



RAPPORT SUR L'ÉDITEUR

Par Nicolas Querci ~ Photo : Delphine Ghosarossian

ALORS QUE BEAUCOUP DE MAISONS CRÉÉES DANS LES ANNÉES 1980 ONT DISPARU OU ONT ÉTÉ RACHETÉES, LES ÉDITIONS ALLIA FÊTERONT LEURS 40 ANS EN 2022. RENCONTRE AVEC LEUR FONDATEUR, GÉRARD BERRÉBY, POUR LE TROISIÈME ÉPISODE DE LA SÉRIE CONSACRÉE AUX ÉDITEURS.

En 1982, Gérard Berréby crée les éditions Allia, dont le nom est une référence à l'urinoir de Marcel Duchamp, comme une première provocation au milieu de l'édition.

Né en Tunisie en 1950, il s'est installé en France avec sa famille en 1965. L'heure serait bientôt à la contestation, à la révolte, aux utopies... À l'époque, l'adolescent absorbe tout ce qui se passe autour de lui et se met à lire toutes sortes de choses, pour trouver des éléments de réponse aux questions qu'il se pose. Après avoir quitté le lycée, il enchaîne pendant quelques années les petits boulots, les voyages, se passionne pour le rock, la boxe, avant de se lancer dans l'édition, animé par la volonté de faire des livres que les autres ne font pas.

Les premiers ouvrages qu'il publie penchent du côté des avant-gardes, des situationnistes, de la contestation politique et de la critique sociale. Il publie peu, au début, devient apporteur d'affaires pour son imprimeur afin de payer ses factures, jusqu'à ce que son catalogue commence à avoir de l'allure. Au fil du temps, celui-ci s'élargit à la musique, à la poésie, à la philosophie, à la littérature contemporaine. Il mêle indifféremment les genres et les époques, se joue de la notion de collection, tout en conservant une forte cohérence.

Qu'ils datent de l'Antiquité ou qu'ils aient été écrits de nos jours, les livres que publie la maison entrent tous en résonance avec des problématiques contemporaines : du couple et de la fin des temps à l'heure du Covid dans *Plexiglas mon amour* (2021), un roman de l'anthropologue Éric Chauvier, à la critique de notre rapport à la technologie, dans l'essai de James Bridle, *Un nouvel âge de ténèbres* (2022), en passant par de courts textes qui font écho à notre époque, comme *L'Uniformisation du monde*, de Stefan Zweig, ou encore *Essai sur l'art de ramper à l'usage des courtisans*, du baron d'Holbach, un texte du XVIII^e siècle, deux petits livres parus en 2021, représentatifs de la production de la maison.

C'est dans les années 1990 que Gérard Berréby lance une collection de livres de petit format, élégants, pas chers. Dans la forme aussi, dans l'objet, il mélange la tradition – la mise en page est sobre – et la modernité – les couvertures sont toujours très esthétiques et se distinguent de celles de la plupart des livres français. Comme un pied de nez à la logique capitaliste, Allia est sans doute

aussi le dernier éditeur à glisser dans ses livres des cartes que les lecteurs peuvent retourner pour demander le catalogue de la maison...

Aujourd'hui, la « bibliothèque » des éditions Allia compte près de 1 000 titres, « toute une histoire de la pensée », selon leur fondateur. La maison emploie actuellement trois personnes qui font tout elles-mêmes, sauf l'impression, et est installée au même endroit depuis plus de 30 ans, dans le 4^e arrondissement de Paris, où les livres ont pris de plus en plus de place dans le couloir et au sous-sol.

Alors que la plupart des maisons créées à la même époque ont disparu ou appartiennent à des groupes, les éditions Allia ont réussi à garder leur indépendance financière, mais aussi – « parce qu'on peut être indépendant financièrement et faire n'importe quoi » – intellectuelle et politique. Ce qui leur permet de continuer de publier des livres percutants, qui sortent du lot, qui vont marquer les esprits et nourrir la réflexion. Certes, c'est ce que tous les éditeurs prétendent faire. Mais Gérard Berréby a derrière lui 40 ans de pratique qui donnent une certaine crédibilité à son discours, souvent critique à l'égard du monde de l'édition.

Qu'est-ce qui vous a poussé à devenir éditeur, alors que rien ne vous y prédestinait ?

