

Politique éditoriale et communication en Belgique francophone

Après une période d'incertitudes, les traits du marché de l'édition belge se précisent et laissent entrevoir un réel déploiement du secteur de la communication dans celui de l'édition. Réorganisations chez Labor, récemment acquis par TXT Media. Résurrection du Grand Miroir et de la Renaissance du Livre, après le rachat par la société Tournesol Conseils. Et de nombreux projets.

TXT Media est une société de packaging éditorial fondée en 2003 par Jean-Marc Dubray. Cette entreprise ne s'occupe pas d'édition au sens traditionnel : son activité consiste à publier des contenus sur des supports variés (livre, DVD, fascicule) pour des journaux et des magazines. Il ne s'agit pas non plus d'un label, la marque définitive du produit étant définie par la clientèle. Il reste que la trajectoire de son fondateur s'inscrit dans les métiers du livre, entre le culturel et le commercial, puisque Jean-Marc Dubray a travaillé successivement chez Flammarion, au Seuil, à la tête de Pastel, chez Casterman, chez Rossel, et enfin chez Paperview. Si les apports de TXT Media se cantonnent encore au seul graphisme, la collaboration avec l'équipe de Labor sera réellement effective quand les deux entreprises, autour d'un corpus commun, seront en mesure de publier un même titre pour la presse et pour la librairie. Au confluent de la logique de marketing d'une entreprise commerciale et des préoccupations culturelles d'une maison d'édition, ce type d'alliance

pose question quant à la qualité et à la liberté des titres du catalogue. Autrement dit, les intérêts financiers ne risquent-ils pas, à terme, d'infléchir les choix éditoriaux de la maison ? Face à ces inquiétudes, dont le temps nous dira si elles sont fondées ou non, Jean-Marc Dubray répond sereinement : « *Pour pouvoir vivre, payer ses frais, son personnel, ses auteurs, prendre des risques éditoriaux, une maison d'édition a besoin d'argent et a donc besoin de vendre des livres. Certains se vendent mieux que d'autres, ne fût-ce que parce qu'ils rencontrent les attentes de prix, de rêve, de connaissance... d'un public plus large. Il faut arriver à équilibrer l'ensemble.* » Et le patron de TXT Media de rappeler que les Éditions Labor n'ont pas été rachetées par des marchands d'armes.

Si Marie-Paule Eskénazi, ancienne directrice de Labor, demeurée un temps conseillère éditoriale, et Fabienne Herc, son assistante, ne font plus partie de la maison, Jean-Marc Dubray compte sur l'efficacité d'éditeurs internes, Muriel Molhant pour la littérature, Jean-François Fuëg et Martine Baurain pour les sciences humaines, ainsi que de nombreux directeurs de collection. En outre, les Éditions Labor bénéficieront désormais du savoir-faire, en tant que conseiller éditorial, de Jean-Claude Zylberstein, par ailleurs avocat à la Cour d'Appel de Paris et fondateur du « Domaine étranger » chez 10-18.

Un travail de réorganisation est en cours au niveau des collections ; des suppressions, des fusions et des créations sont réalisées dans l'optique de rationaliser l'offre de Labor. Du côté des

abandons, la collection de textes gays et lesbiens « Théglaçé » ne fera plus partie du catalogue. Il en va de même pour « Tandem », consacrée aux problèmes de la vie quotidienne, mais qui continuera à exister sous le titre de « La vie en questions ». Parmi les collections qui se déploieront dans les mois à venir, sont déjà programmées « À l'abordage », ou aborderont les albums illustrés, et « Belges cuisines », avec des livres de recettes.

En ce qui concerne la collection littéraire « Espace Nord », la politique patrimoniale belge sera conservée, en s'attachant comme autrefois aux rééditions et à la publication de textes contemporains. À cet égard, l'entrée de Colette Nys-Mazure est prévue pour le mois de juin. La collection s'ouvrira cependant à d'autres horizons et accueillera des textes des quatre coins du monde (Europe, Amérique, Afrique,...).

Les sentiers de la légitimité

On ne connaît pas forcément la trajectoire de Luc Pire, de sa carrière de journaliste à l'hebdomadaire *Pour* dans les années 70 à la fondation en 1991 de la société Tournesol Conseils, tour à tour commercial dans l'imprimerie coopérative Infopress, directeur national d'InfoJeunes (où il crée la Carte Jeunes) et expert à la CEE. De même, on peut ignorer que la société Tournesol Conseils, SPRL d'abord, société anonyme ensuite avec l'entrée de Rossel au sein du capital en 1998, est une agence de communication institutionnelle, dans laquelle sont créées en 1994 les Editions Luc Pire.

