

L'enquête

LA RÉVOLUTION DES DROITS

Pendant que les foires internationales se déroulaient en visio et que les plateformes de VOD enregistraient des records d'audience, producteurs de cinéma et de séries redécouvraient la puissance d'un média millénaire : le livre. Options audiovisuelles tous azimuts, cessions audio en plein boom, contrats à rallonge, deux ans après le début de la crise sanitaire, les directeurs des droits des maisons d'édition apprivoisent leur nouveau quotidien, dans lequel n'importe quelle bonne histoire se doit d'être déclinée sur différents supports.

Stand des Éditions des Grandes Personnes au Bief (Bureau international de l'édition française), à la foire du livre de Francfort.

Qui sera le nouveau Lupin ? Un an après que le gentleman cambrioleur de Maurice Leblanc a explosé les compteurs sur Netflix, les adaptations françaises se bousculent. Tandis que Virginie Efira et Romain Duris ont fait swinguer le box-office de janvier dans *En attendant Bojangles* (Olivier Bourdeaut, Finitude), Bruno et Michel, les demi-frères des *Particules élémentaires* de Michel Houellebecq, débarquent sur France 2 dans une mini-série de deux épisodes, TF1 pro-

gramme au printemps *Le syndrome E*, adapté du polar de Franck Thilliez, et Jules Verne régnera sur les écrans avec plusieurs adaptations simultanées, dont *Nautilus*, inspiré de *20 000 lieues sous les mers*, pour Disney +.

UN BOOM DES OPTIONS

Petit et grand écrans sont toujours allés puiser des histoires dans les livres. Mais le mouvement s'est considérablement accéléré sur le format série ces dernières années. « *Sur dix contrats d'options que nous signons, je dirais que neuf concernent l'audiovisuel, et une seule le cinéma* », observe Alexandra Buchman, directrice des droits audiovisuels d'Editis, qui a créé en deux ans une base de droits audiovisuels, les rendez-vous en ligne « *Du livre à l'écran* », et même un « *Studio des auteurs* », pour accompagner financièrement les producteurs tentés par des adaptations. Selon une étude du cabinet NPA Conseil dévoilée en novembre pendant le festival Marseille Series Stories, 47 % des séries diffusées sur les plateformes de VOD entre septembre 2020 et juin 2021 étaient adaptées d'œuvres littéraires. « *Nous sommes dans un contexte où les plateformes de VOD sont en recherches constantes d'IP's (intellectual properties)* », confirme Nathalie Piaskowski, directrice générale de la Société civile des éditeurs de langue française (Scelf), qui déploie cette année à Angoulême, le 16 mars, l'événement Shoot The Book !, des sessions de pitches, par des éditeurs de BD et un marché des droits. « *Les acteurs sur le marché se multiplient, la demande de contenus augmente, appuyée par le décret SMAD de juillet 2021, qui leur impose de financer des productions françaises. Et le confinement a joué un rôle : les tournages étant à l'arrêt, les producteurs ont eu davantage de temps pour lire, et pour se consacrer au développement des projets.* » Résultat : déferlante de contrats d'options dans les services de cessions de droits. Chez Fayard, Carole Saudejaud, responsable des droits étrangers et audiovisuels, constate une hausse de 50 % des options en 2020 et 2021, parmi lesquelles *La vie mode d'emploi*, de Georges Perec. Mêmes chiffres pour le groupe Editis, quand Média-Participations annonce 200 options en cours. Banquière dans le secteur de l'audiovisuel et du cinéma, Jeanne Le Scoul parle même d'une « *course à l'échalote* » entre les studios de production : « *C'est à qui bloquera les droits le premier sur un titre fort.* » « *Ce qui les intéresse, c'est d'avoir accès très tôt aux histoires* », note pour sa part Maÿlis Vauterin, qui vient de quitter les droits de Stock pour créer un bureau audiovisuel et littéraire avec un associé. Ce dynamisme est bienvenu pour les éditeurs : si l'activité du Bief (Bureau international de l'édition française), avec sa « *French Week* » en ligne ou la plateforme Books of France, a permis de sauver les meubles, le Covid a mis à mal les



De gauche à droite :

Laurent Duvault, directeur de Mediatoon (Médias-Participations).

Carole Saudejaud, responsable des droits étrangers et audiovisuels chez Fayard.