Je ne souhaite pas raconter mon expérience en la réécrivant a posteriori. Comme très souvent, les choses se font dans la vie à travers des rencontres, des accidents, des coups de chance... Je pourrais vous raconter l'histoire romancée, vous dire que j'avais tout prévu quand j'avais 17 ans, etc. Évidemment, ce que j'ai fait correspond à ce que je voulais faire. En même temps, il y a plein de choses qui n'étaient pas prévues au départ, et heureusement ! J'ai pris une direction, elle aurait pu être tout autre. Je suis devenu éditeur comme j'aurais pu devenir criminel. Je n'avais pas l'idée d'être éditeur, mais j'avais l'obsession de comprendre, d'essayer de voir et de faire par moi-même. Je constatais qu'énormément de choses se ressemblaient, que les gens répétaient ce que faisaient leurs contemporains ou prédécesseurs. Je vais prendre un exemple. Nous sommes trois, tous plus ou moins musiciens, on joue chacun d'un instrument, on a un bon feeling et on décide de monter un groupe de rock. Au départ, on va jouer les morceaux qu'on aime bien, créés par d'autres. Très rapidement, si on ne trouve pas un son, une esthétique propres, on va être noyés dans la masse et on va disparaître. Sortir du lot, émerger avec quelque chose d'autre : c'est ce qui m'intéresse. Être éditeur, je m'en fous. Je ne suis pas devenu éditeur pour appartenir à un milieu.

Que connaissiez-vous du métier, en commençant ?

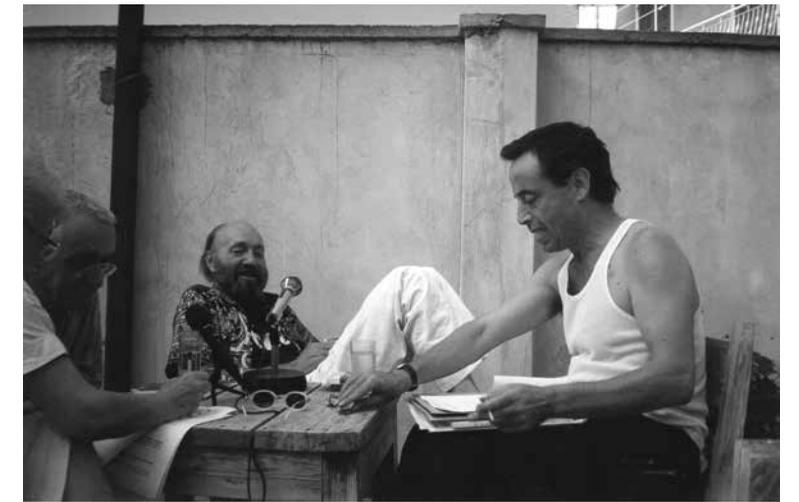
Pas grand-chose. J'avais travaillé six mois comme commercial pour une petite maison d'édition qui a disparu, les éditions Encre. J'ai travaillé une année – deux fois six mois – dans deux librairies à Paris. J'avais 22 ou 23 ans. C'est à peu près tout. J'étais rétif à ce genre d'expérience. Je voulais conserver ma « virginité ». Ce manque d'expérience, le fait de ne pas avoir fait d'études, de venir d'une autre culture et d'un autre pays, ont fait que ma façon d'être ne cadrerait pas avec les mœurs, les coutumes, les traditions du milieu. C'était très bien ainsi, avec le recul. Cela m'a forgé pour assumer ce qui me correspondait le plus, mais à l'époque, je n'en avais pas conscience. Il faut distinguer l'homme qui parle aujourd'hui, qui a un certain âge et 40 ans d'expérience dans l'édition, de celui qui, tout jeune, se lance dans des aventures sans avoir conscience des conséquences, mais avec l'intime conviction que c'est ce qu'il doit faire. Quand on est convaincu, on ne mesure pas les risques. Je suis plus attentif aux risques maintenant que je ne l'étais pendant les dix ou quinze premières années. Cette « inconscience » a été un atout majeur. Quand vous êtes inconscient, et qu'au fond de vous, sans que vous le sachiez, quelque chose vous porte, vous prenez tous les risques.

Comment avez-vous conçu l'identité graphique de la maison, si reconnaissable ?

