent dès lors des titres ou des séries à lire ou à ne pas lire pour être intégré, pour affirmer son identité de jeune et/ou marquer son indépendance avec le « monde des adultes ». Ainsi, Dominique Pasquier affirme que « *de même que la fréquentation régulière des œuvres de la culture légitime participe à la distinction sociale ; ne pas partager les mêmes références ou préférences que ses pairs peut conduire à se sentir « vieux » ou à apparaître comme tel à leurs yeux*¹ ». Ainsi, la lecture peut être un facteur d'intégration ou au contraire d'exclusion et cela explique que les adolescents soient particulièrement à l'écoute de leurs pairs, afin de repérer les tendances à suivre et donc les livres et les auteurs à lire ou au moins à connaître pour pouvoir s'afficher comme « l'un des leurs ».

5. Réseaux sociaux et blogosphère

Même si c'est un phénomène relativement émergent, la prescription faite sur Internet via les sites communautaires et les réseaux sociaux doit être signalée. Il existe sur la toile plusieurs centaines de blogs littéraires francophones, certains devenant de véritables stars et d'autres restant plus anonymes.

Les éditeurs ont très vite compris l'intérêt des blogs et se sont dès lors mis à considérer les blogueurs comme de véritables critiques de livre : « *Lorsqu'on tape sur un moteur de recherche le titre d'un de nos romans récemment parus, il n'est pas rare de trouver pour les vingt premières citations presque uniquement des blogs littéraires. C'est encore plus vrai pour les livres jeunesse, (...) autour desquels s'est créé un maillage très important de blog, tenus par des amateurs, des libraires, des spécialistes de la littérature jeunesse... ou même des journalistes professionnels qui trouvent là, en marge de leurs articles, un espace ouvert.(...) En fait, cette chaîne de lecteurs (...) est devenue une sorte de « bouche à oreille » numérique, dans ces temps où l'on se croise de moins en moins dans les librairies et de plus en plus sur les réseaux.*² ». Les blogueurs les plus influents reçoivent donc, tout comme les organes de presse, les nouveautés des maisons en service de presse. Il serait risqué d'établir ici une liste des blogueurs les plus repérés par les éditeurs car pour dire vrai, les éditeurs s'intéressent non seulement à l'influence d'un blog mais aussi (et comme ils le font pour les médias traditionnels) à son attrait pour les livres

1 Loc. Cit.

2 Adèle Leproux, « Un bouche à oreille numérique », *Tire Lignes*, avril 2012, n°9.

proposés. Ainsi, chaque éditeur s'est construit son propre réseau de blogueurs avec qui il travaillera plus ou moins étroitement.

Même si repérer les blogs les plus influents se fait surtout avec le temps, il existe des outils permettant de se faire très rapidement une idée sur l'ensemble de la blogosphère. Depuis 2006, le site Ebuzzing Labs (anciennement Wikio)¹ édite un classement des blogs qu'il base sur un algorithme prenant en considération tous les partages de contenu faits *via* les blogs et les réseaux sociaux. Plus simplement, Ebuzzing Labs observe la taille de la communauté acquise par un blog et plus celle-ci est importante et active, plus le blog est jugé influent. Les classements sont catégorisés selon le genre des blogs et à ce jour, Ebuzzing Labs revendique 2 millions de sources qui sont analysées.

Il semble que la blogosphère soit cependant un espace relativement fermé puisque de manière générale, les lecteurs des blogs sont des blogueurs eux-mêmes : « *Mes lecteurs sont essentiellement d'autres blogueurs littéraires, la blogosphère étant assez fermée : finalement, on écrit pour des gens comme nous, qui ont les mêmes centres d'intérêt*² » Les articles écrits sur un livre encouragent d'autres lecteurs blogueurs à lire le livre et à le critiquer. Ce « cercle vertueux » de prescription doit pouvoir toucher un public plus direct puisqu'il offre de toute façon une grande puissance en visibilité.

Le risque lié à cette nouvelle prise en compte des blogueurs comme prescripteur est de voir le blog se transformer en « fourre-tout » où le blogueur n'opère plus réellement de sélection mais chronique systématiquement les livres envoyés par les éditeurs. On peut même se demander si les critiques sont toujours bien construites ou si elles se résument à des copier-coller des argumentaires envoyés par les éditeurs. De « en lien » à « au service » des professionnels, la frontière est mince... Au service marketing de Hachette Jeunesse, Antoinette Rouverand évoque le risque contraire. : « *Les blogueurs ont un véritable poids de prescripteur sur le Net et parfois certains prennent la grosse tête... Il y a des risques à travailler avec eux. Celui de recevoir une mauvaise critique est incontrôlable, ils prônent la liberté d'expression mais parfois c'est juste de la méchanceté gratuite. (...) Ils pensent avoir le pouvoir, la célébrité, alors qu'ils n'ont que 18 ou 20 ans ! Ils arrivent à être blasés de recevoir des dizaines de livres gratuits par semaine.*³».

Si le lien entre éditeurs et blogueurs doit perdurer, il faut qu'ils deviennent plus professionnel, chacun doit se montrer fiable et conscient de l'impact de l'un et l'autre.

1 <http://www.ebuzzing.fr>

2 Annexe 1 : Entretien avec Aurélie Piette.

3 Antoinette Rouverand In Anne Clerc, « Les éditeurs jeunesse et les réseaux sociaux », *Lecture Jeune*, mars 2011, n° 137.

Il semble donc que le panorama de la prescription soit en train de muter. Les médias, qu'ils soient généralistes ou spécialisés jeunesse, ne parviennent plus suffisamment à convaincre le public, qui se tourne alors vers une prescription plus informelle dirigée par la blogosphère littéraire. Cela est finalement en adéquation avec les pratiques culturelles des adolescents dans lesquelles le numérique prend de plus en plus de place. Si les blogueurs ont incontestablement un nouveau rôle à jouer quant à la diffusion du roman ado, les partenaires professionnels des éditeurs, qui sont les libraires et les bibliothécaires, n'ont pas encore abandonné la partie. Les différents professionnels du livre ont maintenant conscience qu'il leur faut prendre en compte les attentes et les caractéristiques du public adolescent plutôt que de vouloir lui imposer, par le biais de ses parents, une production qui ne lui ressemble pas.

II – En prescription, des difficultés à atteindre la cible

Le public adolescent est un public tellement volatile qu'il est difficile de le toucher directement. L'adolescent traverse une période où il souhaite s'affranchir des contraintes imposées par ceux qui représentent l'autorité mais pour autant, il n'est pas encore autonome, en tout cas pas d'un point de vue financier. Pour les éditeurs comme pour les prescripteurs traditionnels, l'enjeu est donc de savoir à quelle cible s'adresser, car aucun ne peut toucher simultanément adolescents lecteurs et parents acheteurs.

Étant donné que peu d'adolescents achètent des livres eux-mêmes, le filtre de l'adulte est constamment présent. Les éditeurs le savent, ils s'adressent donc à eux par l'intermédiaire des adultes, et donc pas aux lecteurs directement.

A. Les éditeurs communiquent pour pallier à l'éloignement de leur public

1. Communication avec les prescripteurs professionnels

Les prescripteurs constituent l'un des publics auxquels les éditeurs doivent penser dans leur stratégie de communication. Ils doivent choisir entre tenter de les séduire (comme le fait par exemple L'École des Loisirs ou de les contourner (ce qui est plus dans l'intention de Hachette Jeunesse). À travers les contenus, les indications ou non présentes sur les livres, les publicités et les outils promotionnels, les éditeurs communiquent avec les prescripteurs.

Au sein d'une maison d'édition, plusieurs services vont être en charge de travailler la communication avec les prescripteurs.

Le service commercial

Le travail du service commercial est multiple, et dans bien des maisons, certaines tâches sont parfois confondues avec celles du service presse. Par exemple, lors de l'organisation de prix ou de salons, le travail à faire avec les médiateurs ou les bibliothécaires peut être pris en charge par le responsable commercial ou par l'attachée de presse, cela dépend des organisations.

Les représentants constituent le principal lien d'une maison d'édition avec ses libraires. Sur le terrain, ils recueillent les avis et ressentis des libraires et sont chargés de faire remonter les informations au service commercial. Le libraire est un prescripteur particulièrement important car au delà du conseil que prodiguent également prix littéraires, journalistes ou bibliothécaires, le libraire va directement faire vendre le livre. Il est donc important pour un éditeur que le libraire ait repéré son livre même avant sa parution et c'est en cela que le travail du représentant est primordial. Généralement, un représentant prospecte en librairie entre 3 et 6 mois avant la parution du programme présenté, la plupart du temps le livre n'existe encore qu'à l'état de projet et parfois même le texte n'est pas abouti. Il faut pourtant donner le plus d'éléments possible aux représentants : la fiche technique est bien sûr l'élément indispensable (avec une couverture, une présentation du texte, les points forts du livre, les informations techniques) mais les libraires apprécient aussi d'avoir le texte en amont, sous forme d'épreuves ou de service de presse. Parfois, une note d'intention ou un dossier plus complet sur l'auteur et ses titres précédents peuvent être nécessaire à la prospection.

L'idée est que le libraire ai non seulement repéré le livre au milieu des programmes souvent conséquents mais qu'il se le soit également approprié de sorte que, dès la parution, le libraire soit apte à le défendre et à le vendre dans sa librairie.

Le service commercial produit également d'autres outils qui vont concourir à la visibilité d'un titre : les affiches, la PLV* et autres outils promotionnels. De même, les opérations commerciales sont autant de leviers que les éditeurs peuvent manier pour encourager les libraires à mieux défendre leur production.

Le service presse

L'attachée de presse est en lien avec les prescripteurs médias, c'est elle qui va se frayer une place dans les colonnes des magazines ou aux micros des radios. Elle dispose pour cela d'un carnet de contacts qui s'enrichit constamment à qui elle adresse les nouveautés accompagnées du communiqué de presse, document qui s'apparente à la fiche technique initialement donnée aux représentants pour leur prospection en librairie. Le communiqué de presse est donc le premier contact que les journalistes vont avoir avec le livre, il faut donc qu'il soit bien identifiable à la maison, clair et lisible d'un premier coup d'œil car les journalistes reçoivent réellement beaucoup de services de presse. Le communiqué de presse contient une présentation du livre, qui se veut suffisante et attrayante, le journaliste doit comprendre de quoi il retourne mais doit quand même avoir envie d'aller plus loin dans sa lecture et sa découverte. S'il y a lieu, le document rappelle les tomes précédents ou les anciens titres de l'auteur, il peut aussi présenter quelques extraits. Il convient aussi de présenter très distinctement toutes les informations techniques (ISBN, prix, pages, etc.) que le journaliste devra rappeler pour son article.

Les attachées de presse ont bien conscience que beaucoup de chroniques journalistes reprennent en grande partie le communiqué de presse, certaines sans produire forcément d'avis personnel. C'est pourquoi le texte de présentation du communiqué de presse doit être de bonne qualité mais neutre, il ne doit pas spécialement refléter le ton de la maison ou du livre car le journaliste va vouloir le reprendre pour son compte, si le style utilisé tranche trop avec celui du journaliste, il va devoir le retravailler et cela peut être un facteur décourageant.

2. Communication en direct avec le public

Nous l'avons vu, la place faite au livre pour adolescents dans les médias est minime. Les éditeurs recherchent donc des moyens de pallier à ce manque de visibilité. Outre la publicité, c'est Internet qu'ils ont choisi d'investir et d'utiliser comme un outil de promotion à part entière. Dans les grosses maisons, pas un lancement important ne se fait sans son site dédié ou

sa page Facebook. Loin de la prescription scolaire, loin de l'aspect élitiste de la librairie et de la bibliothèque, Internet a permis à la littérature ado de trouver son public.

Créer un site demande compétences et imagination mais aussi réactivité. Aujourd'hui, un site doit être constamment alimenté de nouvelles croustillantes sur les prochaines publications, sur l'auteur, etc. Il doit vraiment être au plus près des actualités et des tendances et fortement à l'écoute du public internaute, un public volatile et exigeant. Pour capter l'attention des internautes adolescents et pour ainsi dire les fidéliser, les éditeurs usent de maints procédés : exclusivités, jeux-concours, partenariats, avant-premières de films adaptés de romans, etc. Grâce à ce support et à ces outils, la littérature ado continue à faire le *buzz**.

Toutefois, tout comme la publicité, Internet reste un outil marketing difficilement abordable pour tous les éditeurs. Les petits et moyens éditeurs ont parfois déjà du mal à investir dans un site complet et dynamique, et voient donc d'un œil assez sombre ce développement intempestif qui se fait sur ces sites dédiés.

3. L'identité visuelle, entre communication et marketing

Afin de se construire une image adaptée et reconnue, les éditeurs de littérature ado n'ont pas seulement fait évoluer le contenu de leurs livres mais ont également procédé à des relooking de leur collection et de leur campagne de communication.

C'est ainsi qu'a commencé la course aux grands formats, il n'y a pas si longtemps. À vrai dire, c'est *Harry Potter* qui a prouvé que la littérature jeunesse pouvait prétendre au même grand format que la littérature générale. C'est donc à cette époque, que la plupart des éditeurs passent au grand format.

En 1998, Gallimard est le premier éditeur français à publier un roman jeunesse en grand format, ce n'est non pas *Harry Potter* mais *Les Royaumes du Nord* de Philip Pullman. Mais c'est véritablement après les millions d'exemplaires vendus de *Harry Potter* que les éditeurs prennent conscience que les adolescents n'ont pas peur de lire des « gros livres », qu'ils trouvent même ça plus confortable. De plus, ils se sentent sûrement valorisés d'avoir entre les mains un objet identique à celui utilisé par les adultes. En effet, le grand format montre aux adolescents que les livres qui leur sont destinés ne sont plus des livres pour enfants mais qu'ils sont proches de ceux des adultes.

En complément de ce passage en grand format, les éditeurs ont aussi compris que leurs couvertures avaient besoin d'évoluer. Illustrations, typographie, maquette, tout doit être retravaillé pour plaire aux jeunes lecteurs. Ainsi, Dominique Korach, ancienne directrice des

éditions Nathan Jeunesse, déclare pour un article de *Livres Hebdo* « *Nous allons revoir toute la ligne graphique, le logo, les maquettes et les formats de nos collections, car les codes visuels ont changé*¹ ». Ce témoignage est d'autant plus intéressant que Nathan s'est construit sur la prescription des enseignants et des parents, cela montre bien que personne ne peut se passer d'un contact plus concret avec son public. Les codes graphiques des couvertures de littérature ado sont très représentatifs de ce que recherchent les adolescents : ni trop vieux, ni trop jeunes, les livres doivent être à leur image. Il faut que l'objet livre soit attractif et c'est grâce à son format et à sa couverture qu'il le devient.

Jean Delas, le directeur général de l'École des Loisirs, déplore cependant cette « paille-tisation » des couvertures dans la production pour adolescent. Les couvertures de « Médium », souvent comparées à celle de la NRF, n'ont que très peu changée depuis leur création : blanc crème avec juste une petite image, elles sont le contraire du tape à l'œil. D'après lui, le relooking des couvertures et les opérations marketing en général sont dévalorisants pour le livre et la lecture et participe à un phénomène d'uniformisation du livre : « *Quand on parle de la mondialisation, on parle des méfaits des OGM, pas des méfaits d'Harry Potter. Ce que je mets en cause, ce n'est pas la qualité du livre, ce n'est pas le livre lui-même, c'est ce phénomène de hamburgerisation, ou de nikisation, ou de teeshirtisation ou de bluejeanisation... C'est-à-dire, un seul modèle*². »

À la question de la journaliste « *Comment voulez-vous que les enfants sachent aller vers vos bouteilles de Pétrus plutôt que vers le coca ?*³ » qui reprenait la métaphore utilisée par Jean Delas pour distinguer la bonne littérature de la littérature commerciale, il répond simplement : « *Ça s'appelle l'éducation. Les enfants sont quand même entourés d'adultes, de leurs parents, de leurs enseignants, d'éducateurs professionnels, de bibliothécaires*⁴ ». Si l'on se réfère donc à ce que dit Jean Delas, le plaisir ressenti à la lecture serait donc une histoire d'éducation et non de désir spontané. Pour comprendre la littérature, tout comme l'art d'ailleurs, il conviendrait donc d'éduquer les jeunes esprits et effectivement c'est le travail qu'on attend généralement de la part des médiateurs. Nous remarquerons cependant le lent relooking de la collection « Médium » qui commence à agrandir l'image pour lui faire prendre petit à petit tout l'espace de la couverture, au détriment de la jolie couleur crème. La preuve est donc faite que même les romans de bonne littérature ont parfois besoin d'adapter leur couverture, le premier visage qu'ils montrent au public, afin de séduire les jeunes lecteurs et pas uniquement

1 Dominique Korach In Claude Combet, « Jeunesse : optimisme de rigueur », *Livres Hebdo*, 19 novembre 2011, n°842.

2 Jean Delas In Claude Boulanger, « Rencontre avec Jean Delas », *Lecture Jeune* n° 103, Septembre 2002

3 *Loc. Cit.*

4 *Loc. Cit.*

leurs parents. Le Rouergue assume d'ailleurs totalement ce postulat, sa collection « doado » est bien défendue par les prescripteurs mais son éditrice Sylvie Gracia a ressenti le besoin de s'adresser directement aux lecteurs : « *on a fait un travail sur les couvertures pour capter directement les adolescents. On a le sentiment qu'aujourd'hui nos couvertures peuvent séduire les ados et pas uniquement leurs parents. On a fait un effort sur la maquette, sur le format, pour que si les ados nous trouvent en librairie, ils puissent nous choisir. C'est un effort de séduction par notre apparence extérieure.*¹ ». Nous constatons qu'aujourd'hui, les différentes collections semblent avant tout s'adresser intentionnellement et particulièrement aux adolescents : les couvertures mettent souvent en scène des adolescents ou des jeunes adultes et presque toutes utilisent la photographie.

B. Lorsque le lecteur n'est pas l'acheteur

Dans un entretien, l'éditrice de la collection « doado » aux Éditions du Rouergue déplore : « *Nos ouvrages sont lus surtout par les adultes et il est difficile d'atteindre directement les lecteurs adolescents car les médiateurs font parfois barrage et hésitent à mettre certains livres dans les mains des jeunes*² ». Apparaît ici un des nerfs de la guerre : si le roman ado n'atteint pas toujours son public c'est en partie parce que les prescripteurs peuvent le juger inadapté au public adolescent. Alors que les éditeurs et les auteurs s'adressent directement aux adolescents à travers les romans publiés, ce sont avant tout les prescripteurs adultes qui reçoivent le message.

Nous jetons un regard d'adulte sur le monde des enfants et des adolescents, il est impossible de faire autrement. Nous avons beau tenter de faire remonter des souvenirs pour se remémorer comment nous étions à l'âge adolescent, ce qui nous faisait rêver ou nous faisait courir, les impressions et images qui remontent à la surface sont toujours filtrées, réinterprétées par le travail de la mémoire, déformées par nos expériences accumulées depuis. Cela peut porter lieu à des mésententes et à des malentendus. En effet, les adultes n'ont, d'une part, pas les mêmes besoins ni envies que les adolescents (et se pose alors la question de leur légitimité à savoir ce qui peut plaire ou non à un jeune), d'autre part, à cause de leur expérience et de leur savoir, les adultes n'ont pas les mêmes ressentis que les adolescents, ils ne perçoivent pas les textes de la même manière : ce qui peut paraître émouvant pour l'un ne le sera peut être pas pour l'autre, ce qui pourrait, de l'avis d'un adulte, aider un jeune à se construire va peut être paraître niais et ennuyeux pour un adolescent, etc.

1 Annexe 1 : Entretien avec Sylvie Gracia et Adèle Leproux.

2 Sylvie Gracia In Anne Clerc, « Points de vue d'éditeurs », *Lecture Jeune*, décembre 2008, n° 128.

1. Des intérêts divergents

La prescription est effectivement à la fois un atout pour les éditeurs mais aussi un frein. Un atout puisqu'elle permet de relayer un message et de toucher tout de même ce public peu captif. Un frein puisque les intérêts des prescripteurs sont le plus souvent divergents de ceux des adolescents.

La différence entre les prescripteurs et les lecteurs adolescents vient du fait que les premiers recherchent avant tout un texte dans la littérature, et si possible un texte de qualité, lorsque les seconds se concentrent plus sur l'émotion et le plaisir procurés. Si les adolescents cherchent en effet dans leurs lectures un certain divertissement, les prescripteurs et plus particulièrement les enseignants et les bibliothécaires sont plus frileux quant au rapprochement des verbes lire et se divertir. Car se divertir en lisant amène souvent nos prescripteurs à ranger le livre dans le genre « populaire ». Rendre la littérature ado divertissante serait un risque de voir celle-ci reléguée au statut de littérature mineure et de perdre ainsi le capital symbolique si longuement attendu.

Le côté éducatif des anciennes collections pour adolescents n'est plus à la mode et il est vrai que les prescripteurs semblent fortement apprécier les collections plus modernes qui ont vu le jour. Mais ils boudent pourtant systématiquement les collections ados des grands éditeurs basées sur la production de masse qu'on retrouve le plus souvent dans le genre du fantastique.

Mais si les prescripteurs ont tendance à trouver trop « populaires » ces productions de masse, l'effet inverse se produit puisque les adolescents vont trouver trop « scolaire » un roman plébiscité par la prescription scolaire ou bibliothécaire. Pour les adolescents, la littérature est ainsi synonyme de contraintes et de devoirs. De ce fait, le divertissement qu'auraient pu apporter ces textes de qualité a été supprimé par le trop plein de prescription.

Ce problème paradoxal se pose tant du point de vu du contenu que de la communication qui est faite autour de la littérature ado. Concernant le contenu, les éditeurs sont unanimes, il faut que la littérature soit plus accessible. Cette idée a permis de voir fleurir des textes travaillant l'oralité, le langage spontané, comme par exemple la collection « D'une seule voix » chez Actes Sud Junior.

La littérature a aujourd'hui pour objectif de recruter des petits lecteurs, voire des jeunes qui ne lisent plus du tout. Pour les contenter, il faut éviter les caractéristiques des livres classiques comme les longues descriptions, la multiplicité des personnages, etc. mais favoriser au contraire les rebondissements. L'important est de capter rapidement le jeune lecteur et de ne plus lui laisser une chance de décrocher de l'histoire. Le concept du *page turner* est

omniprésent, parfois au détriment d'une écriture construite et aboutie. Les éditeurs ne veulent plus éduquer par la littérature mais bien capter avant tout. Le sacré graal étant bien sûr de parvenir à éditer un page turner qui ferait grandir l'adolescent, un savant mélange de divertissement et d'apport littéraire et linguistique. Après tout, *Harry Potter* n'a-t-il pas été traduit en latin ? En Grande Bretagne en effet, les aventures du petit sorcier ont leur place dans les classes d'enseignement du latin. Preuve est donc faite que le succès populaire d'un livre ne l'exclut pas forcément de l'école, puisque malgré la *bestsellerisation* de la série, celle-ci est devenue un véritable moyen d'intégration sociale qui peut être exploité dans le cadre scolaire.

Lorsque les prescripteurs cessent de regarder d'un mauvais œil la course effrénée des éditeurs à la recherche de *bestseller*, ils rendent à la littérature un formidable service, celui de redonner à la lecture sa dimension de pratique culturelle.

La littérature ado ne doit pas pour autant être considérée comme de la sous-littérature ou de la littérature simplifiée, Tibo Bérard, aux Éditions Sarbacane, défend au contraire une « *littérature nouvelle, qui s'empare du réel, de l'univers des jeunes d'aujourd'hui et le décrit avec leurs mots*¹ », une littérature qui serait donc en phase avec le monde et les tendances actuelles mais qui ne négligerait pas nos classiques : « *dans les livres que je publie, il y a le souci de proposer une double culture. Insa Sané connaît Victor Hugo par cœur ! Son roman, Sarcelles-Dakar est un excellent exemple de mélange entre slam et influence romantique.*² ». Prescripteurs, ados lecteurs et éditeurs pourraient donc se retrouver dans cette littérature où tout n'est pas qu'une histoire de thèmes et de rythme mais bien de langue. La littérature « urbaine » que défend Tibo Bérard joue sur le langage et utilise par exemple le verlan, le slam, le hip-hop, etc. mais c'est avant tout une recherche de sens et un amour des mots qui est en jeu. Finalement, elle encourage à aller voir plus loin, à découvrir plus et c'est en cela que la lecture plaisir doit elle aussi être prescrite.

2. Répondre à un besoin de médiation

Il y a environ cinq ans, le monde de l'édition jeunesse a été secoué par une polémique qui illustre bien les intérêts et goûts divergents des adolescents et des adultes face à la littérature jeunesse.

À l'occasion du salon de Montreuil de 2007, Marion Faure publie un article dans *Le Monde* qui déclenche une polémique qui durera plus d'un an. Dans « Un âge vraiment pas

1 Tibo Bérard In Jonathan Reymond, *Faut-il kiffer la littérature ado ?* Entretien avec Tibo Bérard, décembre 2011, bibliobs.nouvelobs.com.

2 *Loc. Cit.*

tendre¹ », Marion Faure interroge la noirceur présumée de la littérature ado et fait pleuvoir lettres ouvertes, articles et ouvrages ou encore émissions radiophoniques pour encenser ou fustiger son propos. Aux uns de crier à la démoralisation de notre jeunesse, aux autres de hurler à la censure... Comme pour jeter un peu d'huile sur le feu, Sarbacane publie quelques temps après dans sa collection « eXprim' » *Je reviens de mourir*² d'Antoine Dole et les débats repartent de plus belle.

Cette polémique sur les romans violents fait émerger plusieurs questions en rapport avec notre étude : les prescripteurs adultes sont-ils légitimes et raisonnables pour savoir ce qui est bien ou mal, ce qui est trop violent pour un adolescent ? Les livres étant préalablement lus par des lecteurs adultes, ceux-ci opèrent-ils une censure qui n'aurait pas lieu d'être ? N'est-ce pas le problème propre à la production pour adolescent que d'être « sélectionnée » par des adultes qui ne savent peut-être pas comment s'adresser aux adolescents ?

Une censure préalable des éditeurs ?

Pour Anne Clerc, la rédactrice en chef de *Lecture Jeune*, il est clair que la littérature ado remplit un rôle de censure. Elle aurait entre autres pour but d'empêcher les adolescents de « piocher » allègrement dans les rayons pour adultes où la violence a toujours été présente. La création de ces collections pour adolescents serait une façon de rassurer les parents en limitant l'offre disponible aux adolescents³. Il est vrai que la sexualité, la violence et l'immoralité sont bel et bien présentes dans la production pour adulte et que concrètement, l'adolescent peut très bien y avoir accès s'il le souhaite. De plus, la violence est également prégnante dans d'autres pratiques adolescentes, par exemple au cinéma, à la télévision ou dans les jeux vidéo. Alors pourquoi dans le fond opérer une telle censure sur le livre et s'exclamer avec ferveur à chaque fois que paraît un roman un peu moins simplet ou un peu moins joyeux ?

Pour la psychologue et auteur de l'essai *Qui a peur de la littérature ado ?*, Annie Rolland, la violence fait partie du processus de construction de l'être humain, elle est inévitable. Dès lors, la voir projetée sur un écran ou se déchaîner sur un personnage de roman est plus bénéfique que de la sentir en soi. Il serait nécessaire à l'adolescent d'être en contact avec cette violence « extériorisée » pour enrayer le processus autodestructeur. Elle affirme dans son essai que l'adolescent serait plus à même que l'adulte, capable de distinguer la réalité de l'imaginaire et que si un adolescent est véritablement bouleversé après une lecture et que son

1 Marion Faure, « Un âge vraiment pas tendre », *Le Monde* spécial Montreuil, 30 novembre 2007.

2 Le roman constate la déchéance de Marion, qui se prostitue par amour pour son maquereau, et d'Ève, qui enchaîne les relations sexuelles jusqu'à tomber dans le piège de l'amour. Ce roman sans espoir a été jugé démoralisant et pornographique.

3 Annexe 1 : Entretien avec Anne Clerc.

comportement s'en trouve changé c'est que le livre n'a fait que révéler un problème psychique intérieur. Ce serait donc aux prescripteurs et aux médiateurs de protéger les enfants contre la perversité en les aidant à avoir le recul nécessaire pour leur lecture ou tout autre réception de cette violence.

Néanmoins, l'inquiétude des parents et des professionnels face à la banalisation de la violence n'en est pas moins légitime car malgré l'évolution des mœurs, l'adolescent n'est pas encore un adulte, il est en pleine construction de son identité et la violence peut à ce moment là avoir un impact psychique. Il est cependant impossible de mesurer de tels impacts ni de savoir comment est réellement perçu un livre violent. Aucune étude ne pourrait aisément faire ressortir les représentations et émotions liées à la lecture car elles sont intimes et indicibles. Cependant, si l'on en croit la métaphore utilisée par Françoise Dolto pour décrire la crise d'adolescence, l'adolescent est tel un homard en période de mutation, sa carapace ne lui ai plus d'aucun secours, il est complètement mis à nu, fragilisé, durant son voyage vers l'âge adulte et sa recherche de nouvelles valeurs et certitudes. Cette représentation de la crise adolescente peut nous aider à comprendre ce que peut ressentir un adolescent à la lecture de scène violentes : elles génèrent une première réaction que l'on pourrait définir comme celle d'une fascination : le jeune lecteur peut retrouver dans le texte une description de scènes qu'il a pu déjà voir à la télévision ou au cinéma mais qu'il reconstruit cette fois avec des images internes. « *Le texte écrit devient le reflet de ses propres pulsions et leur donne ainsi un contenant formel recevant de surcroît une légitimité par le prestige de « la chose » écrite. Mais si la violence atteint un degré supplémentaire et qu'elle dépasse les fantasmes du lecteur, elle devient source d'une éducation traumatique*¹ » écrit le psychanalyste Benoît Virole pour le dossier sur les livres violents de *Lecture Jeune*.

Il est donc bien nécessaire de protéger la jeunesse d'une mauvaise réception de la violence. Mais cela doit-il se faire en la proscrivant purement et simplement de la littérature ado ou cela doit-il passer par une meilleure médiation du livre ? Car un des rôles des prescripteurs est également d'être médiateur, d'accompagner la lecture. Si cela est bel et bien le cas pour les instances scolaires, les bibliothécaires, les parents, cela est toutefois moins évident pour les libraires, les critiques, et surtout les pairs.

Tous les éditeurs rencontrés par *Lecture Jeune* à l'occasion de leur dossier sur les romans adolescents² et responsables d'un roman qui a fait polémique du fait de sa violence supposée sont unanimes : un titre n'est pas « dangereux » s'il présente des qualités littéraire et que

1 Benoît Virole, « Adolescence, littérature et barbarie ? », *Lecture Jeune*, décembre 2008, n° 128.

2 Collectif, « Des romans violents ? » *Lecture Jeune*, décembre 2008, n° 128,

le lecteur adolescent est interpellé. Les éditeurs distinguent donc nettement l'œuvre littéraire qu'il leur semble légitime de publier, de la question de la violence.

La réception par les adolescents lecteurs

Face à cette polémique où chaque professionnel a donné son avis et prouvé sa légitimité, il était nécessaire de se pencher également sur les lecteurs, destinataires théoriques de ces textes présumés violents. Ces livres qui ont fait débat, les ont-ils lu ? Les ont-ils trouvés violents ? Claude Poissenot apporte les premiers éléments de réponses dans son article « Faire littérature : aux lecteurs absents¹ ». Il a pour cela interrogé non pas les lecteurs eux-mêmes mais les catalogues des bibliothèques. Claude Poissenot démontre que, si les bibliothécaires ont plutôt largement acquis les titres qui ont fait polémique², les lecteurs n'ont que peu répondu à l'appel. Au contraire, ce sont même les titres les plus acquis (ici *L'affaire Jennifer Jones* avec un total de 277 acquisitions sur un ensemble de 105 bibliothèques et *Je mourrai pas gibier* avec 275 acquisitions) qui sont le moins empruntés. Est-ce les acquisitions qui sont plus élevées que la moyenne du fait du débat que les titres ont suscité, débat qui aurait alerté les bibliothécaires désireux alors de se faire leur propre avis ? Où est-ce que les lecteurs qui ne se passionnent pas pour les livres qui agitent pourtant le petit monde de la littérature jeunesse³ ? L'étude de Claude Poissenot ne répond pas à ces questions mais sans doute trouverait-on du vrai des deux côtés. D'après Claude Poissenot « les prescripteurs sont tentés d'acheter ces textes qui ne seront pas souvent lus mais qui attesteront de leur mobilisation en faveur de la lecture des jeunes⁴ ».

3. S'adresser aux ados lecteurs ou aux parents acheteurs

Lorsqu'un roman a passé la barrière éventuelle de la prescription professionnelle, il lui reste toujours à toucher son public final ou au moins l'acheteur. Il est intéressant de voir que, jusqu'à ce dernier maillon de la chaîne, l'idée de lecture plaisir contre celle de lecture légitime intervient dans le processus d'achat ou d'emprunt.

L'acheteur (ou emprunteur) final est en contact direct avec le prescripteur lorsqu'il se rend en librairie, en bibliothèque ou lors d'un salon du livre. Dans ces trois situations, on

1 Claude Poissenot, « Faire littérature : aux lecteurs absents », *Lecture Jeune*, décembre 2008, n° 128..

2 Pour son dossier « Des romans violents » *Lecture Jeune* a établi un corpus de 6 titres sortis peu de temps avant l'élaboration du dossier et ayant fait débat. Il s'agit de *Je mourrai pas gibier* de Guillaume Guéraud, Éditions du Rouergue, « doado » ; *Je reviens de mourir* d'Antoine Dole, Sarbacane, « eXprim' » ; *Quand les trains passent...* de Malin Lindroth, Actes Sud Junior, « D'une seule voix » ; *Rien* de Janne Teller, Panama ; *L'affaire Jennifer Jones* d'Anne Cassidy, Milan « Macadam » et *Adieu la chair* de Julia Kino, Sarbacane, « eXprim' ».

3 *Je mourrai pas gibier* a reçu le prix Sorcière 2007.

4 *Op. Cit.* Claude Poissenot.

constate les mêmes réactions, à savoir que les adultes ont tendance à vouloir s'assurer que le livre ne tient pas un propos dérangeant ou décalé tandis que les adolescents lecteurs recherchent des textes en adéquation avec leurs goûts.

Un discours construit sur la qualité du texte et de l'intrigue en rapport avec les goûts du lecteur

Lorsqu'un adulte choisit un livre pour offrir à un adolescent, il ne souhaite pas lire le livre lui-même et attend donc que les conseils qu'il reçoit du libraire remplacent cette lecture. Ses connaissances sur l'ado sont néanmoins souvent limitées même si l'adulte peut grosso modo donner les goûts de l'ado. De plus, le secteur ado n'existant pas du temps de sa jeunesse, l'adulte est habituellement perdu au milieu de cette production et a du mal à s'y repérer : « *c'est vraiment des demandes pour les aider à défricher un peu la production éditoriale ado parce qu'ils ne connaissent pas. (...) Certains d'entre eux sont un peu désarçonnés devant cette littérature, ils ont parfois l'impression que c'est un produit marketing, sans qualité. (...) Nous on les aiguille vers des titres qui pourraient leur plaire à eux et aux jeunes¹ ».*

Trouver des titres qui pourraient plaire à la fois aux adultes acheteurs et adolescents lecteurs n'est toutefois pas quelque chose de simple puisqu'il faut composer avec les impératifs de l'adulte et les goûts des jeunes. Selon Véronique Durant à la librairie Mollat, le constat est très clair : « *lorsque les parents sont là, souvent, il y a une demande implicite de qualité d'écriture et que les thèmes ne soient pas choquants. Donc tout ce qui parle de sexualité ou de violence est proscrit² ».* Certes la clientèle de Mollat est plutôt de catégorie sociale aisée et de culture traditionnelle. On peut supposer que dans d'autres librairies de quartier à population plus diversifiée, les parents soient plus ouverts mais les règles sont immuables : rien de dérangeant et de la littérature qui les tirent vers le haut. Aux vues de ces exigences de qualité et des raisons que nous avons énoncées plus haut de leur refus de textes qu'ils jugent perturbants, on est quand même en droit de se demander pourquoi les parents ne profitent pas de cette aubaine fournie par la littérature ado pour amorcer des discussions avec leur enfant. Ne sont-ils pas censés eux-mêmes être des médiateurs et accompagner leurs enfants dans la lecture ? Paradoxalement, les thématiques que l'on trouve dans la littérature jeunesse et jusqu'au roman pour les préadolescents semblent se prêter plus encore à la discussion et pourtant les parents en sont friands. En effet, nombreux sont les romans, les albums qui abordent des sujets comme le divorce, l'adoption, la mort ou l'émigration, tous ces sujets sensibles auxquels l'enfant peut être confronté et que l'adulte va chercher à expliquer. Pourquoi, dès lors que les enfants dépassent l'âge de 13 ou 14 ans, les parents auraient-ils plus de crainte à aborder avec eux les sujets sensibles

1 Annexe 1 : Entretien avec Charlotte Valat.

2 Annexe 1 : Entretien avec Véronique Durand.

qui les touchent ? Évidemment, les sujets sensibles évoluent avec l'âge et les collections ado ne parleront plus tellement de divorce ou de mort mais plutôt de mal-être, de mutilation, de pulsions violentes, de premiers pas dans la sexualité, etc. Ce ne sont plus des sujets auxquels l'ados est confronté mais des sujets qui le touchent très personnellement et très frontalement. Peut-être alors les échanges parents-ados deviennent-ils plus difficiles, entre un adolescent qui ne voudra pas partager ses ressentis et un adulte qui ne saura pas comment les aborder. Une certaine pudeur s'installe qui rompt en partie la discussion. Il faut en effet garder en tête que si un enfant de 8 ans pose ouvertement des questions sur le divorce de ses parents et exprime le besoin de partager ses émotions, un adolescent de 14 ans garde au contraire pour lui toutes ses inquiétudes. L'adolescence est un âge où le contact avec l'adulte est très difficile à établir. De ce fait, on peut comprendre les réticences d'un adulte à placer entre les mains d'un jeune avec qui il a du mal à communiquer, un livre possiblement « dérangent » sans savoir comment il va recevoir un tel texte et les émotions qui en découleront.

En parallèle, les parents lecteurs sont soucieux d'entraîner leurs adolescents vers de la « bonne littérature » et ainsi dès que possible vers la littérature générale : « *si l'ado a une quinzaine d'années, les parents veulent le faire passer à un texte « plus littéraire », on sent qu'ils ont envie de les faire passer dans la littérature adulte et que le secteur ado est perçu comme mal écrit et un peu simple. Il y a l'idée qu'on vient à la librairie pour acheter des « vrais » livres et que le fantastique et toutes les séries en général, à la limite on les prendra à la bibliothèque¹.* » Que ce soit fondé ou infondé, le secteur de littérature ado manque de reconnaissance. Les adultes ne semblent pas vouloir croire qu'il y a de la qualité littéraire dans le roman ado, que les intrigues y sont tout autant ciselées et que même un très bon lecteur puisse y prendre du plaisir. Pour eux, cette littérature ne doit être qu'une « récréation » parmi les autres lectures : « *quand [les ados] viennent avec leur parents, la plupart du temps ils ressortent avec deux livres, un qui fait plaisir à l'ado et un qui fait un petit peu plus plaisir à l'adulte ! Parce qu'encore une fois, l'adulte croit savoir ce qu'il est bon de lire.² »*

Une discussion autour des goûts et attentes du lecteur

Pour Noémie Lafaye à la librairie Chantelivre de Paris, si les adultes ne sont pas les seuls acheteurs, la prescription en direction des adolescents est tout de même restreinte « *les ados viennent avec leur billet parfois, ils savent déjà le livre qu'ils sont venus chercher, c'est souvent le nouveau tome d'une suite, donc ce n'est pas vraiment du conseil.* » Effectivement, le rapport direct avec l'adolescent est moins fréquent, ils préfèrent rester discrets et sollicitent rarement les libraires. Mais lorsqu'ils le font, l'échange naissant est alors plus riche et plus profond

1 Annexe 1 : Entretien avec Noémie Lafaye.

2 *Id.*

qu'avec les adultes. Comme le libraire a le lecteur final en face de lui, il peut en connaître plus sur ces goûts et attentes et ainsi le conseiller plus justement. Et les adolescents sont justement friands de conseils à leur mesure : « *Les ados (...) demandent beaucoup de détails, ils voudraient presque savoir la fin avant d'acheter le livre, ils veulent vraiment savoir si ça va correspondre à leur demande mais d'une façon plus intime puisque ce sont eux qui vont lire.*¹ » De plus, les adolescents semblent plus ouverts et prêts à de nouvelles découvertes, le libraire a plus de liberté à lui proposer différents genres et des thématiques variées et cela ne l'empêche pas de faire des passerelles avec le rayon adulte quand il en ressent le besoin. Il existe aussi des adultes qui tentent de faire sortir leur ado des romans de fantasy, car certains adolescents lecteurs sont parfois trop enfermés dans ce genre et refusent de découvrir autre chose. Mais face à un adulte, le libraire a tendance à produire un discours très construit et argumenté alors que l'échange avec l'adolescent est plus sur le mode de la discussion libre. Véronique Durand résume ainsi : « *Si c'est une demande d'un jeune, tout seul, je vais avoir un peu plus de marge de manœuvre.* ».

Une fois que l'adolescent est décidé à lire, il paraît donc simple de communiquer avec lui et de lui prescrire de la littérature ado mais aussi de la littérature générale. Le plus difficile serait donc d'établir un lien avec l'adolescent pour l'amener à devenir lecteur. Mais ce lien est encore problématique puisque adulte et ado n'ont pas la même vision de la lecture, ils ne partagent pas forcément les mêmes goûts et n'aspirent pas à la même réception d'un texte. Les prescripteurs sont de plus confrontés à un autre problème de taille : les adolescents semblent se détourner de la lecture pour préférer d'autres pratiques culturelles.