Alexandra Buchman, directrice des droits audiovisuels d'Editis.

cessions de droits de traduction, qui se sont rétrécies de 3,5 % en 2020. « *Les cessions à l'étranger représentent pour mon service le plus gros chiffre d'affaires et le plus grand nombre de contrats*, tempère Vibeke Madsen, responsable des droits de P.O.L. *Mais j'élargis chaque année mon carnet d'adresses dans l'audiovisuel, avec des effets très positifs sur le nombre d'options.* »

BEAUCOUP D'INCERTITUDES

En plus de s'intensifier, les échanges se sont aussi internationalisés. Chez Nathan, où elle a décroché dix options cette année, Marie Dessaix, directrice des droits étrangers, négocie actuellement avec Netflix US et un producteur espagnol. Laurent Duvault, directeur du développement audiovisuel chez Média-Participations, cède près de 20 % de ses droits à des producteurs étrangers, et Flammarion annonce deux séries en développement pour des plateformes aux États-Unis, adaptées de *La dictatrice*, de Diane Ducret (FX productions) et



PHOTOS OLIVIER DION

LE LEXIQUE DES DROITS

DROITS SECONDAIRES

Ils désignent toute exploitation autre que le livre imprimé d'origine.

DROITS ÉTRANGERS

Ce sont les droits de traduction en langue étrangère.

DROITS DE REPRODUCTION ET D'ADAPTATION GRAPHIQUE (OU DROITS ANNEXES)

Dans cette catégorie figurent les droits d'exploitation de tout ou partie du texte d'origine sous d'autres formats, tels que poche, club, grands caractères, numérique, illustré, édition de luxe, bande dessinée...

DROITS D'ADAPTATION ET DE TRADUCTION SUR DES SUPPORTS AUTRES QUE GRAPHIQUES

Toute exploitation autre que graphique, incluant le livre audio, l'exploitation théâtrale, sonore, musicale, visuelle, radiophonique...

DROITS DE REPRÉSENTATION ET COMMUNICATION

Droits de représenter l'œuvre par tout procédé de communication au public, tel que la représentation dramatique, la lecture publique ou la récitation, à l'exception des droits audiovisuels.

DROITS AUDIOVISUELS

Il s'agit des droits d'adaptations pour le cinéma (film, court-métrage, *live action*), ou la télévision (séries), incluant les plateformes de streaming. Les droits audiovisuels font l'objet d'un contrat distinct.

DROITS DE MERCHANDISING

Droits d'exploitation de produits dérivés tirés d'une œuvre.

de *Belle Greene*, d'Alexandra Lapierre (Gaumont USA). Devant cette masse de manuscrits à fort potentiel, « *le travail des scouts, littéraires et "book to film"*, est devenu encore plus essentiel », observe Carole Saudejaud. Laure et Nathalie Kniazeff, les fondatrices de la plateforme de scouting Best-Seller to Box - Office qui recense plus de 50 000 fiches livres destinées aux producteurs du monde entier, ont vu leurs abonnements augmenter. Mais ce sont surtout les missions de conseils qui ont explosé. « *Quand ils nous fournissent des briefs, les producteurs attendent plus d'implication, il faut imaginer ce que pourrait être le passage à l'écran.* » Si l'intérêt des producteurs pour le format livre est indéniable, plusieurs professionnels de l'édition alertent tout de même sur l'incertitude entourant les contrats signés. « *Il ne faut pas oublier qu'une majorité des projets sont abandonnés, or notre vrai chiffre d'affaires intervient au moment de la levée de l'option* », relève Heidi Warneke, directrice des droits de Grasset, qui a notamment vu les demandes affluer pour *La*

« **SUR DIX CONTRATS D'OPTIONS QUE NOUS SIGNONS, NEUF CONCERNENT L'AUDIOVISUEL, ET UNE SEULE LE CINÉMA.** »
ALEXANDRA BUCHMAN (EDITIS)

tresse, de Laetitia Colombani, ou l'essai *La réparation volontaire*, de Corinne Tanay. Le co-agent Phi-Anh Nguyen, fondateur de La Petite Agence, pointe aussi les interrogations du milieu devant des « *sources de revenus toujours plus diverses* », sachant que les adaptations peuvent changer plusieurs fois de formats, que les remontées de recettes seront différentes suivant une diffusion chaîne ou plateforme, et que les législations évoluent. « *La gestion collective, c'est un revenu important pour les auteurs et éditeurs. On sait que Netflix a négocié avec la SACD, on ne sait pas combien, mais on se doute que les montants sont plus bas que pour les chaînes* », déplore celui qui a signé l'un des plus gros deals de la jeunesse, en vendant les droits d'adaptation en animé de *Mortelle Adèle* (Bayard).