Cela me donne l'occasion de parler de quelqu'un qui n'est plus de ce monde mais qui m'était très cher, à savoir Patrick Lébédoff, qui était – il n'aimait pas le terme – graphiste. Il a créé l'image publique d'Allia à travers ses couvertures. Il a très bien compris ce qui m'animait. Ce qu'il a créé se distinguait du reste. Comment ne pas être catastrophé quand on va en librairie ? Quelqu'un fait une couverture : dans les six mois qui suivent, ils se mettent tous à faire la même chose. C'est ça, l'édition, la création : on regarde ce que fait le voisin, et on se pavane en refaisant la même chose... Moi, si je m'intéresse à un livre paru en Allemagne, aux États-Unis, n'importe où, et que j'apprends par l'éditeur auquel je m'adresse pour une traduction qu'il y a déjà deux éditeurs intéressés, j'ai l'impression de ne plus être dans le coup. Pour les couvertures, c'est pareil. Patrick a conçu la première couverture et toutes celles des livres d'Allia jusqu'à sa mort, en 2012. Il a réussi à créer quelque chose de remarquable, qui a été beaucoup imité. Quelque chose d'une grande originalité, avec une qualité esthétique certaine, une radicalité typographique. Sur les premières couvertures, nous mettons le nom, le prénom et le



Gérard Berréby et Jean-Michel Mension chez Marie-Jo, à l'Ami Pierre, rue de la Main d'Or, 1997. © Gaston



Elena Verrone, Piero Simondo, Ralph Rumney et Gérard Berréby à Cosio di Arroscia, juillet 1998. © Pauline Langlois

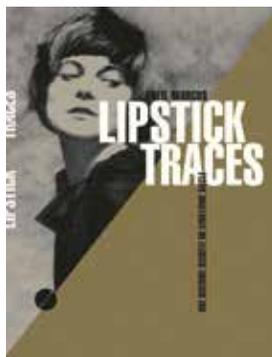
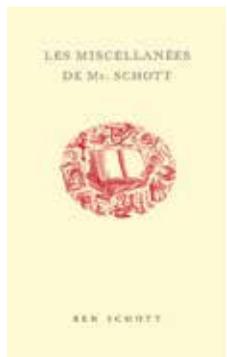
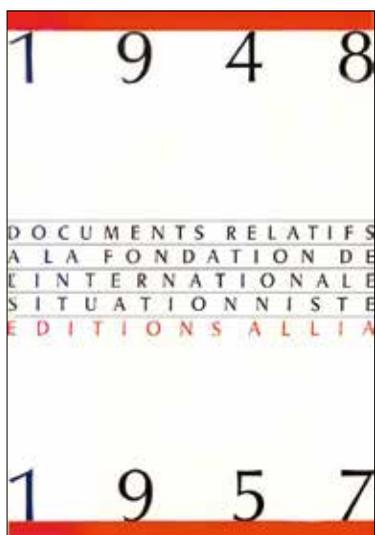
titre dans un cartouche, qu'on interletterait jusqu'à l'illisibilité. C'était presque anticommmercial. Et on a continué ensemble. Je discutais avec lui de ce qu'il faisait, mais je n'ai jamais utilisé mon droit de veto pour lui refuser une couverture. Quant au format de nos livres, on a évolué depuis le début. À un moment où la maison avait des difficultés, en 1995, j'ai lancé ce que tout le monde appelle « La petite collection », même si nous ne lui donnons pas de nom. D'ailleurs, nous n'avons pas non plus de collections, par genres disons, simplement des formats différents, qui esquivaient délibérément toute idée de collection. Généralement, les éditeurs vont faire une collection de philosophie, de littérature contemporaine, de traduction, etc. Nous, on mélange tout.

Comment avez-vous réussi à vous faire une place en librairie ?

Dès le début, les libraires ont compris que ce que nous proposions était différent. En 1985, trois ans après la création de la maison, nous avons publié un livre de 700 pages sur l'origine du mouvement situationniste, relié, en grand format. Heureusement que j'étais inconscient ! Autour de moi, les gens me disaient que je courais à la faillite... Aujourd'hui, le livre est totalement épuisé et je ne peux pas le republier, pour des questions de droits. À l'époque, je n'avais aucune notion de ce qu'était le droit d'auteur. Ce qui m'intéressait, c'était l'expression d'une idée, d'un mouvement, d'une esthétique. Les libraires qui nous ont vus débarquer avec des livres comme ça ont compris qu'il se passait quelque chose. Ma démarche, c'était de ne pas faire ce qui se faisait. Ce qui ne veut pas dire prendre le contrepied des autres...