C. L'adolescent, un public réfractaire à la lecture ?

1. Des pratiques à l'encontre de sa vie d'ado

Comme nous l'avons vu au début de cette étude, les adolescents n'ont pas, à cette époque de leur vie, un grand attrait pour la lecture. En dehors du fait que la littérature est enseignée au collège et qu'elle devient ainsi une contrainte dans l'esprit des jeunes, c'est surtout son aspect solitaire qui rebute les lecteurs. La lecture est effectivement considérée comme une pratique culturelle intime et isolante puisqu'elle se pratique en solitaire contrairement aux autres pratiques culturelles des adolescents qu'ils ont l'habitude d'avoir en groupe : la musique, le cinéma, même les jeux vidéos sont facteurs de rencontre et d'échange. Nous l'avons vu, les jeunes privilégient en effet les rencontres entre pairs, ils ont besoin d'être en relation ou en

1 Annexe 1 : Entretien avec Véronique Durand.

échange presque constant avec leurs amis, que ce soit par contact réel ou virtuel *via* les chats et leur téléphone mobile.

Faire de la lecture un facteur d'échange et de rencontre

Néanmoins il serait faux d'affirmer que la lecture est une pratique complètement solitaire, elle engendre au contraire beaucoup d'échanges, il n'y a qu'à voir le succès des clubs de lecture, des salons du livre, des blogs et des forums qui lui sont consacrés... C'est donc l'image qu'elle véhicule qui pose problème et non ce qui en fait son essence même.

Rolande Causse donne une définition très sensible de la lecture : « *Lire c'est voir et se sentir concerné par soi et les possibles transformations de soi-même, mais aussi observer les autres, envisager leurs manières de vivre dans des lieux différents, c'est voyager avec eux à travers d'autres pays et, parfois, souffrir comme eux. Lire c'est découvrir l'esclavage, le racisme, la Shoah, les guerres, [...] c'est aussi entendre la voix de ceux qui sont au chômage, de ceux qui sont atteints du Sida, de ceux qui sont dépourvus de famille. [...] Lire c'est se sentir vivre, imaginer, ressentir.*¹ » La lecture est donc une activité paradoxale car elle nécessite une certaine solitude et renvoie à des émotions intimes mais elle peut également se définir comme une pratique sociale. C'est sur la perception de cette pratique sociale qu'il convient de travailler afin de retirer à la lecture son statut d'activité isolante.

Le secteur de la BD, plus particulièrement celui du manga, représente une lecture qui engendre justement beaucoup de rencontres et d'échanges entre pairs, et c'est peut-être en cela que le manga a tant de succès auprès des adolescents. Alors que la bande dessinée belge s'adressait essentiellement aux enfants puis aux adultes, le manga est venu combler un manque, puisqu'il se destine, lui, au public des adolescents, boudés par la bande dessinée. De plus, le manga fonctionne essentiellement en séries, même si le *one shot* existe, car les maisons d'édition ont vite compris qu'elles avaient tout intérêt à investir sur les séries qui fidélisent extrêmement bien les jeunes lecteurs : certains titres phares, comme par exemple la série *Naruto* qui comporte aujourd'hui 55 tomes, parviennent à concurrencer des *bestsellers* comme ceux de Guillaume Musso ou d'Amélie Nothomb à chacune de leur sorties. Le succès de ces séries repose notamment sur la promesse implicite d'une satisfaction renouvelée à chaque tome. Face à un nouveau tome, l'incertitude du lecteur est réduite, il a également moins besoin de prescription.

Mais le phénomène des séries n'est pas le seul facteur de succès du manga auprès des adolescents. Le manga montre que les adolescents ont des pratiques culturelles axées sur le loisir qu'elle leur apporte et non sur le capital symbolique comme c'est plus souvent le cas

1 Rolande Causse, *Qui a lu petit, lira grand*, Paris, Plon, collection Grande Ourse, 2000.

chez les adultes. Cela est particulièrement visible dans la mode des *cosplays*, pratique qui s'est développée en France grâce au succès du manga. Le principe du *cosplay* consiste à se déguiser pour jouer le rôle d'un personnage de manga (mais aussi de dessins animés, de jeux vidéo, de films ou séries), les participants imitent alors les costumes, le maquillage et jusqu'à la coiffure de leurs personnages fétiches. Le *cosplay* représente aujourd'hui une grande communauté en France, les membres qui la composent ont beaucoup d'échange, que ce soit pendant le *cosplay* lui-même mais également en dehors puisqu'il existe de grands forums où les membres viennent chercher des infos sur les prochains *cosplays* organisés et des conseils sur la réalisation de leurs costumes.

Depuis plusieurs années, le *cosplay* est utilisé par les professionnels du livre, du cinéma et du jeu vidéo dans le cadre de leur promotion. Il n'est pas rare en effet qu'un *cosplay* soit organisé à l'occasion de la sortie d'un film (Star Wars ou le Seigneur des Anneaux par exemple), d'un jeu vidéo ou d'un manga. Dans ce dernier cas, le *cosplay* est le plus souvent organisé par l'éditeur en partenariat avec une grande surface culturelle. C'est cette image donnée de la lecture qui plaît aux jeunes, une lecture fédératrice, qui génère des relations entre lecteurs et qui encourage des rassemblements divertissants où l'ambiance est amicale et festive.

Sortir de la lecture devoir pour la lecture plaisir

Si le *cosplay* plaît tant c'est, nous l'avons vu, parce qu'il engendre un rassemblement basé uniquement sur la notion de plaisir. Contrairement, les rencontres d'auteur véhiculent plutôt le sentiment d'une transmission d'un savoir ou du moins d'une idée. On insiste tellement sur le fait que la littérature doit être porteuse de sens que les adolescents n'y retrouvent plus aucune notion de plaisir. Pourtant Tibo Bérard affirme : « *un auteur n'écrit pas pour « faire passer » un message. C'est une aberration. À mon idée, la fiction ne doit pas être asservie à la morale : elle « ne sert pas » à professer, ni même à dénoncer.*¹ » Il ne serait donc plus question de transmettre mais bien de procurer : procurer une envie, une curiosité, une émotion, etc. Les adolescents attendent que l'on rende à la lecture son caractère de loisir car ils n'ont cure de la valeur symbolique de nos pratiques culturelles.

2. Intimidés par les librairies et médiathèques

La médiathèque est un lieu chargé d'ambivalences, la représentation que nous nous en faisons est parfois paradoxale : une bibliothèque a une valeur hautement symbolique, elle se veut néanmoins équipement de proximité, elle affiche une volonté de brassage de cultures, de rencontres et d'échanges mais fonctionne sur un mode silencieux qui convient à l'étude, elle

1 Tibo Bérard In Anne Clerc, « Points de vue d'éditeurs », *Lecture Jeune*, décembre 2008, n°128.

accueille la lecture solitaire mais encourage la sociabilité, etc. L'adolescent, nous l'avons vu, ne perçoit que les aspects négatifs de la bibliothèque et à l'heure où l'offre documentaire est plus qu'abondante sur Internet, les bibliothèques sont désertées. Si la bibliothèque et la médiathèque sont connotées négativement, ce serait donc une réflexion et un travail sur l'image qu'il faudrait mettre en place pour la changer.

De plus, les lieux du livre, même s'ils sont dédiés à la production jeunesse et/ou adolescente et jeune adulte, restent des espaces conçus par des adultes. Bien entendu, les espaces jeunesse des bibliothèques sont le plus souvent adaptés autant que possible à l'enfant, ils prennent en compte certaines de ses spécificités comme le besoin d'autonomie (en plaçant par exemple les caisses de livre plus bas) et de mouvement (les espaces sont souvent plus spacieux et dégagés). Les bibliothèques jeunesse sont d'ailleurs peut-être, par cette prise en compte évidente de leur public, les premières à avoir introduit le marketing dans leur méthode de travail. Mais nous l'avons vu, les bibliothécaires sont désarmés quant à la conduite à tenir avec des adolescents. Dès lors, comment adapter leur pratique à ce public complexe ? Et s'agit-il vraiment de répondre à une demande et de s'adapter à ce public ou de proposer au contraire une offre qui peut être différente des modes et de ce que ce public connaît, ou les deux à la fois ?

Le lieu

Les rayonnages en enfilade, les étagères si hautes qu'elles en deviennent inaccessibles, les centaines de livres qui ne montrent que leur dos aux éventuels lecteurs... Nos lieux du livre ont de quoi être intimidant et rebutant. D'autant plus pour un adolescent qui, déjà mal à l'aise dans son corps, se sent vite à l'étroit dans les espaces intimistes et calfeutrés des bibliothèques mais aussi trop souvent des librairies. Selon Tibo Bérard aux éditions Sarbacane, il est urgent de dépoussiérer l'image de la librairie : « *C'est une question de look et aussi une philosophie du livre, il y a beaucoup de librairies qui ressemblent à des bibliothèques, tout est bien rangé, tout classé, tout propre... (...) il faut faire entendre que la librairie est un lieu de vie, un lieu moderne*¹ ».

L'adolescent aime l'anonymat et la discrétion, il préférera donc les lieux vastes et où le personnel sur place est discret voire invisible. Comme l'analyse Noémie Lafaye au rayon ado de la librairie Chantelivre : « *À Chantelivre, on a vraiment la politique d'aller vers les gens, on marque déjà notre présence en disant « bonjour » dès que quelqu'un arrive et puis on demande systématiquement si on peut les renseigner ou les aider. Et pour les ados, cette présence fortement marquée, je ne suis pas sûre que ça les mette très à l'aise finalement*². » La présence des libraires ou des bibliothécaires peut vraisemblablement être dérangeante pour les adolescents ou même pour une partie du public. Ils peuvent se sentir observés, surveillés ou même jugés

1 Annexe 1 : Entretien avec Tibo Bérard.

2 Annexe 1 : Entretien avec Noémie Lafaye.

s'ils demandent conseil ou s'ils consultent un livre. Ils sont alors gênés dans leur liberté. Pour Charlotte Valat à l'espace Intermezzo de la médiathèque José Cabanis, leur manque d'indépendance vient surtout du fait que lorsque les bibliothécaires connaissent les usagers, ils deviennent familier avec eux et leur demande par exemple des nouvelles de leurs frères et sœurs, ce qui peut incommoder un adolescent¹. Effectivement, les adolescents n'ont pas ce risque à la Fnac ou au Virgin où là, ils se sentent des êtres anonymes, complètement libres de consulter les livres qu'ils désirent, voire même de les lire sur place sans qu'un libraire vienne lui proposer son aide. Il est en effet aujourd'hui incontestable que les grandes surfaces culturelles attirent plus les adolescents que les librairies traditionnelles. Cependant, cette seule raison ne justifierait pas un tel constat, mais plusieurs suppositions tentent de l'expliquer.

- L'attrait des grandes surfaces culturelles

Comme nous l'avons dit, les libraires y sont moins présents et moins pressants. Les clients auraient donc toutes latitudes pour laisser libre cours à leurs goûts de lecture sans craindre de donner une éventuelle image d'eux au professionnel. Il y a une valeur symbolique à la lecture qui fait que nous avons tous conscience qu'il y a des « lectures inavouables » ou en tout cas moins honorables. Et en ce sens, il semble plus simple d'acheter un Guillaume Musso à la Fnac qu'à La Hune où on peut craindre le regard amusé voire méprisant du libraire. Si nous, adultes avons conscience de ces jugements, les adolescents les ressentent et les redoutent particulièrement.

Une autre raison à ce constat tiendrait à l'offre très diversifiée que l'on trouve dans ces commerces. Les grandes surfaces culturelles proposent en effet beaucoup d'autres produits en dehors du livre : musique, DVDs, jeux vidéos, multimédia, même jusqu'à l'électroménager désormais chez la Fnac. L'adolescent ne vient pas dans les grandes surfaces culturelles pour la culture mais pour le loisir et il y trouve alors tous les produits qu'il consomme. On pourrait dire qu'il vient le plus souvent pour un produit autre que le livre mais qu'une fois sur place, il fait un détour au rayon livre. Cette diversité, cette impression de tout trouver en un seul lieu est un avantage pour l'adolescent mais également pour le public en général.

Ce serait aussi de par sa structure même que la GSC* attirerait le public jeune : c'est grand donc anonyme, les espaces sont déstructurés, la circulation se fait librement, on ne s'y sent pas entravé ni confiné. Noémie Lafaye remarque que grâce à ces grands espaces, à cette large mise en avant des produits, on a l'impression que le fonds est très riche et qu'on y trouvera absolument tous les livres que l'on cherche alors que nous savons bien que l'assortiment est en fait très réduit². De plus, dans l'inconscient collectif, les prix pratiqués dans les GSC sont

1 Annexe 1 : Entretien avec Charlotte Valat.

2 Annexe 1 : Entretien avec Noémie Lafaye.

inférieurs à ceux du petit commerce. Cela peut effectivement être le cas pour certains produits et en particulier pour le multimédia (et encore que, à la Fnac, c'est souvent au dessus du prix du marché) mais certainement pas pour le livre qui est protégé par la loi sur le prix unique. Néanmoins, le public n'a pas toujours conscience de cela et c'est certainement encore plus le cas chez les adolescents qui sont tous nés après la mise en place de cette loi et qui ne la connaissent probablement pas.

- Adapter les lieux, l'offre et les comportements

La solution n'est bien sûr pas d'écrémer les libraires et les bibliothécaires pour qui le conseil et la disponibilité restent des atouts. Il n'est pas non plus possible d'agrandir tous les espaces dévolus aux livres uniquement parce que les adolescents se sentent mieux dans les grandes structures. Mais il faut réfléchir et adapter les espaces et les comportements autant en librairie qu'en bibliothèque, afin que le public adolescent se sente à l'aise lorsqu'il fréquente un lieu du livre. Pour cela, la libre circulation est très importante. Il ne faut pas organiser d'espace ado séparé des autres espaces mais bien en cohabitation les uns avec les autres. Même si ces espaces sont visuellement et nécessairement délimités, ils ne doivent pas faire barrière : les différentes générations doivent pouvoir y circuler librement. La reconnaissance visuelle est importante, l'espace doit parler de lui-même et ne pas s'appuyer uniquement sur une signalisation « adulte » et « jeunesse » qui peut exclure des publics. Autant que possible, l'aménagement de l'espace doit favoriser l'interactivité et la consultation des livres : fauteuils regroupés, petites tables dans les bibliothèques... Il faut également repenser les logiques de classement et favoriser l'éclatement des genres, la mise en relation de différents supports. En bibliothèque particulièrement, il est judicieux d'exploiter au mieux la diversité des supports proposés et de rapprocher la musique des DVDs et des livres. Par exemple on peut proposer un livre, son adaptation cinématographique ou BD, la bande-son du film, des documentaires sur les réalisateurs, les auteurs, etc. Même en librairie et sans proposer de musique et de DVDs il est possible de faire des ponts pour créer de la mixité en mélangeant les genres de livres : cuisine, documentaire et roman peuvent tout à fait être présentés ensemble si on les aborde sous un angle commun (en prenant par exemple la thématique d'un pays ou d'un continent, on trouve alors des romans qui s'y déroulent, des documentaires qui y sont consacrés et des livres de cuisine avec les spécialités de ce pays). L'idée est de toutes façons d'empêcher la rigidité des étagères et de faire en sorte qu'elles ne soient pas trop rebutantes. Il faut créer une offre dynamique, qui évolue sans cesse et se calque sur les préoccupations actuelles et mouvantes des jeunes. De même, pourquoi finalement ne pas mélanger la fantasy et la SF avec le reste de la littérature ado ? C'est peut-être justement le fait de trop cloisonner ces littératures trop « populaires » qui encouragent l'adolescent à rester enfermé dans ce genre, mais si on juxtapose, sans hiérarchie

les genres littéraires, on pourrait inciter les jeunes à s'ouvrir à d'autres formes de littérature à travers ce mélange.

Les règles

Nous avons défini les contours d'une « culture jeune », qui, même si elle ne correspond pas à tous, nous a signalé des caractéristiques fondamentales. L'une d'entre elles est que le public adolescent a une consommation omnivore : dans un même temps, il peut avoir besoin d'une BD ou d'un manga, d'écouter de la musique en MP3, de lire Jack Kerouac ou Bernard Werber, de feuilleter d'un magazine de mode, etc. Qu'est-ce qui permet ici de distinguer loisirs et culture ? Et dès lors, comment les adolescents peuvent-ils se sentir à l'aise dans une librairie, dans une bibliothèque où on ne leur propose qu'une approche unique à la lecture ? Les bibliothèques ont bien amorcé un virage en se transformant en médiathèque et en offrant de plus en plus du son et de l'image mais cela ne suffit même plus et dans l'esprit adolescent la bibliothèque reste encore trop attachée au milieu scolaire.

Les adolescents ont droit à une offre et à des services, tant en bibliothèque qu'en librairie, de même qualité que ceux offerts aux autres publics. Les bibliothèques particulièrement doivent développer systématiquement des services spécifiques aux adolescents.

Voici quelques exemples de services qui s'adapteraient au public adolescent et qui favoriseraient son intégration dans les lieux du livre.

- Des services élargis et diversifiés

La musique tient une place importante dans la demande des adolescents mais les bibliothèques ne peuvent désormais plus se limiter aux CDs et doivent aujourd'hui prendre en compte les diverses formes d'accès à la musique. La bibliothèque de Saint-Raphaël, par exemple, tient un blog dédié aux adolescents qui s'intéresse à l'actualité de la lecture mais également des jeux vidéo, du cinéma et de la musique. Concernant cette dernière, le blog ne condamne pas l'écoute en *streaming* mais conseille au contraire les sites les plus pratiques. La bibliothèque en elle-même ne propose pas d'accès direct à la musique mais finalement, l'idée n'est pas impossible puisqu'on pourrait imaginer des abonnements Deezer* pour permettre l'accès aux usagers.

De manière large, on recherchera d'ailleurs tous les services que l'on pourrait proposer à des jeunes : accès aisés aux blogs, messageries et chats, possibilité de visionner sur place des DVDs ou des émissions en *streaming*, accès aux jeux vidéos, etc. Tous les loisirs plébiscités par les jeunes doivent être représentés.

Il faut aussi mettre en place des services plus triviaux comme des distributeurs d'eau et/ou de friandises, faciliter l'utilisation des scanners et des photocopies, mettre à la disposition du public un panneau de petites annonces, etc.

Les adolescents doivent se sentir le plus libre possible dans leurs pratiques culturelles mais aussi dans leur comportement.

Bien sûr, la mise en place de ces services à un coût et nécessite d'espace conséquent et il est entendu que les médiathèques ne peuvent pas se transformer du jour au lendemain. Néanmoins, ne faire ne serait-ce qu'un pas en direction des adolescents serait déjà un bon point pour ce service public.

- Un règlement moteur d'insertion

Il est également urgent de former les bibliothécaires à l'accueil des adolescents. Il est en effet primordial que les membres du personnel connaissent ce public, et pas seulement ceux qui travaillent dans l'éventuel espace ado. Ce public est encore trop souvent incompris et mal jugé et cela empêche un bon accueil et un échange constructif.

Les adolescents représentent un public craintif et sceptique de nature. Il est souvent rebuté par le caractère rigide des règlements en place dans les bibliothèques. Si un règlement est toutefois indispensable au bon fonctionnement des lieux, l'assouplir un peu ou le rendre plus accessible n'est pas impossible. Tout d'abord, pourquoi ne pas énumérer les droits avant d'édicter les interdits ? Cela semble tout simple mais produit un bon effet sur celui qui le lit, il en retiendra plus facilement le positif. Plutôt que de penser que les droits sont implicites, les nommer permet à l'adolescent de prendre conscience de la liberté qu'on lui donne : « il est autorisé d'utiliser son téléphone lorsqu'il est en silencieux » est mieux perçu que « les téléphones doivent être éteints ». Accepter les téléphones est en effet incontournable à l'accueil des adolescents puisque le téléphone fait partie, au même titre que les chewing-gum, les MP3, le grignotage, de ce qui est inséparable de la vie des adolescents.

Il faut donc accepter que la bibliothèque devienne un lieu un peu plus vivant et plutôt que de créer des espaces où le bruit est accepté (les espaces jeunesse et les espaces de travail en groupe le plus souvent), il serait plus judicieux d'isoler les espaces de silence en créant des salles de lectures.

Le règlement est le témoin de la philosophie du lieu et si l'on souhaite y accueillir l'adolescent et que celui-ci devienne acteur de la vie de la bibliothèque, il faut le transformer en « mode d'emploi ».

L'image

Modestes ou peu visibles, les bibliothèques mais aussi les librairies sont appelées à disparaître. Elles ne peuvent plus compter sur les avantages de la proximité, à l'heure de la mobilité et de la toute accessibilité, les lieux du livre doivent travailler sur leur visibilité comme n'importe quel commerce du secteur marchand car même si beaucoup pensent que les librairies et les bibliothèques font partie d'un secteur à part, privilégié, que les bibliothèques particulièrement sont soumises aux lois du service public, elles sont fragiles et ne peuvent plus se permettre de « vivre cachées ». Pour attirer le public adolescent particulièrement, il est nécessaire de « dépoussiérer » leur image.

Pour affirmer sa légitimité de prescripteur, la bibliothèque tout comme la librairie doit, en plus des actions qu'elle mène, communiquer avec les personnes influentes, leaders d'opinion qui pourront relayer et valoriser leurs actions. Les personnes les plus influentes auprès des jeunes étant les jeunes eux-mêmes, c'est directement en direction des adolescents que les professionnels du livre doivent communiquer et non plus seulement des élus pour les bibliothécaires ou des parents-acheteurs pour les libraires. Seulement, pour communiquer, les professionnels doivent apprendre à utiliser un autre langage, celui de ceux à qui ils s'adressent. Il leur faut connaître leur mode de pensée, leurs enjeux et motivations car ils sont responsables non seulement de ce qu'ils disent mais également de la manière dont le message est perçu par le récepteur.

Reconnaissons-le, les libraires et les bibliothécaires usent souvent toute leur énergie à organiser et faire vivre des activités, des rencontres, des mises en avant... Il n'en reste alors plus beaucoup pour communiquer sur l'animation elle-même. On communique autant que nécessaire en amont, pour que l'animation ne soit pas vaine, on passe du temps à la mettre en place et le moment venu à l'animer mais, à peine est-elle terminée qu'on doit enchaîner sur une nouvelle action, alors qu'il serait nécessaire de communiquer sur l'événement, après que celui-ci soit passé. Malheureusement, un projet qui n'est pas mis en valeur, qui n'est pas rendu visible en tant que tel disparaît rapidement des souvenirs alors qu'il pourrait au contraire enrichir le capital image de la librairie ou de la bibliothèque qui l'a mise en place. Les animations sont alors perçues comme éparpillées, indépendantes les unes des autres, alors que les bibliothèques et les librairies doivent justifier d'une action cohérente.

Les adolescents forment un public que tous professionnels du livre cherchent à séduire car ils sont non seulement les lecteurs adultes de demain mais dès aujourd'hui des consommateurs parfois compulsifs. Les éditeurs recherchent un lien plus direct en usant de leurs méthodes de marketing pour toucher les adolescents non lecteurs, les libraires et les

bibliothécaires tentent de s'adapter pour accueillir en ses murs ce public complexe. Il était en tout cas nécessaire de bien déterminer le mal qui ronge le travail des prescripteurs en direction des adolescents pour savoir comment y remédier.

III - Des initiatives : vers la mixité et l'accompagnement ?

A. Les prescripteurs traditionnels vers une nouvelle prise en compte de ce public particulier

Il serait faux de dire que tous les professionnels et les prescripteurs ferment les yeux devant la problématique délicate de l'accueil du public adolescent. Depuis quelques années, on a effectivement vu émerger quelques initiatives intéressantes qui se sont penchées en priorité sur ce qui caractérise l'adolescent et qui posent donc la question de « comment s'adapter au public adolescent » et non « comment nous faire comprendre du public adolescent ». Cette nuance est importante car nous le verrons, ce n'est qu'en comprenant les adolescents et leurs attentes que les initiatives ont pu y répondre et ainsi connaître un certains succès.

1. Le rayon ado en bibliothèque et en librairie

Si les adolescents ne trouvent plus leur place dans les espaces jeunesse et qu'ils ne sont pas accueillis dans les espaces adulte, ils se détournent tout naturellement des lieux du livre. Pour les encourager à fréquenter la bibliothèque et la librairie, les professionnels ont compris qu'ils devaient leur réserver un accueil particulier. Cela se traduit le plus souvent par

l'installation d'un rayon mis à leur disposition qui marque clairement sa distance avec le rayon jeunesse mais qui n'est pas tout à fait intégré à l'espace adulte. Ces dernières années, ces rayons ado ou « espace passerelle » ont fleuri un peu partout en librairie et en bibliothèque. Ces classements ont fait des adeptes autant que des détracteurs, et ce autant parmi les professionnels que les lecteurs. Néanmoins, il est utile de réfléchir aux problématiques d'un tel projet et de mentionner les élaborations les plus pertinentes.

La création d'un rayon ado

Charline Lavecchia est une jeune étudiante en master des métiers de l'enseignement et de la formation. Dans le cadre de son parcours, elle a réalisé un stage de 3 mois dans une médiathèque de la banlieue de Nancy, avec pour projet d'y créer un rayon ado. Je l'ai suivie tout au long de son stage pour connaître ses avancées dans son projet et les problèmes qu'elle rencontrait.

- **Étape 1 : la constitution du fonds**

Elle fut en effet confrontée à un problème majeur mais particulier puisqu'il était dû au fait qu'elle se destinait à l'enseignement et non à la bibliothèque. Charline Lavecchia n'étant pas une professionnelle du livre, elle avait de grandes lacunes en ce qui concernait la connaissance des fonds. Aussi, le plus dur pour elle fût de dresser une liste des livres susceptibles d'intégrer le rayon ado, elle ne connaissait que très peu de titres et n'avait pas le temps de tous les lire. On peut supposer qu'un même problème ne se présente pas dans les autres médiathèques ou librairies qui montent un rayon ado si ce sont les professionnels qui y travaillent dessus, néanmoins le cas de Charline Lavecchia révèle le flou qui entoure une partie de cette production. Car en effet, si elle a pu attribuer certains titres directement dans le rayon ado uniquement en regardant la collection (les livres « eXprim' » ou encore ceux de « doado » par exemple sont clairement identifiés ado), elle a eu plus de difficultés pour le reste de la production. En dehors des collections clairement estampillées pour les ados et que nous connaissons bien, il reste tout de même une partie de la production que le public n'identifie pas comme destinée aux adolescents. Il s'agit en fait surtout des poches, vers lesquels les adolescents se tournent aisément du fait de leur petit prix ainsi que certains titres de la littérature adulte, qui, de part leur thème ou leur genre, peuvent attirer les adolescents. Cela appuie donc l'intérêt de créer un espace rassemblant toute cette production et dans lequel adolescents et jeunes adultes peuvent venir piocher facilement.

Le choix des titres à placer dans un rayon ado est d'autant plus important qu'il n'influera pas uniquement sur le rayon lui-même mais surtout sur la vie des livres ainsi déplacés. En

effet, que ce soit en librairie ou en bibliothèque, il n'y aura pas la place d'avoir des doublons, le livre placé dans le rayon ado ne sera donc plus ailleurs. Si on a mal identifié le public d'un livre (si le public est trop « jeunesse » pour venir le chercher en ado ou au contraire trop « adulte »), celui-ci risque de ne plus être emprunté ou acheté. Un tel choix doit donc se faire au titre par titre et en gardant en tête qu'il n'est pas immuable, qu'il faudra procéder à des réajustements en cas de besoin, aux vues du comportement du public.

- **Étape 2 : l'emplacement du rayon et l'organisation de l'espace**

Que ce soit en librairie ou en bibliothèque, il est parfois nécessaire de repenser tout ou partie de l'organisation de la structure pour pouvoir créer une place pour un rayon ado. Dans la médiathèque où Charline Lavecchia a fait son stage, il a par exemple été nécessaire de réétudier tout l'espace documentaire qui prenait beaucoup de place et qui pouvait être resserré pour libérer des étagères destinées à la production ado. La question de la place libre est un problème récurrent en bibliothèque mais aussi en librairie. Or, si la place attribuée au rayon ado n'est pas assez importante, se pose alors la question de la légitimité d'un tel rayon. Combien de mètres linéaires sont nécessaires pour que le rayon soit assez conséquent ? Ou encore, combien de référence doit-on y mettre ? Il est clair que chaque structure doit se poser ces questions et y apportera des réponses différentes en fonction de leur taille, de leur activité et de leur public.

Le choix de l'emplacement du rayon est également une question stratégique. Certaines structures le construisent dans la continuité de l'espace jeunesse, d'autres l'opposent au contraire pour bien marquer cette différenciation. Dans la plupart des cas, on choisira un « genre » rapprochant les différents espaces. À la librairie Mollat par exemple, qui possède un bel espace pour les adolescents, on a rapproché le rayon ado du rayon des livres de prescription scolaire car les libraires s'étaient rendus compte que les adolescents fréquentaient beaucoup d'eux-mêmes ce rayon¹. À la bibliothèque Marguerite Duras du XX^e arrondissement de Paris, les collections pour adolescents ont été intégrées aux collections pour adulte, le plus loin possible de l'espace dévolu aux tout-petits et en faisant la transition grâce à l'espace « contes » qui rassemble les recueils pour adulte et les albums illustrés pour les enfants. Dans tous les cas, il est nécessaire de bien identifier ce rayon, grâce à une signalétique précise et parfois un aménagement différent du reste de l'espace.

- **Étape 3 : communiquer et animer**

Une fois le rayon installé, il est nécessaire de le faire vivre et d'y créer de l'animation. Mais cela, Charline Lavecchia s'en est vite rendu compte, nécessite du temps et du budget, ce que les structures du livre ne possèdent qu'en très petite quantité. Charline Lavecchia souhaitait par exemple convier les classes des lycées de Nancy à une sorte d'inauguration du rayon,

1 Annexe 1 : Entretien avec Véronique Durand.

afin de leur exposer son projet et de leur permettre une première approche du rayon. Mais ses collègues de la médiathèque ont estimé que cela serait trop lourd à organiser si on devait inviter toutes les classes en une seule fois, ou que cela prendrait trop de temps si les classes venaient à tour de rôle. De leur côté, les documentalistes ont évoqué un manque de temps dans l'emploi du temps des classes pour pouvoir réaliser de telles sorties. Charline Lavecchia a alors pensé à réaliser des *flyers* et affiches à distribuer dans les lycées pour informer de la création de ce nouveau rayon. En parallèle, elle souhaitait faire vivre ce rayon en y créant de l'animation. Elle a étudié la possibilité de réaliser des lectures à voix haute de certains textes. Pour cela, elle a estimé le temps qu'il lui faudrait pour organiser l'événement ainsi que pour communiquer afin d'attirer du public, puis elle a évalué le public potentiellement touché et en a déduit que cela engendrerait trop d'efforts et de dépenses pour un faible retour. Malheureusement, beaucoup de structure du livre « sacrifient » des idées d'actions à mener parce qu'elles n'ont pas le budget et le temps nécessaires à leur consacrer ou pour développer les compétences adéquates.

Des projets réussis

Si ces espaces adolescent se développent, leur réalisation n'est toujours pas aujourd'hui une généralité mais plutôt le fruit d'initiative ponctuelle. En voici quelques unes qui méritent d'être mentionnées pour leur réussite et leur esprit novateur.

- Le rayon ado de la librairie Mollat à Bordeaux

En 2009, la librairie Mollat a décidé de créer un espace pour les adolescents en s'éloignant de l'espace jeunesse, où la production pour adolescent était jusqu'alors rassemblée. Les libraires avaient remarqué que, bien qu'un bon nombre de références ado étaient disponibles dans l'espace jeunesse, les adolescents ne s'y rendaient jamais. Elles étaient uniquement (mais rarement) achetées par les parents. Les libraires ont donc décidé de créer cet espace au sein de la production adulte mais à un endroit déjà fréquenté par le public adolescent. En effet, ils ont choisi de l'installer à la jonction de la pochothèque (qui intéresse naturellement les adolescents) et du rayon des livres de prescription scolaire (dans lequel les adolescents se rendent pour chercher les livres qui leur sont demandés). La librairie Mollat étant un espace totalement décroisé, le public a la possibilité d'y circuler librement, « flottant » d'espace en espace. Placer l'espace ado à la jonction de ces deux rayons permettait de « capter » les adolescents qui y circulaient naturellement mais qui se perdaient ensuite dans le reste de la librairie.

On parlera ici plus facilement de rayon ado que de rayon « jeune adulte » puisque le choix qui a été fait pour l'assortiment est de rassembler la production uniquement adolescente, c'est à dire le plus souvent des collections estampillées ado par des éditeurs de jeunesse. Même

si Véronique Durand, la responsable de ce rayon ado, aurait aimé pouvoir y intégrer des titres de littérature générale, il a bien fallu se faire une raison : faute de place disponible, les doublons n'étaient pas envisageable et les libraires ont alors préféré garder toute la littérature générale ensemble.

Cela dit, Véronique Durand se console en se disant qu'avec l'intégration de titre de littérature générale, et donc la création d'un rayon plus « jeune adulte », il y aurait eu un risque de perdre les jeunes adolescents ou préadolescents qui, aujourd'hui, fréquentent le rayon ado et sont de gros lecteurs mais n'ont pas la maturité nécessaire pour aborder des textes de littérature générale.

Après 3 ans d'existence, le rayon ado de la librairie Mollat semble être une réussite. Tout l'atteste : la fréquentation qui a augmenté ainsi que les ventes qui sont en croissance constante. En effet, Véronique Durand s'est aperçue que, avec la création de ce rayon ado, les lycéens venaient beaucoup plus fréquemment après leurs cours, le plus souvent en groupe, pour flâner dans la librairie et se conseiller des livres. Et même s'ils n'achètent pas lors de ces moments de flânerie, les ventes montrent bien que les parents sont aussi friands de cet espace où ils trouvent plus facilement réponses à leurs besoins.

Véronique Durand et son équipe ne sont toutefois pas complètement satisfaits de leur travail puisqu'ils ont conscience de passer à côté d'une grande partie du public adolescent et jeune adulte. Leur expérience lors du concert de Moriarty est éloquent¹ : l'événement a attiré des centaines de jeunes qui ont donc eu l'information d'une manière ou d'une autre mais il s'agissait pourtant d'un public qu'ils n'avaient pas l'impression d'avoir déjà rencontré au sein de la librairie. Mollat peine à renouveler son public, elle touche essentiellement les Bordelais les plus aisés et les lycéens de proximité immédiate. Elle se sent impuissante face à un public moins lecteur, plus éclectique et plus dynamique, public qui fréquente par ailleurs plus aisément le Virgin et la Fnac qui sont très proches de la librairie. De par sa taille et son dynamisme, la librairie Mollat arrive cela dit à être moins intimidante que d'autres librairies indépendantes, le décroisement des salles permet une circulation naturelle et cela rassure sûrement les adolescents qui peuvent s'y sentir anonymes et en liberté. Son succès auprès de ce public adolescent (même s'il n'est pas total) tient au fait qu'elle sait absorber les mutations (elle joue la mixité des cultures, elle est active sur internet, elle s'adapte à ce nouveau public) et se présenter aussi dynamique d'une GSC tout en jouant la carte de la librairie indépendante en misant sur le conseil au client et la disponibilité des libraires.

1 Annexe 1 : Entretien avec Véronique Durand.

- L'espace Intermezzo de la bibliothèque José Cabanis à Toulouse

Fruit d'une réflexion sur les adolescents et les publics en difficultés, l'espace Intermezzo de la bibliothèque José Cabanis est construit comme un espace intermédiaire, un lieu passerelle pour les publics éloignés du livre. Il est donc différent des espaces ados traditionnels puisqu'il cible plusieurs publics et plusieurs générations. L'espace Intermezzo mise sur la mixité culturelle et générationnelle, on y trouvera donc toutes les formes de supports, du roman au documentaire, en passant par la BD mais aussi par les jeux vidéo. Tous les genres sont donc présents tant qu'ils sont faciles d'accès mais l'assortiment est épuré de sorte que les rayons ne produisent pas une sensation d'étouffement. L'espace est d'ailleurs aménagé différemment puisqu'il dispose de nombreux sièges et de tables de consultation. L'assortiment restreint permet de faire plus de mises en avant des titres grâce aux *facing** ou aux tables thématiques. L'idée est ici de démystifier le livre, de le mélanger à d'autres produits, de le rapprocher physiquement du public, de le rendre plus commun.

Depuis 2010, il existe au sein de l'espace Intermezzo un lieu consacré aux jeux vidéo. Les jeunes et les moins jeunes peuvent louer une *Wii** pour une tranche horaire et choisir un jeu proposé par la médiathèque. Cet espace a attiré un nouveau public et a entraîné de nouvelles habitudes. Les garçons adolescents qui sont généralement les grands absents des lieux de lecture viennent ici plus massivement. Une certaine convivialité s'installe également puisque les jeux se jouent le plus souvent à plusieurs, et on peut ainsi voir par exemple des jeunes initier les adultes à la *Wii*. Les jeux vidéo participent donc activement à la démystification du livre et à la mixité générationnelle, toutefois, ils ne sont pas l'ingrédient secret qui garantit la réussite de la mixité culturelle car, comme me racontait un ancien bibliothécaire de Saint-Raphaël, ce n'est pas parce que les jeunes se rendent dans une médiathèque pour jouer à des jeux vidéo qu'il y a une médiation avec le livre. Il observait en effet la présence d'un public totalement neuf pour la médiathèque et plutôt éloigné du livre mais il constatait qu'une fois la partie terminée, ce public quittait la médiathèque sans passer par les rayons de livres. On peut toutefois espérer que même si les adolescents venus pour les jeux vidéo n'empruntent ni même ne consultent pas les livres, ils modifient inconsciemment l'image qu'ils se font des médiathèques et seront amenés, dans un futur plus ou moins proche, à fréquenter différemment ces lieux.

L'espace Intermezzo s'appuie aussi sur une programmation riche et dynamique. Elle proscrit les rencontres et conférences trop figées et encourage les ateliers de création et les expositions, pour toujours favoriser l'interactivité et les rencontres entre publics.

Cet espace Intermezzo, qui est véritablement un espace d'expérimentation et qui est donc amené à évoluer constamment, semble être une réussite puisque les inscriptions sont en légère mais constante augmentation alors que la fréquentation de la médiathèque José Cabanis

est globalement en baisse. Ce projet confirme que l'espace dévolu aux adolescents doit être pensé différemment, mais il montre aussi qu'ils n'ont pas besoin d'être isolés, traités comme différents pour se sentir à l'aise. Ici, adultes et adolescents se côtoient, empruntent les mêmes livres et s'intéressent aux mêmes sujets. Il n'est donc pas nécessaire d'utiliser le « parler jeune », mais, effectivement, d'utiliser d'autres codes de communication.

Nous pourrions aussi citer d'autres expériences heureuses de rayon ado : la bibliothèque Robert Desnos à Montreuil possède un joli espace destiné aux ados qui accueille notamment le juke box du salon du livre et de la presse jeunesse, celle de Saint-Raphaël a aussi été pionnière en proposant à ses usagers adolescents la mise à disposition de jeux vidéos... La réalisation d'un rayon ado est, à ce jour, plus fréquente en bibliothèque qu'en librairie. Il faut avoir bien conscience que si de telles initiatives se développent de part et d'autres du pays, il s'agit encore à ce jour d'initiatives ponctuelles. Le rayon ado de la librairie Mollat et l'espace Intermezzo de la médiathèque José Cabanis sont tous deux des expériences de références pour les autres professionnels du milieu et nous pouvons espérer qu'avec ces deux modèles de réussites, de telles pratiques vont se généraliser.

2. La prescription hors les murs

Il n'y a pas que dans les lieux du livre que l'on constate une évolution dans l'accueil du public adolescent. Les prescripteurs travaillent également sur d'autres terrains, principalement pour toucher un public initialement moins lecteur que celui qui se rend de son plein gré dans une librairie ou une bibliothèque. Ainsi, il existe aujourd'hui de nombreux prix littéraires organisés pour les adolescents, le plus souvent dans le cadre de leur scolarité mais avec différents partenaires : beaucoup sont organisés par les régions comme le Prix littéraire des lycéens et des apprentis de la région PACA mais d'autres ont des organisateurs privés : c'est le cas du Goncourt des lycéens qui est organisé par la Fnac ou encore le récent Prix des lycéennes de *Elle*, organisé par le magazine.

Il est à noter que les sélections sont toujours faites par les adultes en premier lieu même si ce sont ensuite les adolescents qui sont jury. Le plus souvent, les livres sélectionnés proviennent de la littérature générale, mais certains prix se positionnent sur le roman ado. Cela montre encore une fois que la littérature ado n'est pas toujours bien considérée par les instances de prescription.

Nous allons ici aborder deux exemples de prescription événementielle qui me semblent particulièrement pertinents du fait de leur prise en compte de la culture adolescente.

Le prix RTS Lire Délire

Même s'il s'agit d'une initiative qui ne touche pas le public français, le prix RTS Littérature Ados mérite d'être mentionné tant ce projet est novateur et pertinent. La RTS désigne le groupe de radio-télévision suisse et c'est donc en Suisse romande que ce prix existe depuis sept ans. Il se compose en fait de deux volets :

- Le prix RTS Littérature Ados, qui récompense un ouvrage dédié aux 13-16 ans pour sa qualité littéraire. Les quatorze livres en lice sont sélectionnés par un professionnel puis un jury de cinq professionnels du livre se réunit pour débattre et désigner le vainqueur. Il est donc à noter que nous sommes ici dans une sélection exclusivement de roman ado. Pour autant, ce ne seront pas les adolescents qui éliront le lauréat.
- Le Délire d'Or, qui est remis à une classe lauréate, après la diffusion de sept émissions de télévision « Lire Délire » où quatorze classes candidates viennent présenter un des livres en lice.

C'est donc essentiellement ce deuxième volet qui nous intéressera puisque le prix littéraire est similaire aux prix habituels. Les ambitions de l'émission « Lire Délire » sont, elles, plus originales et plus en adéquation avec le public adolescent. Elles poursuivent en effet une triple mission : elles permettent une éducation aux médias puisque les classes participantes sont accueillies sur le plateau de la RTS et réalisent une émission dans les règles de l'art, elles servent également la promotion des titres en lice puisque les quatorze titres sont présentés et débattus et enfin, elles encouragent la découverte et le plaisir de lire des adolescents.

La participation des classes se fait en plusieurs étapes :

1. Chaque classe se voit attribuer un des titres de la sélection. Elles le lisent et l'étudient.
2. Les classes réalisent un film d'une minute pour présenter le livre. En parallèle, elles fournissent d'autres vidéos, des photos du *making of* pour alimenter le site Internet.
3. En février, les émissions commencent : par 2, les classes viennent défendre leur titre sur le plateau dans une sorte de compétition en duel. En amont, elles ont préparé une présentation orale qui se veut percutante mais qui ne doit pas dépasser une minute.
4. Lors de l'émission, les classes sont soumises à deux autres épreuves : « raconte moi la suite » où les élèves doivent, après que le présentateur ai lu un extrait au hasard, continuer le fil de l'histoire sans erreur et « coups de cœur, coups de gueule » où les élèves doivent personnellement défendre leur point de vue sur le livre.