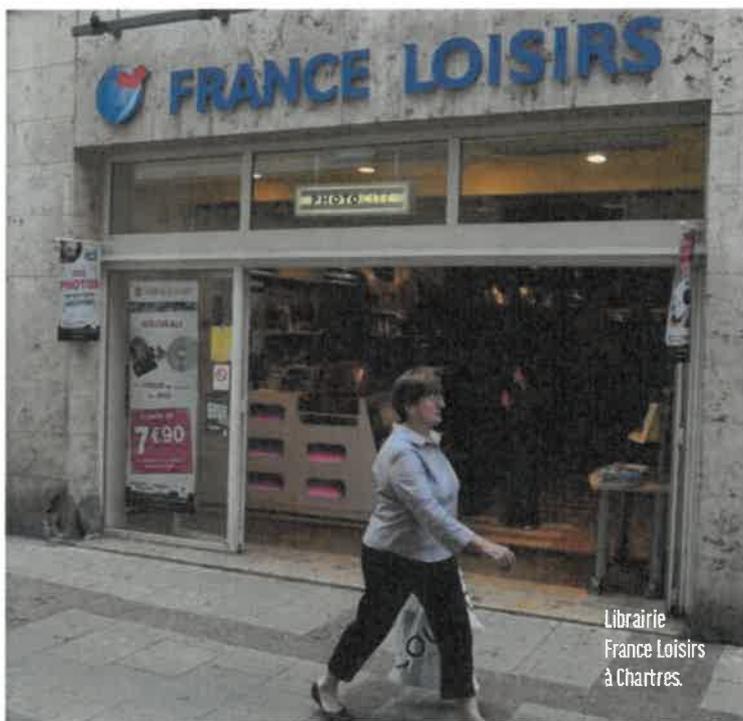
L'ÈRE DU TRANSMÉDIA

Les départements droits étrangers des maisons étant déjà professionnalisés, les services « diversification » tendent désormais à se structurer, à

Que sont devenus les « cessions clubs » ?

100 000, parfois 150 000 : selon les responsables de cessions de droits de grandes maisons, les ventes de certains livres cédés aux clubs de lecture (France Loisirs, Grand Livre du Mois) pouvaient atteindre les sommets, il n'y a pas si longtemps encore. « Le point d'orgue de France Loisirs c'était il y a 10 ou 15 ans », estime Eva Bredin, chez JC Lattès. Chez Robert Laffont, on se souvient du lancement en avant-première d'*En ton âme et conscience* de Claire Norton à 80 000 exemplaires, en 2017. Mais les temps changent et, en 2021, si les « cessions clubs » n'ont pas à proprement disparu, leurs ventes se comptent désormais en centaines d'exemplaires, plus rarement en milliers. Chez une maison du groupe Editis, on estime que, depuis 2010, le chiffre d'affaires qu'elles généraient a

été divisé par 5. Un éditeur du groupe Hachette parle au passé de « projets extraordinaires » montés avec France Loisirs et d'une « lente mais certaine agonie » des cessions clubs. De l'avis général, peu de chance de revivre l'âge d'or des clubs de lectures, tant l'avenir de France Loisirs depuis son placement en liquidation judiciaire en octobre dernier et sa reprise par le groupe Trésor Financière du Patrimoine paraît incertain. « Nous allons donc chercher le manque à gagner ailleurs, par exemple avec le poche ou en essayant de travailler encore plus à l'étranger, malgré la pandémie », explique Eva Bredin chez Lattès. Chez Robert Laffont, on cite également le livre audio, qui « commence petit à petit à compenser » les pertes et dont le potentiel de croissance est encore fort. P. G.