Vos ouvrages sont souvent regroupés ensemble, en librairie... Les auteurs, les genres se retrouvent mélangés...

Que nos livres se retrouvent à part, ça correspond à l'idée que je me fais de ce que nous réalisons. C'est aussi une question fonctionnelle, on a beaucoup de livres de petit format. Nous fabriquons des présentoirs, nous avons deux ou trois idées que nous mettons en pratique pour être visibles. J'en profite pour préciser que je n'ai jamais fait de distinction entre le noble – l'édition – et le vulgaire – le commerce. Quand on fait des livres, on fabrique des marchandises. Vous pouvez penser tout ce que vous voulez sur la particularité de cette marchandise, mais elle est soumise à tous les problèmes d'une marchandise. Et celui qui produit une marchandise doit la vendre, sinon il disparaît. Ça ne me pose aucun problème de m'occuper de la vente de mes livres. Les gens qui travaillent avec moi ont cette mentalité, parce qu'ils savent que la vente des livres est la seule garante de notre liberté éditoriale. Pour nous, ce qui compte, c'est que l'on puisse faire ce qu'on a envie de faire. Pour vendre des livres, il faut que les gens puissent les voir en librairie, puisque nos marchandises – je tiens à ce mot – y sont vendues. Vous allez en librairie pour acheter des livres. Vous voyez nos livres, et s'ils vous attirent, vous les prenez, vous les retournez, vous voyez la quatrième de couverture, vous lisez un mot, un paragraphe, vous avez une impulsion d'achat : vous les prenez. Et en plus ils ne sont pas chers ! Le prix est un élément important de notre politique. Il ne faut pas avoir fait des études supérieures pour se rendre compte que l'un des problèmes, aujourd'hui, c'est que les gens n'ont pas beaucoup d'euros à dépenser. On me



Plusieurs livres ont marqué des étapes dans le développement de la maison, comme *Documents relatifs à la fondation de l'Internationale situationniste* (1985), *Le Temps du sida* (1990), les *Pensées* (1992) de Leopardi, *Lipstick Traces* (1998) ou encore *Les Miscellanées de Mr. Schott* (2005).

demande parfois comment je fais pour vendre mes livres si peu cher. À quoi je réponds : «*Demandez aux autres pourquoi ils les vendent aussi cher.*» Si on fait des livres à 3 €, à 6 €, c'est que c'est possible.

Qu'est-ce que vous gagnez sur un livre à 3,10 € ou à 7,50 € ?

Pas grand-chose. Mais on arrive à vivre, à faire en sorte que les gens soient payés. Ceux qui travaillent avec moi aiment ce qu'ils font. L'audace éditoriale est l'une des raisons pour lesquelles ils sont ici. Ce sont des gens pleins de qualités, de talent, ils pourraient facilement trouver une place dans une grande maison où ils seraient mieux payés et où ils travailleraient un peu moins... Notre marge bénéficiaire est très basse. Je comprends que l'on puisse considérer qu'avec une marge aussi basse, ça ne vaut pas le coup de faire les choses. Nous, on pense que ça vaut le coup.

Pour baisser les coûts, est-ce qu'il faut obligatoirement imprimer à l'étranger ? Mal payer les auteurs ?

On ne sacrifie pas la qualité. Nous faisons plutôt figure de modèle dans la profession. Tous nos auteurs, nos agents, les maisons d'édition étrangères avec lesquelles nous travaillons, sont payés. Nous avons des contrats qui sont négociés et que nous respectons. Les auteurs sont payés, à notre façon. C'est-à-dire que nous ne versons pas d'a-valoir. Nous établissons des contrats à 10% de droits d'auteur sur les ventes effectives. Au bout d'une année – et ça se reconduit tous les ans –, on verse les sommes dues à l'auteur. Évidemment, il y a une grande injustice, entre celui qui vend 1500 exemplaires et celui qui en vend 40 000 : ils ne toucheront pas la même chose. Nous payons ces sommes-là. Concernant l'impression... Nous traversons une crise majeure. À force d'être allés chercher à l'autre bout de la planète la main-d'œuvre la moins chère, nous assistons à une crise des matières premières, à savoir la pâte à papier, dont le prix va augmenter. Tout ça fait que beaucoup d'éditeurs, y compris de gauche, vont imprimer dans les pays baltes, en Chine... Nous, nous imprimons nos livres en Espagne, où les prix sont un peu plus bas qu'en France, mais pas beaucoup. Donc c'est possible de faire les choses.