- Un travail littéraire sur le texte

Le projet de « Lire Délire » est loin d'être un simple jeu puisque l'aspect pédagogique reste très présent. On ne cherche pas à supprimer l'idée que l'enseignement « contraigne » à la lecture puisque le livre sur lequel la classe va devoir travailler est imposé. Les élèves sont donc « forcés » de lire un titre qu'ils n'ont pas choisi mais cet aspect contraignant va être contourné non seulement grâce au fait que ce sont tous des livres de littérature ado mais également par l'aspect ludique qu'il y aura après la lecture.

Il s'agit néanmoins d'un vrai travail littéraire, d'une étude de texte comme on l'entend au sens scolaire. Les élèves étudient le genre du livre, la personnalité des personnages, le vocabulaire utilisé, le rythme du récit, etc. car ils doivent s'imprégner de ce qui ressort du livre, de ce qui fait son essence afin de pouvoir l'exprimer dans leur propre présentation. Par exemple, le livre *Onze !* de Xavier Deutsh aux éditions Mijade parle d'un petit club de foot qui se retrouve en demi-finale face à une grande équipe. Après l'étude du texte, la classe qui était chargée de la présentation a décidé de ne pas tellement axer le film sur le côté foot et sportif du livre mais sur l'aspect émotions car elle s'est rendu compte que le texte abordait justement le sujet du sport sous un angle très sensible. Le film qui en ressort montre l'intensité des émotions que cette petite équipe peut ressentir face au géant du foot mais aussi celle du lecteur qui se prend à l'aventure. Les élèves doivent donc d'abord procéder à une véritable analyse du texte avec leur professeur pour pouvoir s'exprimer justement dans leur présentation.

La présentation orale est aussi un exercice assez scolaire puisqu'il s'agit de résumer un texte, d'en dégager les idées et axes pertinents et de rédiger un texte court mais percutant et convainquant.

- Le texte à travers une multitude de support

Pour faire passer la pilule de l'analyse de texte, la richesse des supports semble plus qu'efficace. À travers le travail sur le texte, les élèves se familiarisent avec les médias grâce à la réalisation du film sur terrain et à celle de l'émission en studio. Leur propre film leur donne un aperçu de ce en quoi consiste l'adaptation cinématographique d'un roman et ils se mettent eux-mêmes dans la peau des réalisateurs et des acteurs. Cela leur apprend donc à scénariser un roman mais aussi à cerner les moments clés de l'intrigue et les caractéristiques des personnages. Outre le fait qu'ils apprennent à tourner et à monter un film, à réaliser des effets spéciaux et à enregistrer des bruitages, ce qui représente déjà une satisfaction en soit, il me semble qu'une telle analyse de texte sera plus fine et plus efficace que celle que les élèves ont l'habitude de réaliser pour les commentaires de texte, l'aspect rébarbatif en moins.

- Une vraie discussion autour du livre

Dernier aspect intéressant de ce projet, les adolescents tiennent ici une vraie place au cœur du débat. On retrouve l'idée des clubs de lecture où les participants se réunissent pour échanger sur leur lecture : avec « Lire Délire », les élèves sont aussi acteurs de leur lecture puisqu'on les encourage dans l'émission à partager leurs points de vues. Les jurys apprécient d'ailleurs tout particulièrement la diversité des opinions présentées et l'argumentation qui en est faite. Qu'ils aient aimé ou détesté le livre, les adolescents sont appelés à s'exprimer et leur discours est entendu et légitimé.

Ce projet « Lire Délire » offre donc aux élèves participants l'occasion de considérer la lecture sous un angle différent. Ils abordent en parallèle l'aspect éducatif et l'aspect divertissement, ce qui leur procure un bel enthousiasme. Le fait que ce soit de plus un concours avec un prix à la clé les pousse sûrement à se dépasser et à s'y investir complètement. Ce projet semble donc bénéfique aux élèves participants mais il y a fort à parier que les spectateurs de l'émission se prêtent aussi au jeu. Les présentations originales qui sont faites des livres par les films poussent, elles aussi, à la lecture. Elles peuvent également être l'objet de l'exercice à l'envers, en classe ou en bibliothèque par exemple, où les adolescents travailleraient sur la vidéo avant de lire le livre.

La force de ce projet déjà réussi est justement qu'il ouvre de multiples pistes et exemples de travail sur la lecture. Il montre que la lecture, même dans le cadre de la prescription scolaire, n'est pas figée mais qu'elle est au contraire fruit d'échanges collectifs et de créations dérivées.

La nuit des adolecteurs

Le salon du livre de Troyes organise un événement pour les adolescents qui connaît un beau succès. Depuis une dizaine d'année, l'association Lecture et Loisirs, qui a créé ce salon du livre, propose aux adolescents de se réunir, toute une nuit durant, au sein du salon du livre et en compagnie d'auteurs, d'illustrateurs et d'éditeurs. Ici, un seul mot d'ordre : se faire plaisir. La Nuit ne programme pas une ribambelle d'ateliers ou de conférences mais encourage le jeune à explorer librement les lieux, à se rapprocher à sa guise des professionnels mais surtout à trouver son propre plaisir dans les lectures. Au sein du salon du livre, près de 40 000 livres sont disponibles et accessibles aux adolecteurs, parmi eux, on y trouvera tout autant de la littérature ado que de la littérature jeunesse, des documentaires, du beau-livre etc. Toute la production éditoriale jeunesse est représentée puisque le salon s'adresse à la jeunesse en général. Amélie Plançon, la directrice de l'association Lecture et Loisirs défend en effet l'idée que les

adolescents doivent « *trouver leur plaisir dans n'importe quelle production, qu'il n'y a pas de lecture légitime*¹ ». Et c'est sans doute là que réside la clé du succès de cette Nuit, qui tient à marquer sa distance nette avec l'école et l'idée d'une lecture comme contrainte. Amélie Plançon s'est dit que pour que ce soit attractif, un événement en direction des adolescents devait être en adéquation avec son public et s'adapter à ses caractéristiques, à savoir son besoin d'autonomie et de liberté la plus totale possible. C'est donc avec cela en tête que l'équipe a pensé à la programmation et l'organisation de la Nuit des adolecteurs. Le pari n'était pas gagné d'avance puisque l'idée d'enfermer de nuit un groupe d'adolescents dans une pièce remplie de livres pouvait paraître étonnante. Cela a effectivement un côté paradoxal de contraindre un adolescent à rester dans un même lieu de 19h à 7h le lendemain alors qu'on s'accorde à dire qu'il a justement besoin de liberté ! Pourquoi l'adolescent viendrait de son plein gré passer la nuit dans un tel lieu alors qu'il rechigne à passer quelques heures en bibliothèque ou en librairie ?

Mais finalement, on s'étonne d'un tel succès et d'une telle réussite. Les inscriptions sont toujours complètes des semaines avant le début du salon et elles semblent toutes volontaires, et non dictées par les parents. La contrainte de rester toute une nuit sur place est loin d'être rebutante pour les adolescents, c'est au contraire une idée qui les excite à cet âge là où on est souvent amateurs de nuits blanches. Non seulement cet événement a lieu à un moment exclusivement réservé aux adolescents mais de plus, il s'agit d'une réunion entre pairs. Certes ils sont enfermés au milieu des livres, mais ils sont surtout aux milieux de leurs copains, sans leurs parents et sans adultes représentants l'autorité (les médiateurs sont bien présents mais discrets). Ils se sentent valorisés par ce traitement particulier à leur égard : « *l'événement procure l'impression d'être exceptionnel, les ados s'y sentent VIP*² ».

Concernant la programmation, Amélie Plançon remarque que cela ne sert à rien de trop en faire, l'équipe met en place une animation principale avec les auteurs et illustrateurs volontaires et pour le reste, elle fait confiance à l'inventivité des participants et à leurs désirs spontanés. Ainsi Amélie Plançon raconte : « *à l'occasion de cette Nuit, Pierre Bottero a lu aux adolescents en avant-première le roman qu'il sortait 4 mois plus tard. La Nuit, c'est aussi des moments magiques comme celui-là, rien n'est vraiment calé ni prévu mais beaucoup de choses émergent d'elles-mêmes en fonction de l'envie des jeunes et de celles des auteurs...* ». Cette recette plaît aux adolescents puisqu'aux dires d'Amélie Plançon, un tiers d'entre eux reviennent chaque année en y entraînant leurs nouveaux amis.

Le plaisir de se retrouver en communauté est en effet un argument moteur à la réussite de ce projet mais Amélie Plançon n'est pas dupe, elle se doute bien qu'un certain nombre

1 Annexe 1 : Entretien avec Amélie Plançon.

2 *Id.*

d'adolescents s'inscrivent dans l'unique but de passer toute une nuit avec leurs copains et copines et que ce n'est pas l'intérêt pour le livre ou les auteurs qui les y poussent. Néanmoins, elle constate qu'ils finissent tous par se prendre au jeu et se mettent à lire « pour rigoler » des textes de leur enfance ou font de nouvelles découvertes. Le pari est ici doublement gagné : contrairement aux événements habituels qui touchent un public déjà en grande partie captif, la Nuit attire au contraire un public qui a priori n'est pas attiré par le livre ce qui constitue déjà en soit une belle réussite. Mais que ce même public se prenne au jeu et trouve finalement plaisir à entrer dans la lecture, voilà une belle raison de se réjouir.

Finalement, cette Nuit des adolecteurs, qui n'est pourtant pas un exemple de médiation puisqu'il n'y a pas de contact véritablement créé entre les adolescents et les adultes, arrive à faire passer le message que la lecture est avant tout un loisir et que l'adolescent peut y trouver du plaisir. Elle parvient, grâce à son écoute et à sa compréhension de ce public si particulier, à l'attirer et à le divertir avec comme seul support le livre dans tout ce qu'il a de plus simple.

Ce projet est finalement d'une simplicité désarmante et on s'étonne alors qu'il n'ai pas fait de rejets dans d'autres salons du livre. À vrai dire, il y a eu quelques tentatives similaires mais toutes ont stoppé après quelques années. D'après Amélie Plançon, si les autres tentatives n'ont pas marché, c'est que les organisateurs voulaient justement avoir une programmation trop lourde et encourageaient fortement les adolescents à participer aux ateliers mis en place, ce qui les oppressait et les rebutait. La difficulté serait donc d'accepter de ne pas tout contrôler, de ne pas avoir peur du vide et des temps morts et d'accepter que les adolescents présents ne soient pas constamment en contact avec un livre ou un auteur mais qu'ils vivent leur vie d'ados en butinant à gauche, à droite, ce qui les l'intéresse.

3. Investir les réseaux sociaux

Aujourd'hui, beaucoup de professionnels du livre sont présents sur Internet car ils savent que pour promouvoir une marque auprès de son public cible, il faut se positionner là où le public est déjà. Les éditeurs de jeunesse ont été les premiers à comprendre l'intérêt du web 2.0 et à investir les sites communautaires et les réseaux sociaux. Cela est effectivement cohérent puisque leur public cible, les jeunes, est le public le plus représenté sur Internet et le plus dynamique dans les communautés virtuelles. Les innovations qu'ils ont mis en place jouent tant sur le contenu et le type de livres que sur les modes de communication, la profession a ainsi été largement bouleversée par ces nouveaux outils et éditeurs comme attachés de presse repensent leur profession.

Un travail sur l'image

Les éditions Sarbacane animent deux pages sur Facebook, une page pour la maison et une pour la collection « eXprim' ». C'est ici, la page de la maison qui nous intéresse particulièrement. Elle est utilisée, comme pour la plupart des éditeurs, pour relayer les actualités des livres et des évènements à venir, partager des articles ou faire la promotion d'un auteur, mais plus encore que les autres, elle met en avant le côté humain de l'édition. Ce qui est frappant dès que la page s'affiche, c'est la photo du profil¹ : lorsque la plupart des éditeurs choisissent d'afficher le logo de la maison ou encore la couverture d'un livre majeur, Sarbacane expose fièrement une photo très sympathique de toute l'équipe réunie. L'efficacité est totale car la photo du profil est le premier élément visible de la page et c'est également l'icône qui sera toujours associé au nom de Sarbacane pour toute action sur Facebook, il est donc primordial de bien choisir cette image. En présentant l'équipe de cette manière, Sarbacane semble rappeler que derrière les livres de la marque, il y a une équipe humaine et que ces personnes sont simples et accessibles ; une bonne façon de désacraliser le mythe de l'édition où les éditeurs sont de grands intellectuels élitistes, exigeants, qui ne parlent que d'auteurs ou de livres. Ici l'équipe de Sarbacane encourage la rencontre, l'échange et le partage.

Travailler le conseil et la proximité

Bibliothécaires et libraires commencent également à manier les réseaux sociaux. Ils leurs permettent de relayer rapidement et à moindre coût leurs animations et de mettre en avant leurs coups de cœur.

La librairie du voyage à Rennes a été une des premières à s'inscrire sur Twitter ; Pascal Guilleux, le gérant, reconnaît que c'est un outil très pratique pour se positionner en tant que commerce de proximité (il redirige sur des actualités locales, il dialogue avec ses clients) et en tant que spécialiste du voyage (il suit les professionnels du tourisme et relaie l'actualité sur le site). Mais pour lui, un des avantages majeur de ces nouvelles technologies est le rapport nouveau qui s'instaure avec les jeunes lecteurs : « *Aujourd'hui, ils me demandent la disponibilité d'un ouvrage, souvent en message direct, alors qu'avant ils n'osaient même pas rentrer dans une librairie*² ». Là aussi, les réseaux sociaux permettent une désacralisation du livre et donc une interaction plus forte. Cette idée est d'autant plus intéressante pour les adolescents qui représentent le public le plus intimidé par la librairie. Par ce biais, ils peuvent alors se rapprocher de leur libraire, tout en préservant leur intimité et leur liberté. Internet a ça d'attrayant qu'il permet de communiquer de la manière où on le souhaite, ainsi, quelque soit l'heure, un internaute

1 Annexe 6 : Les photos de profil Facebook de Sarbacane.

2 Thomas Vincy, « 140 caractères à tout faire », *Livres Hebdo*, 26 mars 2010, n° 814.

peut envoyer un message à son libraire pour savoir si un livre est disponible. Pour l'adolescent, c'est une barrière qui saute.

Si quelques librairies tirent leur épingle du jeu, elles sont pour l'instant encore discrètes. Selon une récente analyse de *Livres Hebdo* c'est la Fnac qui est le mieux placée, tant sur Facebook que sur Twitter, suivie ensuite par Virgin tout de même loin derrière¹. Cela ne doit pas vraiment nous étonner dans la mesure où ces grandes surfaces culturelles rassemblent un public bien plus large et diversifié qu'une librairie... Viennent ensuite en 3^e et 4^e position la librairie Sauramps (5 541 fans sur Facebook mais finalement très peu interactive et en perte de vitesse) et le Furet du Nord (aujourd'hui 5 880² dont principalement les 18-24 ans). Le Furet du Nord anime de plus sa propre chaîne sur Youtube* : vidéo de rencontre d'auteurs, mais aussi interview de l'équipe, présentation du magasin, etc. Une autre présence à remarquer est celle de la librairie spécialisée jeunesse La soupe de l'espace qui comptabilise bientôt 3 000 fans sur sa page Facebook et qui connaît d'ailleurs depuis mai 2012 une forte ascension. La page est couplée à un blog bien alimenté, consulté et commenté. Grâce à ces médias, la librairie se positionne comme force de conseil et ce qu'il offre est plus facile d'accès et peut donc toucher un public plus large.

Côté bibliothèque, c'est le réseau des bibliothèques du département du Cher qui attire notre attention. Depuis 2008, l'ensemble des bibliothèques de ce département animent CherMedia³, un média-social culturel qui met l'accent sur l'activité des bibliothèques et donne la parole au public. Ce média-social prend la forme d'un blog ouvert, sur lequel, il suffit de s'inscrire pour devenir contributeur. Il compte à ce jour 416 membres et pas moins de 2 300 articles répartis en diverses catégories : la vie des bibliothèques, les conseils de lecture, l'actualité événementielle de la région, les découvertes culturelles, etc. L'ensemble est très riche et diversifié et si le sujet principal reste le livre, les autres pratiques culturelles ne sont pas laissées en reste. Les bibliothèques travaillent le support écrit mais aussi audiovisuel puisque de nombreux films sont réalisés, autour de ce projet éditorial et des animations qui ont lieu en bibliothèques. Les bibliothécaires ont développé des compétences larges pour l'utilisation de tous ces nouveaux outils de communication : les films réalisés sont dignes de professionnels, les 11 réseaux sociaux sur lesquels CherMédia est présent sont maniés avec justesse, le blog lui-même est dynamique et proprement designé.

1 Claude Combet, « La cote des entreprises du monde du livre dans les réseaux sociaux », *Livres Hebdo*, 14 mars 2012.

2 À la date de l'enquête, la page du Furet du Nord comptait moins de 5 500 fans, ce qui explique sa 4^e place)

3 <http://www.chermedia.com>

Si le but premier de CherMédia est de donner la parole à ceux qui n'ont pas beaucoup d'occasion de la prendre, sa vraie réussite réside en fait dans sa faculté à véhiculer une image positive, dynamique et accessible de la bibliothèque. Il y a peu, CherMédia s'est prêtée au jeu de la parodie de l'émission Bref, et a diffusé « bref, je suis bibliothécaire » sur dailymotion*. On y voit une bibliothécaire à chignon et lunettes, ressemblant parfaitement à l'image que l'on se fait de la bibliothécaire, mais qui nous donne une toute autre vision du métier : « *je fais de la médiation culturelle, je suis psy, déménageur, baby-sitter, cuisinier, sonorisateur, animateur, projectionniste, lecteur, conteur, assistante sociale, comédien, guide d'exposition, photographe, frimeuse un peu parfois, diplomate*¹ ». La voix off de l'épisode montre au public la diversité de tâches à accomplir dans le métier de bibliothécaire, on est à présent loin de la bibliothécaire de l'imaginaire collectif, immobile à son bureau, le nez plongé dans un livre poussiéreux.

La vidéo est très juste dans sa manière de voir le métier de bibliothécaire, avec l'humour qui caractérise les épisodes de Bref, elle parvient à s'appuyer sur la caricature de la bibliothécaire pour en donner une vision nouvelle : la bibliothécaire est désormais quelqu'un d'accessible, de dynamique et de résolulement moderne.

CherMédia prouve aussi l'importance des réseaux sociaux et la volonté des professionnels du livre de s'y rendre visible : « *je fais de la veille sur Twitter, je l'organise dans Delicious, Scoot.it et Netvibes. Je partage mes liens sur Facebook ou Pinterest, mes photos en creative commons sur Flickr, mes vidéos sur dailymotion, Vimeo et parfois sur YouTube. J'écris sur les blogs, je taggue mes articles, je commente, je « like », je « RT », je recommande et je passe pour un geek ».* Les bibliothécaires s'inscrivent dans ce nouveau panorama des outils de communication.

Entre promotion et prescription

Comme vu précédemment, les réseaux sociaux sont rapidement devenus un outil de promotion largement utilisé par les grosses maisons d'édition. Ils leur permettent de créer de l'interactivité autour d'un titre ou d'une collection, les jeunes se regroupent autour d'un label et forment finalement une communauté. Ainsi, la promotion se mélange étrangement à la prescription puisque la communauté échange ses avis de lecture et ses goûts culturels. Les activités de sociabilité sont source de recommandations, efficaces qui plus est. En favorisant de telles interactions, l'éditeur alimente finalement un moteur de prescription.

L'utilisation des outils du web 2.0* se fait par tâtonnements successifs, les éditeurs sont pour l'instant relativement timides sur les possibilités permises, par manque de compétences dans ce domaine mais aussi par manque de moyens. Pour l'heure, seules les grosses maisons appuient massivement leur promotion sur les communautés virtuelles créées autour

1 « Bref, je suis bibliothécaire », par Chermedia. http://www.dailymotion.com/video/xpei9w_bref-je-suis-bibliothecaire_webcam

de leur marque. Une des premières initiatives à avoir vu le jour avec succès fut lancée par Bayard, à l'occasion de *Cathy's Book*. La trilogie de Cathy, dont le premier tome est sorti en 2009 chez Bayard, est l'exemple de livre interactif le plus pertinent. Cette trilogie a connu un grand succès, qu'elle ne doit pas tant à son contenu (il s'agit du journal intime d'une jeune fille sur fond d'enquête et d'immortalité) qu'à sa forme et qu'à la promotion qui l'a soutenue.

Le livre est présenté comme un réel objet intime, il a la forme d'un carnet Moleskine et contient dans son rabat divers objets (photo déchirée, lettre, tickets, etc.). Ce réalisme est renforcé par la mise en page où le texte est entrecoupé de dessins, croquis et autres notes manuscrites. *Cathy's Book* a la particularité d'encourager une lecture à proximité des outils de communication car le lecteur a pour rôle de résoudre avec Cathy une enquête, à l'aide des indices laissés dans le livre (une version évoluée des livres dont le lecteur est le héros en fin de compte), il est ainsi amené à téléphoner pour rentrer en contact avec Cathy ou à communiquer avec elle *via* son propre Facebook ou son blog. Un site compagnon est dédié à chaque tome, tous extrêmement riches en goodies et qui replonge le lecteur dans l'ambiance du journal intime de Cathy.

L'interactivité ne s'arrête pas là puisque Cathy a massivement investi les réseaux sociaux. La page Facebook est présentée comme le profil d'une personne réelle, Cathy y expose ainsi ses goûts, ses activités comme n'importe quel membre de Facebook. Elle est suivie par un peu plus de 2 000 amis qui, une fois acceptés, peuvent communiquer et réagir sur le mur de Cathy. Néanmoins, il existe une autre page pour *Cathy's Book* qui n'a apparemment pas été créée par les éditeurs, elle ne reprend que quelques informations sur le livre et ne présente aucun autre intérêt puisqu'il n'y a pas plus de contenu ni de possibilité de réagir sur cette page. Pourtant plus de 11 000 personnes ont cliqué sur « j'aime » sur cette page soit plus de 5 fois plus que sur le profil officiel de Cathy qui présente pourtant un intérêt bien supérieur. Cela signifie donc que le profil de Cathy n'est pas suffisamment reconnaissable, si l'on cherche *Cathy's Book* sur Facebook on tombe sur la page officielle du livre, le profil lui est pointé sur le site du livre mais 2 000 amis ne semblent pas être à la hauteur du lectorat de Cathy.

Cathy possède également un compte Twitter, peu actif et peu suivi toutefois.

Enfin Cathy anime un blog personnel, beaucoup plus efficace, qui constitue un véritable prolongement au livre puisqu'elle y expose ses états d'âme, des anecdotes et réagit en phase avec l'actualité (elle fait ses vœux pour la nouvelle année par exemple).

Sur les multiples supports de communication avec le lecteur, l'illusion est entretenue sur le personnage de Cathy qui est présentée comme une véritable personne et non comme une héroïne d'une enquête fictive.

Il s'agit donc d'une vaste campagne de marketing destinée à promouvoir un titre mais l'ensemble représente finalement un outil de prescription puisque les différents dispositifs permettent de toucher un public inédit, un public qui va prendre en main ces dispositifs et devenir acteur de cette diffusion.

Sur les réseaux sociaux, les internautes diffusent en effet de la publicité mais comme ils y rajoutent une touche personnelle, cette publicité devient recommandation. En se plaçant directement sur les réseaux sociaux et dans une dynamique d'interactivité, la campagne de Cathy encourage plus encore les jeunes à en faire du bouche à oreille virtuel.

Aujourd'hui, toutes les grosses campagnes de lancement s'appuient sur la diversité des supports et sur l'interactivité des communautés.

B. Différents acteurs émergent pour une nouvelle prescription

Face à la perte d'influence de nos prescripteurs traditionnels, on voit émerger de nouveaux acteurs pour reprendre ce flambeau. Le monde des blogs est évidemment un de ces acteurs qui vient aujourd'hui directement pallier à la baisse d'influence de la prescription journalistique. Et effectivement, c'est sur le net que tout va se jouer, c'est là que va naître la prescription de demain. Car l'effervescence des blogs a fait naître une multitude d'outils et d'usages qui ont désormais leur propre rôle dans la prescription.

1. Les prescripteurs de demain

Internet a fait apparaître des pratiques très multiples mais la plupart sont basées sur l'interactivité. De ces pratiques sont nés des phénomènes, des projets qui aujourd'hui bouleversent le rapport qu'ont les éditeurs avec le public lecteur.

Les ados en communauté

Le succès des réseaux sociaux auprès des jeunes s'explique par deux facteurs : l'intérêt croissant des jeunes pour Internet et l'attention particulière qu'ils réservent à leurs pairs. Il est donc naturel que les adolescents se tournent vers Internet pour s'y retrouver entre pairs et échanger autour de leurs pratiques. Les 15-24 ans sont effectivement les plus touchés par Internet et les réseaux sociaux. Ce sont les plus équipés pour se connecter, ce sont ceux qui passent le plus de temps sur Internet, ceux qui ont envahis les réseaux sociaux (surtout Facebook et Youtube) et qui ont les pratiques les plus diversifiées. Des messageries instantanées aux jeux en ligne en passant par le blog ou les sites de conseils, les jeunes manipulent une diversité étonnante de médias sociaux. Avec les nouvelles technologies, les jeunes se sont créés un

rapport nouveau avec la lecture et l'écrit. Ils communiquent désormais par SMS, par messageries instantanées, ils échangent sur Facebook ou *via* les blogs, etc. Ils sont devenus eux-mêmes prescripteurs de littérature et on voit ainsi fleurir des forums d'échange, des blogs, des réseaux sociaux entièrement consacrés à la lecture. À un âge où l'influence des pairs est particulièrement importante et où l'utilisation d'Internet est massive, il est finalement naturel que la lecture devienne elle aussi un phénomène d'interactivité.

- Les blogs

Depuis une dizaine d'année, l'ascension des blogs en tout genre a été fulgurante. Puis, en 2008 avec l'arrivée de Facebook, elle a nettement ralenti. Aujourd'hui néanmoins, les adolescents restent les principaux utilisateurs et créateurs puisque 35% des créateurs de blogs ont entre 11 et 15 ans et 47% des créateurs restants ont entre 16 et 24 ans.

L'aventure du blog en France commence réellement en décembre 2002 alors que la radio française Skyrock lance le site skyblog.com. Même s'il existe alors déjà d'autres interfaces de blog, celle-ci, de par sa simplicité d'utilisation, attire énormément les débutants et principalement les adolescents. Encore aujourd'hui, c'est ce même support (aujourd'hui racheté par le site Skyrock.com) qui est privilégié par les utilisateurs adolescents, d'autant plus que la forme a énormément évolué, pour devenir un véritable réseau social puisque, à la possibilité de créer un blog ont été ajoutées des fonctionnalités de réseau comme la gestion d'un profil, d'un carnet d'amis, un chat, etc. Les blogs permettent aux jeunes de s'exprimer presque sans censure, ils facilitent les échanges et créent du lien, les adolescents se rassurent ainsi grâce à leur appartenance à des groupes et à des réseaux.

Les blogs adolescents et en particulier ceux de Skyblog peuvent avoir une mauvaise image car ils ont la réputation d'être puérils et parfois vulgaires voire agressifs. De plus, les blogueurs adolescents ne sont pas les plus respectueux de l'orthographe (il est d'ailleurs d'usage d'utiliser allègrement le langage SMS) pas plus que du droit d'auteur : beaucoup de blogs contiennent des éléments, des photos le plus souvent, protégés par le droit d'auteur mais sans l'accord des ayants droits. Néanmoins, le pouvoir et l'impact de ces blogueurs ne sont pas à négliger : d'une part parce qu'ils sont d'ores et déjà des acteurs efficaces de la prescription (un article de *Lecture Jeune*¹ nous indique que sur Skyblog uniquement, 170 000 articles font référence à *Twilight* et que les blogs consacrés à des séries ou à des auteurs sont les plus représentés) et d'autre part parce qu'ils grandiront et migreront généralement vers des interfaces plus sophistiquées telles que Blogspot et alimenteront alors des blogs plus « sérieux ».

La grande majorité des adolescents tient sur Skyblog et sur les autres interfaces similaires, des blogs « intimistes » dans lesquels les adolescents évoquent leur quotidien et surtout

1 *Lecture Jeune* n° 133

leurs états d'âme, un peu comme ils le feraient dans un journal intime. Mais Pascale Ezan, qui s'est beaucoup intéressée au phénomène du blog¹ distingue trois autres profils de blogueurs, en plus de celui de journal intime, qui témoignent de niveaux d'implication et de motivation différents :

- Le « blog fan » : le blogueur s'attribue comme mission de faire partager sa passion et se faire reconnaître comme expert. Par contre, il se met peu en avant puisqu'il défend en priorité une marque ou ses centres d'intérêt.
- Le « blog de prescription » : ici le blogueur délivre des conseils, il partage ses coups de cœur, ses astuces, etc. L'interactivité avec d'autres internautes sera favorisée puisque le blogueur prescripteur attend une certaine reconnaissance et souhaite devenir un influenceur.
- Le « blog participatif » est un espace dévolu à une communauté virtuelle formée autour d'un sujet de discussion que le blogueur s'attache à susciter et à alimenter. Ce n'est donc pas le contenu qui prime mais l'intensité de l'interactivité.

Ce paysage de blog montre donc qu'il y a de la place pour les éditeurs qui veulent attirer et se rapprocher du public adolescent, mais bien sûr cela nécessite de repenser les moyens de communication avec ce public : accessibilité, interactivité, participation voir co-création seront les maîtres mots de la réussite.

Aujourd'hui, ce sont les blogs de prescription qui sont le plus représentés, ils prennent souvent la forme de blog généraliste sur la lecture. Ils sont créés et fréquentés par des ados qui cherchent des conseils de lecture venant de leurs pairs. Sur cet espace, le créateur va donc partager ses goûts littéraires et ses découvertes en donnant une critique, plus ou moins approfondie. Même si l'interactivité n'est pas toujours présente, le blogueur attend une reconnaissance de la part des internautes mais aussi, en grandissant, de la part des éditeurs et des auteurs : « *cela fait du bien à l'égo de voir que le travail que l'on fait pour un blog intéresse des éditeurs*² ». Les ambassadrices de « eXprim' » font effectivement partie de ces bloggeuses adolescentes qui ont grandi et ont aujourd'hui la chance d'être traitées par les professionnels du livre comme de vraies prescripteurs, elles entretiennent des liens d'égal à égal. Elles sont assez nombreuses dans ce cas là³ et ainsi, les critiques qu'elles publient désormais sur leur blog sont toutes, ou presque, issues des envois d'éditeurs.

1 Pascale Ezan, *Les stratégies de marque sur la blogosphère adolescente*, 11th International Congress on Marketing Trends, Paris, 2011.

2 Annexe 1 : Entretien avec Sophie Hacquin.

3 Quelques exemples de blogs aujourd'hui bien considérés par les éditeurs : <http://blogclarabel.canalblog.com>, www.lirado.com, <http://bloggalleane.blogspot.com>, <http://www.blue-moon.fr>, etc.

Les blogs adolescents consacrés aux livres sont de véritables invitations à la lecture mais aussi à s'exprimer au sujet des romans lus. Les discours tenus sont sincères et spontanés, loin de l'analyse littéraire que les adolescents pourraient trouver trop formelle. En parcourant ces blogs, nous ressentons une véritable ouverture d'esprit et de tolérance, les adolescents blogueurs ne hiérarchisant absolument pas leurs lectures, ils ne font pas de différence concernant les genres : on trouve alors des chroniques défendant avec la même passion Gustave Flaubert et Guillaume Musso.

- Les forums

Les adolescents sont également très présents sur les forums qui favorisent plus encore l'interactivité. Le site ados.fr n'est pas uniquement dédié à la littérature mais contient des rubriques très diverses allant de la musique au cinéma, en passant par le sport et l'actualité croustillante des *people*. Au milieu de toutes ces informations, on tombe finalement sur la rubrique « Livre-BD ». Le forum dédié est divisé en cinq catégories lecture : « Bandes dessinées », « mangas », « romans », « devoirs et révisions » et « *Twilight* » et deux catégories écrit : « poèmes » et « textes ». Il est assez étonnant de trouver une catégorie « devoirs et révisions » dans ce forum consacré aux livres mais il renvoie en fait au forum consacré justement aux études. Il s'agit en fait d'un raccourci pour ne pas perdre ceux qui par exemple viendraient chercher conseil pour une dissertation en pensant trouver dans le forum « livres ». Contrairement aux blogs, il n'y a ici pas de hiérarchisation de la parole puisque chaque membre est libre de commenter ses lectures à sa guise. Les topics se construisent le plus souvent autour d'une question initiale « *je ne sais pas quoi lire en ce moment, que me conseillez-vous ?* » à laquelle les membres répondent en recommandant leurs lectures. Dans un blog, nous rencontrerons plutôt la forme « *j'ai beaucoup apprécié ce livre. Et vous, qu'en pensez-vous ?* » suivis de commentaires pour approuver ou non l'avis de l'auteur.

Les sites communautaires en lien avec la lecture

Les réseaux sociaux liés à la lecture se multiplient, et si beaucoup ont un intérêt particulier il n'est pas possible de tous les étudier ici. Nous nous focaliserons sur trois : Babelio, le réseau le plus populaire, Myboox qui monte en puissance et enfin Lecture Academy, le premier site de lecture destiné aux adolescents.

- Babelio

Babelio¹ est ce qu'on appelle une « application web de catalogage », le site est constitué d'une base de données de livres de manière à ce que les membres enregistrent et partagent des bibliothèques personnelles et des listes de livres. En juin 2011, Babelio comptait plus de

1 <http://www.babelio.com>

30 000 membres, 1 282 068 livres, 7101 080 critiques, mais aussi 33 944 vidéos et 61 259 citations. Le site est visité mensuellement par environ 80 0000 internautes¹.

Le principe est simple : l'utilisateur se constitue une bibliothèque virtuelle avec les titres référencés (ou qu'il référence lui-même en scannant le code-barres grâce à sa webcam), il peut l'alimenter de critiques et de citations, qui enrichissent ensuite le site. Grâce à sa bibliothèque et à son profil, l'utilisateur dispose d'une page d'accueil personnalisée qui lui propose un flux d'actualités liées à ses goûts littéraires. Le site lui propose également de le mettre en lien avec d'autres lecteurs qui partagent les mêmes intérêts, il y a même un compteur d'affinités littéraires qui prend alors en compte les notes données aux livres, les lectures communes, les genres préférés, etc. À ce titre, Babelio est donc un réseau social puisqu'il encourage la mise en relation non seulement des membres entre eux mais également avec les auteurs inscrits sur le site. Il participe à l'action de rendre la littérature moins isolante mais au contraire, facteur d'échange et de rencontre.

- « Vous allez voir ce que vous allez lire »

Myboox² est un autre site généraliste de lecture mais présente d'autres caractéristiques intéressantes : magazine littéraire, réseau social et librairie en ligne à la fois, Myboox réussi à mener sa mission à bien de nous informer sur l'actualité du livre.

Internauts, libraires, auteurs et éditeurs profitent ici d'un endroit privilégié pour échanger et commenter l'actualité littéraire. Les internautes se rassemblent en groupes thématiques au sein du BOOX Club, donnent leurs avis et chroniquent les livres qu'ils ont lus. Côté magazine littéraire, le site rassemble des centaines de vidéos avec des interviews, des chroniques et des lectures d'auteurs plus ou moins connus. À signaler, le BOOX Mag qui présente sous forme d'articles, l'actualité des événements liés à toutes les littératures: salons, rendez-vous littéraires, etc. Enfin la boutique en ligne est organisée en catégories et genres de lectures pour permettre aux « 7-77 » ans de trouver rapidement leurs livres.

La dernière innovation de Myboox est son nouveau site Mybooxaffinity³ qui permet de trouver le livre idéal à s'offrir et à offrir parmi le roman, le pratique ou le beau-livre. En quelques clics, l'utilisateur se trouve face à une sélection de 4 livres qu'il peut ensuite consulter avec plus de renseignements. Cela lui permet donc de découvrir des livres tout en étant aiguillé à travers une production pléthorique.

1 Pierre Fremaux (co-fondateur de Babelio.com), « Une révolution silencieuse » *Tire Lignes*, avril 2012, n° 9.

2 <http://www.myboox.fr>

3 <http://www.classics.mybooxaffinity.fr>

- Lecture Academy

Le cas de Lecture Academy¹ est un peu particulier puisque le site a été créé par Hachette Jeunesse et ne rassemble donc pas une communauté autour de la lecture en général mais avant tout autour d'une marque. Le site des « mordus de la lecture » a été lancé fin 2008, à l'occasion de la sortie du 4^e tome de la saga *Twilight* avec dans l'idée à la fois de répondre aux demandes insistantes des fans et d'anticiper la fin de la saga pour amorcer la chute. Les éditeurs ont donc créé la collection « Black Moon » pour « canaliser » la communauté existante et le service marketing l'a dirigée vers Lecture Academy. Participatif dès le début, le site ne proposait alors qu'un catalogue et un fil d'actualité sur les parutions des livres et les films adaptés. En 2009 et devant le succès déjà visible du site, Hachette Jeunesse ouvre un forum a priori consacré aux échanges des membres sur leurs lectures mais très vite la rubrique « autres » où il est question de sujets plus personnels prend beaucoup d'importance². « *Le site référence des livres mais nous voulions des fonctionnalités plus participatives, des commentaires de lecteurs*³ » souligne Antoinette Rouverand à l'occasion d'un focus sur son site par *Lecture Jeunesse*. En effet, Hachette Jeunesse a mis en place des suggestions de lecture du type « *vous avez aimé... vous aimerez aussi...* » mais aussi des pistes plus originales comme « *Dis-nous de quelle humeur tu es aujourd'hui...* ». Ce qui est intéressant ici est que la sélection est donc faite non seulement grâce aux caractéristiques habituelles mais aussi en fonction de ce qui définit l'adolescent.

Contrairement aux précédents sites communautaires présentés, Lecture Academy s'adapte effectivement aux pratiques des adolescents, public d'ailleurs drainé naturellement par son attrait pour la collection « Black Moon » mais aussi « recruté » sur les sites fréquentés par les jeunes (www.ados.fr, www.teemix.fr, www.melty.fr, etc.). Le forum est donc largement investi par les plus jeunes des lecteurs (12-15 ans) et le public est essentiellement féminin, ici à l'image des lecteurs de la collection.

Le site propose des sous-communautés : « Black Moon » évidemment mais aussi « Bloom » et « Aventures et frissons ». Si la première est largement fréquentée avec plus de 21 500 membres, les deux autres n'en comptent pas plus de 6 500. Cet échec relatif peut être dû au fait que la communauté « Black Moon » est moins segmentée puisqu'elle s'adresse aux lecteurs de 12 à 25 ans et les membres n'ont peut-être pas envie de s'afficher dans une case.

Grâce à ses multiples fonctionnalités, le site de Lecture Academy compte aujourd'hui près de 100 000 inscrits et en moyenne 150 000 connexions par mois. Hachette Jeunesse a non seulement réussi le virage délicat de la fin de la saga *Twilight* mais a également été le premier a proposer un véritable site de lecture aux adolescents.

1 <http://www.lecture-academy.com>

2 Anne Clerc, « Les éditeurs jeunesse et les réseaux sociaux », *Lecture Jeune*, mars 2011, n° 137.

3 *Loc. Cit.*

Partenariats et swaps et challenges

Le web 2.0 ne permet pas uniquement le trafic de données immatérielles mais également de biens matériels. Que ce soit d'éditeur à internaute ou entre internautes, les échanges et dons de livres ou cadeaux variés sont nombreux.

- Les partenariats

Sur les sites généralistes et littéraires les éditeurs ont « envahi » l'espace pour proposer régulièrement des jeux-concours. Les modalités de participation sont souvent très simples car il est important de favoriser une participation massive : il s'agit tout autant pour les éditeurs de faire connaître le livre ou la marque que de se constituer une base de données sur le public adolescent.

Par exemple, en mai dernier, à l'occasion de la sortie du premier tome de la série *Cabaret*, Bayard organise un partenariat avec Deezer. Puisque la série se passe à Chicago dans les années 1920, Deezer crée un blind-test* sur ce thème avec un voyage à Chicago à la clé. Bien sûr, les liens vers le site dédié de Bayard ou vers la page Facebook du livre sont fréquents. Associer le nom de Bayard à un site aussi populaire auprès des jeunes est assurément une stratégie gagnante.

Les partenariats ont d'ailleurs pris ces dernières années une grande importance. Collaborant avec les sites littéraires les plus populaires, les attachés de presse proposent un certain nombre de nouveautés aux membres de ces sites qui s'engagent à fournir en retour une critique qui sera publiée soit sur le site organisateur du partenariat, soit sur le blog personnel du membre. Par exemple, sur le site Livraddict¹, chaque semaine, les membres peuvent s'inscrire pour recevoir un exemplaire d'un service de presse, sous réserve d'écrire une critique sur celui-ci dans le mois qui suit. Les partenariats sont à découvrir tous les vendredis soir sur Facebook (2 700 fans), Twitter (1 730 abonnés) ou sur le forum. Livraddict s'adresse à un public généraliste mais les grosses maisons jeunesse comme Gallimard Jeunesse, Bayard, Hachette Jeunesse, etc. y trouvent leur compte et proposent très régulièrement ce type de partenariat. Il faut dire que le travail avec les blogueurs peut être très chronophage mais également coûteux en nombre d'exemplaires envoyés. Aux éditions du Rouergue, Adèle Leproux reconnaît que les sollicitations des blogueurs sont très nombreuses et les critiques reçues en retour ne sont pas toujours de qualité attendue². Passer par l'intermédiaire de Livraddict permet de s'assurer d'un certain sérieux de la part des blogueurs puisque l'équipe du site se veut très sélective et exigeante lorsqu'elle recrute les candidats. Ainsi les membres doivent justifier de leur réel intérêt pour le site en général ainsi que pour la littérature en témoignant d'une certaine ancienneté

1 <http://www.livraddict.com>

2 Annexe 1 : Entretien avec Sylvie Gracia et Adèle Leproux.

avant de pouvoir postuler à un quelconque partenariat¹. Ils doivent également prouver la pertinence de leur critique et faisant valider leur blog ou un exemple de critique littéraire par l'équipe, leurs critiques sont d'ailleurs également soumises à des règles puisqu'elles doivent dépasser les 200 caractères typographiques sans prendre en compte le résumé de l'ouvrage. Enfin, Livraddict est particulièrement attentif à la syntaxe et aux professionnalisme des candidats car le site tient à garder une image sérieuse auprès des éditeurs partenaires qui leurs font confiance. Le forum regroupe aujourd'hui près de 6 000 membres, parmi lesquels figurent d'ailleurs tous les blogueurs les plus influents du secteur ado et jeunes adultes.