l'image de celui d'Auzou, créé par Adélaïde Quiblier il y a cinq ans, où l'on s'occupe aussi bien des licences - « une mallette de crayons Crayola, ou un pyjama Sergent Major à l'effigie de notre personnage Loup » - que de l'audiovisuel et du « new business », c'est-à-dire l'e-book et le livre audio. Ce dernier segment montre d'ailleurs un incroyable dynamisme, « +50 % entre 2020 et 2021 » chez Auzou comme chez d'autres éditeurs jeunesse, qui ont été portés par les cessions aux enceintes connectées pour enfants. Lunii, la pionnière, Merlin, née d'un partenariat Bayard et Radio France, Tonies, Yoto, Bookinou, la multiplication de ces lecteurs sans écran constitue une aubaine pour l'édition. Même si, là encore, le modèle économique est balbutiant : « Les enceintes proposent pour l'instant des packs de contenus. Va-t-on aller vers un modèle illimité à la Netflix ? », questionne Stéphanie Simonin, directrice du développement de Bayard, rappelant qu'elle vend aussi des droits audio à Audible, et que Bayam, l'application multimédia maison, produit ses propres contenus sonores.

Les maisons adultes sont elles aussi concernées par cet essor des exploitations audio. Surtout, les ponts toujours plus nombreux entre les formats - « depuis six mois, les producteurs de séries demandent aussi les droits pour une adaptation en podcast », affirme Alexandra Buchman - confirment l'avènement d'une ère transmédia. Créée en 2021 par Roxane Rouas-Rafowicz et Jacques Aragones, la société de production StudioFact, à l'ADN plutôt journalistique, vient de lancer une maison d'édition dirigée par Clarisse Cohen, dont le premier titre est une enquête sur l'affaire Jubillar, signée du grand reporter au Parisien Ronan Folgoas. « Docu, magazine, reportage, fiction, podcast ou livre, nous pensons que les bonnes histoires du réel s'enrichissent de leurs différents formats », détaille la cofondatrice, considérant presque comme un échec un contenu n'ayant qu'une seule exploitation. Le producteur Ivan Sadik, recruté à l'automne comme directeur général de la fiction, a déjà lancé le développement de plusieurs ouvrages, dont *La mythomane du Bataclan* d'Alexandre Kauffman (Goutte d'or). Dans la même logique un-livre-est-un-film-est-un-podcast-est-un-documentaire, Hachette Livre a annoncé mi-décembre la création d'une Direction du développement et de l'innovation, chargée d'identifier de nouvelles opportunités de croissance. Et parce que l'on est jamais mieux adapté que par soi-même, plusieurs éditeurs ont déjà franchi le cap. Goutte d'Or coproduit désormais une majorité de ses adaptations via Goutte d'Or Productions. Guillaume Allary envisage d'intensifier les liens entre Allary et sa société de production, Hauteville, quand Fayard, avec sa filiale Fayard Factory créée en 2020, souhaite assurer la coproduction déléguée de ses adaptations. **ih**

ARLES

24 HEURES DANS LA VIE DE RESPONSABLES DE DROITS

Ce lundi de janvier, c'est journée en présentiel chez Actes Sud, à Arles. L'équipe des droits, dirigée par Nathalie Alliel, s'efforce de rester concentrée devant les écrans, le bruit d'un marteau-piqueur perturbe la tranquillité de la place Nina-Berenova. « *Le matin, nous prospectons et l'après-midi nous enchaînons les rendez-vous avec les éditeurs étrangers* », résume Fabien Meffre. Responsable de droits étrangers et audiovisuels, il s'occupe de la fiction et la non-fiction du catalogue adulte d'Actes Sud. Ses interlocuteurs se trouvent principalement en Europe de l'Est, en Turquie ou sur le continent asiatique. « *Depuis le début de la pandémie, je prête une attention particulière à ces éditeurs étrangers qui souffrent d'une forte inflation dans leur pays* », note-t-il. Il cite la Russie, pays qui a pratiquement gelé les cessions. « *Le coût des traductions devient si important que les éditeurs préfèrent privilégier les écrivains locaux*, poursuit Nathalie Alliel. *Les ouvrages sont cédés à des sommes nettement inférieures à celles qu'on pratiquait voilà cinq ans.* »