Dans votre catalogue, le roman d'un jeune auteur a autant d'importance que le texte d'un penseur de l'Antiquité ou qu'un auteur classique. Est-ce que cela signifie qu'il n'y aurait pas, pour vous, de hiérarchie entre les œuvres, les auteurs, les genres ?

C'est une façon de briser le moule. Je me méfie comme de la peste du catalogage. On a tendance, à partir de deux ou trois éléments, à vous enfermer dans une case. Je pense que la vie humaine est beaucoup plus complexe que cela. Je n'aime pas les catégories, le classement. Et puis, tout ce qui nous distingue dans notre façon de fonctionner, c'est ce qui forme un style, dans notre époque. Si on arrive, à travers nos aspirations personnelles, à construire, à créer quelque chose qui se distingue de ce qui existe, ça veut dire qu'on ne s'est pas fatigué en vain, que ce que l'on a fait a du sens. C'est devenu significatif parce que ça répondait à ce qu'une partie du public ressentait plus ou moins confusément. On n'a pas fait d'étude marketing pour savoir ce qu'il voulait. Et puis en fait, on s'en fout, du public ! Il y a un manifeste futuriste russe, qui s'intitule *Une gifle au goût public* : c'est ça ! Si le public a l'habitude d'avoir la même chose à chaque fois, il faut le déstabiliser. Je vais reprendre un exemple dans la musique, avec le public qui a fait le succès de Bob Dylan à ses débuts. À force, Bob Dylan n'en pouvait plus, et il

a complètement électrifié sa musique. Une grande partie du public a crié au scandale, à la trahison. Et lui disait qu'il n'y avait pas de trahison, qu'il ne dépendait de personne. C'est un peu la même chose. On pense qu'on doit faire ça, eh bien non, on va faire autre chose, mais tout en ayant à l'esprit la cohérence de l'ensemble.

Est-ce qu'il y a malgré tout des livres qui ont plus compté que d'autres ?

Disons qu'il y a des livres qui ont fait date, qui ont marqué des étapes dans le développement de la maison. Lorsque nous avons publié *Lipstick Traces* de Greil Marcus, en 1998, les livres qui parlaient de musique populaire dans l'édition française ne couraient pas les rues. Ça a été une date importante. 1985 aussi a été une date importante, avec la publication des *Documents relatifs à la fondation de l'Internationale situationniste*, dont je vous parlais tout à l'heure. En 1990, nous avons publié le premier livre de Michel Bounan, *Le Temps du sida*, un livre de critique sociale et médicale. En 1992, nous avons fait paraître les *Pensées* de Giacomo Leopardi, dont nous avons par la suite publié presque toute l'œuvre. À l'époque, cela nous avait valu une presse phénoménale... Et comme ça, d'année en année, il y a eu des moments importants dans le développement de la maison, qui ont été à chaque fois des orientations éditoriales nouvelles, tout en s'intégrant à ce qui existait. Et on continue.

En 2005, vous avez publié *Les Miscellanées de Mr. Schott*, de Ben Schott, un immense succès...

C'est un exemple intéressant. Parce que ça m'a appris des choses. Je voulais faire ce livre. Il avait été traduit dans toutes les langues, je me suis dit qu'on ne pourrait jamais en obtenir les droits pour la langue française. On a quand même écrit à l'éditeur anglais, Bloomsbury, en lui disant, dans notre « inconscience », que le livre posait des problèmes. Par exemple, Ben Schott parlait de l'argot dans les écoles anglaises, ce qui aurait paru incompréhensible ici. Dans la demande que nous avons faite, nous avons dit qu'en accord avec l'auteur, nous souhaitions apporter quelques modifications. Je suppose que ça a dû jouer en notre faveur. En général, quand vous achetez un livre qui a marché dans le monde entier, vous le prenez tel quel... Ce qui a aussi joué en notre faveur, c'est la déliquescence de l'édition française, dont je juge le niveau assez bas. L'éditeur anglais des *Miscellanées*, c'est l'éditeur de *Harry Potter*. L'éditeur français des *Miscellanées*, logiquement, aurait dû être Gallimard. Le livre s'est vendu à 250 000 exemplaires... Bien