Depuis 2007, Babelio propose également ce type de service à travers son programme « Masse Critique ». À la différence de Livraddict, Babelio ne fonctionne pas avec un système de candidature, c'est l'équipe du site elle-même qui se charge de trouver les lecteurs les plus adaptés à un titre donné en fonction d'algorithmes qui identifient les meilleurs chroniqueurs sur une thématique donnée, mais aussi en fonction de leur appartenance à des communautés tierces (forums, blogs, etc.). Le lecteur devient ainsi partie prenante de la chaîne du livre, il devient même le premier prescripteur du livre.

En proposant et en organisant de tels partenariats, Livraddict et Babelio donnent une solution aux éditeurs qui savent qu'ils ne peuvent plus faire l'impasse sur le travail des blogueurs mais qui, comme Antoinette Rouverand chez Hachette Jeunesse, trouvent que leur implication manque parfois de professionnalisme.

- Les swaps

Sur le modèle d'internaute à internaute on trouve le système de swap (de l'anglais échanger), colis-mystère sur un thème donné envoyé à une lectrice au hasard inscrite sur une liste de diffusion. Généralement, cela fonctionne en binôme et les participants reçoivent ainsi un colis de la personne à qui ils ont envoyé le leur. S'il s'agit généralement de livre, le colis peut parfois être beaucoup plus élaboré et comporter également de la nourriture, des posters ou cartes, des foulards, des DVDs, bref une grande liberté est laissée aux participants. Les swaps sont souvent lancés et organisés par les principaux sites communautaires (Livraddict, Babelio) mais certaines blogueuses les lancent d'elles-mêmes. Ces initiatives sont intéressantes car elles permettent de faire découvrir et de mettre en avant des titres auxquels on ne penserait pas forcément, les lectures ne sont pas aussi guidées que dans le cadre des partenariats avec les éditeurs. Ici, la personne qui prépare le colis enquête habituellement sur les goûts de son binôme pour chercher un titre qui pourrait lui correspondre. De cette manière, elle peut être elle-même amenée à découvrir de nouveaux univers, de nouveaux genres et finalement trouver

1 Annexe 5 : Fonctionnement et règles des partenariats sur Livraddict.

une lecture qui lui plairait à elle aussi. Parallèlement, il est fort possible que la personne qui reçoit le colis soit aussi surprise par le livre reçu et fasse une belle découverte.

- Les challenges

Blogueurs et membres des sites communautaires sont friands des challenges qu'ils se donnent les uns aux autres. Le principe en est très simple : sur un thème donné et dans un délais imparti, les participants doivent lire un certain nombre de livre et en faire une critique. Là encore, ce système offre la chance inouïe à un titre d'être découvert tout en lui procurant une bonne visibilité grâce aux critiques relayées sur les blogs. Même si je n'ai pas pu en avoir la confirmation, il ne serait pas étonnant que des éditeurs infiltrent les forums sous le profil d'un membre lambda et proposent des challenges sur des thèmes qui les touchent particulièrement. C'est d'autant plus simple que l'initiateur du challenge ajoute le plus souvent une liste de livres qui rentreraient dans le thème donné. L'éditeur encouragerait ainsi les membres à découvrir plusieurs titres et à en faire la promotion en ligne.

Dans tous les cas, les challenges sont un incroyable stimulant à la lecture puisque ce principe de défis, de but à atteindre, encourage le participant à lire plus que de coutume. Ils sont également moteur de découverte et de curiosité puisque pour répondre à certains thèmes, il faut obligatoirement accepter de sortir de ses sentiers habituels. Un récent challenge proposait par exemple « un livre par pays » ce qui implique forcément des recherches un peu plus approfondies : si on trouve très facilement la littérature anglophone, hispanophone ou même slave, certains pays sont tout de même très peu représentés en librairie.

Les thèmes de ces challenges sont donc très variés et peuvent tout à fait s'adapter au roman adolescent.

Malgré leur gain d'influence, ces initiatives et ces tendances sont encore isolées. Mais il y a fort à parier qu'elles ne vont pas cesser de se développer, elles vont se professionnaliser, s'uniformiser, se spécialiser et s'étendre. Face à cela, c'est tout le métier d'attaché de presse qui doit être repensé pour s'adapter à ces nouveaux interlocuteurs.

2. Les professionnels du livre se rapprochent de leur public

Fédérer une communauté de lecteurs critiques

Gallimard s'est créé des pages Facebook pour la plupart de ses collections, elles servent à présenter les nouveautés, donner des conseils de lecture, relayer les actualités autour des livres et partager avec les lecteurs. La plus active est la page « On lit plus fort - Gallimard Jeunesse » avec près de 25 000 fans, elle est dédiée à l'actualité des romans jeunesse et est reliée avec le

blog du même nom. La page est particulièrement bien personnalisée dans le sens où Gallimard ne s'est pas contenté du graphisme et des applications de Facebook mais s'est créé une véritable identité visuelle sur le site. L'autre aspect intéressant de cette page est la formation d'une communauté de « chroniqueurs » : Gallimard jeunesse propose en effet à des lecteurs de recevoir les nouveautés en avant-première et, après la lecture, ces « chroniqueurs » doivent les commenter, partager leur avis sur Facebook. Gallimard Jeunesse montre ainsi que l'intérêt des réseaux sociaux en terme de marketing viral est tout à fait assimilé : une fois formés, les « chroniqueurs » se sentent reliés à la maison d'édition, ils vont particulièrement suivre l'actualité et s'investir pour cette maison, le processus de fidélisation est ainsi très efficace. Mais par ailleurs, leur rôle est avant tout de partager leur avis sur les nouveautés, ils vont bien sûr en parler autour d'eux comme ils le feraient sûrement de n'importe quelle lecture, mais ils doivent surtout le faire *via* Facebook : ils publient visuels et commentaire du livre sur leur profil Facebook. Ce procédé a deux avantages significatifs pour Gallimard Jeunesse : non seulement la publication apparaît sur le mur de la page « On lit plus fort - Gallimard Jeunesse », ce qui représente une prescription efficace pour ceux qui sont déjà fans et qui seront alors plus sensibles aux témoignages de leurs pairs ; mais surtout la publication apparaîtra sur le fil d'actualité de tous les amis du « chroniqueur », multipliant ainsi l'efficacité et l'écho de la publication. Les amis du « chroniqueur » seront de ce fait encouragés à visiter la page de Gallimard Jeunesse et devenir un fan supplémentaire et ils seront par ailleurs peut-être influencés par le conseil de lecture de leur ami.

À plus petites échelles, les éditions Sarbacane ont, elles aussi, fait appel aux fans pour bénéficier d'une communication élargie. En 2009, Tibo Bérard, le directeur de la collection « eXprim' » contacte un bon nombre de fans rencontrés pour la plupart sur les salons et leur propose de devenir les « ambassadeurs » de la collection. Le principe est ici tout aussi simple : les ambassadeurs reçoivent les romans en avant première et doivent produire une chronique pour la sortie du livre, chronique qui sera relayée sur blog et sur Facebook. Si ce système comptait originellement une trentaine d'ambassadeurs, Tibo Bérard fait vite le tri pour n'en garder que 6¹, les plus motivés et les plus efficaces. Ce petit nombre fait douter de la réelle efficacité d'un tel système mais Tibo Bérard en est satisfait : « *dès la parution de l'ouvrage, la première page de recherche google sur le titre va être occupée par des liens vers leur blog. Donc c'est une vraie présence sur Internet et ça a vraiment de l'impact, aussi bien sur les lecteurs que sur les professionnels*² ». À mon sens, la véritable réussite de ce projet, consiste en la communauté

1 Un chiffre difficile à confirmer : si Tibo Bérard dit n'en garder que 6, certaines ambassadrices pensent qu'elles forment un groupe de 5, d'autres de 4... Je n'ai pu, en tout cas, en trouver que 4.

2 Annexe 1 : Entretien avec Tibo Bérard.

certes petite mais extrêmement captive et fidèle qui s'est créée. Les quatre ambassadrices interrogées sont toutes unanimes : ce partenariat est une réussite, elles ont plaisir à y prendre part et à défendre corps et âme cette collection qu'elles apprécient tout particulièrement. Il est d'ailleurs amusant de noter qu'elles affirment farouchement¹ ne pas se soumettre à un accord tacite de ne dire que du bien de la collection et des titres mais pourtant, dans un même temps, elles s'obligent toutes à ne pas publier de critique négative, « par respect pour le travail de l'auteur ». Pourtant, Laetitia Matusik raconte son expérience lorsqu'elle a été confronté à un roman qu'elle n'aimait pas : Tibo Bérard lui a conseillé de ne pas écrire son article mais de plutôt relayer ceux des autres ambassadeurs qui eux, étaient positifs.

Ce n'est pas tellement la problématique de la subjectivité qui est intéressante à relever ici mais plutôt le fait que, bien qu'inconsciemment tenues de valoriser la marque, les ambassadrices se sentent totalement libres et objectives, elles ont réellement l'impression qu'elles défendent la marque avec toute leur bonne volonté (ce qui est effectivement le cas) et que si elles ne critiquent pas péjorativement la marque ou les titres, c'est qu'il n'y a pas matière à être négatives.

L'effet « label » tant voulu par Tibo Bérard, fonctionne parfaitement puisqu'elles se sentent toutes quatre complètement investies dans ce projet et concernées par l'activité de la maison. Elles ont cependant conscience que leur efficacité est limitée du fait de leur nombre restreint et qu'elles ne peuvent pas vraiment observer les retombées de leurs actions mais le fait qu'elles se sentent membres à part entière d'une communauté soudée peut avoir un réel impact sur la prescription. D'autant plus qu'elles sont toutes quatre des « professionnelles juniors » du monde de l'édition et plus précisément de la médiation. « *Il va sans dire que j'ai mis mes connaissances sur la collection à profit de cette future structure*² » souligne une ambassadrice bibliothécaire qui travaille à la constitution du fonds jeunesse d'une nouvelle médiathèque, « *en tant que professionnelle (...) je porte la collection et l'intègre même à certaines animations*³ » appuie une autre ambassadrice bibliothécaire : finalement, en plus d'un réseau de « e-prescriptrices », les ambassadrices sont aussi des professionnelles du livre complètement dévouées à la cause de « eXprim' ». Tibo Bérard a réussi le pari intelligent de fédérer une équipe autour de sa marque pour une prescription en ligne et une prescription institutionnelle en même temps.

1 À la question « Vous sentez-vous libre de critiquer à votre convenance vos lectures ? » deux ambassadrices répondent « Totalement », une 3^e répond « tout à fait » et la dernière, plus modérée « oui je me sens libre ».

2 Annexe 1 : Entretien avec Sophie Hacquin

3 Annexe 1 : Entretien avec Aurélie Piette

Le show des auteurs

Avec l'avènement d'Internet, les auteurs eux-mêmes ont créé un rapport étroit avec leurs lecteurs. Beaucoup d'entre eux sont désormais présents sur les réseaux sociaux et se jouent de cette exposition, jusqu'à parfois devenir un véritable outil de promotion. Grâce aux possibilités du web 2.0, l'auteur n'est plus enfermé dans sa tour d'ivoire mais peut interagir facilement avec son public.

Bernard Werber par exemple a très tôt su exploiter les outils que proposent internet. En plus de son site personnel il tient un compte Twitter et une page Facebook. Twitter est un peu laissé à l'abandon mais il a, sur sa page Facebook officielle, 13 000 fans qui interagissent continuellement. Il se sert de sa page pour faire la promotion de ses ouvrages en montrant en avant-première les couvertures des prochains livres, en relayant ses signatures, etc. Il met également en avant sa personnalité et même son intimité jusqu'à publier des photos de lui enfant. Il le reconnaît : « *il y a un certain plaisir exhibitionniste à montrer ce que je fais*¹ » mais il est avant tout question de maîtriser sa communication plutôt que de laisser d'autre la contrôler pour lui. Il existe en effet d'autres page Facebook sur cet auteur mais elles ne sont pas alimentées par Bernard Werber lui-même. Elles ont pourtant réussi à attirer plus de monde mais elles restent cependant bien moins actives. Il apparaît en effet que les « fans » ne font que s'y inscrire mais n'interviennent plus par la suite. Les seules interventions qu'on peut y voir sont plutôt des tentatives de publicité de la part d'autres auteurs.

- Fédérer autour d'une marque, d'un label

Dans la littérature jeunesse française, la première à avoir compris les possibilités permises par le web 2.0 pour se rapprocher de son public est l'auteur Sophie Audouin Mamikonian. Elle a construit, autour de sa saga *Tara Duncan*, une communauté importante et active dont les membres s'appellent les Taradictes. Sophie Audouin Mamikonian anime depuis plusieurs années un site foisonnant ainsi qu'un blog.

Sur le site², la première chose qu'on remarque, est que l'auteur tient à mettre à l'aise ses internautes lecteurs en se plaçant comme leur égale. À coup de paillettes, d'étoiles et autres illustrations colorées, le site donne l'impression d'avoir été *designé* par une adolescente. Même le propos tenu par l'auteur se veut décontracté, spontané, de manière à ne pas montrer signe d'autorité. La phrase de bienvenue illustre bien la mission du site et la stratégie employée : « *Bienvenue dans le monde délirant de Tara Duncan ! Ce site a été magiquement, virtuellement et pixèlement créé pour toi. Visite toutes les rubriques pour tout savoir sur Tara et sur Sophie Audouin-Mamikonian ! Enfin...presque tout !* ». Le site a été créé pour « toi » et non pour « vous ».

1 Marie Kock, « De l'utilité de l'extension du réseau », *Livres Hebdo*, 20 mars 2009, n° 769.

2 <http://www.taraduncan.com>

L'auteur mise sur un lien particulier avec son lecteur, ne considérant pas son lectorat comme une masse, comme un tout, mais comme une somme de lecteurs indépendants. Outre la grande interactivité avec l'auteur offerte par le site, l'internaute a aussi tout loisir de découvrir en profondeur l'univers de *Tara Duncan* : le site est réellement riche et très régulièrement alimenté.

En parallèle, Sophie Audouin Mamikonian livre sa vie intime sur son blog¹. Si le site nous montrait déjà la volonté de l'auteur de se mettre en avant, le blog nous confirme le besoin de faire de Sophie Audouin Mamikonian une véritable marque. L'auteur mise en effet sur son image de marque pour exister. Dans le blog, la littérature passe clairement après elle, elle y raconte des moments de son quotidien, des souvenirs d'enfance, des rencontres effectuées, etc. Le langage utilisé est le même que sur le site : un langage courant voire parfois un langage SMS, spontané, riche en onomatopées et exclamations mais aussi en fautes d'orthographe. Sophie Audouin Mamikonian ne se pose décidément pas en modèle d'autorité mais en « copine » des lecteurs.

La stratégie mise en place par Sophie Audouin Mamikonian est une réussite, les lecteurs se sentent proches d'elle et lui en sont reconnaissants et ainsi fidèles. Cette proximité n'est néanmoins pas facile à vivre pour tout le monde, certains auteurs n'ont ni le temps ni l'envie de jouer ce jeu de la grande accessibilité.

- Faire vivre un personnage

Le web 2.0 n'est pas seulement un outil de plus pour médiatiser l'auteur, il sert aussi parfois à continuer l'aventure en ligne, à faire vivre les personnages plus longtemps. Les initiatives en ce sens sont aujourd'hui trop nombreuses pour toutes les citer mais ce sont les éditions du Nil qui ont innové en créant sur Facebook, à l'occasion de la parution du livre *Le cercle littéraire des amateurs d'épluchures de patates*, différentes pages aux noms des personnages principaux du livre. Ces personnages fictifs devaient ensuite correspondre entre eux et alimenter leur profil. Cette opération originale a sans aucun doute profité au succès du livre, elle a en tout cas fédéré une communauté virtuelle importante et active, dont les membres correspondaient entre eux, à l'image des personnages du roman.

S'il s'agissait dans ce cas plus d'une opération marketing que d'un véritable engouement pour les personnages, on ne peut pas en dire autant pour l'auteur Anne Percin qui a créé, de son propre chef, un profil Facebook au personnage de sa récente trilogie, Maxime Mainard². En écrivant l'histoire de Maxime, Anne Percin s'est réellement prise au jeu et d'affection pour son personnage. Lui créer son propre profil était alors un moyen de le rendre encore plus réel :

1 <http://www.taraduncan.com/blog>

2 *Comment (bien) rater ses vacances, Comment (bien) gérer sa love story, Comment devenir une rock star (ou pas).*

désormais il peut communiquer avec ses lecteurs tout comme il peut approfondir sa personnalité. Sur son profil, Maxime Mainard n'est pas le porte-parole de sa créatrice, il affiche au contraire ses goûts et intérêts distincts, il navigue sur les autres pages Facebook comme n'importe quel internaute, « likant » et commentant à sa guise. Cela peut parfois porter à confusion puisque rien n'indique qu'il s'agit d'un personnage de roman : les internautes peuvent donc se retrouver à dialoguer avec lui sans se poser la question de son identité (même si Anne Percin ne joue pas de cette ambiguïté). Maxime Mainard étant un adolescent, il aborde sur son profil et dans ses commentaires les sujets qui lui sont chers : la musique et la politique essentiellement, il pourrait ainsi devenir un vecteur attractif en direction des adolescents.

- Encourager la rencontre et l'échange

L'auteur Élise Fontenaille, également au Éditions du Rouergue, est elle aussi très active sur le web 2.0. À l'occasion de son livre sur l'histoire vraie de Colton Harris-Moore, *Le garçon qui volait des avions*, une page Facebook a été lancée par le Rouergue. Elle fait écho au succès initialement rencontré sur Facebook par Colton Harris-Moore, cet adolescent qui fuyait la police au volant de voiture et d'avions volés et qui a trouvé un soutien immense auprès du grand public et particulièrement sur Facebook. La page créée par le Rouergue est administrée conjointement par l'équipe de la maison et par l'auteur. Élise Fontenaille y étant de plus très active sous son propre profil.

Si la page garde un succès limité (292 fans), elle peut cependant se vanter de toucher directement le public final : les adolescents. Élise Fontenaille les « recrute » en effet lors de ses nombreuses rencontres en classe ou en bibliothèque. En dehors de ces contacts très directs, les auteurs, et les éditeurs à travers eux, n'ont que peu d'occasions de communiquer avec eux. Cette auteur a la particularité d'être très proche de ces lecteurs, sur la page Facebook, elle met constamment en avant le partage avec son public en dialoguant avec des élèves précédemment rencontrés et en exposant des photos prises pendant ces rencontres. Nous ne sommes donc plus en face d'un auteur qui fait sa propre promotion, ni même d'un personnage fictif rendu vivant sur Internet mais d'une communauté créée autour d'un livre grâce aux rencontres physiques de son auteur avec son public. Cette page veut aussi montrer que si ces rencontres sont le fruit de la prescription scolaire, il n'en découle pas moins un plaisir réel à la lecture et à la « confrontation » avec l'auteur.

Conclusion

Pour la majorité d'entre eux, la lecture ne fait plus partie des pratiques culturelles prisées des adolescents. Ils lisent aujourd'hui beaucoup moins de livres qu'il y a dix ans. Naturellement, ils désertent également les lieux du livre. La prescription scolaire reste alors à ce jour, le seul lien qui existe parfois entre les adolescents et le livre. Si les professeurs n'étudiaient pas en classe quelques œuvres, certains élèves abandonneraient totalement la lecture. Pour autant, la prescription scolaire ne sert pas forcément la cause du roman pour ado et plus généralement celle de la lecture. Elle impose une vision contraignante et éducative de la lecture, alors que les adolescents n'aspirent qu'à se divertir. La notion de plaisir est relativement absente de la prescription scolaire et dès lors, ados et prescripteurs sont en conflits.

Ce n'est pourtant pas la lecture en elle-même que les jeunes rejettent mais bien cette image ennuyeuse qui l'accompagne. Elle est considérée comme un acte solitaire et trop sérieux, alors que les adolescents traversent une période où prédomine le besoin de contacts humains et de rencontres. Lorsque lire est un acte de plaisir et permet d'appartenir à une communauté, les adolescents démontrent alors un énorme engouement ; il n'y a qu'à voir le phénomène né autour de *Harry Potter*, de *Twilight*, du manga, etc. Les adolescents s'approprient le roman ado, lecteurs comme non-lecteurs investissent les réseaux sociaux et les sites communautaires pour partager leurs envies, leurs goûts, leurs attentes. Inexorablement ils s'influencent les uns les autres, car ils préfèrent écouter leurs pairs que les marques dont ils doutent de l'honnêteté. La vraie prescription du roman ado est là, au cœur de ces réseaux et communautés virtuelles, ce

« bouche à oreille numérique » comme l'appelle Adèle Leproux, qui représente des échanges spontanés, sincères et surtout très ouverts à la diversité des genres et des auteurs. Face à cette prescription informelle, nos bons vieux journalistes, libraires, bibliothécaires et professeurs perdent leur influence et leur statut.

À la question « dans quelles mesures les traditionnels prescripteurs du livre ont-ils encore une place dans la diffusion du roman ado ? », nous pouvons désormais répondre que les prescripteurs traditionnels sont en train de disparaître en tant que prescripteurs pour adolescents. À ce jour, ils ne sont plus adaptés à ce public qu'ils ne comprennent et ne connaissent pas. C'est pourquoi les éditeurs s'arment d'outils promotionnels, se ruent sur les nouvelles technologies afin de pallier à cette absence de lien avec le public ado. S'ils manquent encore de compétences et d'outils technologiques, les plus gros d'entre eux innovent tout de même avec succès en lançant de vastes campagnes marketing grâce au web 2.0. L'interlocuteur de demain est sans conteste le *community manager*, chargé d'animer les communautés virtuelles et de gérer la e-reputation d'une marque. Entre responsable marketing et attaché de presse, le *community manager* du monde des livres sera en lien étroit avec les internautes lecteurs.

Pour autant, nos prescripteurs traditionnels ne doivent pas abandonner la partie. Les initiatives évoquées montrent qu'une adaptation est tout à fait possible si les différents acteurs apprennent à connaître le public adolescent et à prendre en compte ses besoins. Libraires et bibliothécaires peuvent attirer les jeunes en montrant que le livre n'est plus cet objet sacré mais un vecteur de découverte et de partage et que les lieux du livre ne sont pas des cavernes poussiéreuses mais des espaces dynamiques où l'on peut pratiquer librement de multiples activités culturelles. Même l'Éducation Nationale peut défendre une lecture plus divertissante et plus fédératrice à l'image du travail réalisé dans les écoles suisses. La presse, elle, semble plus fragilisée par le succès d'Internet et plus particulièrement des blogs qui donnent la voix à des lecteurs lambda qui deviennent parfois plus influents que des journalistes.

Nos prescripteurs traditionnels représentent encore aujourd'hui des acteurs majeurs dans la chaîne du livre, ils ont des liens plus que privilégiés avec les éditeurs et participent activement à la défense de la diversité culturelle et éditoriale. Dans le roman ado comme dans la littérature générale, ils restent des acteurs dont les éditeurs ne peuvent pas se passer. Néanmoins leur mutation aujourd'hui n'est pas assez rapide. Il est urgent que libraires et bibliothécaires comprennent l'enjeu qui se joue avec le public adolescent : si les adolescents désertent la librairie et la bibliothèque aujourd'hui, qui viendra les faire vivre demain ? Car il faut bien garder en tête que la problématique de ce public adolescent est similaire à celle du public des non-lecteurs puisque ces derniers désertent les lieux du livre pour les mêmes raisons : ils les trouvent austères et intimidants, de même que la lecture leur paraît trop élitiste. Séduire ces publics est

donc une question de survie pour ces acteurs qui, à l'heure où le livre numérique se développe, disparaissent déjà au profit des grandes chaînes et de la vente en ligne.

Même si l'offre numérique est encore restreinte en ce qui concerne le roman ado, il semble qu'elle attire son public. Et pour cause : ce n'est plus la peine d'aller en librairie, ce n'est plus la peine d'aller en bibliothèque, acheter un livre numérique est aussi aisé que de « liker » une marque sur Facebook, il suffit d'un clic. Pour les jeunes, c'est un facteur très attractif.

Cette évolution vers une séduction réussie du public adolescent par les prescripteurs traditionnels est tout aussi urgente pour les petits éditeurs qui n'ont pas les moyens d'investir aussi massivement le web 2.0 et qui misent encore aujourd'hui sur l'appui de la prescription.

Accueillir les adolescents est un besoin urgent pour la sauvegarde du livre et un combat de tous.

Bibliographie

Ouvrages théoriques

AVIGNON Marie-Claire, *Le service de presse – Mission et stratégie*, Édition du Cercle de la Librairie, Paris, 2008.

BENGHOZI, P.-J. et PARIS T., « De l'intermédiation à la prescription : le cas de la télévision », *Revue française de gestion*, janvier février 2003, n°142.

COLLECTIF, *Mercator, Théorie et pratique du marketing*, Dunod, 2009 (9e édition).

HATCHUEL, Armand, « Les marchés à prescripteurs : crise de l'échange et genèse sociale » In Jacob A. et Vérin H. (eds) *L'inscription sociale du marché*, L'Harmattan, 1995.

Ouvrages généraux sur les adolescents et leurs pratiques

DELBRASSINE, Daniel, *Le roman pour adolescents aujourd'hui : écriture, thématiques et réception*, La joie par les livres, Paris, 2006.

GLAVEREC Hervé, *Libre antenne, la réception de la radio par les adolescents*, Armand Collin, Paris, 2005.

PASQUIER Dominique, *Culture lycéennes : la tyrannie de la majorité*, Autrement, Paris, 2005.

Brigitte Moreau, *Lire à l'adolescence*, Asted, Paris, 2007.

POISSENOT Claude, *Les adolescents et la bibliothèque*, Bibliothèque publique d'information du Centre Pompidou, Paris, 1997.

ROLLAND Annie, *Qui a peur de la littérature ado ?*, Éditions Thierry Magnier, 2008, Paris.

Ouvrages généraux sur la littérature jeunesse et ado

BAUDELLOT, Christian, *Et pourtant ils lisent*, Ed. Seuil, 1999.

CAUSSE, Rolande, *Qui a lu petit, lira grand*, Paris, Plon, collection Grande Ourse, 2000.

CPLJ, *Guide européen du livre de jeunesse*, Édition du Cercle de la Librairie, Paris, 1994.

Enquêtes et études

Bulletin des Bibliothèques de France, Dossier : *les Adolescents*, ENSSIB, Paris, 2003.

DONNAT, Olivier, *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique, Enquête 2008*, Ministère de la culture et de la communication / La Découverte, 2009.

Octobre Sylvie, Détrez Christine, Mercklé Pierre, Berthomier Nathalie, *L'Enfance des loisirs. Trajectoires communes et parcours individuels de la fin de l'enfance à la grande adolescence*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, La Documentation française, coll. « Questions de culture », 2010.

Articles et revues

ANDREUCCI, Catherine et IMBAULT, Marie Christine, « Les médias parlent aux lecteurs », *Livres Hebdo*, 5 novembre 2010, n°840.

BOULANGER, Claude, « Rencontre avec Jean Delas », *Lecture Jeune*, septembre 2002, n° 103.

BUSNEL, François, « Lisez jeunesse », *L'Express*, 24 novembre 2010.

CLERC, Anne, « Les éditeurs jeunesse et les réseaux sociaux », *Lecture Jeune*, mars 2011, n° 137.

CLERC, Anne, « Points de vue d'éditeurs », *Lecture Jeune*, décembre 2008, n°128.

COMBET, Claude, « Jeunesse : optimisme de rigueur », *Livres Hebdo*, 19 novembre 2011, n°842.

DONNAT, Olivier, « Culture juvénile et effets de générations », *Lecture Jeune*, mars 2008, n°125.

FREMAUX, Pierre Fremaux, « Une révolution silencieuse » *Tire Lignes*, avril 2012, n° 9.

HEDJERASSI, Nassira, « L'accueil des publics adolescents dans les bibliothèques », *Lecture Jeune*, mars 2008, n°125.

KOCK, Marie, « De l'utilité de l'extension du réseau », *Livres Hebdo*, 20 mars 2009, n° 769.

LEPROUX, Adèle, « Un bouche à oreille numérique », *Tire Lignes*, avril 2012, n°9.

PAINBÉNI, Sandra, « Les collections « jeunes adultes » un véritable segment de marché, et non une fantaisie d'éditeurs », *Lecture Jeune*, mars 2011, n°137.

POISSENOT, Claude, « Faire littérature : aux lecteurs absents », *Lecture Jeune*, décembre 2008, n°128.

REYMOND, Jonathan, *Faut-il kiffer la littérature ado ?* Entretien avec Tibo Bérard, décembre 2011, bibliobs.nouvelobs.com.

- RIVES, Caroline, « Les bibliothèques pour enfants en 1991 », *Interligne*, 2e semestre 1991, n°24.
- ROBINE, Nicole, « Les réseaux de lecture des adolescents », *Lecture jeune*, décembre 2005, n°116.
- VIROLE, Benoît, « Adolescence, littérature et barbarie ? », *Lecture Jeune*, décembre 2008, n°128.
- VINCY, Thomas, « 140 caractères à tout faire », *Livres Hebdo*, 26 mars 2010, n° 814.

Mémoires, thèses et conférences

- EZAN, Pascale, *Les stratégies de marque sur la blogosphère adolescente*, 11th International Congress on Marketing Trends, Paris, 2011.
- SCHMITT, Michel, *Fiction de la lecture : de la formation des goûts littéraires dans l'enseignement secondaire*, Thèse de doctorat, Université de Paris III, 1990.
- SUPEDIT, *À qui s'adresse le livre jeunesse ? Adultes, jeunes adultes, prescripteurs... Quels sont les publics du livre pour enfants ?* (Conférence), Paris, 16 avril 2011.
- TOURNY, Adriana, *Le roman pour adolescents et les outils numériques, évolution d'un paysage éditorial*, Mémoire de master II, Université de Paris XIII, 2011.

Glossaire

Blind-test : jeu musical dans lequel il faut reconnaître l'interprète ainsi que le titre d'un morceau à partir de l'écoute « à l'aveugle » d'un extrait de ce morceau.

Buzz : bruit autour d'un évènement, d'un produit. En anglais, *buzz* veut dire bourdonnement.

Dailymotion : site français sur lequel il est possible de partager et de visionner des vidéos en ligne (<http://www.dailymotion.com>)

Deezer : premier site d'écoute de musique à la demande et en ligne qui rassemble des millions de titres, issus de tous les genres musicaux. Créé totalement gratuit en 2007, il est devenu partiellement payant en 2009 et, depuis juin 2011, il limite la durée d'écoute des comptes gratuits (<http://www.deezer.com>)

Facing : dans le monde du livre, le *facing* est le fait de placer la couverture d'un livre visible directement au consommateur, le livre n'est alors pas rangé sur la tranche mais de face.

GSC : Grande Surface Culturelle (Fnac, Virgin, etc.)

GSS : Grande Surface Spécialisée (Truffaut, Éveil & Jeux, etc.)

PLV : Publicité sur le lieux de vente

Streaming : permet la lecture d'un flux vidéo ou audio à mesure qu'il est diffusé, contrairement au téléchargement qui nécessite de rassembler l'ensemble des données avant de pouvoir les visionner ou les écouter. En anglais, *stream* veut dire flux, courant.

Web 2.0 : désigne la « deuxième » version du web et repose sur des fonctionnalités plus simple et de grandes capacités en interactivité. Le web 2.0 a permis aux internautes débutants de devenir acteur de leur navigation : ils contribuent au contenu du web et échangent entre eux.

Wii : console vidéo inventée par Nintendo. Elle a la particularité d'utiliser un système de détection des mouvements de la manette dans l'espace.

Youtube : site américain et leader sur lequel il est possible de partager et de visionner des vidéos en ligne (<http://www.youtube.com>)

Marianne Sandevor
marianne.sandevor@gmail.com
Promotion 2010-2012

Mémoire de fin d'études :
Les prescripteurs du roman ado
Soutenance le 9 juillet 2012
Sous la direction de Benoit Berthou

Annexes

Université de Paris 13 - Villetaneuse
UFR des Sciences et de la Communication
Master « Commercialisation du livre »
2^e année



Table des matières

Annexe 1 : les entretiens	2
• Les éditeurs	2
Entretien avec Tibo Bérard	2
Entretien avec Sylvie Gracia et Adèle Leproux	9
• Les Ambassadrices « eXprim' »	15
Entretien avec Aurélie Piette	15
Entretien avec Sophie Hacquin	20
Entretien avec Estelle Teyssier	24
Entretien avec Laetitia Matusik	28
• Les prescripteurs traditionnels	31
Entretien avec Charlotte Valat	31
Entretien avec Véronique Durand	36
Entretien avec Noémie Lafaye	42
Entretien avec Amélie Plançon	45
• Les prescripteurs interprofessionnels	53
Entretien avec Anne Clerc	53
Annexe 2 : L'impact de la prescription selon <i>Livres Hebdo</i>	64
Annexe 3 : Presse magazine et adolescents	65
Annexe 4 :Chronique livre du 15 juin 2012, <i>Elle</i>	66
Annexe 5 : Fonctionnement et règles des partenariats sur Livraddict	67
Annexe 6 : Les photos de profil Facebook de Sarbacane	72

Annexe 1 : les entretiens

• Les éditeurs

Entretien avec Tibo Bérard

Fondateur et directeur de la collection « eXprim' » des Éditions Sarbacane

Réalisé le 15 décembre 2011

Pour commencer, j'aimerais que vous me parliez de ce projet d'ambassadeurs car c'est un point qui m'intéresse tout particulièrement. Pouvez-vous m'expliquer précisément leur rôle et leur travail ?

C'est un projet assez récent puisqu'il date de fin 2009. On a eu cette idée parce que tout l'enjeu d'« eXprim' », c'est de faire se rencontrer les livres qu'on propose et leurs lecteurs. Sachant que, on va le dire modestement, mais on est en train d'inventer un secteur qui, en librairie, est très balbutiant. Un secteur qui est celui d'une littérature qui toucherait les jeunes mais aussi les adultes. De fait, dans certaines librairies qui sont trop marquées jeunesse ou enfance, on touche difficilement les ados et encore moins les jeunes adultes.

À l'inverse, je n'ai pas envie d'aller en littérature générale parce que je trouve qu'on propose une littérature qui est différente de la littérature générale française. En attendant que les rayons émergent, il faut qu'on aille à la rencontre de nos lecteurs pour leur signaler notre existence en librairie et pour les faire venir en librairie. D'où cette idée, d'une part de communiquer beaucoup sur le net et d'autre part, de choisir des ambassadeurs qui sont des jeunes, des lecteurs, des gens convaincus et qui feront de la prescription au sens le plus noble du terme, c'est à dire simplement de la communication libre auprès de leur propre réseau.

Et l'idée nous est venue concrètement sur les salons. Toute l'équipe est quand même beaucoup sur les salons, on rencontre beaucoup de lecteurs. Moi à Montreuil par exemple, je vois les lectrices grandir d'années en années et on voit qu'on a beaucoup de fidèles de la collection. On en a repéré aussi certains sur des blogs, qui chroniquaient pratiquement tout « eXprim' », de manière très régulière, et quand je voyais des articles bien faits, intéressants, je contactais les blogueurs. Ainsi on s'est retrouvés avec une trentaine de jeunes dans toute la France à qui on a proposé de jouer le rôle d'ambassadeur.

Donc on leur envoie tous nos bouquins un peu avant leur sortie et on leur demande en retour de faire du bruit en fait ce n'est pas plus que ça. On ne leur impose pas des avis positifs sur nos bouquins, on leur demande de dire ce qu'ils pensent et d'essayer de le faire tourner le plus possible sur nos réseaux communautaires, parce que c'est ça qui est intéressant. Par exemple avec *La mort j'adore* d'Aléxis Brocas : on n'a pas eu de presse au départ mais il a marché grâce aux réseaux sociaux, les lectrices en ont parlé sur leur blog et ça a eu beaucoup d'impact.

Alors maintenant on sait que ce genre de projet ça s'appelle en fait du marketing direct et que c'est utilisé par les grosses boîtes type Hachette mais nous on ne l'a jamais pensé comme ça, nous on s'est seulement dit « tiens ça serait intéressant que les jeunes puissent prendre « eX-prim' » en main et deviennent finalement un peu acteur de l'aventure » mais on ne savait pas qu'on ne faisait que reproduire une technique déjà bien connue des vieux loups.

En dehors de ce travail de prescription et de communication, est-ce-que les ambassadeurs ont un quelconque rôle décisionnaire dans le travail éditorial ?

Non, de pouvoir décisionnaire, vraiment pas. En revanche on aime bien de temps en temps leur demander leur avis, par exemple sur les couvertures ou autre. Une fois j'avais une petite hésitation sur l'ordre de parution de deux romans sachant que l'un deux me paraissait un peu plus fort qu'un autre et j'avais fait circuler des extraits aux ambassadeurs pour avoir leur ressenti le plus direct, le plus abrupt possible. Mais ce n'est qu'une source d'indications. Par exemple, une fois, les ambassadeurs étaient tous d'accord pour dégommer une couverture qu'ils n'avaient pas du tout aimé mais qu'on a fini par prendre quand même. Ce qui ne veut pas dire que leurs avis ne nous ont pas été utiles car la couverture, on l'a retravaillée mais ils n'ont pas de poids décisionnaire, ils ont un vrai rôle de lecteurs mais des lecteurs qui prennent part à l'aventure.

Comment faites-vous pour observer les impacts et les retombées du travail de vos ambassadeurs ?

C'est toujours très difficile à observer ce genre de chose puisque dans le monde des livres, avec le système des retours et des réassorts et comme on n'a pas accès aux données de sorties de caisses, c'est difficile de voir même pour un article dans *Télérama*, on ne saura jamais qu'elles sont les retombées réelles. Donc je ne peux pas vraiment dire qu'on a vu des effets positifs sur nos ventes en tout cas.

En revanche, on a quand même observé des choses, rencontrés des gens qui nous ont découvert grâce à tel ou tel article sur tel ou tel blog et c'est souvent les blogs de nos ambassadeurs.

Aujourd'hui on a fait le tri dans nos ambassadeurs et il ne nous reste plus que 6 ambassadrices mais elles sont vraiment au taquet, c'est à dire que dès qu'elles reçoivent le livre elles se mettent à le lire de suite et ainsi, dès la parution de l'ouvrage, la première page de recherche sur le

titre sur google va être occupée par des liens vers leur blog. Donc c'est une vraie présence sur internet et ça a vraiment de l'impact, aussi bien sur les lecteurs que sur les professionnels en fait. Par exemple des bibliothécaires ou des libraires découvrent ou redécouvrent la collection parce que les libraires ne sont pas forcément proches de leur public. Il y a plein de libraires qui disent qu'ils n'ont pas de jeunes dans leur librairie mais ça donne envie de leur dire « mets un coup de jeune dans ta librairie et peut-être que tu auras plus de jeunes » parce qu'ils ne connaissent pas les jeunes d'aujourd'hui et ne savent donc pas bien ce qu'ils lisent. Donc internet et plus précisément les blogs ou posts des ambassadrices sont effectivement des espaces qui peuvent réconcilier lecteurs et prescripteurs.

Concernant la collection dans son ensemble, comment définiriez-vous le public de « eXprim' » ?

Quand on a créé la collection on n'a pas de suite pensé à définir son public, ça s'est pensé dans l'autre sens. On m'a proposé des auteurs qui détonnaient assez par rapport à ce qui se faisait en littérature générale française, qui se situaient plutôt du côté de Bukowsky que de Marguerite Duras quoi, je veux dire par là une littérature un peu plus viscérale, assez énergique, truculente, et une littérature qui soit de son temps qui n'hésite pas à puiser dans les cultures actuelles, dans la musique, dans le cinéma mais d'aujourd'hui. Donc quand on a eu les premiers textes et les premiers auteurs, on a vu se dessiner l'esprit de la série et on s'est dit « c'est vraiment une littérature à mettre dans les mains des jeunes en priorité » comme par exemple Tarantino, il ne fait pas des films pour les jeunes mais c'est quand même les jeunes en premier lieu qui vont voir ses films finalement. C'est dans ce sens là qu'on a pensé.

De ce fait c'était assez intéressant pour nous d'aller sur ce terrain de la jeunesse puisqu'on avait montré qu'on allait mettre un peu un pavé dans la mare, qu'on avait tout un territoire à explorer et effectivement c'est un territoire un peu moins encombré que celui de la littérature générale en France. C'était aussi une manière de nous distinguer en disant « voilà, nous on ne fait pas du Minuit ou du POL, on propose une littérature plus rock'n'roll. » Et partant de là, il a fallu très très vite qu'on dise « attention on ne fait pas du roman pour ado », il a fallu qu'on explique que c'était une littérature qui avait un bon coup de jeune mais qui était pour adulte, alors forcément elle touche moins les plus âgés d'entre eux mais exactement de la même manière qu'on découvre plus facilement Bukowsky à 16 ans qu'à 60.

La collection date de 2006 c'est bien ça ?

Oui novembre 2006, elle a 5 ans tout juste. Je suis très attaché à en faire un label, le but c'est vraiment que le public soit captif et très fidèle.

Est-ce que « eXprim' » peut toucher les parents ou touche-t-elle uniquement le lecteur direct ?

L'enjeu de la collection c'est vraiment de toucher le jeune directement parce que les parents si tu les écoutes, ils ne vont acheter que du « Médium », je veux dire par là, même si j'exagère, une littérature beaucoup plus polissée, plus classique.

Après on a certains romans qui ont très bien marché parce que justement ils rentraient dans les clous du secteur jeunesse tel qu'il est actuellement, c'est à dire un secteur plébiscité par les parents. Mais en gros on ne fait pas de la littérature de parents, et on ne fait pas non plus de bouquins qui doivent plaire aux prescripteurs, parce qu'on voit ça parfois en édition.