Depuis le retrait de Rossel durant l'été 2004, Luc Pire est l'unique actionnaire de Tournesol Conseils. Après dix ans d'activité éditoriale, le moment paraît opportun de réexaminer les stratégies éditoriales de la maison : « *J'ai pensé à tout abandonner et à me faire artisan du livre, en publiant dix titres par an.* » Luc Pire fait le bilan, mais ne le dépose pas. Et soucieux de se consacrer à l'édition, il cède la majorité des parts du Chèque-Lire (créé en 2000) à la société Sodexo. Mais la prise de position décisive de Luc Pire reste le double rachat du Grand Miroir et de la Renaissance du Livre, en faillite depuis peu.

Avec les éditions du Grand Miroir (cofondées en 2001 par Stéphane Lambert, Marc Filipson et lui-même) et la Renaissance du Livre (fondée en 1926, puis relancée par Michel de Paepe en 1997 après une longue période d'inactivité), Luc Pire hérite d'un fonds de qualité. A cet égard, les 600 titres de la Renaissance du Livre feront l'objet d'une sélection — dont on sait qu'elle abandonnera les titres pour la jeunesse — et d'une réorganisation, les textes littéraires passant au Grand Miroir, à l'exception de la littérature illustrée. Quant à la configuration du catalogue du Grand Miroir, à laquelle sera associé Stéphane Lambert, il est encore un peu tôt pour en parler.

Luc Pire pourra également doter sa production éditoriale d'une plus forte cohérence. Car le catalogue actuel, par sa diversité, rappelle le moine Salvatore dans le *Nom de la Rose* qui, parlant trop de langues, n'en connaît aucune. En cause d'une part, une politique d'ouver-

ture à des auteurs de gauche comme de droite, d'où a germé l'image d'un certain opportunisme — bien que la confusion s'estompe, à considérer le catalogue comme un espace démocratique. En cause d'autre part, la diversité des genres et des niveaux des titres proposés, et donc des publics visés. De ce point de vue, les rachats du Grand Miroir et de la Renaissance du Livre sont l'occasion de disposer de structures nettement définies : la littérature et les essais au Grand Miroir, les beaux livres (art, littérature en images et voyages) à la Renaissance du Livre, et les ouvrages de politique, d'investigation et d'humour chez Luc Pire. Dans cet esprit de clarification, une quatrième marque sera créée dans les prochains mois, pour dissocier les titres « grand public » du reste du label Luc Pire.

Enfin, Luc Pire a désormais toutes les cartes en main pour offrir à certains titres de son catalogue, à l'instar de la collection littéraire « Embarcadère », un écrin culturellement plus légitime. En effet, les nombreuses initiatives de Luc Pire, comme la relance de la Foire du Livre en 1998, sont certes l'expression d'un réel engagement citoyen, mais elles n'ont pas réussi, desservies par des publications parfois trop commerciales, à doter le label d'une véritable reconnaissance. Rétroactivement, c'est la marque Luc Pire dans son entièreté qui pourrait bénéficier du prestige des nouveaux labels.

Désormais à la tête d'un groupe éditorial, celui qui ne se dit pas « éditeur », mais « opérateur culturel », a fait appel à l'expérience de Clotilde Guislain, édi-

trice pendant près de trente ans chez Casterman, chez Milan et chez Rossel, pour s'occuper de la politique éditoriale. Luc Pire se consacrera aux ouvrages qui font le succès et l'identité de la maison depuis ses débuts.

À suivre

En dépit des questions soulevées par le phénomène des concentrations, et par l'entrée de la communication dans le secteur de l'édition, les récentes mutations témoignent de l'ambition de certains acteurs du marché de l'édition belge d'éditer par-delà les frontières. Pour les Éditions Labor, Jean-Marc Dubray évoque l'ouverture d'un bureau à Paris. Quant à Luc Pire, les acquisitions que l'on sait indiquent plus que jamais sa volonté d'investir le marché français, voire international. Grâce au Grand Miroir, dont la politique éditoriale est toujours allée en ce sens. Grâce à la Renaissance du Livre surtout, qui a permis à Luc Pire de passer un accord avec le diffuseur-distributeur CDE-SODIS (Gallimard). Opportunité en or, dont on devine l'importance pour l'exportation de la production éditoriale belge. Et dans le meilleur des mondes, pour autant qu'elles soient bien menées, ces initiatives pourraient constituer un grand pas en avant dans le développement de la légitimité de l'édition belge (dont on dit si souvent que les auteurs sont ceux qui ont été refusés à Paris). Reste à savoir quels livres bénéficieront de ces nombreux avantages.

Tanguy Habrand