plus tard, le boss de Bloomsbury m'a dit : «*Quand on a reçu votre proposition, aucun éditeur ne voulait le faire. On ne comprenait pas... J'ai parlé avec l'auteur, pour lui dire qu'il y avait une toute petite maison qui voulait le faire. Et que si cette maison obtenait un succès avec ce livre, il y avait de fortes chances pour qu'elle fasse faillite.*» Parce qu'une petite maison qui tout à coup se retrouve avec 250 000 exemplaires d'un livre n'a pas l'envergure pour supporter un tel changement d'échelle : vous passez de tirages de 2, 3, 4 000 exemplaires, à des réimpressions de 30 000. Sachant que le premier tirage était de 15 000 exemplaires, ce qui était déjà énorme pour nous. Il a fallu que notre imprimeur nous suive. À l'époque, je travaillais avec un imprimeur italien. Les imprimeurs ont des assurances-crédits en cas d'impayés. Pour les éditions Allia, l'assurance donne un en-cours de telle somme à l'imprimeur, qui en principe ne doit pas le dépasser, parce que si on ne paye pas, il ne sera pas remboursé. L'imprimeur nous a suivis, alors que les factures explosaient.

Comment savoir qu'un livre va marquer son époque ? Est-ce que vous vous trompez parfois ?

Heureusement que je me trompe ! Ça veut dire que c'est mouvant, vivant, fluctuant. Parce que si je ne me trompais pas, d'abord je serais un robot, et surtout, ça voudrait dire que je suis mort. On se trompe obligatoirement. Je suis à l'origine de la majorité des livres publiés ici, mais régulièrement, je me laisse porter par une rencontre qui m'ouvre un autre horizon. Sans quoi je finirais par stagner, par me répéter et par m'user. Si la maison paraît aussi jeune vue de l'extérieur, alors qu'elle commence à être une « vieille » maison, c'est parce qu'il y a cette dynamique. On ne s'est pas enfermés dans notre propre ghetto. Nous parvenons à travers une approche ludique à faire exploser les contraintes et à nous renouveler régulièrement, tout en restant fidèles à l'esprit qui a fondé notre aventure. Je vais prendre l'exemple du graphisme. Généralement, quand ça ne marche pas dans une maison d'édition, on change de graphiste, on change l'identité graphique. Nous, que ça ait marché ou pas – et au début, ça ne marchait pas, puis un peu, puis moins, puis de nouveau, bref ! –, on n'a jamais touché à ça. Lorsque Patrick Lébédoff a disparu, il était impensable d'engager un graphiste en lui disant « Vous allez faire ça ! », de l'exécution. C'est Danielle Orhan, qui est mon bras droit ici et qui préside à toutes les décisions de la maison, qui a hérité des couvertures, alors qu'elle n'est pas graphiste. Mais elle a une formation d'historienne de l'art et une excellente connaissance iconographique. Il était impératif

que l'esprit de la création de Patrick se perpétue. Petit à petit, Danielle a réussi à apporter son coup de patte. Nous sommes fidèles, reconnaissants, mais pas statiques.



Parfois connues pour leurs petits livres d'auteurs du passé, les éditions Allia ont également «lancé» de nombreux écrivains contemporains, comme Valérie Mréjen, Grégoire Bouillier ou encore Simon Johannin.

Combien de manuscrits recevez-vous ? Comment est-ce que vous les retenez ?

Nous recevons 850 manuscrits par an. 90 % de ce que l'on reçoit n'est publiable par personne. Dans ce qui reste, je vois passer de très bons manuscrits, mais deux jours après les avoir lus, je ne me souviens de rien. Là où on s'arrête un peu plus, c'est quand il y a un travail sur la forme, quand dans l'écriture, le style, il y a quelque chose qui innove. En 1999, quand on a publié le premier livre de Valérie Mréjen, *Mon grand-père*, ça a marqué les esprits. Quand on a publié *Rapport sur moi* de Grégoire Bouillier, en 2002, un écrivain-critique a dit : «*Il y aura un avant et un après Rapport sur moi dans le récit autobiographique.*» On reçoit également des tonnes de manuscrits qui ressemblent à ce que l'on a fait, mais ça ne nous intéresse plus, parce qu'on est déjà passés à autre chose. J'ajouterai que nous refusons les auteurs déjà publiés ailleurs. Après, certains auteurs que nous avons découverts s'en vont, nous quittent... C'est ainsi. Nous avons une politique éditoriale, pas une politique d'auteurs. Si on commence à faire comme les autres éditeurs qui tremblent dès que la poule aux œufs d'or risque de partir, ça ne m'intéresse pas.