Justement en parlant de prescripteurs, comment ça se passe ? Quelle est votre place en bibliothèque ?

Alors maintenant c'est très bien, très intéressant. On a mis un peu de temps à trouver notre place mais c'est vrai qu'on est arrivé en canardant, en disant « y'en a marre de cette littérature de bobo, super classique, super timide, roman miroir gnangnan, nous on va mettre un coup de booste là-dedans et on va parler de la jeunesse telle qu'elle est » parce que la jeunesse telle qu'elle est vue dans la littérature générale, c'est pas la vraie jeunesse, carrément pas. Donc au début on est arrivé comme ça, très tonitruant, et certains libraires et bibliothécaires ont tout de suite été ravis parce que ça faisait aussi écho à leurs envies, mais d'autres ont eu un peu peur aussi, on était un peu la collection punk quoi. Et pendant deux-trois ans on est un peu resté enfermé là-dedans dans cette image « no futur », super grunge et tout, ce qui a été plutôt chiant puisqu'à chaque fois qu'on sortait un bouquin, qu'il soit un peu noir ou pas du tout on nous servait du « c'est trop violent, c'est trop noir » alors que ce n'était pas vrai ! Mais depuis deux ans j'ai l'impression que ça change un peu, déjà on ne m'invite plus uniquement pour nos romans qui font polémiques mais il faut dire que quelque chose a changé aussi, je crois que les libraires, les prescripteurs ont commencé à se dire que pour que les jeunes lisent, qu'ils aillent en librairie, il fallait qu'ils soient un minimum attirés par la littérature, mais eux ils cherchent des trucs un peu branchés, un peu vivants quoi et ils ne le trouvent pas en littérature générale donc il faut que ce soit dans la jeunesse.

Et effectivement de plus en plus on a des libraires, des bibliothécaires qui nous disent qu'ils ont créé des espaces jeunes adultes, qui mélangent un peu de littérature jeunesse et un peu d'adulte, voilà, c'est ce que je cherche depuis 5 ans ! Alors évidemment il y a des libraires qui nous suivent depuis le début, comme Mollat qui a vraiment compris la collection dès le premier jour, mais il y en a plein d'autres qui nous découvrent au fur et à mesure et c'est aujourd'hui qu'ils nous adoptent.

Le dernier truc c'est aussi que de notre côté, on a un peu ouvert notre éventail, et effectivement depuis un an, un an et demi, ce qu'on propose est peut-être un peu moins trash qu'avant, il y a toujours cette inventivité du langage mais je me rends compte que les dernières parutions sont moins marquées.

Et côté prescripteur média ? Quelle est votre place dans la presse ?

Alors là aussi c'est intéressant, dès le début on a bénéficié d'un bon soutien de la presse généraliste, ce qui n'est habituellement pas le cas dans la presse jeunesse. Les romans Thierry Magnier par exemple, ils sont très marqués ados et ils ont plus de mal à passer dans *Télérama* ou sur France Culture ou sur France Inter. C'est vrai que comme nous on ne marque pas cette appartenance à la jeunesse et qu'on ne se définit pas comme romans jeunesse, on a eu plein d'auteurs qui sont passés dans France Culture dans des émissions généralistes et ça depuis toujours. Bien sûr ça pourrait être plus développé mais la collection « eXprim' » a fait des sujets dans *Le Monde*, sur France 2 quand même, France Culture et France Inter assez souvent... Donc de ce côté là, je trouve qu'on a toujours eu un bon soutien, on a également beaucoup de soutien de chaînes ou de médias urbains, type La radio génération, Trust TV, tous les magazines un peu groove ou underground aussi.

Et dans un troisième temps, il y a quand même toute la presse spécialisée jeunesse, même si on a eu des déboires avec *Citrouille* notamment, on s'est un peu battu autour d'un bouquin *Je reviens de mourir* d'Antoine Dole, un bouquin qui avait fait polémique, c'était au début de la collection, et quand *Citrouille* nous chroniquait c'était toujours en disant « attention, à ne pas mettre entre toutes les mains », ça me gonflait parce que vraiment à chaque article il y avait « attention c'est une littérature violente, à ne pas faire lire à tous les lecteurs » et j'avais envie de leur dire « mais ça va, arrêtez de les prendre pour des débiles », c'était agaçant comme ton. Mais pareil, je dois dire qu'aujourd'hui ça s'est...comment dire, libéré quand même. On a vraiment des articles dans la *Revue des Livres pour Enfant*, des articles très fréquents et très intelligents et même *Citrouille* qui pour le coup avait vraiment assassiné *Je reviens de mourir* d'Antoine Dole, a publié un article hyper élogieux sur *K-Cendres*, le 3^e roman d'Antoine Dole. D'une façon générale je trouve que ça y est, on est bien accompagné. Alors évidemment, on pourrait l'être plus mais je trouve qu'aussi, on s'inscrit dans un paysage qui commence à ressembler à quelque chose : quand on est arrivé, il y avait certes « doado Noir » et « Scripto » mais le côté roman pouvant être lu par des jeunes aussi bien que par des adultes, c'était pas très réel dans l'ensemble du paysage éditorial, or maintenant ça se développe à toute vitesse donc forcément les grilles s'agrandissent. Et donc on va arrêter maintenant d'avoir des articles qui disent « attention ne donnez pas ça à votre petite soeur de 12 ans » parce que la question ne se posera plus.

À quand datez vous réellement l'émergence de cette littérature ado-adulte ?

Bon pour être honnête, il y a quand même des précédents avant nous ! C'est vrai qu'il y a Le Diable Vauvert, ils sont en adulte mais c'était déjà un petit peu cette littérature. Je reconnais facilement qu'ils ont eu une influence sur ce que j'ai voulu faire, c'était un peu rock, un peu déjanté, très différent de ce qu'il se faisait jusqu'à présent. Pareil, « doado Noir » et Guillaume Guéraud, c'était peu de temps avant nous, c'était les prémices.

Après, nous, on est arrivé avec un territoire, c'est surtout ça qu'est important, avec un discours très construit là-dessus. Moi, avant d'être éditeur, j'étais journaliste littéraire et j'ai été très étonné de voir à quel point la littérature était cloisonnée entre la jeunesse et l'adulte. Alors avec « eXprim' », on a martelé ce message « ouvrez les frontières, créez des espaces un peu mixte parce que vous allez y gagner en plus, ça va faire une bouffée d'air au lecteur, même aux gens qui ont un peu peur de la littérature générale, ça va les rassurer justement d'aller sur des territoires un peu mélangés jeunesse et adulte ». Et je dirais que depuis 2 ans, le phénomène s'est généralisé : on a vu des espaces apparaître effectivement en librairie et en bibliothèque et on a été rejoints par de nombreux confrères qui se sont mis à faire aussi des collections jeunes adultes ou a rebaptiser ou relooker leurs collections pour les faire rentrer dans ce cadre là. Alors évidemment comme toujours dans ces moments là, je trouve que le Rouergue, « Scripto » c'est vraiment des collections de qualité, mais il est évident que ceux qui vont se manger la plus grosse part de gâteau, ce sont tous les gros qui arrivent et qui inondent le marché de leurs merdes et qui donnent l'idée aux gens que la littérature ado-adulte c'est ce que eux ils leur servent ! C'est vrai que pour les gens, la littérature ado-adulte il y a deux ans ça n'existait pas, aujourd'hui ils vont te dire que c'est du roman de vampire en gros. Donc nous, derrière, il faut faire de la pédagogie auprès des libraires pour leur faire comprendre qu'il n'y a pas que ça, que c'est avant tout de la littérature moderne.

Vous parliez tout à l'heure de mettre un coup de jeune en librairie, comment pensez-vous que les libraires doivent s'y prendre ?

En théorie je n'ai pas de réponses puisque ce n'est pas mon boulot en fait. Mais c'est vrai que je trouve qu'il y a un vrai problème aujourd'hui, je trouve que la librairie doit faire attention parce qu'il y a une baisse énorme de la fréquentation et c'est parce que les générations ne se renouvellent pas en fait. C'est une question de look et aussi une philosophie du livre. Il a beaucoup de librairies qui ressemblent à des bibliothèques, tout est bien rangé, tout classé, tout propre. L'idée de mélanger les genres, rien que ça, ça vient à l'idée de personne, mais ça serait déjà une bonne idée, ça change un peu la gueule de la librairie ! Et il y a une façon de communiquer aussi sur Internet, que les libraires commencent à adopter mais ça devrait déjà être beaucoup plus actif ! Il faut faire entendre que la librairie est un lieu de vie, un lieu moderne.

Vous avez des exemples d'animations qui ont été pratiquées autour de vos livres en librairie ?

On a eu plein de trucs différents, des lectures scéniques, musicales, en pleine rue aussi, voilà ce genre de chose quoi.

Donc pour vous en quelques mots pour toucher ce public ?

Rénover, dynamiser, changer de mode d'action et de communication, montrer que le livre est vivant, que la lecture n'est pas forcément liée à l'intime et à la solitude, mais que ça se partage.

**Entretien avec Sylvie Gracia,
éditrice de la collection « doado » aux Éditions du Rouergue
et Adèle Leproux, attachée de presse**

Réalisé le 28 mai 2012

La collection « doado » est plutôt bien suivie par les prescripteurs. Est-ce que cela a toujours été le cas ?

Sylvie Gracia : C'est compliqué parce que pour répondre, il faudrait remonter en 1998, donc presque 15 ans. En fait, notre relation avec les prescripteurs suit l'évolution de la collection. Au début de la collection, c'est simplement les romans de Guillaume Guéraud, le premier texte, *Cité Nique-le-Ciel*, et ensuite pendant 2 ou 3 ans, on publie uniquement les premiers textes de Guillaume Guéraud. Moi je n'étais pas encore sur la collection mais à l'époque, on travaillait vraiment de façon artisanale. C'était les premiers romans qu'on publiait en jeunesse, le Rouergue s'était vachement fait connaître en album mais là c'était un tout nouveau terrain. Et finalement ça a marché parce que Guillaume Guéraud a fait scandale en fait. C'est par la polémique que les choses sont venues. Après, la collection a commencé à se développer, moi je suis arrivée en 2001 et à ce moment-là, on était à moins de 10 titres sur toute la collection. Donc là on a commencé à faire un vrai travail sur la collection, et un des premiers trucs que j'ai un peu initié, c'est le changement des couvertures, parce que je trouvais que les couvertures faisaient vraiment trop petite enfance. Donc c'est seulement au début des années 2000 qu'on commence vraiment à s'inscrire dans le paysage de la littérature ado qui se développait vraiment beaucoup à ce moment là justement. La littérature ado dans les années 2000, ça a été l'explosion, tout le monde s'est mis à créer des collections. Pour nous, le modèle c'était un peu L'École des Loisirs, qui avait initié des trucs ados vraiment pertinents et nous on avait aussi cette volonté. Donc ce n'est réellement qu'à partir de ces années là qu'on s'est fait repérer par les prescripteurs comme acteur du secteur ado.

C'est à dire que vous avez pu profiter du courant initié par L'École des Loisirs vis à vis des prescripteurs ?

Sylvie Gracia : C'est à dire que eux, ils avaient quand même une force de frappe que nous on n'avait pas à l'époque. Mais on a bénéficié de la réputation du Rouergue Jeunesse sur les albums. Je me souviens, quand j'ai commencé à travailler sur la « doado », ils y avaient des gens super enthousiastes et d'autres super frileux. En librairie parfois, il y avait des gens qui ne voulaient pas entendre parler de la « doado » parce que la « doado » c'était Guillaume Guéraud,

c'était des textes vachement polémiques, noirs, beaucoup de réalisme social, etc. Donc même s'il y avait des gens très enthousiastes sur la qualité des textes, il y en avait plein d'autres qui ne voulaient pas y toucher. Mais d'un autre côté, ce n'était pas désagréable puisque ça faisait de l'écho, même si on ne voulait pas y toucher, on était connu. Enfin en tout cas, à l'époque, c'est sûr qu'on ne rentrait pas dans les classes. Aujourd'hui on y est assez naturellement. 10 ans après, ce n'est pas qu'on est devenu consensuel ou quoi, parce qu'il y a encore des tas de gens qui ne nous connaissent pas ou qui ne veulent pas avoir à faire à nous, mais par rapport à avant, on est beaucoup moins marginal quand même. Mais il a fallu passer par tout un discours, d'un côté on était offensif sur les textes et les thématiques et d'un autre côté on était rassurant en disant « non mais allez-y sans crainte, les jeunes adorent ça »...Maintenant ça ne m'arrive plus du tout mais à l'époque, il y a eu bon nombre de fois où il fallait que j'aille parler des livres, où je m'en prenais plein la gueule pendant les réunions, les conférences. Aujourd'hui ça ne se produit plus du tout. Mais je le savais, quand j'étais invitée dans une assemblée face à des libraires, des bibliothécaires, dès qu'on donnait la parole à la salle, je recevais plein de remarques, ça pouvait être agressif du genre « mais comment osez-vous publier de tels textes ? ».

Adèle Leproux : Finalement il y a eu deux vagues, il y a eu *Cité nique-le-ciel* qui a ouvert la « doado » et puis une deuxième vague en 2006 qui fait écho avec la première avec *Je mourrai pas gibier* qui ouvre la « doado Noir » et là, on retrouve la polémique qu'on a créée au tout début.

Sylvie Gracia : Oui, c'est vrai qu'on a eu plein de polémiques. Ça pouvait être violent, une fois Danielle Dastugue a été obligée d'aller calmer une assemblée de libraires. Et puis, même avec l'écho qu'on recevait « grâce » aux polémiques, les ventes restaient quand même calmes, les succès qu'on a aujourd'hui, on ne les avait pas du tout à l'époque.

Est-ce que c'est la production de « doado » qui s'est assagie ou est-ce que les prescripteurs sont plus ouverts aujourd'hui ?

Sylvie Gracia : Notre production s'est très largement diversifiée en fait. Donc non, on ne s'est pas forcément assagi, mais on ne fait plus uniquement du roman de réalisme social ou du roman noir, donc c'est plus calme.

Adèle Leproux : Avec *Je mourrai pas gibier*, finalement on a eu le prix Sorcière en 2007, qui est quand même une reconnaissance d'un corps de métier sur notre travail en « doado » et pourtant Guillaume Guéraud a toujours fait polémique et les Sorcières justement ont toujours été un peu frileuses sur ses titres. Donc les choses ont aussi évolué, et elles passent de mieux en mieux finalement.

Sylvie Gracia : Mais justement, ce qui est intéressant sur le roman ado, c'est que dans les années 2000, il y a eu une ouverture, un développement des collections, on a vu entrer de nouveaux

éditeurs comme « eXprim' » un peu plus tard ou autre et grâce à ce développement, on est arrivé sur une lecture ado vachement plus mature. Les peurs qu'on pouvait avoir massivement dans les années 2000, 10 ans après on ne les connaît plus. Même si bien sûr, il y a aura toujours une partie des prescripteurs, du lectorat, qui restera toujours frileuse. Mais bon, on s'est clairement installé dans le paysage maintenant. On n'est plus marginal parce qu'on n'est plus les seuls aujourd'hui.

Adèle Leproux : Et parce qu'on est légitime aussi aujourd'hui. De part la qualité des textes, de nos auteurs qu'on suit...

Sylvie Gracia : Et puis les prescripteurs ont bien fini par comprendre que les ados aiment ce genre de livre et donc maintenant ils les leur font lire.

Est-ce qu'aujourd'hui il reste des lacunes dans la prescription jeunesse ?

Sylvie Gracia : Ce qu'on peut dire sur les prescripteurs jeunesse aujourd'hui c'est qu'ils sont globalement de haute qualité. C'est à dire que tous ceux qui veulent organiser des événements ou des prix, ce sont des gens qui connaissent vraiment bien la littérature jeunesse et qui, en général, ne sont pas frileux. Et ce sont ces gens-là qui nous ont défendus parce que, quand on publiait 8 à 10 titres par an, et bien on se rendait compte qu'on était dans toutes les sélections. Ça veut dire qu'on avait un soutien de ces prescripteurs qui était important. Après, ça c'était pour les bibliothécaires mais quand tu descends l'échelle de la prescription, même si on était sélectionné par les bibliothécaires, on pouvait avoir des problèmes au niveau des enseignants.

Adèle Leproux : Oui, et par exemple pour le prix Tatoulu qui est un prix qui sélectionne des romans ou des albums qui amènent le débat, posent problème. C'est un prix national mais particulièrement bien suivi en Midi-Pyrénées. Et une année c'est *Zarbi* d'Hélène Vignal qui est sélectionné, et les enseignants le font lire à leurs élèves et une jeune collégienne de 5^e ramène le livre chez elle, la mère le lit avant elle et fait scandale et demande à ce que les élèves n'aient pas à lire ce texte. Donc là effectivement, le barrage vient des parents. C'est à dire que les organisateurs du prix nous suivent, les enseignants nous suivent et on arrive aux parents et ça fait barrage, c'est très net.

Mais aujourd'hui, que ce soit les médias, les bibliothécaires, les enseignants, plus personne ne fait un barrage net sur la collection « doado » ?

Adèle Leproux : Non, je dirais que non.

Sylvie Gracia : Je n'ai pas l'impression...C'est sûr qu'on n'a plus de polémique comme on avait avant, on ne reçoit plus de lettres d'insultes. Le regard porté sur la littérature jeunesse a quand même beaucoup évolué.

Le fait que la collection « doado » se soit affranchie de la loi de 1949 sur les publications destinées à la jeunesse, cela a-t-il un impact sur la prescription ?

Sylvie Gracia : Alors effectivement, nous on s'est affranchis dès l'origine parce qu'on ne voulait pas rentrer dans cette loi qu'on estimait complètement dépassée. Et l'an dernier, on nous a dit « attention parce que dans les médiathèques désormais, pour les achats, on sera très attentif à la mention de la loi et les livres affranchis de cette loi ne pourront pas faire partie des espaces jeunesse ». Parce qu'en fait, il y a de plus en plus d'éditeurs qui se sont affranchis de cette loi et qui veulent quand même mettre leur production dans les rayons jeunesse. Alors les médiathèques en auraient un peu marre et diraient « maintenant, en rayon jeunesse, on ne va mettre que des livres estampillés loi de 1949. » Et donc nous, on pâtirait de ça.

Adèle Leproux : Mais pour l'instant on n'a eu qu'un retour dans un réseau de médiathèque près de Nevers mais sinon on n'en a plus jamais entendu parler.

Et dans les médias, est-ce que le fait de ne pas être estampillé publications destinées à la jeunesse permet de toucher des médias « adulte » ?

Adèle Leproux : Non pas du tout, c'est très difficile.

Pourquoi est-ce si difficile ?

Adèle Leproux : C'est à dire que même si on n'est pas sous le coup de la loi, on est vraiment estampillé jeunesse. Il n'y a pas du tout de volonté de la part des journalistes qui travaillent sur la littérature adulte de s'attaquer au roman ado. Pour eux, c'est de la sous-littérature.

Sylvie Gracia : Oui, pour eux, ça n'existe pas. Et c'est ce qui est compliqué pour nous quand on publie un auteur dans les deux secteurs, on ne peut pas trop mettre en avant le fait qu'il publie également en jeunesse. Il vaut mieux ne pas trop en parler, sinon il en pâtit.

Et dans les féminins qui visent essentiellement les jeunes adultes ?

Adèle Leproux : non pas du tout non plus. Par exemple *Muze* qui est quand même pour ado et jeunes adultes, ils ne veulent que de la littérature générale. *Phosphore* à la limite ça dépend, de temps en temps il y a des chroniques de littérature ado mais globalement, toute cette presse pour les 16-25 ans, c'est uniquement de la littérature générale.

Sylvie Gracia : Mais comme tous les prix d'ailleurs, les prix lycéens ou apprentis, qui se développent beaucoup en région, ils sélectionnent toujours des livres pour adulte.

Adèle Leproux : Ça montre bien que quand même il manque une certaine légitimité, une reconnaissance de notre secteur.

Sylvie Gracia : Oui mais il faut dire qu'il y a une grosse partie de la production qui n'est pas bonne aussi et ça brouille l'image. La littérature ado peut être perçue comme un produit bas de gamme, où les auteurs écriraient vite fait un texte sur commande...

Et les blogs, comment avez-vous repéré les plus influents ?

Adèle Leproux : Ça s'est fait au fur et à mesure de la demande. Il faut savoir qu'on a énormément de demandes de bloggeurs lambda et que rapidement, se sont dégagés 4 ou 5 bloggeurs qui chroniquent régulièrement, qui sont repérés par la blogosphère. C'est beaucoup de liens, il y a une véritable communauté donc rapidement on se rend compte de qui est influent, qui est régulier, qui fait de la qualité... Parce qu'il y a plein de bloggeurs qui font des articles sans intérêts aussi, ils parlent du livre en 2 lignes...

Qui sont les lecteurs de ces blogs influents ?

Adèle Leproux : Je pense que ce sont d'autres bloggeurs et d'autres prescripteurs.

Sylvie Gracia : Ce sont quand même des gens qui sont liés d'une manière ou d'une autre avec les livres en général.

Est-ce que la scission ado/littérature générale est aussi marquée que dans les médias traditionnels ?

Sylvie Gracia : Elle est présente également mais moins marquée quand même. Mais c'est vrai que les bloggeurs jeunesse vont chroniquer de la jeunesse et les bloggeurs adulte vont chroniquer de la littérature générale.

Adèle Leproux : Mais c'est moins marqué, par exemple on a une bloggeuse sur Brest qui nous suit pas mal sur la collection « Brune » et qui commence à repérer nos romans ado. Il y a quand même des ponts possibles, par exemple cette bloggeuse aime beaucoup Anne Percin et du coup, elle a découvert ce qu'elle fait en jeunesse, pareil avec Ahmed Kalouaz... Ça ne la bloque pas, elle, de lire de la littérature ado, elle y voit avant tout la qualité d'écriture, la qualité du texte et pas l'étiquette qu'on y colle dessus, littérature ado ou littérature générale. Donc je pense qu'au niveau de la politique des bloggeurs, c'est moins fermé que les journalistes, les médias classiques en tout cas.

Mais qui sont ces bloggeurs ? Ce sont surtout des professionnels du livre ?

Adèle Leproux : Oui peut-être mais ce sont surtout des dévoreurs de livres, des gens qui sont en liens avec de gros lecteurs et qui ont besoin de conseils et d'échanges pour se nourrir.

Sylvie Gracia : Et puis ça veut dire que la presse littérature a perdu de son influence à partir du moment où la prescription via les blogs s'est installée. C'est à dire que les lecteurs croient davantage par exemple Clarabel qui va faire une critique que *Le Monde des Livres* ou *Télérama*,

ils ne le lisent plus. Finalement le réseau de la blogosphère finit par remplacer le réseau des médias.

N'est-il pas difficile finalement de toucher l'adolescent, le lecteur direct ?

Sylvie Gracia : Le problème en littérature jeunesse c'est que le contact avec le lecteur final est toujours médiatisé parce qu'il y a des bibliothécaires entre, des enseignants, etc. Le lecteur lambda, le public ado, il n'arrive pas directement sur nos collections mais par le biais de médiateurs. Donc notre réception est forcément biaisée par des adultes et c'est ça qui est souvent gênant parce que même si les prescripteurs disent « ce livre-là nous dérange », ça ne veut pas dire qu'il va déranger l'adolescent lecteur. C'est ce qu'on disait au début, avec Guillaume Guéraud, on a eu des problèmes avec les adultes, jamais avec les ados.

Adèle Leproux : Et puis on le voit sur le salon, on voit arriver des ados de 13 ans qui cherchent le nouveau Guéraud, qui nous disent qu'ils les ont déjà tous lu et qu'il leur faut le dernier. Alors que si on n'écoutait que les adultes, on ne leur donnerait pas le dernier, qui est tout aussi violent.

Sylvie Gracia : Ça a été finalement le problème de la « doado », il a fallu d'une certaine façon séduire les adultes avant de séduire les ados parce qu'ils ne faut pas que les adultes puissent faire barrage.

Pour terminer, est-ce qu'il serait possible d'agir directement en direction des adolescents, de communiquer avec eux sans passer par le biais d'autres adultes ?

Sylvie Gracia : Non...C'est très difficile. Enfin on a fait un travail sur les couvertures aussi, c'était pour capter directement les adolescents. On a le sentiment qu'aujourd'hui nos couvertures peuvent séduire les ados et pas uniquement leurs parents. On a fait un effort sur la maquette, sur le format pour que si les ados nous trouvent en librairie, ils peuvent nous choisir. C'est un effort de séduction par notre apparence extérieure.

Adèle Leproux : En terme de moyen de communication, c'est très difficile d'atteindre le lectorat ado par n'importe quel biais, que ce soit par les objets promotionnels, par Facebook...On le voit bien, ce ne sont pas les lecteurs ados qui sont nos amis sur Facebook. C'est difficile de les atteindre directement.

• **Les Ambassadrices « eXprim' »**

Entretien avec Aurélie Piette

Ambassadrice « eXprim' »

Réalisé par mail le 8 mars 2012

Profil d'Aurélie Piette :

Son blog : <http://batifolire.canalblog.com/>

Son âge : 24 ans

Sa profession : Médiatrice du livre pour une bibliothèque d'une ville de 22000 habitants. « Mon action principale est d'être responsable de quatre tournées de bibliothèque de rue dans quatre quartiers différents. À raison d'une heure et demie pour chaque lieu, nous proposons en accès libres des documents (albums, revues, BD, documentaires, livres-jeux, etc.) pour un public allant de 0 à 12 ans. Il s'agit de lecture sur place, individuelle ou partagée puis d'un temps d'animation collective autour des livres. De manière plus globale, la médiation passe par divers partenariats avec les autres services de la ville (espace multimédia, centres de loisirs, centres sociaux, foyers de personnes âgées, périscolaire, etc.) avec toujours l'idée de faire connaître le livre, la bibliothèque et les services qu'elle offre. »

Son cursus scolaire : Licence de lettres modernes, diverses formations en bibliothèque et littérature de jeunesse, DUT en année spéciale info-com option métiers du livre et du patrimoine.

Depuis combien de temps êtes-vous ambassadrice pour « eXprim' » ?

Depuis septembre 2010 donc un an et demi.

Comment s'est passé votre « recrutement » ?

Lorsque Tibo Berard et son équipe ont eu cette idée des ambassadeurs, il a envoyé un mail aux étudiants, lecteurs, bibliothécaires, etc. croisés sur les salons ou autre, personnes ayant toutes pour point commun un certain attachement pour la collection. Pour ma part, j'ai découvert « eXprim' » alors que je suivais une formation sur la littérature jeunesse dans laquelle Tibo intervenait pour présenter son métier et sa collection. J'ai été immédiatement séduite par l'univers proposé et ai voulu en savoir un peu plus notamment pour un dossier que je devais rendre pour un cours en édition. J'ai donc sollicité Tibo pour quelques questions, lui ai transmis mon travail final et il a gardé mon contact.

Avez-vous des partenariats similaires avec d'autres maisons ou collections ?

Non.

Pourquoi ce choix d'un tel partenariat avec Sarbacane ?

Même si je suis très contente de ce partenariat, ce n'est pas un choix, c'est une occasion qui s'est présentée et que j'ai saisie à la fois par curiosité et par un attrait très fort pour la collection.

Avez-vous des affinités particulières pour le roman ado ? Pourquoi ?

Non, bien que travaillant en bibliothèque (les cordonniers sont les plus mal chaussés) je ne suis pas une grande lectrice de romans, plus par fainéantise (du choix de lecture, de la lecture elle-même) que par désintérêt. Aussi, je ne lis pas souvent de romans ados.

Êtes-vous toujours satisfaite de ce partenariat ?

Je suis toujours satisfaite du partenariat car je suis toujours autant agréablement surprise en découvrant les romans. En effet, ce qui m'a plu, dès le départ, c'est ce côté très novateur dans le ton employé, les thèmes abordés et surtout le travail sur la langue. Littéraire dans l'âme, j'ai grandi au milieu d'une culture assez « urbaine », comme on dit de nos jours, et je n'avais jamais rien lu (à part Faïza Guène) d'aussi intéressant depuis très longtemps. Pour dire, la collection m'a même réconcilié avec la lecture qui malheureusement, après de trop longues années d'études littéraires, devient plutôt une contrainte qu'un plaisir. C'est donc avec une certaine impatience puis un grand plaisir que j'attends et découvre les nouveaux titres.

Quelles sont les actions que vous menez dans ce cadre ? Comment cela se passe-t-il ?

Il y a plusieurs étapes dans les actions menées, le partenariat étant tout nouveau, nous avons expérimenté certaines choses qui n'ont pas forcément toutes eu le même impact.

Le postulat de base (initié dès le départ et poursuivi jusqu'à aujourd'hui) est donc que nous recevons les bouquins et que nous devons en parler, sur la toile de préférence *via* nos blogs et/ou les réseaux sociaux.

Il y a eu sinon plusieurs autres tentatives :

Au départ, pour *Daddy est mort* d'Insa Sané, nous avions à disposition des flyers et stickers à distribuer. Sarbacane nous avait suggéré de les distribuer en sorties de cinéma tout en indiquant que nous étions libres de mener cette action comme on le souhaitait. Pour ma part, j'en avais distribué en sorties de lycée, mis dans des lieux stratégiques (bars associatifs, MJC, bibliothèques).

À l'été 2011, il nous a été proposé de photographier les romans « eXprim' » dans des situations de vacances (ça a plutôt bien marché, mieux que lorsqu'on nous a demandé de nous prendre en photo avec un roman !).

Pour le roman de Rolland Auda, *Le dévastateur*, nous ont été communiquées ses propositions d'atelier d'écritures à diffuser autour de nous.

Pour celles ayant un blog, nous avons organisé un jeu concours autour de *La mort j'adore* d'Alexis Brocas. Pour ce roman, nous avons également pour mission de partager au maximum nos articles sur le roman sur des forums s'intéressant à la thématique du roman, à savoir les vampires, etc.

De manière plus générale, nous avons été consultées sur nos préférences afin d'aider dans le choix d'un titre, d'une couverture ou de l'ordre de parution des romans (choix entre plusieurs débuts de manuscrits).

Quels sont les avantages que vous en retirez ?

Le plaisir de la découverte et de la lecture avant tout mais aussi le sentiment d'appartenir à un groupe sympa avec lequel j'ai des échanges riches même s'ils sont plus réduits maintenant que nous ne sommes plus que 4. Et puis le lien particulier qui s'est noué avec l'édition Sarbacane et ses auteurs.

Quels sont, d'après vous, les avantages qu'en retire Sarbacane ?

Une communication plus importante autour de leurs parutions.

Vous avez donc le sentiment d'appartenir à une véritable communauté. Communiquez-vous avec les autres ambassadrices ? Les voyez-vous ?

Oui puisqu'assez rapidement a été mis en place un groupe Facebook, fermé, afin d'échanger entre nous. C'était d'abord un moyen de nous mettre en relation par rapport à nos missions et également de partager nos impressions de lectures. Petit à petit, on s'est présentées et au bout d'un certain temps des relations, virtuelles pour la plupart, se sont créées, grâce à, il faut bien l'avouer, ce mode de communication très pratique qu'est Facebook. En effet, nous sommes toutes issues du même milieu, celui de l'édition ou des bibliothèques jeunesse donc forcément ça crée des liens. Pour ma part, j'ai rencontré une des ambassadrices qui habite la même région que moi sur un salon. Nous sommes trop éloignées géographiquement sinon pour nous voir.

Percevez-vous des retombées de votre action et de celles des autres ambassadeurs ?

Pas vraiment pour l'instant, c'est d'ailleurs le seul point à améliorer que je verrai. À ce jour, je ne pourrai dire qu'elle est la portée de nos actions.

Qui sont les lecteurs de votre blog ? Pour qui écrivez-vous ?

Mes lecteurs sont essentiellement d'autres bloggeurs littéraires on va dire, la blogosphère étant assez fermée : on écrit pour des gens comme nous finalement, qui ont les mêmes centres d'intérêt, à savoir la littérature de jeunesse et en ce qui me concerne, un peu de BD/romans

graphiques. J'imagine que dans mon lectorat j'ai pas mal de bibliothécaires, documentalistes et libraires, mes amies tout d'abord puis d'autres qui connaissent mon blog *via* Facebook encore une fois puisque le blog a un compte et une page facebook qui me permettent de le faire connaître. Je dirai que globalement mon lectorat est plus professionnel qu'autre chose et en tant que prescriptrice jeunesse, j'utilise moi-même beaucoup les blogs pour faire mes acquisitions (ceux des librairies sorcières essentiellement).

Vous sentez-vous libre de critiquer à votre convenance vos lectures ou y a-t-il des accords tacites ?

Tout à fait, nous sommes complètement libres ou non de critiquer les ouvrages, il y a d'ailleurs déjà eu des critiques négatives. Pour ma part, je ne parle que de mes coups de cœur qu'il s'agisse d'« eXprim' » ou non d'ailleurs car j'aime partager mon enthousiasme quand je fais une bonne découverte. Par simple respect des auteurs, je ne souhaite pas écrire lorsque quelque chose ne me plaît pas, d'une part parce que toute lecture est subjective et que je ne veux pas porter préjudice à qui que ce soit. D'autre part, parce que j'estime que tout travail artistique quel qu'il soit se respecte et que je ne vais pas descendre en quelques phrases ce que quelqu'un a mis des mois à construire juste parce que ça ne me parle pas à moi (ce qui revient finalement un peu au même que mon précédent argument !). Quand je n'aime pas un livre, je n'en parle tout simplement pas, ceci étant il est rare que cela soit arrivé puisque les titres me plaisent généralement.

À votre avis, quels sont les points forts de ce système d'ambassadeurs mis en place par Tibo Bérard ? Ou quels en sont les points faibles ?

Ce n'est pas à moi de répondre et je serai bien embêtée car cela ne me concerne pas. Je pense qu'en terme de communication, ce système est bénéfique, après je ne saurai en dire plus.

Estimez vous que vous êtes un prescripteur de la marque « eXprim' » ?

Oui d'abord de façon assez anonyme via le blog, ensuite dans mon entourage personnel puisque je fais connaître les ouvrages et enfin en tant que professionnelle du livre puisque dans les acquisitions de ma bibliothèque, je porte la collection et l'intègre même à certaines animations.

Dans la littérature ado, on dit souvent que les meilleurs prescripteurs sont les lecteurs eux-mêmes, que le bouche-à-oreille fonctionne mieux que n'importe quel article. Pensez-vous que cela soit vrai ?

De manière très large, je dirai que pour quelque action que ce soit le bouche-à-oreille reste ce qui fonctionne le mieux, il en va donc de même pour la lecture. Après, je ne suis plus une ado et mon public cible professionnel n'est pas composé d'ados donc je n'interagis pas avec eux par rapport à la lecture. De plus nos actions sont essentiellement virtuelles par le biais d'articles

donc si nous sommes prescriptrices c'est plus par rapport aux autres professionnels ou bloggeurs littéraires.

À votre avis, tous les éditeurs de littérature ado devraient-ils construire de tels réseaux de prescripteurs ?

Chacun à son mode de fonctionnement, son propre rapport à la littérature ado et surtout c'est un concept « made in sarbacane » donc encore une fois je n'ai pas vraiment d'avis sur la question. Cela dit, beaucoup de maisons d'édition pratiquent déjà le service de presse avec les bloggeurs ce qui est assez similaire finalement.

Quels sont les autres leviers qu'ils pourraient manier pour se rapprocher de leur public ?

Je dirai juste qu'il faut savoir à qui on s'adresse, connaître ses lecteurs. Si les éditeurs veulent se rapprocher de leur public qu'ils le fassent réellement en allant à leur rencontre afin de connaître leurs codes, leurs goûts, leurs visions du monde et quelles sont leurs attentes. Je reste convaincue qu'à l'heure d'Internet, beaucoup de choses se jouent par ce média et qu'il faut savoir se servir de ce nouvel outil. Cela étant dit, beaucoup l'ont déjà compris.

Entretien avec Sophie Hacquin
Ambassadrice « eXprim' »
Réalisé par mail le 22 mars 2012

Profil de Sophie Hacquin :

Son blog : <http://litterature-jeunesse.over-blog.fr>

Son âge : 25 ans

Sa profession : bibliothécaire. « Pour le moment je n'ai que des contrats. En ce moment, je travaille sur la constitution d'un fonds jeunesse d'une nouvelle médiathèque. Il va sans dire que j'ai mis mes connaissances sur la collection au profit de cette future structure. »

Son cursus scolaire : Bac S, DUT métiers du livre, Licence professionnelle en bibliothèque et documentation

Depuis combien de temps êtes-vous ambassadrice pour « eXprim' » ?

J'ai commencé en septembre 2010, ça fait donc un peu plus d'un an et demi.

Comment s'est passé votre « recrutement » ?

J'ai été contacté par les éditions Sarbacane (la collection « eXprim' » particulièrement) qui m'ont présenté ce projet d'ambassadeurs. Je connaissais peu la collection mais j'ai rapidement accepté puisque je m'intéresse particulièrement à la littérature ado.

Avez-vous des partenariats similaires avec d'autres maisons ou collections ?

Similaire non parce que dans le cas de la collection « eXprim' », c'est un partenariat très régulier puisqu'on reçoit chaque nouveauté (soit un roman par mois en moyenne). En revanche, j'ai un partenariat régulier avec une maison d'édition jeunesse (pas d'ado donc je ne m'étends pas) et d'autres partenariats ponctuels avec des éditeurs ou des auteurs de romans ados ou autres.

Pourquoi ce choix d'un tel partenariat avec Sarbacane ? Avez-vous des affinités particulières pour le roman ado ? Pourquoi ?

Je suis une bibliothécaire débutante et je me spécialise dans la littérature jeunesse (ado compris). Dans mes lectures personnelles, la littérature ado avait déjà une grande place donc ça n'avait rien pour moi d'original d'accepter ce partenariat. De plus, connaissant peu la collection, je connaissais tout de même leur réputation sur des textes de qualité et j'ai apprécié qu'elle publie des romans qui sortent de ce qu'on voit habituellement avec beaucoup de fantastique. Le côté citadin de la collection me plaisait donc beaucoup.

Êtes-vous toujours satisfaite de ce partenariat ?

Totalement. J'ai fait de belles découvertes et en même temps je n'ai pas adhéré à tout ce qu'on m'a proposé. On garde une grande liberté pour nos chroniques, on a le droit de ne pas aimer et de le dire sans souci. C'est aussi ce qui est intéressant, les textes sont variés, on ne les ressent pas toutes (les ambassadrices) de la même façon, ce qui entraîne toujours un petit débat sur la page Facebook. Et en plus, on ne sait jamais à quoi s'attendre quand on découvre un nouveau titre.

Quelles sont les actions que vous menez dans ce cadre ? Comment cela se passe-t-il ?

Au tout début, on avait des missions assez variées en plus de la chronique sur nos blogs (distribution de flyers sur le livre, promotion d'actions culturelles, concours...). Maintenant, je trouve que c'est un peu plus limité même si rien ne nous empêche de mener des choses de notre côté. Disons qu'en dehors de la chronique et d'éventuels concours pour nos lecteurs de blogs, il y a moins d'investissements demandés. Peut-être aussi que les quelques opérations du début n'ont pas porté leur fruit.

Quels sont les avantages que vous en retirez ?

En premier de jolies découvertes mais aussi l'occasion de discuter sur ces livres avec les autres ambassadrices. En ce qui me concerne, d'un côté plus professionnel, la constitution d'une culture. Vu l'offre, j'ai beaucoup de mal à me concentrer sur des collections en particulier, là c'est l'occasion pour celle là et c'est particulièrement intéressant de voir l'évolution de la collection. Et puis quand même, cela fait du bien à l'égo de voir que le travail que l'on fait pour un blog intéresse des éditeurs.

Beaucoup de bloggeurs adorent l'idée de recevoir des livres gratuitement. Mais vu les dégâts que ça fait sur ma bibliothèque, je me demande si c'est un avantage !

Quels sont, d'après vous, les avantages qu'en retire Sarbacane ?

J'espère de tout cœur que ça leur apporte suffisamment de pub pour générer des ventes, c'est quand même le but premier. Et puis les blogs sont un support plutôt utilisé par les jeunes donc espérons que le bouche-à-oreille fait son effet. En ce qui me concerne je garde dans un coin de ma tête l'idée d'avoir un poste en bibliothèque un jour qui me permette de mettre leurs livres en avant encore plus que je ne le fait avec le blog. Peut-être aussi que le fait d'avoir les avis des ambassadrices assez rapidement peuvent leur permettre d'appréhender mieux la réception auprès du public.

**Avez-vous l'impression d'appartenir à une communauté avec les autres ambassadeurs ?
Communiquez-vous avec eux ? Les voyez-vous ?**

Totalement, nous ne sommes que 4 mais on a un espace privé sur Facebook pour discuter sur les livres. Il ne me semble pas qu'il y ait eu de rencontres organisées mais ça pourrait très bien se faire au détour d'un salon.

Percevez-vous des retombées de votre action et de celles des autres ambassadeurs ?

Je suis régulièrement les statistiques de mon blog et les billets des livres « eXprim' » sont régulièrement dans les 3 plus vus (lus je ne peux pas le dire !) par mois. Donc, je peux considérer que ça me ramène du monde.

Qui sont les lecteurs de votre blog ? Pour qui écrivez-vous ?

J'ai commencé mon blog avec comme optique de m'adresser aux jeunes mais je dois avouer que ce n'est pas le cas ou en minorité. En tout cas pas directement. En revanche, j'ai des remontées de prescripteurs (documentalistes, bibliothécaires en particulier, peut être que ça vient du fait que je le suis moi même) ou de parents. La blogosphère reste un cercle relativement fermé donc la plupart des lecteurs sont d'autres bloggeurs mais qui peuvent aussi appartenir aux catégories précédentes.

Vous sentez-vous libre de critiquer à votre convenance vos lectures ou y a-t-il des accords tacites ?

Totalement comme je l'ai dit plus tôt. D'ailleurs jamais je n'accepterais de participer à un projet où on m'imposerait une ligne de conduite. Je peux citer l'exemple du roman *Le dévastateur* que je n'ai pas aimé. Pour autant je ne l'ai pas descendu parce qu'en tant que professionnelle du livre, je respecte le travail de tous les auteurs même quand je n'aime pas. Le minimum est évidemment de toujours argumenter.