Fait inhabituel, assurent-ils encore, certaines maisons d'édition étrangères achètent des droits mais ne traduisent pas les livres. Les responsables des droits ne lâchent alors aucun contact. « *Sur Zoom, WhatsApp, Teams, tout moyen est bon pour garder le lien même si les rendez-vous en visio sont beaucoup plus courts et fatigants* », relève la directrice du service des droits. Les rendez-vous en visio, à Paris principalement, sont donc devenus des enjeux de premier ordre. À Arles depuis deux ans, Fabien Meffre a senti l'intérêt gran-



dissant des plateformes audiovisuelles pour les contenus littéraires. L'an dernier, l'équipe, composée de quatre personnes pour le catalogue adulte, a cédé

« LA NOUVEAUTÉ C'EST QUE LES DROITS SONT CÉDÉS SANS QUE L'ON SACHE SI LE LIVRE DEVIENDRA UN FILM OU UNE SÉRIE. »
NATHALIE ALLIEL

les droits de *Chavirer* de Lola Lafon, *L'intimité* d'Alice Ferney ou *Le grand vertige* de Pierre Ducrozet. « *Un autre élément qui est entré en jeu du fait de l'arrivée de nouveaux acteurs c'est que les droits sont cédés sans que l'on sache vraiment si le livre deviendra un film ou une série*, explique Nathalie Alliel. *Avant, ces deux univers, le cinéma et la télévision, étaient cloisonnés. Aujourd'hui c'est beaucoup plus flou.* »

Côté jeunesse, trois personnes s'occupent des cessions. Tous ont mis en place des newsletters thématiques, en moyenne une par mois, qui annoncent les prix qui couronnent les ouvrages, les nouvelles critiques parues dans la presse... « *L'idée première est que nos newsletters soient efficaces, synthétiques et précises*, souligne encore Fabien Meffre. *Elles ne doivent pas inonder les boîtes mails de nos interlocuteurs, déjà noyés sous la masse des sollicitations des éditeurs du monde entier.* » Les deux responsables de droits ont déjà en vue un déplacement possible à Londres, où devrait se tenir du 5 au 7 avril la traditionnelle foire professionnelle du livre. Mais tout laisse à penser en ce début janvier marqué par la propagation d'Omicron, qu'ils devront encore une fois rester dans leur bulle numérique, à Arles. « *Ce n'est pas grave*, sourit Nathalie Alliel, *le travail à distance, on connaît* ». I. C.



OLIVIER DIGN

« UN MÉTIER DE L'OMBRE, DÉFENDU PAR DES PASSIONNÉS »

De quelles manières la pandémie a-t-elle impacté les cessions de droits à l'international ?

Après une courte période de sidération, en raison des confinements, les éditeurs étrangers ont continué à marquer leur intérêt pour les titres français. La baisse des cessions en 2020 a été environ de 3 %. Cette baisse est moins importante que nous le redoutions et concerne principalement les segments impactés par la crise : les livres de tourisme et les beaux livres. En 2020, la fiction, la bande dessinée et la jeunesse ont concentré plus de 70 % des cessions. La Chine a été le pays qui a acquis le plus de titres, près de 1 500 sur un total de 14 000 titres cédés à l'étranger.

Et le bilan 2021 ?

Le Syndicat national de l'édition (SNE) publiera les chiffres au printemps mais pour l'heure, nous n'avons pas à déplorer de catastrophe. Et cela en partie en raison du professionnalisme des responsables de droits des maisons d'édition françaises. C'est un métier qui nécessite l'alignement d'un certain nombre de compétences : il faut être fin lecteur mais aussi fin connaisseur des interlocuteurs internationaux et de leur ligne éditoriale. Il faut savoir partager l'enthousiasme pour des titres tout en négociant les meilleures conditions possibles pour l'œuvre et son auteur. Sans oublier le suivi de l'exploitation du titre dans un pays étranger et sa mise en avant... C'est un métier de l'ombre qui est défendu par des passionnés et qui porte des fruits : le français est la deuxième langue la plus traduite dans le monde.

Mais les éditeurs étrangers ne se montrent-ils pas plus frileux dans leurs choix ces derniers temps ?

Je dirais que cette tendance ne date pas d'hier, elle est apparue avant la pandémie. Les éditeurs étrangers prennent effectivement moins de risques et se tournent vers des valeurs sûres, des titres

qui ont fait l'objet de très belles ventes en France ou qui ont été couronnés par des prix. Les œuvres qui concentrent un intérêt critique les intéressent aussi. La pandémie a sans doute renforcé cette tendance. Traduire un livre coûte cher et cela peut être handicapant quand, en raison des restrictions sanitaires, on ne peut pas faire venir un auteur pour assurer la promotion.