Quelqu'un comme Simon Johannin, qui a beaucoup de succès, doit être très courtois...

Pour l'instant, il est là. Il n'est «que» sollicité. Il m'a raconté une histoire, récemment, à propos

d'une femme qui l'a invité à prendre un café. Il m'a dit : «*Elle a posé un sac à 2000 boules sur la table. Elle me parlait, elle me trouvait génial, fantastique. Elle voulait qu'on fasse des choses ensemble. Je lui ai demandé pourquoi elle n'a pas publié mon manuscrit quand je le lui ai envoyé à l'époque...*» Évidemment qu'il l'avait envoyé partout avant de nous l'adresser ! Et évidemment qu'il est sollicité de toutes parts maintenant. C'est comme ça : si un livre marche chez moi, et que vous, vous travaillez dans une autre maison, on va vous reprocher de ne pas l'avoir fait, donc démerdez-vous pour récupérer cet auteur avant qu'il ne devienne trop cher.

Comment ça se passe lorsque des amis à vous vous proposent des livres qu'ils ont écrits ?

Dans un premier temps, ces gens-là trouvent que je fais un travail remarquable. Mais si je fais une remarque négative ou si je refuse de donner suite à un projet de publication, celui d'un auteur que j'ai déjà publié ou de quelqu'un de mon environnement proche, je deviens un marchand de soupe... Je ne publie pas des livres par amitié. Le renvoi d'ascenseur est une chose que je ne connais pas. La complaisance non plus. Ce qui me préoccupe, c'est la gueule de notre catalogue quand il sort dans la rue. On le défend bec et ongles, quitte à nous fâcher avec tout le monde. Si je pense qu'un livre ne rentre pas dans notre catalogue, je ne le fais pas, quelle que soit la personne.

Vous intervenez beaucoup sur les textes ? Vous échangez avec les auteurs ?

Quand on a quelque chose à dire. En tant qu'éditeur, vous êtes garant de la langue, vous allez trouver un problème de concordance des temps, une phrase mal construite, un chapitre à déplacer, etc. Je suis là pour ça. Mais on ne fait pas ça avec tout le monde, tout le temps, c'est variable. Je n'ai pas envie de donner nos secrets de fabrication !

Comment est-ce que vous trouvez les petits textes d'auteurs classiques, notamment étrangers, que vous publiez ?

Je vais prendre l'exemple de Stefan Zweig, que je connaissais évidemment, mais pas ce texte-là, *L'Uniformisation du monde*, que nous avons publié cette année. Un jour, je reçois un email de quelqu'un au Canada, Francis Douville Vigeant, que je ne connaissais pas. Il me dit qu'il est tombé sur ce texte qu'il a traduit pour son travail de recherche, pour sa thèse, et il pense que ce texte correspond à ce que nous faisons. Il ne s'est pas trompé. Ça aussi, ça révèle quelque chose de notre travail, de très réjouissant, mais qui nous échappe :

il y a une certaine émulation autour de la maison, qui transmet à l'extérieur une énergie, une curiosité intellectuelle, une audace, à tel point que l'on reçoit des propositions d'inconnus. On refuse plein de choses mais on en accepte aussi.

Qu'est-ce qui vous rend le plus fier : faire découvrir un texte du passé, ou accompagner un nouvel auteur ?

Tout. C'est très sincère. C'est aussi bien Éric Chauvier que les deux nouveaux livres de Jean François Billeter, qui paraîtront en 2022, ou bien les deux prochains livres de Simon Johannin sur lesquels nous travaillons et qui paraîtront l'année prochaine. Il y a un élément fondamental quand je suis ici : c'est que je ne vois pas le temps passer. Et quand je ne vois pas le temps passer, c'est que je suis dans mon élément. Ça veut dire que j'aime ce que je fais, et que ce sur quoi je travaille m'excite, m'enrichit l'esprit, m'apporte quelque chose. Ce n'est plus du travail, alors que je travaille comme un forcené. Je prends plaisir à tout.