À votre avis, quels sont les points forts de ce système d'ambassadeurs mis en place par Tibo Bérard ?

Avec la dérive qui existe autour des SP, je trouve que ce groupe réduit permet un suivi plus simple pour tout le monde. « eXprim' » nous pose parfois des questions sur une couverture ou un point éditorial qu'ils ont besoin d'éclaircir. D'une certaine façon on fait partie de l'équipe et on a envie de s'investir pour la collection. Ça peut aussi être un avantage pour les lecteurs de la collection qui ont envie de suivre les nouveautés, savoir si tel nouveau titre est bien ou pas, une fois qu'ils nous ont repérées, ils peuvent se tenir informés. Il y a tellement de bloggeurs qui ne voient dans les SP que des livres gratuits que ce type de petit groupe permet simplement une implication plus grande.

Quels en sont les points faibles ?

Nous sommes 4, donc la diffusion est limitée à côté d'autres éditeurs qui envoient des dizaines de SP. Mais ce n'est pas vraiment un point faible juste une question de qualitatif et quantitatif. Je ne vois pas vraiment de point faible, c'est un système que je trouve très intelligent. Après il faut quand même que les ambassadrices restent honnêtes et qu'on en vienne pas à faire des chroniques seulement parce qu'on apprécie « eXprim' » mais je ne crois pas que ce soit le genre des filles du groupe.

Estimez vous que vous êtes un prescripteur de la marque « eXprim' » ?

Franchement oui. Déjà rien que parce qu'en tant que bibliothécaire je connais une grande partie de la collection donc je peux plus facilement être amenée à les conseiller. Puis par le blog où « eXprim' » est la seule collection que je suis entièrement.

Dans la littérature ado, on dit souvent que les meilleurs prescripteurs sont les lecteurs eux-mêmes, que le bouche-à-oreille fonctionne mieux que n'importe quel article. Pensez-vous que cela soit vrai ? Est-ce pour ça que vous jouez ce rôle d'ambassadrice ?

Je suis totalement d'accord. Je pense que c'est plus facile de parler sincèrement d'un livre qu'on a lu. Même en temps que bibliothécaire, je connais les valeurs sûres même si je ne les ai pas lues mais je préfère parler de ce que j'ai lu. J'ai aimé et j'ai envie que d'autres aiment pas uniquement parce que c'est reconnu comme de la bonne littérature. Sur mon blog ou dans mon métier, c'est mon parcours de lectrice qui me guide avant tout.

À votre avis, tous les éditeurs de littérature ado devraient-ils construire de tels réseaux de prescripteurs ?

Certains sont suffisamment connus et n'en ont clairement pas besoin. Les SP leur donnent une visibilité, leur réputation fait le reste. « eXprim' » est une collection relativement connue. Ce que je veux dire, je reviens aux bibliothèques, c'est que je n'en connais pas qui n'ait aucun livre de la collection. Par contre, ils sortent assez peu donc là, il y a besoin d'un prescripteur capable d'en parler donc de bien connaître la collection. Les bibliothécaires utilisent de plus en plus les blogs donc là, un groupe comme ça a son intérêt, tel blogueur connaît bien la collection donc en lisant son avis je saurais si ce titre me correspond. Ça va plus loin que le coup de pub selon moi. Ce genre de groupe restreint est pour moi intéressant pour les éditeurs qui ont besoin de suivi. C'est vraiment le point que je trouve intéressant.

Quels sont les autres leviers qu'ils pourraient manier pour se rapprocher de leur public ?

Publier des livres de vampires... Je rigole mais malheureusement, il suffit de voir le rayon sur la question en librairies pour comprendre que ça marche beaucoup comme ça, sur les effets de mode. Je pense qu'il faut favoriser la médiation : les actions avec les auteurs auprès des jeunes principalement.

Entretien avec Estelle Teyssier
Ambassadrice « eXprim' »
Réalisé par mail le 26 mars 2012

Profil d'Estelle Teyssier :

Son blog : <http://romans-entre-deux-mondes.over-blog.com>

Son âge : 23 ans

Sa profession : encore étudiante

Son cursus scolaire : bac ES, master d'histoire et DUT Métiers du Livre

Depuis combien de temps êtes-vous ambassadrice pour « eXprim' » ?

Je suis ambassadrice « eXprim' » depuis l'automne 2010, soit un an et demi maintenant.

Comment s'est passé votre « recrutement » ?

J'ai été en contact avec Tibo Bérard alors que je préparais un dossier sur la collection « eXprim' » dans le cadre de mon DUT Métiers du Livre et du Patrimoine avec une amie. Nous avons communiqué via l'adresse mail de cette amie. Lorsqu'il a lancé les ambassadeurs, il a réutilisé son adresse mail pour lui parler des ambassadeurs. Elle n'était pas intéressée, mais moi oui, et j'ai envoyé un mail à Tibo Bérard pour me signaler. Quelques semaines plus tard, je recevais deux romans à chroniquer ! Et cela a été le début d'une belle aventure...

Avez-vous des partenariats similaires avec d'autres maisons ou collections ?

J'ai parfois des partenariats ponctuels avec des maisons d'éditions via le site communautaire Livraddict, mais « eXprim' » est mon seul partenariat régulier.

Pourquoi ce choix d'un tel partenariat avec Sarbacane ? Avez-vous des affinités particulières pour le roman ado ?

En effet, j'apprécie particulièrement les romans ados. J'ai 23 ans, et j'aime bien me pencher par mes lectures sur mon proche passé d'adolescente. Je trouve que c'est un âge intéressant, où les émotions sont ressenties avec beaucoup de force, les ados sont des passionnés. Cela donne des romans intéressants.

Pour « eXprim' » plus précisément, ce sont des romans ados vraiment originaux, sans tabou. On aborde le mal-être, les préoccupations adolescentes par des angles très divers : premiers amours, jeunesse défavorisée, maladie, quête des origines, etc. Mais le point fort d'« eXprim' » c'est qu'il y en a pour tous les goûts : les histoires de lycée (*La fille du papillon* d'Anne Mulpas),

côtoient la littérature urbaine (Insa Sané, Edgar Sekloka), les récits les plus fantasques (*Mes idées folles* d'Axel Cendres ou *Lorraine Super bolide* de David Tavityan), les destinées/biographies (*Paris Inch Allah* de Kamel Hajaji, *Gadji* de Lucie Land) voire le roman à dimension historique (*Les Déchainés* de Flo Jallier). Tout le monde peut trouver son compte, y compris les adultes.

Êtes-vous toujours satisfaite de ce partenariat ?

Oui, je me félicite d'avoir saisi cette occasion à l'époque.

Quelles sont les actions que vous menez dans ce cadre ? Comment cela se passe-t-il ?

Le plus souvent, il s'agit simplement de lire le roman, et de le chroniquer sur mon blog, si possible, pour le jour de sortie en librairie. Nous avons parfois reçu des missions plus spécifiques : distribuer des flyers, faire le « buzz » sur les blogs et réseaux sociaux, relayer une vidéo ou une page Facebook, organiser un concours pour faire gagner un roman. Mais c'est devenu plus rare au fil des mois, cela doit demander trop d'investissement à la maison d'édition.

Quels sont les avantages que vous en retirez ?

Je reçois avant leur sortie en librairie et gratuitement des ouvrages très variés, toujours originaux, et toujours de qualité. Même si parfois je n'accroche pas au titre envoyé, je n'ai jamais eu à dire « c'est un mauvais roman ».

Quels sont, d'après vous, les avantages qu'en retire Sarbacane ?

Cela leur donne une visibilité sur la toile au moment de la sortie des titres, qui est un moment crucial car tout va très vite en librairie, et les ouvrages quittent vite les rayons pour le stock. Je reçois pas mal de commentaires d'internautes me disant que je leur ai donné envie de découvrir tel ou tel titre. Surtout quand j'ai un coup de cœur et que je déborde d'enthousiasme ! Au-delà du blog, j'en parle beaucoup autour de moi.

Avez-vous l'impression d'appartenir à une communauté avec les autres ambassadeurs ?

Communiquez-vous avec eux ? Les voyez-vous ?

Tout à fait, nous sommes un vrai « groupe » : nous avons notre groupe dédié sur Facebook, et nous échangeons régulièrement nos impressions sur les titres reçus. J'ai eu l'occasion de rencontrer l'une des ambassadrices lors d'une animation en bibliothèque avec Insa Sané. Les autres vivent un peu trop loin.

Percevez-vous des retombées de votre action et de celles des autres ambassadeurs ?

C'est assez difficile à percevoir, mais rien ne me fait plus plaisir que lorsqu'un internaute me dit « je vais acheter tel ou tel titre ». La presse s'est également intéressée aux ambassadeurs, cela a fait un peu de pub à Sarbacane je pense.

Qui sont les lecteurs de votre blog ? Pour qui écrivez-vous ?

Les lecteurs de mon blog sont plutôt des filles (tout comme les membres des forums littéraires) : des adolescentes et surtout pas mal de personnes ayant entre 20 et 40 ans.

Vous sentez-vous libre de critiquer à votre convenance vos lectures ou il y a-t-il des accords tacites ?

Tout à fait. Mes chroniques sont toujours sincères, et lorsque je n'adhère pas, je l'ai dit. Il est arrivé à chacune des ambassadrices d'avoir du mal avec un titre, nous l'avons dit, et tout s'est bien passé.

Le seul exemple que j'ai en tête et qui s'était mal passé, c'était au sein de l'ancien groupe d'ambassadeurs (il a depuis été resserré pour des raisons financières et d'implication : les ambassadrices les plus actives sont restées). Bref, deux ambassadeurs avaient écrit des critiques sur *Deux jours pour faire des thunes* d'Hamid Jemaï assez insultantes et blessantes pour l'auteur et pour les lecteurs qui avaient apprécié ce livre. L'auteur a réagi, ainsi que d'autres bloggeurs, mais la maison d'édition n'est pas intervenue.

De mon côté je m'efforce toujours de respecter le travail de l'auteur, même lorsque je n'apprécie pas. C'est un principe. Il ne s'agit pas de dégoûter tout le monde d'un livre, seulement d'exprimer mes propres réserves et de mettre en avant ce qui pourrait éventuellement plaire à d'autres. Mais je dis clairement ce qui ne me plaît pas.

À votre avis, quels sont les points forts de ce système d'ambassadeurs mis en place par Tibo Bérard ? Quels en sont les points faibles ?

Points forts : ils ont été les premiers à le faire pour le roman ado, et cela a fait parler car c'est une approche différente de la presse classique, davantage susceptible de toucher un public ado qui utilise beaucoup internet et les réseaux sociaux.

Points faibles : 5 bloggeurs ne vont pas non plus faire exploser les ventes, notre pouvoir de prescription n'est pas immense.

Estimez vous que vous êtes un prescripteur de la marque « eXprim' » ?

Oui, j'en parle beaucoup autour de moi. Et je le serai davantage lorsque je travaillerai en bibliothèque, je pourrai orienter les ados en recherche de livres originaux et parlant vrai vers les livres de la collection (elle est d'ailleurs très présente en bibliothèque, appréciée des professionnels).

Dans la littérature ado, on dit souvent que les meilleurs prescripteurs sont les lecteurs eux-mêmes, que le bouche-à-oreille fonctionne mieux que n'importe quel article. Pensez-vous que cela soit vrai ? Est-ce pour ça que vous jouez ce rôle d'ambassadrice ?

Oui, je pense que les ados en particulier font d'avantage confiance à des gens qu'ils considèrent comme leurs égaux qu'à des institutions ou des médias traditionnels.

À votre avis, tous les éditeurs de littérature ado devraient-ils construire de tels réseaux de prescripteurs ? Quels sont les autres leviers qu'ils pourraient manier pour se rapprocher de leur public ?

Cela pourrait effectivement être intéressant. Il est bien également d'intervenir en milieu scolaire, les ados sont plus réceptifs lorsqu'ils voient «en vrai», qu'ils savent qui s'adresse à eux.

Entretien avec Laetitia Matusik
Ambassadrice « eXprim' »
Réalisé par mail le 28 mars 2012

Profil de Laetitia Matusik :

Son blog : www.stripngeek.com

Son âge : 23 ans

Sa profession : assistante de communication, presse et évènementiel

Son cursus scolaire : DUT métiers du livre, L3 information communication et master de commercialisation du livre.

Depuis combien de temps êtes-vous ambassadrice pour « eXprim' » ?

Je suis ambassadrice « eXprim' » depuis 2 ans.

Comment s'est passé votre « recrutement » ?

Une de mes amies était en stage là-bas et m'a proposée de devenir ambassadrice car elle savait que j'appréciais beaucoup cette collection.

Avez-vous des partenariats similaires avec d'autres maisons ou collections ?

Pas tout à fait, je fais des chroniques BD et romans de littérature de l'imaginaire pour mythologica.net mais je ne reçois pas les services de presse automatiquement, seulement si je m'inscris.

Pourquoi ce choix d'un tel partenariat avec Sarbacane ? Avez-vous des affinités particulières pour le roman ado ? Pourquoi ?

J'apprécie la production « eXprim' » et ce partenariat était avant tout un échange de bons procédés : je reçois les romans en service de presse et en avant-première et en échange je propose une chronique réfléchie et offre un peu de visibilité à la maison d'édition, par la chronique sur mon blog et par les actions de promo ponctuelles auxquelles je participe. J'ai des affinités avec le roman ado, mais je suis exigeante et c'est pour cela que j'ai choisi « eXprim' », je ne connais pas d'autres collections qui me plaisent autant. Pour moi, le roman ado apporte une littérature de transition (passage de l'enfance à l'âge adulte) de manière intelligente et pertinente. Ce sont parfois des livres durs mais ils reflètent bien la société dans laquelle les jeunes vivent et vont devoir vivre une fois adulte.

Êtes-vous toujours satisfaite de ce partenariat ?

Je suis toujours satisfaite mais malheureusement je manque de temps pour pouvoir m'impliquer autant que je le souhaiterais.

Quelles sont les actions que vous menez dans ce cadre ? Comment cela se passe-t-il ?

À la réception des services de presse, j'en fais la lecture puis je les chronique sur mon blog. Le billet est partagé sur la toile via les réseaux sociaux et les forums spécialisés. Il arrive qu'on fasse des actions ponctuelles, par exemple on relaie des infos événementielles (salons, dédicaces, rencontres, etc.), on distribue des flyers, on participe à la promo en général de la collection.

Quels sont les avantages que vous en retirez ?

Pour moi, cela me permet de recevoir gratuitement des livres, de prendre beaucoup de plaisir à la lecture, et de ne fournir en échange que peu de travail.

Quels sont, d'après vous, les avantages qu'en retire Sarbacane ?

Cela apporte de la promo et de la visibilité à la collection et à la maison dans son ensemble. Nous constituons une base solide d'ambassadrices motivées pour promouvoir la collection auprès des lecteurs et des institutions puisqu'on est toutes de près ou de loin dans les métiers du livre.

Avez-vous l'impression d'appartenir à une communauté avec les autres ambassadeurs ?

Communiquez-vous avec eux ? Les voyez-vous ?

Oui il s'agit d'une véritable communauté. Nous ne nous voyons pas puisque nous vivons loin les unes des autres mais on communique beaucoup et on échange sur nos pages Facebook et sur nos blogs, on se laisse beaucoup de commentaires.

Percevez-vous des retombées de votre action et de celles des autres ambassadeurs ?

Les retombées sont assez minimes de mon côté, même si on me dit régulièrement avoir lu un livre d'après mon conseil. Nos actions sont surement plus efficaces pour celles qui travaillent en bibliothèque.

Qui sont les lecteurs de votre blog ? Pour qui écrivez-vous ?

Mon blog est spécialisé geek et BD donc il n'est a priori pas le support le plus à même de parler de littérature ado. Les lecteurs sont des passionnés de High tech et de BD essentiellement. Mais entre ambassadrices, nous mettons des liens vers les articles des autres.

Vous sentez-vous libre de critiquer à votre convenance vos lectures ou il y a-t-il des accords tacites ?

Oui je me sens libre de critiquer. Au début j'étais un peu gênée, j'avais donc demandé conseil à Sarbacane : je n'avais pas du tout aimé un roman alors Tibo Bérard m'a proposé de plutôt faire tourner les articles des autres ambassadrices au lieu de faire mon article. Aujourd'hui je suis plus à l'aise et n'hésite plus à dire ce que je n'ai pas aimé. L'avantage d'« eXprim' », c'est la qualité des romans, même s'il y a des aspects négatifs, il y aura des aspects positifs pour

contrebalancer. En tout cas Sarbacane ne nous donne aucune règle à ce sujet, ils doivent être conscients que c'est la règle du jeu !

À votre avis, quels sont les points forts de ce système d'ambassadeurs mis en place par Tibo Bérard ?

Les ambassadrices leur assurent un minimum de présence sur internet, nous représentons des personnes motivées pour faire la promo de la collection presque gratuitement et, grâce à nos réseaux professionnels, nous sommes aussi de solides prescripteurs.

Quels en sont les points faibles ?

Évidemment l'influence est limitée du fait que nous ne soyons que 4. Et pour Sarbacane, j'imagine que les services de presse coûtent cher et que cela prend du temps de suivre chaque ambassadeur.

Estimez vous que vous êtes un prescripteur de la marque « eXprim' » ?

Oui, un peu mais du fait que mon blog ne touche pas le même public, cela réduit un peu mon influence.

Dans la littérature ado, on dit souvent que les meilleurs prescripteurs sont les lecteurs eux-mêmes, que le bouche-à-oreille fonctionne mieux que n'importe quel article. Pensez-vous que cela soit vrai ? Est-ce pour ça que vous jouez ce rôle d'ambassadrice ?

Oui c'est évident. Et là c'est encore mieux puisque les lectrices sont des professionnelles et peuvent agir au sein de leur travail.

À votre avis, tous les éditeurs de littérature ado devraient-ils construire de tels réseaux de prescripteurs ?

Oui mais aujourd'hui, tous les éditeurs envoient leurs services de presse aux bloggeurs les plus influents. L'idée de communauté n'est pas la même mais l'influence est quand même présente.

Quels sont les autres leviers qu'ils pourraient manier pour se rapprocher de leur public ?

Il faut utiliser au maximum les réseaux sociaux et être très présent sur internet. Il faut aussi favoriser les rencontres avec le public pour être plus proche.

• **Les prescripteurs traditionnels**

**Entretien avec Charlotte Valat
Responsable du pôle Intermezzo
Médiathèque José Cabanis (Toulouse)
Entretien réalisé le 28 mars 2012**

Pouvez vous me décrire et me présenter l'espace Intermezzo ? De quand date-t-il ?

Pourquoi ce choix ?

Le pôle Intermezzo a ouvert en 2004, au moment de l'ouverture de la médiathèque José Cabanis. Dès le départ, il y a eu la volonté d'avoir ce lieu, qui est au milieu des autres pôles pour sortir un peu des clivages, des tranches d'âges et des thématiques habituelles à la bibliothèque. C'est un pôle biculturel en fait, entre les espaces jeunesse et les espaces adultes. Mais il n'est pas uniquement destiné aux adolescents, c'est aussi pour toutes les personnes pour qui le livre, la bibliothèque, c'est pas une évidence, pour qui le reste de la médiathèque, c'est vraiment énorme, trop de documents à chercher, il faut s'y retrouver, ça peut paraître compliqué...Donc c'est aussi un lieu culturel dans le sens où on va tout y retrouver puisqu'on a des périodiques, des documentaires, de la BD, des romans, etc. mais en plus petit et en différent.

Enfin, ça n'a pas été pensé comme un rayon mais bien comme un véritable espace à part dans la médiathèque ?

Non ce n'est pas un espace à part puisqu'il fait entièrement partie de la médiathèque, mais effectivement il est géré en totale autonomie, contrairement à un rayon. On l'a plus pensé comme un pôle documentaire avec son budget, son espace, son personnel, son mobilier, sa signalétique...On y fait un travail spécifique concernant l'accueil des groupes, le choix des collections, les partenariats, etc. Encore une fois, ce n'est pas que pour les adolescents donc la difficulté c'est de viser en même temps les adolescents et tous les adultes pour qui c'est un peu le petit bassin en fait.

Comment s'est organisée la constitution du fonds ? Vous n'avez donc pas que de la littérature ado ?

Oui il y a aussi des collections adultes. Par exemple pour les documentaires, on va choisir la vulgarisation de premier niveau en fait. Donc on a bien sûr des documentaires issus d'édition

jeunesse mais on a aussi des choses tout public. Le principe c'est d'avoir des documents qui soient assez illustrés avec un contenu assez facile d'accès, facile à lire...Le fonds évolue assez régulièrement, on fait beaucoup de désherbage et on fait évoluer l'espace régulièrement puisque le public évolue aussi et il nous faut toujours l'attirer.

Aujourd'hui vous avez environ combien de références dans cet espace ?

Aujourd'hui on compte un peu plus de 14 000 documents en comptant toutes les références de l'espace. Ça inclut aussi le fonds jeux vidéo puisqu'on a un espace jeux vidéo avec des Wii. Le fonds ne s'accroît pas forcément d'année en année, déjà parce que notre place n'est pas extensible mais surtout parce qu'on tient à garder un ensemble pertinent et cohérent.

Vous favorisez une certaine mixité dans les supports culturels puisque vous avez des livres, de la bd, des films, des jeux vidéos, ...En quoi pensez-vous que c'est important ?

Oui nous utilisons tous les supports de culture parce que l'objectif du pôle c'est aussi de favoriser la mixité sociale et culturelle, générationnelle. Et on pense aussi qu'ainsi entouré, le livre est un peu démystifié et plus facilement abordable.

Vous pensez qu'il faille « parler jeune » pour attirer le public ado ?

Oui peut être, mais comme nous on ne veut pas attirer seulement les ados, on ne peut pas parler jeune...Il faut couper la poire en deux. Mais on communique quand même un peu différemment. On fait plus de présentation, beaucoup de *facing*, beaucoup de tables et de coup de cœur. Et on essaie de mettre en place un système de coup de cœur des lecteurs, où ce sont eux qui nous proposent un livre, qu'on achète si on ne l'a pas dans les rayons, ils en font une présentation et on le met en avant pendant un certain temps.

Quels sont les autres moyens de communication que vous utilisez ?

Alors on a un blog qui a été créé il y a à peu près 2 ans. Il est alimenté régulièrement et assez consulté mais par contre, il y a très peu de commentaires dessus, les lecteurs ne sont pas du tout interactifs. On est en train de planifier un mode d'action pour relayer ce blog sur d'autres supports, surtout sur les réseaux sociaux, pour que le blog attire plus et devienne interactif. Après on a un Facebook et un Twitter mais tenu par la bibliothèque, pas particulièrement par le pôle Intermezzo. Mais c'est un de mes prochains projets de créer notre propre page Facebook parce qu'on sait que les jeunes sont sur Facebook aujourd'hui et plus trop sur les blogs.

En terme d'animations, que faites-vous ?

On essaie d'avoir des ateliers très régulièrement. On travaille beaucoup en partenariat avec l'Éducation Nationale, ce qui consiste essentiellement en visite découverte assez simple. On fait différents partenariats selon les projets, les événements par exemple pour la semaine de

la presse, on a fait pas mal de choses. On fait aussi des expositions, des ateliers d'écriture, de création artistique... On ne fait pas trop de conférences, on favorise vraiment plus les ateliers et les trucs plus interactifs.

Et vous avez de bonnes fréquentations sur ce type d'ateliers ?

Oui globalement ça marche bien. Les ateliers sont très souvent plein, ça fonctionne bien, oui. Enfin, je dis que ça marche, mais aussi, les ateliers ne peuvent guère accueillir plus de 20 ou 30 personnes maximum. Ça fonctionne bien à notre échelle.

Comment communiquez-vous autour de ces ateliers ? J'imagine qu'il y a un bouche-à-oreille mais y a-t-il une communication à l'extérieur de la bibliothèque ?

Au sein de la bibliothèque bien sûr on communique toutes les informations, sur les sites et les blogs aussi. La bibliothèque édite aussi un petit catalogue avec la programmation, et on le distribue pas mal. Dans nos futurs projets on veut aussi réaliser un flyer du pôle Intermezzo qu'on distribuerait sur tous les lieux que fréquentent les jeunes dans la ville, par exemple une man-gathèque, les salles de jeux. Pour essayer de toucher ceux qui ne viennent pas à la bibliothèque parce que c'est vrai que la communication sur place c'est bien mais ça touche les gens qui sont déjà là, il nous faudrait aussi attirer un public neuf.

Est-ce que cet espace peut être fréquenté par des parents d'ados qui recherchent de la lecture pour leur enfant ?

Oui ça arrive, les parents qui viennent nous demander des conseils de lectures pour leurs enfants. Là c'est vraiment des demandes pour les aider à défricher un peu la production éditoriale ado parce qu'ils ne connaissent pas.

Et les ados vous demandent aussi des conseils facilement ?

Euh un peu mais moins que chez les adultes quand même. C'est vrai que les adultes parlent plus facilement. Les ados ils ont peut être plus envie de rester anonymes et ils ont leurs propres réseaux d'échange, ils se conseillent entre eux. Mais ça arrive quand même qu'ils demandent.

Est-ce que vous conseillez les mêmes titres et de la même façon aux parents et aux ados ?

Avec l'adolescent on a un discours plus sous forme de dialogue pour essayer de vraiment savoir ce qu'ils veulent, on peut approfondir, alors que si c'est un parent en face de nous, on est vite bloqué puisqu'il ne sait pas exactement ce que voudrait l'ado. Avec les jeunes, on essaie d'affiner un peu plus la demande. Et auprès des adultes, il faut un peu plus justifier, il faut légitimer les lectures, alors notre discours est peut-être plus construit. Au niveau des choix, c'est un peu les mêmes, ça nous arrive de conseiller de la littérature ado aux parents même si certains

d'entre eux sont un peu désarçonnés devant cette littérature, ils ont parfois l'impression que c'est un produit marketing sans qualité. Ils n'ont pas forcément toujours tort, mais nous on les aiguille vers des titres qui pourraient leur plaire, à eux et aux jeunes. Les parents disent « de mon temps, les jeunes lisaient Victor Hugo » alors ils cherchent quelque chose de similaire, mais moi, je leur dis « oui mais de votre temps, c'est parce qu'il n'existait rien d'autre que du classique, aujourd'hui on est face à une large production, il faut en profiter ». C'est un rapport différent.

Pensez-vous que la production d'aujourd'hui soit adaptée au public adolescent et qu'elle soit de qualité ?

Oh ben pas tout! Il y a beaucoup de choses commerciales, qui surfent sur des vagues superficielles, la magie, les vampires. Mais d'un autre côté, ces vagues sont lancées par des romans qui ont du succès et parce qu'ils ont de la valeur.

Qui sont pour vous les bons prescripteurs pour cette tranche d'âge (médias et autres) ? Et ceux de demain ?

Moi, j'ai l'impression que les prescripteurs, tels que nous les connaissons, ne sont pas trop importants pour les jeunes en fait, parce que finalement ils se conseillent entre eux et c'est comme ça qu'ils découvrent les livres. Ce qui est étudié *via* l'Éducation Nationale c'est toujours de la lecture sérieuse, on oublie trop vite la lecture plaisir. Je ne crois pas que l'Éducation Nationale soit vraiment prescriptrice, les profs et les documentalistes ne vont pas dans le sens des jeunes, ils cherchent à leur faire lire des choses que les jeunes ne seraient jamais allés lire par eux-mêmes. Nous bibliothécaires, on essaie de favoriser la lecture plaisir. Donc la prescription, ça fonctionne essentiellement avec les copains et Internet, les blogs, les forums, etc. et un peu la bibliothèque et la librairie mais pas tellement.

Pensez-vous que les jeunes fréquentent facilement la bibliothèque ou la librairie ? Ils ne sont pas intimidés ?

Alors oui, ils se sentent sans doute plus à l'aise à la FNAC où c'est grand et anonyme, mais j'en vois quand même beaucoup en librairie et à la bibliothèque, mais c'est vrai que ça dépend des-elles. Par exemple, on en a plein à la bibliothèque José Cabanis qui est un lieu très grand et de ce fait, plutôt anonyme, par contre les bibliothèques de quartier sont complètement désertées par les ados parce que c'est trop petit, tout le monde se connaît et depuis tout petit et les ados ça les saoule quand les bibliothécaires leur demandent des nouvelles de leur petite sœur par exemple. Ils ne se sentent pas libres dans ce tel espace, ils n'aiment pas être surveillés, mais ce n'est pas tellement une question d'être intimidés, je pense.

Quelles sont les retombées de cet espace Intermezzo en terme de fréquentation et d'emprunt ?

Ça a toujours été en progression même si ce n'est pas une superbe progression mais ça augmente toujours un peu. C'est du au fait du bouche à oreille mais aussi au fait que les enfants qui ont fréquenté la bibliothèque à son ouverture en 2004 sont aujourd'hui ados et vont dans le pôle Intermezzo. Par contre, en secteur adulte, les inscriptions adultes sont en légère baisse. Donc finalement on se rend compte que c'est plutôt positif !

Pour conclure, quelle est pour vous la particularité du public ado ?

Je dirais qu'il va beaucoup plus vite que nous. Il évolue sans cesse. Il y a tous les jours de nouvelles modes qu'on n'arrive pas à suivre. On a construit un blog mais à peine était-il lancé que c'était déjà trop tard, les ados étaient tous sur les réseaux sociaux...Et c'est pareil pour tout. C'est en ça que c'est un public difficile, il n'est pas captif, il faut tous les jours élaborer de nouvelles stratégies pour l'attirer. C'est aussi un public qui n'aime pas les contraintes, il a besoin d'être totalement libre. Par exemple, nous, on a essayé de créer un club de lecteurs où les ados viendraient échanger sur leurs lectures, mais ça n'a pas marché du tout et on pense que c'est parce que les ados n'aiment pas avoir un rendez-vous à tel heure, tel lieu, ils veulent bien échanger, parler de littérature mais plutôt sur Internet, à l'heure qu'ils veulent et de chez eux.

Entretien avec Véronique Durand
Responsable du rayon poche et littérature ado
Librairie Mollat (Bordeaux)
Entretien réalisé le 7 mars 2012

Pour commencer, j'aimerais parler de vous, pouvez-vous me raconter brièvement votre parcours ?

J'ai fais des études de lettres puis l'IUT métiers du livre à Bordeaux puis j'ai travaillé dans une toute petite librairie qui s'appelait Nimésis qui n'existe plus aujourd'hui. J'ai travaillé là-bas 2 ans et demi, jusqu'à ce qu'une amie qui était chez Mollat et qui avait fait ses études avec moi, me dise qu'elle partait et que si j'avais envie de changer de structure je pouvais postuler. J'avais une spécialité plutôt sciences humaines et littérature et j'ai été embauchée pour le rayon jeunesse à Mollat. Je m'y suis faite assez vite et en fait, je pensais ne pas rester dans ce rayon qui ne m'attirait pas plus que ça mais je me suis découvert vraiment une passion pour cette littérature. Pour tous les âges vraiment ! Même si j'avais une prédilection pour la littérature ados parce que c'est une lecture qui me nourrissait aussi quelque part, mais je me suis aussi beaucoup intéressée aux albums, aux premiers âges... Et donc il y a trois ans maintenant, début 2009, on m'a demandé de créer un rayon ados dans la pochothèque c'est à dire dans un espace adulte. Pour décrire la librairie, c'est un petit peu particulier puisque c'est un espace d'un seul tenant, les clients peuvent déambuler dans les espaces sans que ce soit cloisonné. Là, l'idée, c'était de rapprocher les ados d'un endroit qu'ils fréquentaient déjà pour les prescriptions scolaires et du rayon poche dont ils peuvent également être public. Donc on a placé notre rayon ado entre la pochothèque et le rayon parascolaire parce que dans ce dernier, ils y viennent plus ou moins sous la contrainte pour chercher des trucs pour les cours, et donc ils circulent naturellement dans cet espace là. Du coup, on s'est dit qu'on pouvait les capter et les faire circuler dans ce nouvel espace plutôt que de se perdre dans la librairie entre le rayon BD qu'ils fréquentent aussi assez facilement et le rayon qu'ils ne fréquentent plus beaucoup depuis l'âge de 13 ans. Il faut se dire aussi qu'à partir des années 2000, on avait des collections comme « eXprim' » par exemple ou d'autres qui existent pour des grands ados, mais qui étaient noyées dans le rayon jeunesse, on ne les voyait pas bien. On voyait les parents un peu déroutés par une littérature qui ne semblait pas correspondre à leurs attentes et les ados, bloqués en BD, un peu au rayon poche mais souvent en plein désarroi parce qu'ils ne savaient plus quoi choisir. Maintenant la circulation se fait très bien entre le rayon poche devant lequel ils passent et dans lequel ils circulent, le rayon adulte qui est au fond. Ils passent de l'un à l'autre et les adultes qui ont connu Harry

Potter et qui sont habitués à cette littérature passent aussi naturellement du rayon adulte au rayon ado. Il n'y a pas de frontière c'est ça qui est rassurant pour tous.

Les chiffres montrent qu'on ne s'est pas trop trompé puisqu'il y a une belle progression tous les ans. L'an dernier, on était à une progression de 20 % en terme de vente, ce qui dans le climat actuel est plutôt une très bonne chose. C'était encore 18 % le mois dernier, donc vraiment les résultats sont là et l'idée est, que très prochainement, là dans les trois mois qui viennent, on associe aussi dans ces espaces le rayon fantasy-science fiction qui jusque là est resté dans le rayon BD donc loin du rayon ados, et ce n'est pas génial. En fait maintenant, on veut vraiment créer trois pôles bien distincts dans la librairie : un pôle savoir, un pôle littérature et un pôle image. Pour l'instant, la fantasy est avec la BD, proche de la jeunesse... Ce n'est pas très cohérent. On veut mettre le BD en pôle image et replacer la fantasy en littérature et proche des ados sera le mieux.

Est-ce qu'on pourrait définir cet espace créé pour les ados comme un espace jeune adulte ou il reste vraiment ado ?

C'est toujours compliqué avec ces définitions... Je crois que tout le monde tatonne un petit peu en la matière, tout le monde cherche un peu ses marques. Au départ l'idée c'était de trancher vraiment l'ados du reste de la jeunesse, de choisir des livres qui allaient intéresser les 13 ou 14 ans et plus. On est parti sur ça. Mon rêve à moi c'était d'y associer une partie de la littérature générale. De choisir vraiment titre à titre dans le fonds ce qui pouvait intéresser également ce public là. Parce que clairement il y a des titres classés en adulte qui pourraient intéresser les ados, et même des fois ces titres là sont publiés sous deux marques ou couvertures différentes pour qu'ils s'adressent aux deux publics. Mais il se trouve que chez nous, le rayon est un tout petit peu limité, on a déjà pu l'agrandir mais bon c'est pas infini non plus... En plus j'essaie de mettre pas mal de fonds sur table, de ne pas avoir que de la nouveauté alors forcément ça aussi ça prend de la place. Donc comme toujours, il y a l'idée qu'on se fait d'un projet et puis il y a le réel.

Donc là, pour l'instant, vous n'avez dans ce rayon que des titres qui sont estampillés jeunesse ?

Oui, voilà. C'est pour les ados mais ce sont des éditeurs de jeunesse. En tout cas ce sont des titres publiés à destination des ados.

Mais avec le rayon poche à proximité, vous commencez un peu cette mixité...

Oui, mais la pochothèque va être amenée à disparaître en tant que telle quand on aura créé nos trois pôles. On va favoriser l'interclassement, ce sera un espace littérature et on y trouvera tout

mais plutôt classé par genre. Enfin tout cela est encore flou, on en est encore à la réalisation des plans donc ça va peut-être encore changer.

De toute façon, une librairie doit être capable de subir des mutations. Aujourd'hui, on sent une nouvelle demande, et on pense que les trois pôles vont répondre à ce besoin. Mais dans cinq ans ce sera peut-être différent, il y a la question du numérique qui bien sûr va tout bouleversé... Pour l'instant on ne sait pas mais si les titres en poche sont plus facilement disponibles en numérique et qu'il y a moins de demande sur les poches, on aura moins de stock et donc plus de place pour autre chose... Enfin bon on ne sait pas, je ne suis pas dans le futur.

Pour revenir aux ados, comment définiriez-vous, à l'heure d'aujourd'hui un rayon jeune adulte ?

Le problème avec les rayons jeune adulte c'est qu'on risque de perdre les jeunes ados, les presque préados qui eux sont souvent des gros lecteurs... Si on fait un espace jeune adulte, alors il faut sans cesse être là, pouvoir les conseiller, faire le tri entre ce qu'ils peuvent lire parce que bon... On ne peut pas tout donner à lire à un ado de 13 ans voire de 12 ans pour certains. Car même s'ils ont beaucoup lu, ce n'est pas une question de niveau de lecture, c'est une question de maturité, il y a encore beaucoup de choses qui peuvent les choquer..

Alors justement, votre public cible ça va être plutôt l'adolescent ou plutôt ses parents ?

Alors, ce sont les parents qui ont la carte bleue, ça c'est très clair. En revanche au niveau de la fréquentation, on voit quelque chose que je n'ai jamais vu dans l'espace jeunesse, des jeunes qui ont 14 15 ans voire plus, vraiment des lycéens, qui arrivent à la fin des cours, qui viennent faire un tour, qui discutent des livres, qui s'échangent des conseils, ils ne demandent pas forcément mais ils parlent des livres et ils restent un moment. Ils repartent généralement sans rien puisqu'ils n'ont pas d'argent sur eux. Mais ils viennent repérer, ils viennent en discuter et c'est devenu un petit lieu, à certaines heures de la journée en tout cas, de rencontre. Et ça c'est quelque chose qu'on ne voyait pas au rayon de jeunesse, les livres étaient là, on avait à peu près les mêmes collections mais c'est évident qu'à partir de 13 ans, ils le désertaient complètement ou alors ils étaient accompagnés par des adultes et souvent sous la contrainte et à des moments très précis dans l'année, pour Noël, pour des anniversaire, etc.

Votre discours de prescripteur, s'adresse-t-il plutôt aux parents ?

C'est au cas par cas. Si c'est une demande d'un jeune, tout seul, je vais avoir un peu plus de marge de manœuvre. Quand les parents sont là, souvent, il y a une demande implicite de qualité d'écriture, de thèmes pas choquants donc tout ce qui parle de sexualité, de violence est proscrit...

Votre discours change-t-il si c'est un parent ou un ado en face de vous ?

Oui ça peut. Ça dépend surtout des adultes en fait. Il faut savoir aussi qu'on a une clientèle assez traditionnelle, on a du mal à capter celle par exemple de la Fnac ou de Virgin où les jeunes peuvent aller pour d'autres choses que le livre, donc c'est une clientèle qui vient chercher du conseil, qui a du mal à le trouver ailleurs, nous on est vraiment là pour ça et on le montre autant qu'on peut. On essaie de montrer qu'il y a une véritable différence de pratique d'achat, avec internet notamment, on veut que le conseil marque la différence justement. Donc bref, si c'est un adulte qui choisit seul, il n'a pas envie d'en savoir beaucoup, il a envie de trouver quelque chose qui convienne à sa demande. Alors que généralement, les ados, qu'on les connaît ou pas d'ailleurs, qu'on ait une relation privilégiée avec eux ou pas, demandent beaucoup de détails, ils voudraient presque savoir la fin avant d'acheter le livre, ils veulent savoir vraiment si ça va correspondre à leur demande mais d'une façon plus intime puisque ce sont eux qui vont lire. Alors que l'adulte qui choisit pour un ado, il ne va pas lire le livre, donc il veut trouver quelque chose qui corresponde à son désir mais on ne rentrera pas dans les détails.

Mais est-ce que globalement parents et enfants pourraient se tourner vers les mêmes titres ou est-ce que vous observez des choix radicalement différents ?

À mon avis les ados demandeurs de lecture sont plus ouverts. Même si parfois ils sont un peu trop coincés dans un genre, surtout en fantasy ou en SF, mais généralement, on peut faire des passerelles assez facilement et on peut parfois leur proposer des choses un peu plus « osées » qui ne passeraient pas auprès de la plupart des adultes.

Est-ce qu'on peut dire que c'est justement une des particularités de ce secteur, de ne pas pouvoir tout conseiller à tout le monde, d'avoir des livres qu'on ne sait pas à qui et comment conseiller ?

Alors oui c'est vrai c'est un secteur qui est passionnant parce qu'il y a une grande liberté dans le ton, dans les styles, dans les sujets abordés, je trouve que c'est un espace de créations vraiment intéressant pour les romanciers aujourd'hui. Bon, il y a aussi toute une partie qui n'est que pur marketing, où tout y est formaté, mais finalement en littérature adulte aussi. Mais effectivement il y a des livres qu'on a un peu de mal à situer et sur lesquels on se dit « oui c'est bien mais à qui le donner : c'est publié sous une marque ado mais ça ne correspond pas trop aux ados ». C'est difficile, par exemple, d'arriver à faire passer des textes qui sortent un petit peu des cadres attendus à un public un peu plus large...

Trouvez-vous que la production d'aujourd'hui est plutôt bien adaptée au public adolescent ?

C'est difficile à dire parce qu'encore une fois j'ai une vision assez limitée du lectorat réel et encore plus de celui des adolescents puisqu'ici à la librairie, on ne voit que des adolescents lecteurs ou des

gens qui veulent faire lire de adolescents... Alors qu'il y a toute une partie de la population qu'on ne voit pas et qui va soit ne pas lire soit acheter différemment via internet ou dans d'autres magasins. Et c'est cette tranche d'âge de la population qui pourrait lire et y trouver du plaisir, on a du mal à la rencontrer. On a un partenariat avec une bibliothèque pour faire se rencontrer les deux clubs ados, celui de la bibliothèque et celui de la librairie et ce sont déjà deux publics très différents alors il y aura surement des a priori à faire tomber. Mais sinon oui, je pense que la littérature ado est assez riche pour satisfaire des goûts très différents mais on n'arrive pas bien à capter ce public de grands ados urbains qui cultivent une forte culture musicale. Ceux-là on ne les voit pas trop, je pense qu'ils sont surtout à la Fnac, donc du coup j'ai du mal à savoir ce qu'ils attendent de leurs lectures. J'ai le sentiment qu'on a une clientèle cible et que finalement on n'en sort jamais, c'est toujours les mêmes gens qu'on voit à la librairie mais notre clientèle ne s'élargit pas.

Est-ce que vous pensez à de nouveaux leviers que vous pourriez manier pour attirer ce nouveau public justement ?