Vous présidez la Commission internationale du SNE depuis 2016. Avez-vous mené des études pour calculer, en moyenne, le poids économique des cessions dans le chiffre d'affaires global de chaque maison d'édition ?

Nous ne pouvons faire qu'une évaluation sur cette question. Toutefois, nous avons estimé la part des cessions étrangères de 5 à 7 % dans une maison d'édition et jusqu'à 30 % quand il s'agit de coéditions, notamment dans les segments de l'illustré et de la jeunesse. Ce n'est pas négligeable.

Comment percevez-vous l'irruption des agents dans l'écosystème français ?

La majorité des maisons d'édition de taille moyenne dispose d'un service de droits professionnel et l'immense majorité des auteurs leur font confiance. Si des agents interviennent, nous travaillons en bonne intelligence avec certains. L'édition française s'est construite avec ses propres services ; lesquels sont adaptés à chaque pays. Leur force tient dans la connaissance profonde du catalogue, là où certains agents agissent au coup par coup. Le travail entrepris par les services de cessions de droits des maisons d'édition est envisagé sur un temps long, afin de construire le succès international d'un auteur de manière pérenne. Notre travail est en cela tout à fait différent.

Quels sont les chantiers que vous avez menés à bien au sein de la commission internationale depuis votre arrivée ?

La vocation de cette commission est de

renforcer les liens interprofessionnels des acteurs mais aussi leur professionnalisation, en fournissant des outils aux petites et moyennes maisons d'édition. Plusieurs chantiers ont été accomplis depuis 2016. Nous avons élaboré un modèle de contrat de cessions de droits en français et en anglais, en collaboration avec la commission juridique. Il a été mis à disposition de nos membres depuis octobre 2018.

Nous avons aussi créé des groupes de travail sur des sujets importants comme le livre audio mais aussi le droit à la formation. Le livre audio nous préoccupe beaucoup car nous percevons leur importance grandissante à l'international. Nous travaillons pour éclairer les problématiques qui entourent l'audiobook. Nous avons renforcé notre fructueuse collaboration avec le Bureau international de l'édition française (Bief), une structure essentielle. Je me suis, au demeurant, efforcée de rapprocher notre commission de notre diplomatie culturelle en invitant les chargés du livre des ambassades aux séances plénières pour qu'ils puissent nous présenter la situation actualisée de chaque marché. Le dernier en date était l'Argentine.

On note un intérêt croissant des producteurs pour les livres et les adaptations audiovisuelles augmentent. Même si vous vous occupez uniquement des cessions de droits étrangers et non audiovisuels, sentez-vous que ce phénomène finira par impacter votre service ?

Je trouve cela formidable. Que les producteurs se tournent vers les livres c'est assez logique puisqu'ils sont les premiers pourvoyeurs d'histoires. Lorsque nous observons de belles synergies entre un produit audiovisuel et un livre, cela peut impacter bénéfiquement les droits étrangers puisque nous informons les éditeurs de la sortie du film ou du documentaire dans chaque pays. L'exemple le plus récent est l'adaptation de *La panthère des neiges* de Sylvain Tesson, un merveilleux documentaire réalisé par Marie Amiguet avec Vincent Munier. C'est une synergie très positive qui nous permet de reparler de l'auteur, déjà traduit dans 25 langues, et de, qui sait, céder son livre dans des territoires qui restent encore à conquérir. Toujours dans le but de générer de nouvelles traductions.

Propos recueillis par Isabel Contreras

RESPONSABLES DE DROITS: LE JEU DES CINQ FAMILLES

Au-delà des produits dérivés ou des adaptations audiovisuelles, les responsables des droits sont aussi des gestionnaires de patrimoine qui portent la voix d'un auteur à l'étranger ou s'assurent de sa présence dans les manuels scolaires ou les anthologies.



DR

Adélaïde Quiblier, directrice de la diversification chez Auzou.