Quels sont les tirages moyens ?

C'est variable. Mais quand on sort un nouveau livre, il est rare qu'on l'imprime à moins de 3000 exemplaires. Pour *Plexiglas mon amour*, d'Éric Chauvier, paru en septembre, le premier tirage était de 7000 exemplaires. Le jour de la sortie, la mise en place effectuée par le diffuseur-distributeur avoisinait les 3000 exemplaires en librairie, ce qui donne une visibilité certaine au titre. C'est très difficile de prévoir les tirages. Maintenant, on sait à peu près à combien imprimer, même si ça reste une science inexacte. Quand on a plus de 900 titres au catalogue, quand on réfléchit à ce que l'on fait, quand on a un peu de mémoire, ça s'appelle de l'expérience. Pour le petit livre de Stefan Zweig, on doit être à la troisième réimpression depuis le début de l'année.

Sur l'année, comment se répartissent les ventes entre les nouveautés et le fonds ?

65 % de notre chiffre d'affaires sont réalisés avec les titres du fonds. Et 35 % avec nos nouveaux livres publiés dans l'année. On publie en moyenne une trentaine de livres par an, et on en imprime entre 100 et 130 en tout. C'est-à-dire qu'en dehors des 30 nouveautés que l'on sort, on réimprime en moyenne 80 titres de notre catalogue. Des gens du métier me disent que l'époque n'est plus aux catalogues ! Quand je vois que nous faisons près des deux tiers de notre chiffre d'affaires grâce au fonds, je me dis que ce sont des imbéciles ! Il ne faut jamais écouter ce que vous disent les autres.

Comment se passe la promotion ? Vous vous occupez beaucoup de la presse, des libraires, des réseaux sociaux ?

Je rencontre très peu les journalistes. On travaille beaucoup à distance. À un moment, j'ai eu une personne qui s'occupait de la presse. Elle m'a demandé de quel budget elle disposait. Je lui ai demandé pour quoi faire ? Elle m'a dit : «*Pour déjeuner avec les journalistes.*» Je lui ai demandé ce qu'elle prenait d'habitude, pour déjeuner. Elle m'a dit un sandwich. Alors je lui ai dit : «*Vous prenez un sandwich avec le journaliste.*» Je ne suis pas là pour ça... Un journaliste peut nous demander un livre et on en envoie aussi spontanément. La quantité envoyée de services de presse est très variable. Ça peut être 30 exemplaires pour un titre. Mais, par exemple, pour *Nino dans la nuit* de Capucine et Simon Johannin, on a envoyé environ 500 exemplaires, parce que le livre figurait sur la liste de nombreux prix littéraires. Il a eu une presse qui dépasse l'entendement. On s'adapte !

— Ce qui me préoccupe, c'est la gueule de notre catalogue quand il sort dans la rue. —

Qu'est-ce qui a le plus changé dans l'édition depuis 40 ans ? Quel regard portez-vous sur le secteur ?

Tout a évolué, parce que tout est lié. Ce qui a changé, surtout, c'est que la concentration est beaucoup plus importante. Avant, on laissait les miettes aux petits éditeurs. Mais maintenant, dans les grands groupes, on a mis des gens qui cherchent des textes dans le domaine public, là où on a trouvé pas mal de pépites, que l'on a publiées. Le but, c'est qu'il n'y ait plus un centime qui leur échappe. C'est de gagner sur l'édition, la diffusion, la distribution, les prix littéraires, les subventions... La concentration va encore s'accroître parce qu'il faut avoir un groupe de taille internationale. Ce qui a changé, aussi, dans la petite et moyenne édition, c'est qu'il y a plein de maisons qui ont disparu. Il y en a pas mal qui se créent, depuis quelque temps. Ça m'intéresse, mais pas beaucoup, dans la mesure où je ne trouve pas vraiment d'affirmation personnelle qui se distingue. Mais du travail de qualité, régulièrement, des livres que j'achète, qui m'intéressent, oui. Même si je trouve que beaucoup de nouvelles maisons sont un peu dans le moule...