Non pas beaucoup, on ne sait pas trop comment faire... Il y a quand même quelques idées, par exemple on a un rayon musique au sein de la librairie qui organise régulièrement des minis concerts. L'an dernier, on a eu Moriarty, et elle a attiré énormément de jeunes, la librairie était pleine pendant les ¾ h du concert, des jeunes partout, assis par terre, dans une super ambiance. Cela faisait plusieurs centaines de personnes. Donc, on sait qu'ils ont eu l'information puisqu'ils sont venus. Mais ils sont repartis dès le concert fini. On a eu cependant le sentiment qu'on venait de toucher un public complètement nouveau, ce n'était que des jeunes qu'on n'avait absolument jamais vu auparavant, et pourtant ils correspondent exactement à la tranche d'âge qu'on voudrait plus capter, celle des 20-25 ans. Ceci dit, on estime aussi qu'il s'agit d'une clientèle moins fidèle à un lieu de vente, elle est plus fluctuante donc plus difficile à capter.

On dit souvent que les jeunes ne sont pas très à l'aise en librairie et qu'ils préfèrent se rendre à la FNAC où ils sont plus anonymes, pensez-vous que c'est exact ?

Oui, je pense qu'il y a évidemment une part de vérité là-dedans, après il faudrait pouvoir le mesurer sociologiquement. Mais c'est une réalité et on ne sait pas vraiment comment y remédier à l'heure d'aujourd'hui. Il y a le poids de l'image de la librairie, ça reste un peu la librairie de « papa-maman » et c'est rebutant pour les jeunes, la librairie c'est presque une institution, avec un aspect très traditionnel. Et à côté de ça, il y a Virgin à 50 mètres, la FNAC à 500 mètres... D'un autre côté, je ne suis pas sûre que ces lieux réussissent beaucoup plus que nous. J'ai l'impression que chez nous, quand il y a passage, il y a achat, mais chez Virgin, chez Fnac, il y a du passage c'est sûr, mais je ne sais pas si l'achat est si systématique. Enfin là encore il faudrait pouvoir étudier plus en profondeur pour être sûr, peut-être que je me trompe. Ce qu'on essaie de faire de notre côté, c'est créer du lien avec le

conseil, je pense que c'est ça qui fera la différence à long terme... Avec l'offre aussi bien sûr, l'offre et la compétence des libraires !

Votre site est également très actif et bien fourni. Il y a un espace entièrement consacré aux ados, il a été créé en même temps que le rayon ?

Oui quasiment et le blog aussi. On l'anime avec plusieurs libraires au fil de nos lectures et de nos coups de cœur et quand on peut, avec des rencontres d'auteurs. De temps en temps, on invite un lycée pour des concours de critiques. C'est un lycée en banlieue avec lequel on a créé une sorte de partenariat depuis 3 ans maintenant. Sur le site, ça marche à peu près pareil, tous les billets sur livres sont gérés par les libraires, les vidéos sont tournées par les libraires également, et on a également un *community manager* qui est à Paris et qui tourne également beaucoup de vidéos, il a plus d'occasions du fait qu'il se trouve à Paris... Toutes les idées émergent vraiment des libraires qui ont voulu mettre en place des projets afin d'animer un peu plus le site, le rendre plus attractif et ça commence à prendre, on se rend compte qu'il y a des retombées. On nous demande souvent des titres qu'on a défendu devant nos caméras, on a des ventes ! C'est vraiment bénéfique.

En dehors du site, quels sont vos outils de communication ?

On se sert beaucoup des réseaux sociaux, notre page Facebook est très active et Twitter depuis un peu plus d'un an. On a aussi des programmes papiers à libre disposition et en distribution. Là encore, tout est géré par les libraires.

Quels sont d'après vous les bons prescripteurs pour le roman ado aujourd'hui ?

Il y en a très peu. Les prescripteurs qui s'adressent aux parents pour conseiller de la littérature ado, à ma connaissance, c'est quasiment inexistant. Il y a quelques chroniques par-ci par-là, dans *Télématin* de temps en temps, *Télérama* c'est déjà arrivé, *Le Monde*, *Libé*, etc. c'est uniquement au moment de Montreuil ou éventuellement lors d'événements notables tel que la sortie d'un *Twilight* ou d'un *Hunger Games*... En dehors de ça, des articles de fonds, il y en a très peu dans la presse nationale ou dans la presse magazine. Par contre sur internet, il y a énormément de sites, de blogs qui font la promotion de la littérature ado, qu'ils soient institutionnels ou non d'ailleurs. Je sais que celui de *Black Moon* est très suivi, certains blogs d'auteurs sont également importants. Sinon il y a les revues professionnelles, comme *Lecture Jeune*, qui est très riche mais plutôt destinée aux bibliothécaires. Non il y a clairement un vide, et donc quelque chose à faire dans ce sens. Ensuite, les prescripteurs qui s'adressent directement aux jeunes, il y a en déjà un peu plus, avec *Je bouquine*, *Phosphore*, ... Cela fait des retombées quand même.

Entretien avec Noémie Lafaye
Responsable du rayon jeunesse et ado
Librairie Chantelivre, Paris 6^e
Réalisé le 10 mai 2012

À quel moment a été fait le choix de créer un rayon ado à la librairie Chantelivre ?

Je ne sais pas précisément, mais l'École des Loisirs a une culture ado depuis longtemps déjà donc je pense que le rayon a aussi suivi les collections de l'École des Loisirs. Et puis, chez Chantelivre, on a la politique de prendre à l'office presque toute la production, au moins en un exemplaire. Donc dès qu'il y a eu de la littérature ado, quand la production s'est développée, je pense que le rayon s'est formé naturellement.

Quelle est la signalétique utilisée ?

On n'a pas de signalétique différente pour ce rayon. Il y a juste des petits onglets marqués sur les étagères, avec écrit « roman ado » et « fantastique » parce que c'est beaucoup pour les ados. Mais on ne fait pas de différenciation par tranche d'âge, donc on peut y trouver autant des romans pour les 13 ans que pour les 17 ans par exemple.

Qui sont les acheteurs ? Les parents ou les lecteurs ?

Un peu les deux quand même. Les ados viennent avec leur billet parfois, ils savent déjà le livre qu'ils sont venus chercher, c'est souvent le nouveau tome d'une suite, donc ce n'est pas vraiment du conseil, ils savent ce qu'ils veulent ; ou ils viennent pour les prescriptions scolaires aussi...Mais quelquefois, c'est la sortie familiale, le mercredi ou le samedi le plus souvent, toute la famille va à Chantelivre et on choisit des livres pour tout le monde. Et dans ces moments là, bien sûr, les parents sont là mais ils nous laissent les ados et on peut leur conseiller.

Est-ce que lorsque tu t'adresses à des parents, tu ressens le besoin de légitimer une lecture, un titre ?

Oui c'est vrai, mais ça dépend quand même des parents. Mais c'est vrai que la plupart d'entre eux ne sont pas du tout habitués au concept de littérature ado, tu sens que c'est vraiment nouveau pour eux et qu'ils ont surtout tendance à se tourner vers les classiques. Le fantastique en particulier est plutôt mal perçu quand même. Parfois ils disent « je voudrais trouver quelque chose qui le sorte un peu de la littérature fantastique » comme s'ils voulaient que leurs ados ne lisent vraiment pas ce genre de chose, comme si ça représentait le mal dans la littérature. Ou souvent, si l'ado a une quinzaine d'années, les parents veulent le faire passer à un texte « plus

littéraire », tu sens qu'ils ont envie de les faire passer dans la littérature adulte et que le secteur ado, c'est bien mais c'est perçu comme mal écrit et un peu simple. Il y a l'idée qu'on vient à la librairie pour acheter des « vrais » livres et que le fantastique et toutes les séries en général, à la limite, on les prendra à la bibliothèque. Je pense que si les parents sont conscients qu'il y a un secteur jeunesse (puisque les enfants c'est évident qu'ils ne peuvent pas se pencher sur la production adulte) ils croient quand même qu'à partir d'un certain âge, il faut directement passer à la littérature adulte. Je crois qu'il y en a encore beaucoup de parents qui n'ont pas vu qu'il y avait un pont entre la jeunesse et l'adulte.

Et quand tu conseilles aux ados, qui y a-t-il de différent ?

Les ados, sont beaucoup plus demandeurs de ce qui se produit en littérature ado. Et d'ailleurs on le voit quand ils viennent avec leurs parents, la plupart du temps ils ressortent avec deux livres, un qui fait plaisir à l'ado et un qui fait un petit peu plus plaisir à l'adulte ! Parce qu'encore une fois, l'adulte croit savoir ce qu'il est bon de lire, comme les classiques, pour les parents, il faut à tout prix lire les classiques ! Quelquefois ça va jusqu'à l'engueulade, avec les parents qui crient « t'en as pas marre de lire des conneries ?! ». Le contraire est possible aussi, parfois les mamans adorent lire les bouquins qu'elles prennent pour leurs filles, ça les détend ! Mais je crois que c'est générationnel parce que les grands-parents, ils sont assez imperméables à la littérature ado et soit ils se laissent aller et décident de te faire entièrement confiance soit ils se dirigent de suite vers ce qu'ils appellent la Littérature, avec un grand « L »...Et d'ailleurs c'est marrant ce qui se passe avec la collection « Médium », avec leur couverture blanche, sobre (enfin maintenant ils commencent à changer un tout petit peu mais quand même, l'ensemble reste assez classique), ça fait un peu classe... Ces livres attirent les parents et grands-parents. Ils se dirigent spontanément vers ces livres en pensant que ce sont des textes très littéraires, de qualité, des textes exigeants...Et oui, c'est sur cette image que « Médium » s'est construit et la plupart de leurs textes sont à la hauteur des exigences mais souvent il y a des textes tout aussi bons dans d'autres collections ! Mais là, les parents sont plus sceptiques. Par contre les enfants et adolescents sont moins attirés par ces couvertures, ils vont plus naturellement vers des couvertures plus colorées, plus rigolotes. « Médium » finalement s'adresse vraiment aux prescripteurs avant de s'adresser aux lecteurs, d'ailleurs l'École des Loisirs a toujours eu un lien très fort avec l'école.

Est-ce que la librairie organise des animations pour les ados ?

Non, rien, aucune. On ne reçoit pas d'auteurs, seulement des illustrateurs, donc c'est surtout pour la jeunesse. Comme le rayon ado n'est quand même pas très développé et qu'il n'y a personne attitré pour s'en occuper, on ne travaille pas beaucoup avec ce public.

Quels sont les meilleurs prescripteurs pour ce public ?

À la radio, il y a une seule émission prescriptrice, c'est celle de France Info « L'as tu lu mon p'tit loup ? » mais c'est vraiment la seule. C'est quand même rare qu'ils chroniquent de l'ado mais ça arrive et quelques personnes viennent ensuite nous demander les livres... Il y a Télématin, ça c'est étonnant tellement ça marche. C'est assez généraliste, ils prescrivent de tout mais de temps en temps, il y a des titres pour ados et systématiquement, on nous les demande. Et ça, j'ai l'impression que c'est partout pareil, pas que chez nous, puisqu'il y a beaucoup d'autres libraires qui m'ont dit la même chose. Pour les ados, j'ai l'impression qu'ils parlent plus entre eux, ils ne sont pas très attentifs aux différents prescripteurs... Si, l'été dernier, je crois que c'était *Je Bouquine* qui avait publié une sélection de livres pour l'été, et plusieurs ados sont venus chercher des titres de la liste, tellement qu'au bout d'un moment j'ai demandé à l'un d'eux d'où venait cette liste et il m'a dit effectivement que ça venait d'un magazine. Donc parfois ça marche ! Mais c'est quand même pas souvent... La majorité c'est quand même « j'ai un ami qui m'a parlé de... ».

La Fnac Rennes est proche de la librairie. Tu penses que les ados s'y sentent plus à l'aise ?

Oui sûrement. Sûrement que Chantelivre ça fait très « librairie à papa » et que la Fnac, c'est plus accessible, il y a de la musique, y'a les ordi, les jeux vidéos, c'est plus attirant. Mais quand même on a beaucoup d'ados qui adorent venir chez nous et qui le disent mais bon, ce sont des ados du 6^e arrondissement alors je ne sais pas, ce ne sont pas des ados lambda quand même ! Et puis c'est vrai que pour les grosses sorties, par exemple le dernier *Eragon* chez nous, ça n'a pas très bien marché finalement, par rapport aux ventes qu'il y a eu ailleurs, on se rend compte que là, dans des cas comme ça, je crois bien que les ados vont directement à la Fnac. Et je pense aussi qu'il y a encore beaucoup de gens qui croient que ce sera moins cher à la Fnac, cette idée que c'est moins cher au supermarché qu'à l'épicerie du coin, dans le livre c'est faux, et tu as beau le répéter, la Fnac garde cette image de supermarché où ce sera moins cher... Et puis comme c'est grand, on a l'impression qu'il y a un choix immense alors que notre fonds jeunesse est plus riche que celui de la Fnac en fait ! Enfin, à la Fnac, on peut se poser, bouquiner, lire une BD, jamais tu ne ferais ça chez Chantelivre ! On ne met pas les gens à la porte mais comme c'est pas aménagé pour et surtout comme on a plus de personnel qu'à la Fnac, on peut vite se sentir surveillé dans les librairies. À Chantelivre, on a vraiment la politique d'aller vers les gens, déjà on marque notre présence en disant « bonjour » dès que quelqu'un arrive et puis on demande systématiquement si on peut les renseigner ou les aider. Et pour les ados, cette présence fortement marquée, je ne sais pas si ça les met très à l'aise finalement.

Entretien avec Amélie Plançon
Directrice de l'association Lecture et loisirs
Organisatrice de la Nuit des Adolecteurs, au salon du livre Jeunesse de
Troyes
Entretien réalisé le 10 mai 2012

Pouvez-vous me présenter et m'expliquer le déroulement de la « Nuit des adolescents » ?

L'idée d'organiser une « Nuit des adolescents » est née il y a une dizaine d'années d'une blague, partagée avec l'auteur Bernard Friot qui nous disait que pour capter l'attention des adolescents, la seule manière c'était de les enfermer. Et on l'a pris au mot dans le sens où on ne peut pas communiquer de la même manière avec le public adolescent. Il faut revoir les codes habituels. Avec la Nuit, non seulement on les regroupe, on les « enferme » mais en plus on le fait de nuit ! Ça ne marcherait avec aucun autre public. C'est pour ça qu'on a voulu essayer avec les adolescents. Donc la Nuit est entièrement réservée aux adolescents. Ils viennent le soir et ils repartent le lendemain matin, aux environs de 7h parce qu'il y en a quelques uns qui ont cours le samedi matin. Personne ne dort, même si je ne dis pas qu'il y a peut-être des petits roudillons sur la moquette mais il n'y a pas de lits installés, c'est vraiment une nuit de lecture. On ne veut pas que ce soit un ensemble de conférences ou d'ateliers. On propose quelques animations, les auteurs sont présents et on installe une immense table en plein cœur du salon si les jeunes veulent manger avec les auteurs. C'est un moment vraiment magique cette table de 100 personnes où tout le monde peut se regrouper. Mais on laisse vraiment les ados libres, s'ils ont envie de rester ensemble, ils restent ensemble, ceux qui ont envie de parler à des auteurs vont s'installer à côté... Ensuite on leur dit « si vous voulez il y a un atelier organisé, vous êtes libre d'y circuler à votre guise » mais s'ils ne veulent pas ce n'est pas un problème. S'ils ont envie de se mettre dans un coin et de relire par exemple tous les *Harry Potter*, grand bien leur fasse ! L'idée c'est vraiment qu'ils s'approprient l'espace et qu'ils se fassent plaisir. Quand on organise des animations ou des ateliers, c'est toujours en rapport avec l'écrit d'une manière ou d'une autre. L'an dernier, le thème était le cinéma et on montrait que le cinéma, c'est souvent des adaptations de livres, qu'il faut écrire un scénario avant de faire un film, etc. On essaie de montrer l'importance de l'écrit dans notre société, quelles que soient les activités.

Les auteurs invités au salon participent-ils à la Nuit ?

Cela dépend des années et des auteurs. Ce n'est pas toujours évident pour les auteurs parce que c'est un public particulier, quand même, les adolescents et c'est à un moment particulier

aussi, tout le monde n'a pas envie de travailler de nuit. Ça nous est déjà arrivé de faire venir des auteurs spécialement pour la Nuit, en plus des auteurs invités au salon. En fait, cette soirée est vraiment hors normes, même jusque dans sa création. On ne l'organise pas en même temps que le salon, donc sa programmation ne se cale pas sur la programmation générale, on n'a pas vraiment de plan pour l'organisation, donc on essaie de voir si parmi les auteurs déjà prévus, il y en a qui ont déjà des idées, qui sont motivés... Et c'est souvent le cas, mais il y a aussi des années où on ne trouve pas d'auteurs, ou les idées proposées ne nous plaisent pas... Dans ce cas, on va recréer quelque chose. En sachant que l'activité qu'on propose, ce n'est vraiment pas le plus important au final. Le plus important, pour les jeunes qui viennent c'est surtout cet environnement magique, dans un lieu un petit peu hors du commun... Ils viennent toujours à plusieurs et l'important, pour eux, c'est de se retrouver et ils partagent un moment de lecture à plusieurs et c'est ça qui est important pour nous aussi.

Enfin, il n'y a pas forcément de médiation entre vous et les adolescents ?

Non, effectivement. Mais je pense que c'est vraiment ça qui fait le succès de la Nuit. Il y a d'autres salons du livre qui ont essayé de faire cette nuit, qui ont fait un ou deux essais et qui ont abandonnés. Et quand ils m'ont expliqué ce qu'ils avaient fait, ils leurs avaient concocté des programmes pour la nuit, en n'arrétant pas d'aller trouver les ados en leur disant « allez, il y a un atelier qui commence, il faut y aller, il y a ceci, il y a cela » et puis c'est vrai qu'ils avaient mis de l'argent dans ces ateliers donc ils ne pouvaient pas se permettre qu'il n'y ait personne, il faut que ce soit rentabilisé. Mais moi je pense que c'est vraiment un âge où il faut les laisser libre de choisir. Je me rappelle deux filles m'avaient marquée parce qu'elles s'étaient fait plaisir en relisant les *Tom-Tom et Nana* de leur enfance, et on les voyait rigoler toutes les deux dans un coin... Moi je crois que ça sert à ça la Nuit des adolescents.

Lors de la dernière édition, combien aviez-vous d'inscrits ?

Normalement c'est 80 inscrits maximum mais l'an dernier nous avons dépassé de 3 personnes. On essaie de pas dépasser 80. Le point de départ de cette Nuit, lorsqu'on en avait parlé avec Bernard Friot, c'est qu'il fallait que ce soit, d'une part, pas au même moment que les autres publics puisque c'est vraiment un âge où on est particulier et où on aime faire les choses en décalé, et d'une autre part, que l'événement procure l'impression d'être exceptionnel, que les ados s'y sentent VIP en fait. C'est pour cela qu'on a choisi de ne pas ouvrir plus largement les inscriptions, pour garder ce côté « exceptionnel ». Et puis, il y a une autre raison, beaucoup plus triviale, c'est que 80 adolescents c'est déjà conséquent à gérer, on est en plein centre ville, près des bars, des boîtes de nuits... Autant dire qu'on est attentif à chacun de nos inscrits et qu'on ne pourrait pas gérer une foule plus importante.

À partir de quel âge peuvent-ils s'inscrire ?

À partir de 15 ans. Et jusqu'à 20 ans. Donc ça nous fait quand même pas mal de mineurs. On demande aux parents de nous faire une autorisation parentale et nous, de notre côté, on s'engage à ce qu'ils restent vraiment dans le lieu toute la nuit, il n'est pas question qu'ils sortent !

Retrouvez-vous les mêmes ados d'une année sur l'autre ou le public change-t-il chaque année ?

On a quelques ados qui font découvrir chaque année à leurs amis, donc eux, ils viennent tous les ans mais d'une année sur l'autre avec d'autres jeunes. Il faut dire, qu'avec cette tranche d'âge, les amitiés, les relations, ça évoluent rapidement et le public aussi de toute façon. Le public adolescent est difficilement captif, ce qu'ils vont aimer à 16 ans, ils n'aimeront peut-être plus à 17 ans. Mais on a quand même quelques habitués. Et comme tous les ans on est obligé de refuser des inscriptions, c'est les premiers arrivés qui sont inscrits donc on voit les habitués qui tout de suite, très vite, viennent s'inscrire dès le premier jour. Je crois qu'on peut dire que les 2/3 des inscrits se renouvellent chaque année et que 1/3 représentent nos habitués.

Comment communiquez-vous sur cet événement en amont ?

Alors, la Nuit est évidemment intégrée au programme général du salon. Ce programme est envoyé à tous les lycées de la région Champagne-Ardenne, il est relayé par la presse PQR, les magazines du conseil général, du conseil régional puisqu'on est aidé par tous ces gens là... On a un site internet mais clairement pour la Nuit des ados, j'ai l'impression qu'en fait ce sont les jeunes qui en parlent entre eux, je pense que notre communication traditionnelle, pour les ados, ce n'est pas ce qui fonctionne le mieux.

Vous n'avez pas de page Facebook ou de Twitter ?

Non. On ne s'est jamais penché sur ces outils.

Les inscriptions se font-elles en ligne ?

Oui par un bulletin qu'il faut télécharger sur notre site et qu'ils nous renvoient par mail.

Est-ce que toutes les inscriptions sont vraiment volontaires ou certaines sont-elles un peu poussées par les parents ?

Non je pense vraiment qu'ils sont tous très volontaires. Après, il y a quand même deux catégories, il y a les jeunes de 15 ans, pour qui c'est vraiment une joie, c'est souvent la première fois qu'ils passent toute une nuit à l'extérieur et avec leur copain et donc là, oui, on se demande parfois s'ils sont là pour lire ou pour être ensemble mais finalement ils se prêtent au jeu donc, c'est gagné pour nous, c'est bien. Et puis il y a les plus grands, les majeurs, qui sont souvent là parce qu'ils sont passionnés de livre ou de dessin, ils viennent rencontrer les illustrateurs, c'est dans

un but plus professionnels quelquefois. Donc effectivement cela fait deux publics différents mais aucun d'eux n'est jamais forcé de venir.

En aval, communiquez-vous sur l'événement ?

Oui, on demande aux adolescents venus de nous faire des petits bilans, ils nous envoient des mails en nous disant ce qu'ils ont aimé, les auteurs avec qui ils ont parlé... et puis on leur demande s'ils ont des idées pour l'année suivante, s'ils veulent qu'on invite des auteurs en particulier par exemple. C'est comme ça qu'une année, on a invité Pierre Bottero, on le connaissait un petit peu mais on ne l'avait jamais invité et finalement, ça a été un gros succès, c'était formidable et les jeunes étaient très contents de voir qu'on les avait écouté, que leur avis était pris en compte. En plus, Pierre Bottero, à l'occasion de cette nuit, a lu aux adolescents en avant-première, le roman qu'il sortait 4 mois plus tard. La Nuit, c'est aussi des moments magiques comme ça, rien n'est vraiment calé ni prévu, mais beaucoup de choses émergent d'elles-mêmes en fonction de l'envie des jeunes et de celle des auteurs...

Êtes-vous globalement bien relayé dans les médias ?

Pour le salon, en plus de la PQR et de tout ce qui est un peu institutionnel, on a tous les magazines professionnels, on a toujours un petit article dans *Livres Hebdo*, dans *Griffon*, dans *Citrouille*. On envoie également nos informations à toutes la presse féminine et effectivement j'ai pu constaté qu'on est parfois dans les rubriques Sorties de quelques magazines. Maintenant, vous dire précisément lesquels et quelles en sont les retombées, je ne sais pas trop, on ne fait pas vraiment de veille sur tout ça. Ceci étant, il est vrai qu'on ne travaille pas énormément la communication puisque chaque année on refuse du monde... Donc on n'a pas tellement besoin de « rameuter » plus de monde, on fait le minimum syndical à dire vrai ! Par contre notre site est tenu à jour très régulièrement, ça c'est vrai qu'on y fait attention et il est de plus en plus fréquenté, mais à part ça, on n'a pas de réelle politique de communication.

Quelles lectures défendez-vous ?

On défend vraiment la littérature jeunesse contemporaine, d'auteur vivant et francophone. Bien sûr on vend de tout sur le salon mais c'est important pour nous de faire découvrir les jeunes créateurs français parce qu'on pense qu'on a de la chance d'être dans un des pays les plus créatifs en littérature jeunesse. On est très attentif à inviter des grands noms mais aussi des petits jeunes qui n'ont que un ou deux livres à leur actif par exemple. Pour nous, c'est vraiment très important de faire découvrir les jeunes créateurs et de les soutenir dans leur démarche. Concernant les genres littéraires, on défend de tout, on essaie de faire découvrir à notre public un panel le plus large possible de la littérature jeunesse, avec tout ce qu'elle représente.

À travers cette nuit des ados, quel est le «combat» que vous menez ?

Si c'est un combat que nous menons, nous ne le menons pas de manière agressive car nous croyons justement que les ados ont besoin d'espace, de liberté et d'autonomie, que ce sont des critères qui leur manquent aujourd'hui lorsqu'ils sont en situation de lecture. À travers la Nuit, on veut leur montrer que la lecture plaisir, ça existe, que lire n'est pas forcément une contrainte et pas non plus forcément une activité solitaire. On ne défend pas un genre de littérature, on ne défend pas le roman ado mais juste l'idée qu'ils peuvent trouver leur plaisir dans n'importe quelle production, qu'il n'y a pas de lecture légitime comme on leur enseigne trop souvent à l'école mais seulement du plaisir, qu'il s'agit avant tout d'un loisir.

Avez-vous d'autres projets dans le cadre du salon pour aller plus loin dans votre travail avec ce public adolescent ?

Non, pas vraiment. Déjà parce que 80 ados c'est déjà suffisant et qu'on ne peut donc pas agrandir le projet. Et puis je pense vraiment que, s'ils aiment venir, c'est aussi parce que c'est « leur » soirée et qu'on refuse tout le monde sauf eux. Ils ont besoin de se sentir privilégiés et si on fait les choses en grand, si on en accueille 300, l'effet va se dissiper, ça n'aura plus le même impact. Et si on fait des projets ouverts, on va voir affluer les parents, les bibliothécaires, les professeurs, et c'est justement ce qu'on ne veut pas, on veut garder ce projet « pour » les ados et pour eux seuls, qu'il ne soit pensé que pour eux. C'est important de se décaler de la vision adulte pour pouvoir leur proposer quelque chose qui leur plaît. Par contre, c'est vrai que depuis qu'on fait la Nuit, on a évolué dans notre programmation générale. La Nuit nous a apporté un public qu'on ne touchait pas vraiment avant, dans le salon en général. Du coup maintenant, on organise plus d'événements, de rencontres, de spectacles qui leurs sont dédiés. Après la Nuit, les ados se sentent chez eux, et 80% d'entre eux reviennent ensuite sur le salon, pour se balader et discuter avec les auteurs. C'est assez étonnant d'ailleurs de voir l'aisance que cela leur procure. Mais c'est le but, qu'ils s'approprient le salon, qu'ils se sentent chez eux. Le problème des événements jeunesse c'est qu'ils rebutent un peu les adolescents qui sont à un âge où ils n'ont plus envie de se mélanger aux enfants. Ainsi ça a permis qu'ils trouvent tout de même leur place dans le salon.

Connaissez-vous d'autres projets similaires ou du même esprit développés par d'autres professionnels ?

Non, je ne crois pas. Je sais qu'il y a eu des tentatives similaires dans d'autres salons, dans celui de Besançon notamment, mais elles n'ont jamais marché et se sont stoppées après quelques années. Par contre dans l'agglomération troyennes, cela leur a donné l'idée d'organiser ce qu'ils appellent « une nuit à la bibliothèque » : en réalité c'est une soirée qui s'arrête à 23h mais le public, ce sont les ados et il y a des ateliers, des rencontres d'auteurs...

Entretien avec Charline Coeuillas
Pigiste pour *Le Monde des ados*
Entretien réalisé par mail le 11 avril 2012

Qui sont vos lecteurs ?

Essentiellement les collégiens, soit les 10-15 ans.

Quelle est, en quelques mots, la ligne éditoriale de votre magazine ?

Je suis pigiste culturelle alors mon avis n'est pas à prendre comme officiel. *Le Monde des ados*, en termes d'actualité comme de culture, s'efforce de donner les clefs aux lecteurs pour comprendre et découvrir le monde qui les entoure. En fait, il s'agit d'un dosage entre faire découvrir plein de choses aux lecteurs (actualité mondiale, modes de vie différents, musique, littérature...) et leur parler de ce qu'ils connaissent (leur expliquer l'actualité dont tout le monde parle, interviewer des artistes qu'ils apprécient).

L'année dernière, pour mon propre mémoire, la reporter de la rédaction Marion Gillot avait dit ceci : « Tu as toujours en tête l'idée de donner des réponses pratiques à leur quotidien, de leur fournir un bagage culturel pour comprendre l'actualité et le monde qui les entourent. » Je trouve que c'est un bon résumé.

En dehors du support papier, quels sont vos autres outils de communication avec vos lecteurs (blogs, facebook, etc.) ?

Le Monde des ados possède un compte Facebook (Journaliste Monde des ados) pour discuter et partager avec ses lecteurs présents sur le réseau. Sinon, la communication se fait par mail ou par courrier. Les solutions des jeux du magazine sont publiés sur le blog d'actualité de Fleurus Presse qui est destiné aux plus jeunes.

Quelles sont les fourchettes de prix pour une publicité dans votre magazine ?

Ça, je ne le sais pas. Je vais essayer de demander au service publicité et reviendrais vers vous si j'obtiens une réponse.

Quel type de culture (tous supports confondus) défendez-vous ?

Je dirais : tous les types de culture ! Il y a des choses dites « commerciales » qui sont bonnes, d'autres plus « indépendantes » qui ne sont pas terribles et inversement. Nous nous efforçons surtout d'agrandir leur horizon culturel. Il y a d'autres choses que ce qui passe sur NRJ (même si tout ce qui passe sur NRJ n'est pas bon à jeter !), il y a autre chose que *Twilight* en littérature romantique... Là encore, c'est une histoire de dosage. Il s'agit de donner un avis « objectif »

(en culture, c'est compliqué) sur des choses qu'ils connaissent et aussi de leur faire découvrir d'autres groupes, livres, spectacles...

Avez-vous réduit ou augmenté votre espace de chronique de livre dans votre magazine ces dernières années ?

D'après ce que j'ai vu des anciens numéros, l'espace consacré aux chroniques de livres est resté sensiblement le même. Certains ont du mal à le croire, mais beaucoup de nos lecteurs aiment lire !

Qui écrit les chroniques ?

C'est essentiellement moi, pour ce qui est des romans et des livres documentaires. La rédactrice en chef s'occupe des bandes-dessinées et un autre pigiste des mangas. Il arrive parfois que d'autres journalistes (membres de la rédaction ou stagiaires) écrivent une chronique sur un livre qu'ils ont apprécié.

Recevez-vous automatiquement les nouveautés en service de presse où démarchez-vous les éditeurs ?

Cela dépend. Certaines maisons d'édition, une fois que l'on est dans leurs fichiers, vous envoient toutes leurs nouveautés. D'autres envoient les programmes et je précise les ouvrages qui, a priori, m'intéresseraient.

Combien de livres recevez vous pour chaque parution ?

C'est difficile à dire ! Si on parle en chiffres bruts, je dirais 7 ou 8 livres par semaine environ. Le magazine est un bi-mensuel, donc cela ferait 14 à 16 livres par numéro. Mais c'est plus compliqué car il faut prendre en compte la date de parution des ouvrages reçus qui ne correspond pas toujours au prochain numéro. Mais 16 me semble être un chiffre exact.

Comment choisissez-vous les livres à chroniquer ? Sur quels critères vous basez vous ? Y'a-t-il des éditeurs, collections ou auteurs pour lesquels vous ne pouvez de toutes façons pas faire l'impasse ?

Cette question est très, très difficile. Il y a bien sûr des critères immuables : date de parution, histoire et vocabulaire adapté à notre public de collégiens. Ensuite, il faut aller vers la diversité : varier les genres d'un numéro à l'autre, varier les maisons d'éditions, varier les ouvrages selon l'âge des lecteurs... Les premiers éléments déterminants sont, forcément, l'auteur, le résumé du communiqué de presse et la couverture. C'est à partir d'eux que je fais le premier tri, avec ma rédactrice en chef. Après la lecture, il faut choisir quels livres seront chroniqués. La base, ce sont ces trois critères : logique de la narration, crédibilité des personnages, qualité de l'écriture. Ensuite, ça varie beaucoup. Je chronique les livres qui étonnent, émeuvent, font rire,

instruisent, transportent... Pour la plupart des livres chroniqués, le coup de cœur a été évident. Je ne dirai pas qu'il y a des éditeurs ou auteurs sur lesquels on ne peut pas faire l'impasse. Lorsque Sophie Audoin-Mamikonian sort une nouvelle saga, on va en parler. S'il s'agit d'une tome 2, on peut déjà se permettre de privilégier un autre roman. Néanmoins, il y a des livres (surtout des sagas en fait) très attendus sur lesquels nous savons qu'un article est (presque) indispensable : *A comme Association*, d'Erik L'Homme et anciennement Pierre Bottero, *Cherub* de Robert Muchamore, *Tara Duncan*...

Quels sont les genres qui sont le plus souvent représentés ?

Comme je vous disais, je m'efforce toujours de varier les genres. Il en faut pour tous les goûts !

Avez-vous des retours de lecteurs sur vos chroniques ?

J'en ai eu très peu. Parfois, des stagiaires de 3^e, lecteurs du magazine m'en parlent. Lorsqu'une lectrice ou un lecteur me dit qu'une chronique lui a fait lire le livre, c'est vraiment génial. Sinon, les lecteurs ont davantage tendance à écrire au magazine pour leur parler d'un livre qu'ils ont aimé et que je n'ai pas chroniqué. Parfois, ils en citent un que j'ai chroniqué mais je ne sais pas s'il y a un lien.

Y'a-t-il un quelconque lien entre la publicité et les livres chroniqués ?

Cela n'est arrivé qu'une seule fois. Je dirai donc non, je suis libre dans mes choix.

• **Les prescripteurs interprofessionnels**

Entretien avec Anne Clerc

Rédactrice en chef de la revue *Lecture Jeune*

Entretien réalisé le 17 janvier 2012

Pour commencer, pouvez-vous me raconter l'histoire de *Lecture Jeune* ?

Lecture Jeunesse est actuellement une équipe de trois personnes dont Sonia Deleusse, qui en est la directrice. Moi, je suis la rédactrice en chef de la revue *Lecture Jeune* et je suis également chargée des formations, qui sont complémentaires par rapport aux sujets abordés dans les revues. L'association Lecture Jeunesse a été créée en 1974 très précisément par une bibliothécaire de Maisons-Alfort qui, en fait, se posait des questions de bibliothécaire : trouvait qu'il n'y avait pas d'espace pour les ados, que les lieux n'étaient pas pensés pour ce public. Elle travaillait à l'époque pour une bibliothèque qui avait été lancée par la régie Renault, qui avait un CE assez développé, donc elle a pu mettre en place cette action. Ça correspondait aussi à une époque où on voyait émerger de nombreuses collections pour adolescents, on connaissait déjà quelques titres jeunesse mais vraiment là, ça commençait à être identifié avec des collections notamment l'École des Loisirs et Gallimard qui lançaient leurs premiers titres. Donc effectivement, c'était vraiment l'époque des premières émergences de la littérature ado. Elle, elle se demandait « comment penser ce public là en bibliothèque ? Comment l'accueillir ? Et bien sûr que proposer parmi tout ce qui existe en littérature générale ? » L'idée était d'aider les bibliothécaires pour mieux se repérer dans la production éditoriale et puis ensuite une fois qu'on avait un espace, penser l'accueil de ce public adolescent dans cet espace. C'était vraiment l'idée de l'association et très rapidement (puisque l'association a été créée en mars), en novembre, on a eu le premier numéro de la revue. Donc la revue a été très rapidement liée au lancement de l'association.

La revue a du évoluer depuis 1974 ?

Non, elle a finalement peu évolué au niveau du contenu. Au niveau du graphisme et de la maquette, elle a changé bien sûr, mais au niveau de la structure, il y a eu peu de changements. Le dossier s'est développé de plus en plus, surtout ces dernières années. Initialement ce n'était que des notices, mais dès le début, l'association s'est vraiment appuyée sur une équipe de lecteurs bénévoles interprofessionnels, ça c'est important : ce sont des gens qui tous travaillent dans les

métiers du livre donc essentiellement des bibliothécaires, des professeurs documentalistes, et des professionnels de l'édition, par exemple des traducteurs, des assistants d'édition ; on a des profils assez variés...Ce sont vraiment des personnes qui travaillent en contact avec le public adolescent ou dans le secteur de la jeunesse, donc tous connaissent bien la production. La revue, c'est d'une part un dossier d'analyse sur une thématique liée aux pratiques de lecture des adolescents mais pas uniquement, c'est aussi tout ce qui est pratiques culturelles parce qu'on part du principe que les adolescents lisent moins, les études le montrent, donc il faut peut-être prendre en compte d'autres pratiques culturelles et d'ailleurs les sociologues le disent aussi, la lecture est à mettre en lien avec les pratiques qu'ils ont sur internet, avec la musique qu'ils écoutent, les films qui vont voir. Il faut essayer de faire le lien avec ces autres pratiques culturelles. Et puis dans ces dossiers on a aussi des dossiers d'auteur comme on l'a fait sur Melvin Burgess. On essaie aussi de revenir sur des problématiques de bibliothécaires, avec le numéro sur l'Europe, sur des thèmes comme le roman violent dont on a beaucoup parlé il y a quelques années et puis un numéro qu'on avait fait l'année dernière sur la question des jeunes adultes et de la littérature, puisque c'est un nouveau courant cette idée de la littérature « young adult » du fait que ce ne soit plus délimité au seul public adolescent... Et ensuite, on retrouve toujours les notices, donc à savoir qu'on chronique aussi bien les collections ado que la littérature.

Comment fonctionnent les chroniques ?

On reçoit tout en service de presse, enfin systématiquement tout ce qui est en littérature ado, ensuite, tout ce qui est de la littérature générale, BD et documentaires c'est à nous d'aller creuser un peu et de solliciter les éditeurs. Mais on reçoit tout en service de presse, on lit tout en comité et ensuite on fait une sélection à la fois en lecture ado, en manga, bandes dessinées, et en littérature générale et documentaire. On arrive à une soixantaine de notices, *grosso modo*, sachant qu'on part du principe qu'un roman ne s'adresse pas forcément à un ado âgé de tel à tel âge mais que c'est plutôt un parcours de lecteur. On essaie de repérer des livres « accroche », qu'un adolescent, qu'il ait 15 ou 19, ans trouve facile d'accès, donc souvent ça va être des *bestseller*, par exemple Marc Lévy, Guillaume Musso, ce sont de très bons livres d'accroche même si la qualité littéraire ne suit pas forcément et tout ce qui relève du témoignage aussi. Et ensuite, on a un parcours qui va comme ça jusqu'au lecteur confirmé avec des titres un peu plus complexes, plus difficiles d'accès qui seront d'ailleurs plutôt en littérature générale. Donc l'idée c'est vraiment de leur proposer un parcours avec des titres de collection ado mais pas uniquement.

Et concernant les formations ?

Oui, en dehors de cette rédaction qui nous prend beaucoup de temps, on a aussi les formations, sachant que l'association est subventionnée mais on vit surtout des formations qu'on donne à la fois à Paris et en province. Elles reprennent les thèmes des revues, et nos lectures. On propose ces stages à Paris et un peu en province sur trois jours, avec souvent une approche assez différente, on essaye de ne pas rester seulement dans des questions d'ordre littéraire, mais d'avoir des approches sociologiques, psychologiques, pour essayer d'avoir une vision globale. On fait appel à des intervenants, que ce soit des universitaires ou des professionnels, c'est vrai que c'est intéressant d'avoir d'autres regards sur le public adolescent.

Il y a une autre structure semblable à la notre, La Joie par les Livres qui édite la revue *Les Livres pour enfants*, eux ils sont vraiment sur un public qui commence à 3-4 ans et jusqu'aux pré-ados voire adolescents mais c'est vrai qu'ils ne font pas forcément ce travail sur le public adolescent. On est vraiment les seuls à faire des formations spécifiquement sur ce public ado/adulte.

À qui s'adressent les formations ?

On a parfois des professeurs de français ou professeurs documentalistes mais comme, à ce moment là, ça implique d'autres systèmes de formation, c'est toujours très compliqué. Donc nous, nos formations, c'est vrai qu'elles s'adressent surtout aux bibliothécaires, même si pour la revue, on a d'autres lecteurs, pas uniquement des bibliothécaires et des professeurs documentalistes. Les éditeurs aussi nous lisent ou nous connaissent et des gens qui à titre personnel sont intéressés par la littérature ado. On a aussi des personnes dans les lycées français à l'étranger qui sont intéressées. Ça reste quand même du domaine de la prescription.

Et en librairie ? Vous avez des libraires qui se rapprochent de vous pour la revue ou pour des formations ?

Oui, quelques uns, mais alors eux ils ont *Citrouille*, cependant de plus en plus, oui, ils sont aussi lecteurs. Mais en formation, non, parce qu'ils ont d'autres formations pour eux.

À quand datez vous réellement l'émergence de la littérature ado ?

Vraiment les années 1980, clairement.

Avec comme premières collections, celles de l'École des Loisirs et de Gallimard ?

Oui, c'est assez emblématique. C'étaient des collections qui ciblaient le public du collège par exemple « Médium » c'est vraiment 10 à 14 ans, « Pages Blanches » aussi. Et on avait l'impression que dès le lycée on passait directement à la littérature générale. Et puis ça a évolué, il y a un événement qui a tout bousculé, enfin plutôt deux : il y a eu la série « Chair de Poule » chez Bayard où les éditeurs se sont rendus compte qu'on pouvait faire de l'argent avec les séries,

que ça fonctionnait, on était dans une production importante dans laquelle la qualité était secondaire et l'autre phénomène c'est *Harry Potter*, qui a totalement reconfiguré le champs de l'édition et ça correspond à 1996-1997. Donc vraiment, avant ces deux phénomènes, on avait des collections assez classiques en jeunesse et plutôt littéraires. C'est ça qui est assez étonnant c'est que dans les années 1980 on observe une recherche de textes assez pointus et littéraires et ensuite avec le phénomène des séries mais aussi avec celui des rachats et de la concentration dans l'édition, ça a donné une nouvelle vision de la littérature ado : l'idée qu'on peut faire de l'argent avec du livre pour ado et surtout on peut l'adresser à un large public et pas uniquement au public auquel il est destiné. Et ça, de plus en plus on le voit, ils essaient de brouiller les pistes, ils veulent être présents dans les rayons jeunesse mais pas uniquement.