LES ACCROS AUX LICENCES

L'intitulé de leur statut ne fait pas immédiatement appel au vocabulaire de l'édition et pourtant, ce sont eux qui ont fait de Marsupilami ou de Kid Paddle des stars internationales. En charge de la vente ou de la location longue durée de licences, ces directeurs de droits cherchent à créer une marque autour d'un personnage et à multiplier les supports pour maximiser leur visibilité. En jeunesse, on retrouve Adélaïde Quiblier. Directrice de la diversification chez Auzou, elle a fait monter en notoriété des personnages comme le Loup, P'tit Loup et, côté helvétique, la jeune enquêtrice, Maëlys. Même fonctionnement en BD pour le directeur du service des droits dérivés de Glénat, Olivier Gall qui gère, entre autres, les droits de Titeuf. Au sein de Mediatoon (Média-Participations), on compte sur Laurent Duvault, directeur de développement du groupe éditorial.

Maria Vlachou, directrice des droits étrangers au Seuil.



OLIVIER DION

LES COUREUSES DE FONDS

Présentes dans les maisons aux catalogues anciens et aux auteurs historiques, les coureuses de fonds défendent avant tout un patrimoine. En parallèle de leur activité de cessions des droits des nouveautés de la maison, elles continuent à faire vivre à l'étranger le fonds des catalogues pour des auteurs majeurs de l'histoire littéraire ou des idées, avant qu'ils ne tombent dans le domaine public. Parmi elles, Judith Rosenzweig chez Gallimard (lire interview p. 34) qui s'occupe, entre autres, des nobélisés du catalogue comme Albert Camus ou Maria Vlachou du Seuil dont le fonds s'étend de Roland Barthes à Pierre Bourdieu. Ces marathoniennes de la *back list* peuvent gérer plusieurs maisons comme Delphine Ribouchon, qui fait vivre à l'étranger l'œuvre de Frantz Fanon en tant que directrice des droits étrangers de La Découverte, Zones et désormais Julliard.

Sylvie Mouchès,
éditrice chez Liana Levi.



© S. GREGOIRE

LES ÉDITEURS RESPONSABLES DE DROITS

Indépendants, ces éditeurs n'externalisent pas leurs cessions de droits, par nécessité économique ou par goût, mais les répartissent parmi les différents postes de la maison. Chez Liana Levi, l'éditrice **Sylvie Mouchès** s'occupe des acquisitions et des cessions de droits à l'étranger tandis que la responsable de la communication, **Amandine Labansat**, gère les cessions poches et les droits audiovisuels. Même constat chez **Sabine Wespieser** où l'éditrice fondatrice s'occupe des cessions des droits dérivés avec **Léa Payen** quand **Marie Garnero**, secrétaire générale, s'est spécialisée dans les droits audiovisuels. Chez Christian Bourgois, les droits étrangers font partie des tâches des éditeurs **Liliane Guillard**, **Sabrina Kherrati** et **Pierre Demarty**.

Ahmed Agne,
P-D.G.
de Ki-oon.



OLIVIER DION

LES INTERNATIONAUX

Fait plutôt rare, certains responsables de droits ou éditeurs achètent les droits mondiaux d'un auteur étranger. Ces « internationaux » se retrouvent à céder hors de nos frontières des auteurs qui ne sont pas français. Il s'agit souvent de domaine linguistique de niche, de genre pointu (SF, manga) où ces éditeurs français sont particulièrement reconnus ou bien de coups de cœur pour des auteurs étrangers non publiés dans leur pays.

Anne-Marie Métaillé, accompagnée de son directeur des droits **Nicolas Rodriguez Galvis**, porte de cette façon la voix de l'Argentin **Eduardo Fernando Varela**. **Ahmed Agne**, le cofondateur de **Ki-oon**, détient les droits mondiaux des mangas **Léviathan** de Shiro Kuroi et **Tsugumi Project** de Ippatu, titres qu'il vend même au Japon. Petite particularité chez **Emmanuelle Collas**. Elle achète les droits mondiaux d'auteurs que leurs pays d'origine n'autorisent pas à accéder à certaines parties du monde tout en laissant à ces auteurs la possibilité de les gérer sur leur propre territoire. Son auteure phare, **Djaïli Amadou Amal** possède par exemple les droits de l'Afrique subsaharienne.

Ganna Fabre, secrétaire d'édition
chez Hachette Romans.