Qu'est ce que ces deux phénomènes ont réellement changé dans les thématiques abordées ou dans la manière de les aborder ?

Avec *Harry Potter* et « Chair de Poule » on a vraiment eu l'émergence des séries. Aujourd'hui plus rien ne sort en *one shot*, il n'y a plus que des séries. Les éditeurs disent que c'est pour que le lecteur puisse s'identifier, qu'il ai plaisir à retrouver son personnage... Après, en réalité, c'est surtout une stratégie marketing évidemment. Il y a aussi l'émergence du fantastique même si ça, c'est surtout du au phénomène *Twilight*. Depuis *Harry Potter* aussi, les éditeurs ont vraiment la volonté de toucher un public qui va de 7 à 77 ans mais finalement je pense qu'à part *Harry Potter*, il n'y a pas eu d'autres bouquins qui ont réussi à faire la même chose... On a des livres très sexués aussi, les séries s'adressent réellement soit aux filles soit aux garçons.

On est dans un retour du grand format aussi, c'est beaucoup plus récent, parce qu'il y a quelques années encore, on recevait beaucoup de « Folio », de « CasterPoche » et ça, ça ne marche plus du tout avec les lecteurs adolescents, ils veulent avoir des grands formats.

Est-ce que vous avez observé une émergence de la violence dans les romans, de thématiques sombres ?

Ça non en fait. Quand on a fait le numéro sur les romans violents, au final, on s'est rendu compte que c'était un débat creux, c'était vraiment une coquille vide en fait. Je pense qu'en effet il y a eu des éditeurs qui ont voulu se démarquer du courant fantastique, marketing, en étant dans des textes plus forts et plus intenses et je pense notamment à la collection « doado » avec Guillaume Guéraud et *Je mourrai pas gibier*. Mais finalement cette violence là, elle était déjà présente. C'est vrai que ce qu'on oubliait de dire c'est que finalement les collections ado, on les a aussi créées pour limiter l'offre aux adolescents en fait, pour les cadrer et que ce soit rassurant pour les adultes et pour pouvoir faire un peu de censure parce que c'est clairement le cas, il y a quand même beaucoup de censure dans les romans pour adolescents. Et du coup, dès qu'on se

permettait de parler de sexualité ou de violence dans la littérature ado, on criait au loup alors qu'en réalité n'importe quel ado peut lire le roman qu'il veut en littérature générale, quelque soit la violence...Donc c'était vraiment un débat qui me semble faux.

Après, du côté des prescripteurs, on me dit souvent « mais moi je ne peux pas parler d'un bouquin où il est question de suicide par exemple » alors moi ce que je leur dis c'est que c'est la qualité littéraire qui prime, si qualité il y a, que ce soit violent ou sombre, il mérite d'être lu. Après c'est vrai qu'il y a peu de roman drôle. On avait fait un numéro sur l'humour et on s'est rendu compte que c'était toujours les mêmes sujets abordés dans toutes les collections et finalement à la longue c'est indigeste, parce que toucher les lecteurs avec de l'émotion c'est bien ,mais avoir du talent et toucher les adolescents en les faisant rire, il y a peu d'auteurs qui y parviennent, il y a très peu de texte qui sont à la fois bons et drôles.

Pensez-vous que les thèmes abordés dans la littérature ado sont finalement réducteurs ou caricaturaux ?

Oui tu as raison. Non mais carrément, moi je trouve qu'il y a beaucoup de choses qui sont publiées et qui ne mériteraient clairement pas de l'être. Alors je tairai les noms de ceux que je suis en train de lire mais c'est mauvais ! C'est parce qu'on signe des contrats avec des auteurs, même si personne ne trouve que le texte est de qualité. Les éditeurs n'ont plus le temps de faire un travail de repérage dans les manuscrits et au final on n'a plus le temps de faire un véritable travail sur le texte non plus. Finalement, on publie des choses en sachant que c'est moyen, ce n'est pas que c'est dangereux mais c'est médiocre, il y a des clichés et pas de qualité, c'est problématique quand même...En tout cas, ce n'est pas très rassurant ! C'est surtout dans la littérature ado ou pré-ado qu'on voit ça, un peu moins en littérature jeune adulte.

La littérature jeune adulte s'est donc développée plus tardivement ?

Oui, elle s'est développée assez récemment et c'est vraiment lié au phénomène *Twilight*, c'est aussi très sexué. Ce qu'en dit Antoinette Rouverand des éditions Hachette Jeunesse, c'est que c'est vraiment un phénomène qui a été lancé par des jeunes femmes de 18-25 ans, ce n'était pas lu par des ados de 12-13 ans au départ. *Hunger Games* aussi a contribué à l'émergence d'une littérature jeune adulte. Ce sont les deux gros *bestsellers*. Mais on le voit aussi de plus en plus en bibliothèque, il y a de plus en plus d'adultes, de personnes âgées, qui vont lire de la littérature ado, et puis c'est l'idée aussi que la littérature ado aujourd'hui, finalement, c'est de la littérature populaire qui a un large public et pas uniquement un public adolescent.

Comment se différencie la littérature jeune adulte de la littérature ado par les thèmes abordés ?

Alors la littérature ado c'est beaucoup sur des problématiques «papa et maman divorcent», les premières relations de couples, le quotidien finalement des adolescents lambda. C'est très réaliste avec une identification à des problèmes du quotidien. Après il y a aussi des séries fantastiques ou d'aventure et ce sera plus pour les garçons. Pour les filles on va avoir des choses du genre de *4 filles et un jean*. En roman jeune adulte, c'est quasi exclusivement de la littérature fantastique. Après nous, ce que nous disons de la littérature jeune adulte, que ce soit dans le numéro qu'on lui consacre ou dans les formations, c'est qu'il y a deux choses distinctes : il y a un concept jeune adulte qui est vraiment un concept marketing, un tampon « jeune adulte » sur les collections. C'est Robert Laffont là je crois qui sort un label « Air » donc vraiment pour jeunes adultes, Pocket jeunesse ou « Black Moon » qui sont sur ce public jeunes adultes, ils sont vraiment estampillés pour ce public là. Et d'autre part, il y a tous les titres de la lecture générale qui sont susceptibles de plaire à un public plus jeune, qui font un petit *buzz*, des titres qui sont publiés en grand format et qui sont ensuite réédités en poche parce qu'on sait qu'ils peuvent plaire à des adolescents ou des jeunes adultes donc ça, c'est aussi une réalité. Je pense à cela parce que « Folio » va fêter ses 40 ans et ils vont lancer un prix « Campus ». Ils se disent que « Folio » est lu par les jeunes adultes, c'est vraiment le format et le prix attractif pour ce public. Au final il est moins identifiable parce qu'on ne s'adresse pas de la même manière à lui, mais il y a un vrai public jeune adulte dans le poche. C'est vraiment deux choses différentes dans la littérature jeune adulte.

Comment est-ce que les éditeurs s'adressent-ils à ce public ado/adulte ?

Alors les éditeurs, comme on l'a vu, ce sera avec les couvertures et les formats. Pour tous, on a de la photo en couverture. « Black Moon » a gardé son format noir avec un élément de couleur mais ils sont en train d'évoluer, ils en ont marre d'être associé à la *bit litt*, et pour le coup je les trouve assez forts chez Hachette parce qu'ils recherchent des auteurs français, plutôt innovants pour vraiment s'éloigner de ce pour quoi on les connaît et finalement ils le font plutôt bien. Sinon c'est surtout la présence sur les réseaux sociaux qui change la manière de communiquer avec ce public. De nombreuses collections sont sur Facebook, enfin ça c'est pour les collections surtout jeunes adultes, parce que pour les plus jeunes, on est encore dans un public qui est beaucoup confronté aux prescripteurs et aux parents, ça reste une communication par les médias classiques, mais comme les médias classiques, que ce soit la presse, la radio, la télé, ne parle plus de littérature jeunesse, c'est quand même assez compliqué, si on ne s'y intéresse pas, le public lambda peut ne jamais entendre parler de ce qui sort en fait.

Et concernant les bibliothécaires, comment communiquent-ils avec ce public ?

Maintenant ce qui se fait beaucoup en bibliothèque, c'est qu'ils sont en train de penser beaucoup à des espaces qu'ils appellent « passerelle ». Une des premières bibliothèques qui a fait ça c'est une bibliothèque à Toulouse qui a créé un espace « Intermezzo » et l'idée c'est vraiment de se dire qu'on décroïsonne. Les ados n'ont pas forcément envie de lire que des collections pour ado, ils n'ont pas non plus envie d'aller dans le secteur jeunesse ; c'est un âge où on navigue entre quelques titres de collections ado et des titres de littérature générale, de la BD, des mangas. Donc on a pensé des espaces où tout ça est présent et mélangé et cela se développe de plus en plus. On sent que la littérature ado, ce n'est pas qu'elle arrive au bout, mais que de plus en plus les titres ne vont plus être uniquement destinés au public adolescent, on s'éloigne quand même. Après sur la qualité ce n'est pas toujours ça... Finalement tout le monde est très angoissé sur le fait que les ados lisent peu ou plus et finalement tant qu'ils lisent n'importe quoi, quelle que soit la qualité, tant qu'ils lisent on trouve ça super. Mais entre avoir une boulimie de fantastique par exemple (ou de choses pas très bonnes, ce n'est pas que en fantastique, c'est dans n'importe quel genre), et passer ses journées devant les jeux vidéos finalement... c'est pas forcément mieux...

Surtout que de toutes façons ils lisent autre chose, ils lisent autrement... La question de la qualité c'est quand même primordial. Ce n'est pas une question de *bestseller*, il y a des *bestsellers* très bons mais parfois vraiment on tire vers le bas, on publie des choses qui ne servent à rien. Et là c'est mieux de jouer au foot quoi...

Si les adolescents lisent moins aujourd'hui est-ce du fait de la multitude d'activité qui se présentent à eux ?

Oui, c'est vrai qu'aujourd'hui, avec Internet on a moins envie de lire. Moi je dis souvent que si dans mon adolescence j'avais eu l'usage que j'ai aujourd'hui d'Internet, c'est évident que j'aurais passé moins de temps à lire, j'aurais lu des blogs, je serais sur les réseaux sociaux... Mais ce n'est pas grave en fait. Les bibliothécaires, c'est difficile de les faire évoluer là dessus, pour eux, il y a Internet contre le livre alors que ça ne sert à rien de penser comme ça, c'est comme se dire « je suis contre le cancer », ça ne sert à rien, il y a des choses qui sont là, c'est comme ça, il faut composer avec. Internet c'est comme la lecture finalement, il y a des choses super intéressantes et d'autres sur lesquelles on va perdre du temps...

Si les adolescents ne lisent plus c'est peut-être aussi du coup parce que les bibliothécaires et les autres prescripteurs ne sont plus adaptés à ce public ?

Je pense oui. C'est aussi que les prescripteurs ne s'intéressent pas assez aux pratiques et aux goûts de leur public. Il y a beaucoup d'adultes qui veulent une liste de livres à lire mais qui ne

s'intéressent pas vraiment à la lecture. Mais il faut aussi s'intéresser aux séries, à la musique, *etc.* pour comprendre les adolescents. Alors oui peut être que les ado lisent moins mais il y en a aussi qui lisent mieux donc c'est peut-être pas plus mal.

Et concernant les espaces « passerelle » dont vous avez parlé, est-ce que ce genre d'initiatives voit le jour en librairie aussi ?

Alors oui un petit peu, par exemple l'Ouvre Boîte qui a ouvert en juin 2011, ils ont un espace où ils ont vraiment mélangé les titres de littérature ado et de littérature générale. À la Fnac des Ternes, il y a un espace Kids, c'est un endroit où ils ont mis les mangas avec les animes correspondants, une grande table avec tout ce qui est littérature fantastique, bandes dessinées... C'est vraiment un espace avec la volonté de présenter autrement les livres, de les mettre en liens. Mais finalement il y a pas mal de petites librairies qui le font. Sur le site de la Fnac, il y a une entrée « young adult » qui d'ailleurs s'enrichit de plus en plus et c'est intéressant ce qu'ils proposent sur ces pages justement. On peut trouver par séries, par thème, on trouve aussi beaucoup de livres pratiques notamment de cuisine parce qu'on sait que ce sont surtout les étudiants finalement qui lisent des livres de cuisine, ou des guides de voyage aussi. Et c'est vraiment intéressant de mélanger les genres, les supports...

Pensez-vous que les adolescents et jeunes adultes sont intimidés par la librairie et par la bibliothèque ?

Ah par les bibliothèques oui c'est sur. Mais par les petites librairies aussi en fait. On les voit beaucoup à la Fnac quand même.

Du coup quels seraient les leviers à manier pour les attirer, ou au moins ne pas les effrayer en dehors de ces espaces « passerelle » ?

C'est vraiment l'idée de donner la place à d'autres pratiques culturelles, faire du lien en tout cas. Aujourd'hui il y a de plus en plus de livres qui sont adaptés au cinéma alors ça peut être l'occasion de s'intéresser à ça et de toutes façons je pense qu'on ne peut pas mettre le livre en avant si on ne s'intéresse pas aux autres supports, aux séries, à Internet,... Il faut d'abord s'intéresser à ce à quoi les ados s'intéressent pour pouvoir ensuite leur proposer des choses appropriées.

Avez-vous des exemples d'animations, de rencontres en tête qui auraient été effectuées par des librairies et qui prennent en compte ce croisement de cultures et de médias ?

Je n'ai pas d'exemple en tête... Intermezzo, ce qu'ils font, c'est qu'ils proposent des jeux vidéos, la wii. Ou encore à Lyon, la bibliothèque a organisé un concours de jeux vidéo en réseaux, ils ont fait ça pendant deux années consécutives et ça marche beaucoup, parce que les ados viennent à la bibliothèque pour les jeux et vont finalement découvrir qu'il y a autre chose dans

la bibliothèque... Et finalement c'est vraiment les faire rentrer par tout autre chose que les livres. En même temps, je trouve ça judicieux parce qu'il y a vraiment une question à se poser c'est « pourquoi le livre serait une pratique culturelle supérieure, au dessus des autres ? ». Finalement, ces types d'actions, il y en a qui fonctionnent mais c'est vraiment ponctuel. Ensuite, dans la manière d'agencer vraiment, ça reste quand même pas terrible. On a encore des étagères trop bien rangées.

Alors qu'est ce qu'il faudrait en faire de ces étagères ?

Moi ce que je dis toujours, c'est qu'il vaut faire sortir les livres des rayons, créer la surprise, mettre un livre, bon pas à côté d'un pot de Nutella, mais presque, il faut créer de la surprise, il faut désacraliser l'objet livre et faire des liens entre ce que les ados aiment et un auteur qu'on peut leur faire découvrir parce que d'eux même ils ne seraient pas allés vers cet auteur là, il faut vraiment connaître leur goût, s'intéresser vraiment à ce qu'il font.

Pensez-vous donc qu'il faille « parler ado » pour s'adresser à eux ?

Non, par contre je pense qu'il faut vraiment garder sa posture d'adulte. Je pense que ça ne sert à rien de faire du copinage mais vraiment les connaître quand même, il faut aller sur leur terrain à eux pour tenter des propositions.

Quels sont les meilleurs prescripteurs aujourd'hui ? Et ceux de demain si cela doit être amené à changer ?

Les ados entre eux. Ça dépasse et les éditeurs et les bibliothécaires mais aujourd'hui les réseaux sociaux font que les ados sur Internet font de très bons prescripteurs, et ils le font mieux que n'importe qui. Parce qu'ils connaissent leurs goûts, ils échangent entre eux, ils peuvent se proposer de nouveaux titres... C'est un média qui favorise énormément les échanges. Je pense que les ados sont de très bons prescripteurs.

Mais finalement les auteurs aussi, ils prennent de plus en plus la parole, ils se mettent en scène, ça aussi c'est une nouvelle manière de considérer la place de l'auteur. Et c'est vrai, je pense que même dans les maisons d'édition, dans les services de presse, ils repensent à tout ça en fonction du public adolescent qui est présent et qui est dans le partage.

Pour demain, va arriver la question du livre numérique. Est-ce que les ados liront sur des tablettes ou des liseuses quand elles seront à des prix abordables ? Moi je pense que oui. Les gens disent toujours « moi je suis attaché au livre papier parce que quand même le livre papier c'est beau » mais François Bon dit « c'est un objet comme un autre, c'est du papier avec de l'encre, de la colle, ce n'est pas un objet forcément beau quoi ! » Ce n'est pas forcément plus intéressant que la tablette ou que la liseuse, juste en temps qu'objet et c'est vrai que d'un point de vue écologique, le livre ce n'est pas non plus ce qui se fait de mieux... Moi, je pense que la liseuse ce

n'est pas LA révolution du livre, mais c'est une révolution supplémentaire, c'est une évolution dans le monde du livre... Après c'est vrai que je me dis souvent que d'ici quelques années, pas tout de suite mais d'ici 10 ou 20 ans, le numérique fera qu'on aura des petits microcosmes de prescriptions et c'est peut être pas plus mal : on aura plus forcément la prescription du genre « *Télérama* dit qu'il faut lire tel livre » mais plutôt des microcosmes de je ne sais pas, peut être des amateurs. Sur Internet on le voit très bien, il y a des gens qui sont des très bons critiques, qu'ils soient libraires ou bibliothécaires, qui ont des choses intéressantes à dire, quel que soit leur parcours et ils sont parfois meilleurs critiques que tel ou tel critique que tout le monde lit tout le temps. Je vois très bien des petits microcosmes de spécialistes ou chacun pourra aller piocher suivant si on est fan de littérature policière, on nous conseillera des sites, des revues, si on est fan de littérature ados, etc.... Ce sera fait par petits univers, plus par des bibliothécaires mais par n'importe quelle personne qui s'intéressera au sujet et qui aura quelque chose de pertinent à dire .

Et dans les médias plus traditionnels, quels sont les plus pertinents parmi ceux qui s'adressent directement aux adolescents et les plus généraux ?

Déjà maintenant, la place de la littérature ado, c'est de moins en moins important. Mais en même temps, il y a tellement de chose qui sont publiés et tout se noie dans les médias... Donc même les médias traditionnels je pense que ça va passer par Internet parce que les groupes de presse sont en difficulté aujourd'hui, et notamment Bayard alors que c'est quand même LE groupe qui s'adresse aux ados et qui a un peu de succès... Alors est-ce que dans 10 ans ils seront encore là... Je pense qu'on va assister au développement de tout ce qui est webzine. Peut-être ce sera toujours géré par des groupes de presse mais je pense qu'on va transférer sur Internet pour délaissé le papier. Je ne parie pas à 100 % mais bon, j'imagine.

L'Éducation Nationale, est-ce un bon prescripteur ?

On a un sujet en formation là dessus, c'est vrai que c'est sources de frictions. Les professeurs documentalistes, nous on le voit, ils font vraiment un travail pour faire connaître la littérature ado et finalement c'est aussi l'éducation nationale ça et surtout les jeunes professeurs documentalistes, ils essaient vraiment de travailler ces textes là et de proposer des choses qui peuvent plaire aux ados, au delà de ce que peuvent proposer les professeurs. Le professeur de français, c'est quand même la référence de la transmission de l'envie de lire et d'ailleurs, transmettre l'envie de lire ce n'est pas rien, c'est la chose la plus essentielle, que l'on apprend au collègue et qu'on nous demande de perpétuer après les cours. Par exemple on nous apprend les maths mais on ne nous demande pas de continuer à faire des maths sur ces loisirs personnels ! Le fait de lire c'est vraiment une injonction au collègue, « il faut qu'ils lisent, ils doivent

lire » donc les profs ont quand même la pression, ils ont un programme mais la littérature ado, elle en est vraiment absente. Après c'est aussi que le programme est vraiment conséquent et au lycée, dans le programme de terminale L je crois, il y a les *Mémoires du Général de Gaulle*... Quand même ! J'en parlais avec une prof de français qui donnait des cours de soutien à une jeune fille dont les parents ne sont pas français mais forcément, un livre pareil, ça ne lui parle pas en fait, elle passe à côté. Et à moment donné, la question c'est aussi « qu'est ce qu'on veut transmettre par ce programme là ? ».

Alors que faudrait-il, choisir plus de textes dans le contemporain ?

Je sais qu'en option cinéma, il y a un truc assez intéressant, c'est qu'ils étudient à la fois la lecture du roman et puis ils travaillent sur le film en parallèle. Je ne pense pas qu'il faille forcément taper dans le contemporain, la littérature ado ne doit pas forcément être présente dans le programme. Je crois qu'il y a Jean-Claude Mourlevat qui est étudié au collège, par certains professeurs de collège... Il y a quelques entrées quand même. Après je pense que c'est plus aux professeurs de français de savoir qu'est ce qui peut être lu ou pas par leurs élèves, et ils ne sont pas obligés de le faire sur des temps de cours, ces lectures pourraient être des compléments de cours par exemple « on a étudié ça et sachez que dans la littérature contemporaine il y a ça et ça » et que ce soit en littérature ado ou en littérature générale, il faut sortir du programme scolaire et leur dire « là vous êtes notés mais il se passe des choses en dehors de cette classe et faites-vous plaisir. ».

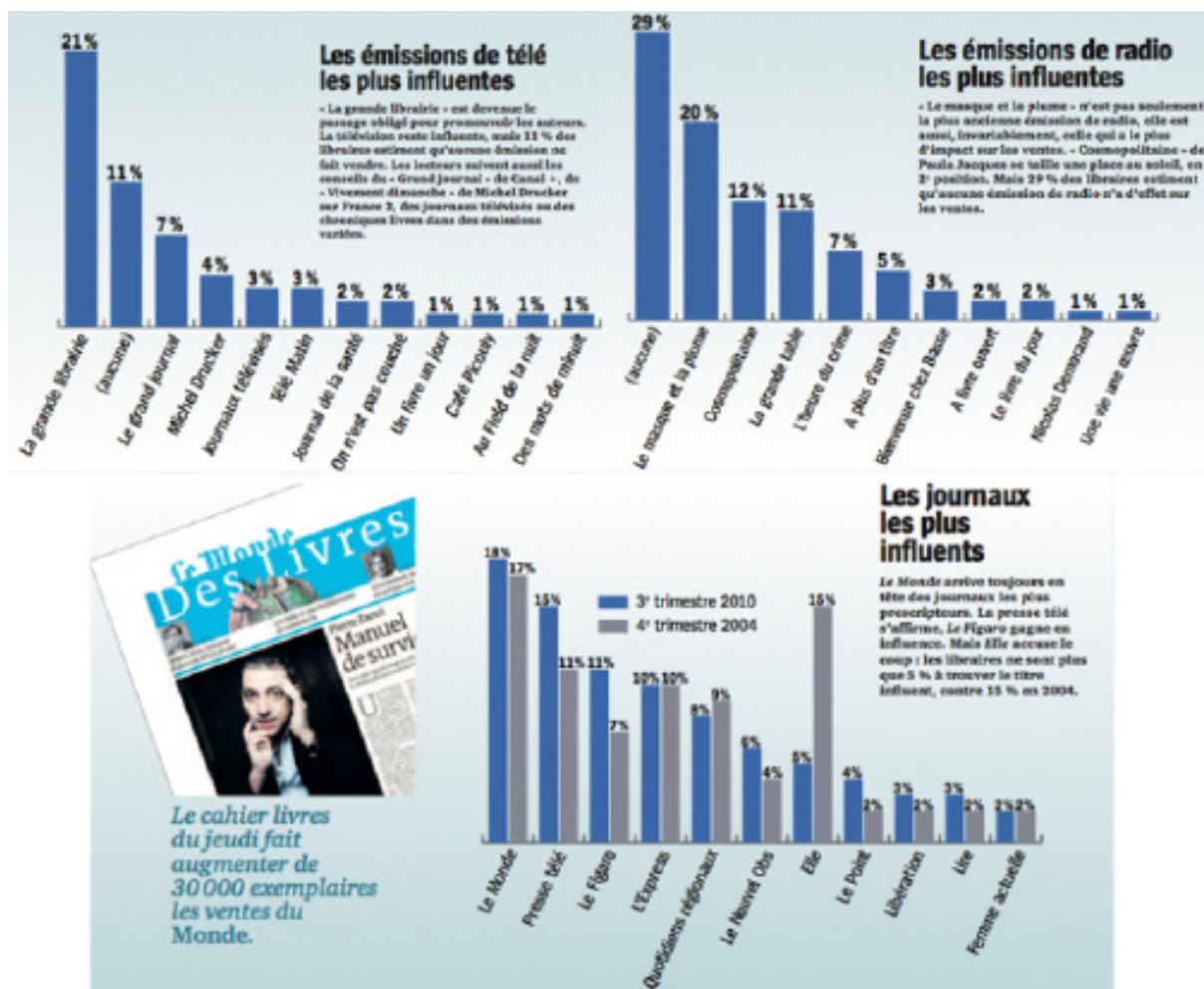
Une question que j'aurai du vous poser dès le début, je voulais approfondir un peu cette volonté de travailler sur le public adolescent, quel est l'enjeu ? Pourquoi ce public est-il clé dans votre travail ?

Ah... C'est une bonne question ! À la base quand même de l'association, on se dit que l'adolescence est une étape clé de la construction d'une personne. On veut offrir aux adolescents un vaste choix de lectures, des pistes de réflexion, on veut les aider à surmonter leur peur de la lecture, parce que ça semble souvent ennuyeux, ou difficile, ils ont l'impression que ce n'est pas pour eux. Et nous on veut montrer, particulièrement avec le parcours de lecture qu'on fait dans la revue, qu'il y a des entrées à tous les âges, à tous les niveaux de lecture, on veut leur donner les livres qui peuvent les aider à les ouvrir à la lecture. C'est vraiment cette idée de construction, la volonté de proposer un maximum de choses pour les accompagner dans cette construction.

Ce serait donc un travail de « passeur » de prendre un adolescent et de l'amener jusqu'à l'âge adulte en l'accompagnant par la lecture ?

En partie oui mais bon faut quand même rester modeste parce que dit comme ça, ça fait tout de suite « attention c'est important ».

Annexe 2 : L'impact de la prescription selon *Livres Hebdo*



Livres Hebdo n° 840 - Vendredi 5 novembre 2010

Annexe 3 : Presse magazine et adolescents

Tableau 1
Les lectures des 12-14 ans

	En %
Fan 2	22,5
Sciences & Vie junior	17,0
Picsou magazine	17,0
Le journal de Mickey	16,5
Star Club	15,0
Hit Machine Girls	14,5
One	14,0
Salut	13,5
J'aime lire	13,0
Kid Paddle	13,0
Okapi	12,5
Mon Quotidien	12,0
Star'ac Mag	11,5
Géo Ado	11,0
Sciences & Vie Découvertes	10,5
Julie	10,0
I love English	10,0
Playstation 2 magazine	10,0
Séries mag	9,5
Jeune et Jolie	9,5

Source Conso Junior 2006

Tableau 2
Les lectures des 15-18 ans
en presse jeune

	En %
Phosphore	14,5
Girls !	11,5
Jeune et Jolie	11,5
Sciences & Vie Junior	10,5
One	10,5
Fan 2	9,5
Séries Mag	8,5
Sciences & Vie Découvertes	8,0
Vingt Ans	7,0
Star Club	7,0
Playstation 2 Magazine	6,5
Salut	6,5
Le Journal de Mickey	6,0
Picsou Magazine	5,5
Hit Machine Girls	5,0
Kid Paddle	4,5
Today In English	4,5
D Manga	4,0
Star'ac Mag	4,0
Geo Ado	3,5

Source Conso Junior 2006

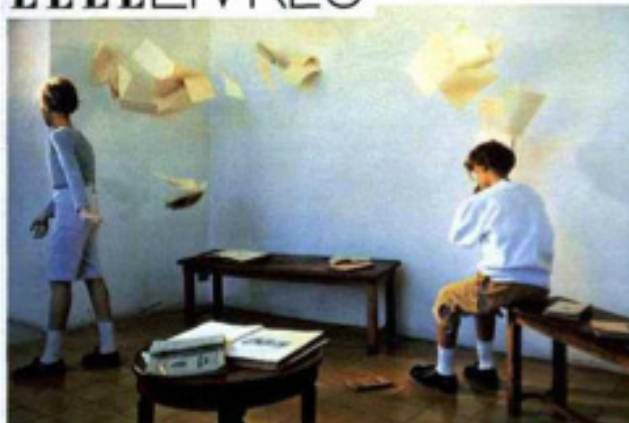
Tableau 3
Les lectures de 15-18 ans
en presse adulte

	En %
Choc	35,0
Entrevue	31,0
Super GTI Magazine	17,0
L'Équipe Magazine	14,5
Onze Mondial	13,5
ADDX	13,0
Jeux Video magazine	12,5
Voici	11,5
Public	11,5
PC Jeux	11,5
Auto Moto	11,0
Version Femina	10,5
Sciences et Vie	10,0
Cine Live	9,5
France Football	9,5
Femme actuelle	9,0
Geo	8,0
FHM	8,0
Joystick	7,0
L'Automobile magazine	7,0

Source AEPM 2006

Annexe 4 : Chronique livre du 15 juin 2012, *Elle*

ELLE LIVRES



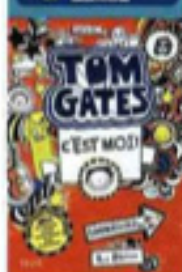
**COMMENT FAIRE LIRE UN ADO ?
EN LUI OFFRANT QUATRE BOUQUINS QUI RENDENT
HEUREUX ET SACRÉMENT CURIEUX.**



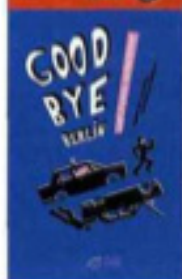
LE PLUS CLAIRVOYANT. 2015, Londres, le gouvernement entend lutter contre le réchauffement climatique. Laura, 16 ans, bassiste dans un groupe, vit mal les concessions à faire pour garder les 200 points de sa carte Carbone. Au moindre excès, le grille-pain disjoncte, la douche refroidit, les meubles s'éteignent... Restrictions et solidarité, deux thèmes qui ont passionné les lecteurs de « **Carbon Diaries 2015** », de **Sachi Lloyd (Pocket Jeunesse)**, traduit en quinze langues.



LE PLUS INATTENDU. Avant l'étonnant « Dear George Clooney... », Susin Nielsen avait conquis les jeunes Canadiens grâce à « **Moi, Ambrose, roi du Scrabble** » (**Hélium**) : l'histoire envoûtante d'un ado au look curieux, pantalon en velours mauve et bonnet tricoté main, sans amis, allergique aux cacahuètes, passionné de Scrabble. Jusqu'au jour où il est empoisonné volontairement par les calfs du collège. Là, sa sensibilité et son humour en pagaille vont faire toute la différence.



LE PLUS CARTOON. Bêve dissipé et fan de BD, Tom Gates n'a pas son pareil pour caricaturer, du haut de ses 10 ans, tous ceux qui entachent sa bonne humeur. Personne n'échappe à son trait moqueur. Ni sa grande sœur, doublement grincheuse depuis qu'elle est amoureuse, ni M^{me} Cherington, effroyante prof à la moustache grimpanche. Couronné du Roald Dahl Funny Prize 2011, meilleur roman humoristique pour la jeunesse, « **Tom Gates, c'est moi !** », de **Liz Pichon (Seuil)**, est aussi un graffbook de qualité.



LE PLUS ROCK'N'ROLL. 250 000 exemplaires vendus en Allemagne : « **Good Bye Berlin !** », de **Wolfgang Herrndorf (Thierry Magnier)**, est le road trip de l'année. Malik (un fils de bonne famille) et Tschick (un immigré russe), 14 ans tous les deux, n'ont pas été invités à la soirée du collège. Dépités, ils braquent une Lada et taillent la route. L'écriture toute en retenue rend vraisemblable cette odyssée aussi joyeuse que burlesque, et offre aux lecteurs des reparties perspicaces, loin des codes « drôles pour ados ». Une belle réussite ! SANDRINE MARETTE

Annexe 5 : Fonctionnement et règles des partenariats sur Livraddict

Livraddict : fonctionnement et règles des partenariats

Livraddict a le plaisir de proposer à ses membres, chaque vendredi, de nombreux partenariats avec différentes maisons d'édition !

Le principe du partenariat est simple : nous vous proposons chaque semaine des livres offerts par une maison d'édition. Vous pouvez vous porter candidat pour recevoir un de ces livres. Si vous êtes sélectionné, la maison d'édition vous envoie le livre GRATUITEMENT; de votre côté, vous vous engagez à le lire dans le mois qui suit la réception et à poster une critique sur votre blog ! C'est donnant - donnant !

Etant donné le grand nombre de livres et de membres qui s'inscrivent, nous vous demandons de respecter un certain nombre de règles pour que les partenariats se déroulent au mieux. Ces partenariats sont bien évidemment des moyens de faire connaître des horizons littéraires, des maisons d'Éditions peu connues mais c'est également l'occasion pour Livraddict de bénéficier d'une publicité importante pour se faire connaître. Nous exigeons dès lors un minimum de sérieux de la part de tous les participants.

A. CONDITIONS DE PARTICIPATION

Pour pouvoir vous inscrire, vous devez remplir un certain nombre de conditions:

1. Participer sur le forum.

Le but des partenariats est de permettre aux membres de Livraddict de découvrir de nouvelles lectures dans le cadre de la communauté que nous essayons de rendre la plus vivante possible. Par conséquent, les partenariats ne sont destinés qu'à nos membres actifs. Concrètement, cela signifie que: - **Les nouveaux membres doivent être inscrits depuis un mois au minimum et s'être présentés sur le forum AVANT** de postuler la première fois pour un partenariat. - Avant de postuler, tous les candidats doivent avoir posté **au minimum 20 messages dans le mois précédent** autre que dans les parties jeux, présentations des lecteurs, mise en avant des chroniques littéraires ou de blog.

2. Avoir 18 ans.

Exception : Pour les lectures «jeunesse», nous accepterons les participations des mineurs dès l'âge de 16 ans.

3. Pouvoir poster votre critique sur un blog.

Dans ce cadre, vous avez deux possibilités:

- **Soit vous disposez d'un blog personnel.** Pour que votre blog puisse être pris en compte, il doit remplir les conditions suivantes:

- Avoir au moins deux mois d'existence **ET** 10 chroniques de livres publiées
- Être consacré à la lecture, ou afficher une catégorie «lecture» visible depuis la page d'accueil où vous avez déjà publié des critiques de livres.
- Avoir été validé par la Team AVANT de postuler pour la première fois.

Important : Vous devez attendre que votre blog soit validé pour postuler pour votre premier partenariat (ceci afin nous permettre de donner plus vite les résultats des sélections et de faciliter le travail de la team). Pour ce faire, envoyez par MP le lien vers votre blog à l'un des membres de la Team qui vous donnera une réponse. Si jamais lors des réceptions des candidatures la personne en charge tombe sur un participant dont le blog n'est pas validé, sa participation ne sera pas prise en compte.

Si vous avez déjà participé à un partenariat c'est que votre blog a été validé et donc admissible tous les vendredi, donc pas la peine de nous redonner le lien vers votre blog ou vos coordonnées (sauf si il y a du changement).

- **Soit vous publiez sur le blog de Livraddict.** C'est une possibilité que nous offrons aux membres qui ne disposent pas d'un blog rentrant dans nos conditions ou qui n'ont pas de blog du tout. Cependant, pour ne pas rassembler toutes les critiques sur un même blog, cette possibilité sera offerte à un seul membre par livre !

Important : Nous demandons aux participants de nous fournir une critique test avant de postuler aux partenariats et d'attendre sa validation. Ceci toujours dans l'optique de faciliter notre travail.

4. Nous présenter une critique qui remplisse les conditions de formes des critiques de partenariat (voir «publier votre critique» ci-dessous).

Le but est de s'assurer que chaque postulant est en mesure de rédiger une critique qui réponde aux exigences des éditeurs. **Si vous possédez un blog littéraire** et qu'au moins une de vos critiques répond aux conditions, nous ne vous demandons rien de plus. **Si les critiques sur votre blog ne répondent pas à ces conditions ou si vous ne possédez pas de blog**, nous vous demanderons de nous présenter une critique-test sur un livre de votre choix. Nous ne vous demanderons cela qu'une seule fois, lors de votre première participation.

5. Nous avoir envoyé au préalable votre nom et votre adresse postale (y-compris le pays).

Vous pouvez nous l'envoyer en même temps que vous demandez la validation

de votre blog ou de votre chronique-test. **Vos coordonnées ne doivent être envoyées qu'une seule fois**; nous les réutiliserons pour les partenariats suivants.

6. Vous ne pouvez postuler que pour un seul livre à la fois.

Vous avez par contre la possibilité de postuler pour un autre livre, **d'un autre éditeur**, une fois les résultats annoncés pour votre premier choix. Si vous n'avez pas été choisi pour ce livre, votre candidature sera prise en considération ; si vous avez été choisi pour votre premier choix, nous utiliserons votre deuxième candidature dans le cas où nous manquons de candidats pour le livre.

7. Nous limitons le nombre de partenariats en cours à 2.

Cela ne vous empêche pas de postuler pour un livre supplémentaire mais vous ne serez pas prioritaire. Si jamais vous arrivez à trois partenariats en cours nous ne prendrons pas en compte votre participation. Cependant, si c'est **voTRE TOUTE PREMIERE participation**, nous attendons généralement que vous ayez remis votre première chronique avant de vous attribuer un livre à nouveau. Trop nombreuses sont les fois où des nouveaux participants reçoivent un ou deux livres et ne reviennent jamais sur Livraddict par la suite.

B. COMMENT S'INSCRIRE ?

1. Consultez d'abord la rubrique «Les partenariats proposés».

Les livres offerts y sont présentés. Pour chaque partenariat, notez bien en bas du sujet: - le nom du modérateur auprès de qui il faut postuler => si vous postulez auprès du mauvais modérateur, nous ne vous répondrons pas et votre candidature sera automatiquement rejetée ! - les pays où les éditeurs acceptent d'envoyer leurs livres.

2. Envoyez un message privé au modérateur en charge du livre que vous désirez obtenir.

Le message doit impérativement comprendre les informations suivantes:

- **le nom de l'éditeur et le titre du livre demandé**
- **si vous n'avez pas de blog ou si votre blog ne correspond pas aux critères**: indiquez que vous comptez poster votre critique sur le blog de Livraddict.

Attention : Nous ne tiendrons pas compte des candidatures dans lesquelles il manque une information ! Etant donné le nombre très élevé de messages reçus chaque vendredi soir, nous n'avons tout simplement pas la possibilité de répondre pour demander un complément d'information. **Nous ne vous signalerons pas non plus si votre candidature ne peut pas être enregistrée (c'est à dire, si vous ne remplissez pas les conditions ci-dessus)**. Soyez vigilants ! Pensez à faire preuve de politesse lors de vos candidatures, un petit mot gentil est toujours apprécié.

C. QUE FAIRE SI VOUS AVEZ OBTENU UN LIVRE ?

La liste des membres qui ont été sélectionnés pour obtenir un livre est publiée sur le sujet présentant le partenariat lorsqu'elle est bouclée. **Vous ne serez pas prévenus personnellement**, à vous de vous tenir au courant ! Si votre nom figure sur la liste, voici les étapes suivantes:

1. Lorsque vous recevez le livre:

Indiquez-le dans le sujet «confirmation de réception des exemplaires» en précisant la date de réception.

2. Lire le livre dans le mois de sa réception (à moins que le livre ne soit accompagné d'une lettre de l'éditeur précisant une autre date limite; c'est alors cette dernière qui prévaut **sauf si la date est inférieur au délai d'un mois**). Attention, nous serons particulièrement attentifs au respect des délais ! **Si votre critique est publiée en retard, nous nous réservons le droit de vous exclure des partenariats suivants ou de vous suspendre pour une durée déterminée !**

3. Publier votre critique sur votre blog ou celui de Livraddict

Nous tenons à garder une image de critiques sérieuses auprès de nos partenaires éditeurs. Par conséquent, nous vous demandons d'apporter un soin particulier à la rédaction des critiques que vous leur soumettez. Le contenu est entièrement libre, vous pouvez clairement faire savoir que vous avez détesté le livre offert, mais pour ce qui est de la forme nous vous demandons de respecter les règles suivantes :

- **Une critique d'au moins 200 mots hors-résumé, même si le résumé est écrit de votre main;**
- **Une orthographe impeccable, une syntaxe correcte;**
- **Le respect des règles de ponctuation: majuscules, points, etc.**
- **La mention que ce livre a été reçu dans le cadre d'un partenariat et le nom de l'éditeur, avec si possible un lien vers le site de l'éditeur et un remerciement pour le livre offert.**

Si vous devez poster votre chronique sur le Blog Livraddict, celle-ci doit être envoyée à **Thalia** conformément aux règles du Blog Livraddict.

4. Lorsque votre critique est publiée :

- **Pensez à ajouter votre critique sur la page Bibliomania du livre.** Ca nous permet de les répertorier beaucoup plus facilement pour envoyer ensuite les liens aux éditeurs.
- Si l'éditeur vous le demande dans une lettre accompagnant le livre, envoyez votre critique par e-mail à l'adresse indiquée. Jusqu'à présent, seul le Livre de Poche a cette exigence.

5. Sanctions encourues en cas de non-respect des règles :

A . *En cas de retard (dès le premier jour) de remise de votre chronique vous encourez les sanctions suivantes :*

1er retard : 1 mois de suspension 2ème retard : 2 mois de suspension 3ème retard : suspension définitive

B. *En cas de non respect du mimimum de 200 mots hors résumé dans votre chronique de partenariat :*

- Un premier mp vous est envoyé afin de vous demander de rallonger votre chronique.
- Dans le cas où vous ne souhaitez pas vous conformer à la règle malgré le mp de rappel, les mêmes sanctions qu'en cas de retard s'appliquent.

Si vous avez des questions concernant ces règles, vous pouvez les poster dans le sujet: Questions/réponses.

Annexe 6 : Les photos de profil Facebook de Sarbacane