DR

LES VOYAGEURS IMMOBILES

Qui dit cession de droits ne dit pas forcément voyages à l'étranger. Clubs, ouvrages en gros caractères, adaptations théâtrales mais aussi reprises dans des livres scolaires ou anthologies... ces droits appelés « droits domestiques » sont vendus exclusivement pour une diffusion sur le territoire français. Chez Grasset, ils sont dirigés par **Heidi Warneke** et distribués parmi une équipe de cinq gestionnaires de droits. Chez Gallimard, le fonctionnement diffère puisqu'ils sont globalement répartis entre **Franck Perrussel** qui gère l'ensemble des cessions de droits en langue française et **Frédérique Massart**, la directrice des droits audiovisuels et spectacles vivants. Dans de plus petites structures, ces droits peuvent être administrés par une secrétaire d'édition comme **Ganna Fabre** chez Hachette Romans.

TROIS BELLES HISTOIRES À L'ÉCRAN

1 FICTION

Déjà adapté au théâtre et en bande dessinée, *En attendant Bojangles* (2016), premier roman d'Olivier Bourdeaut, est dans les salles obscures depuis le 5 janvier. « Sur l'année qui a suivi la parution, on a reçu 17 projets pour le cinéma », se souvient Thierry Boizet, cofondateur de Finitude qui avait initialement tiré le livre à 10 000 exemplaires. Portées depuis à 800 000 copies, les ventes repartent à la hausse ces dernières semaines. « Le film a aussi relancé les cessions à l'étranger : on vient de signer la 32^e en Serbie », indique l'éditeur.

2 BANDE DESSINÉE

Un temps oubliée, la série de SF culte des années 1980 *Le Transperceneige*, de Jacques Lob et Jean-Marc Rochette (Casterman), est devenue une franchise à part entière. Découverte (dans une version pirate !) par le réalisateur sud-coréen Bong Joon-ho, elle a soudainement gagné en notoriété avec la sortie du film en 2013. En un mois, 20 000 exemplaires de l'intégrale publiée pour l'occasion s'envolent. Elle est aussi déclinée en série par Netflix depuis 2020.

3 JEUNESSE

En 2013, Colas Gutman invente *Chien Pourri*, un personnage dont il confie le trait à Marc Boutavant. Déployé à travers une vingtaine d'albums publiés par L'École des Loisirs (1,8 million d'exemplaires écoulés), l'univers est adapté en série animée diffusée sur France Télévisions depuis août 2020. « Nous n'avons pas vendu les droits mais nous avons travaillé presque comme si c'était le cas. Ce qui nous importe, c'est que l'œuvre originale soit préservée, valorisée, amplifiée », explique Agathe Jacon, responsable du développement à L'École des Loisirs. Le film, *Chien Pourri à Paris*, est quant à lui sorti en octobre 2020.



Agathe Jacon, responsable du développement et du marketing à L'École des Loisirs.



Emmanuelle et Thierry Boizet, fondateurs des éditions Finitude.

DU CÔTÉ DES AUTEURS, ADAPTER ET S'ADAPTER AUX SUPPORTS

« Là, tu vois, mon but c'est de créer un 4x4 tout en imaginant qu'il puisse aller sous l'eau. » Ailerons aérodynamiques, pare brise 360° et pneus antidérapants... De loin, on pourrait presque se croire à une convention des nouvelles ingénieries « spéciale sports aquatiques ». Et pourtant, ce n'est pas de Polytechnique qu'est sorti Romuald Racioppo mais de l'école Estienne. Auteur de la série pour enfants *Pyjamasques* (Gallimard jeunesse), il se prête régulièrement à ce jeu de création, jusqu'à

mettre sa patte dans la fabrication des produits dérivés de la version animée de son œuvre. Écrivains et illustrateurs, ils sont nombreux comme lui à voir leur métier changer depuis l'explosion des adaptations audiovisuelles. Une diversification des compétences et des aptitudes qui transforme la profession d'auteur jusque dans l'acte même d'écriture. Créée en 2007, la série pour enfants éditée par Gallimard jeunesse, *Pyjamasques* devient internationalement connue en 2015 quand Frog Box, Entertainment One1 et Walt Disney en font une série télévisée. Face à ce projet d'envergure, qui comptabilise déjà cinq saisons, Romuald Racioppo négocie un contrat lui permettant une participation active. Scénario, direction artistique, voix des comédiens, il s'implique jusque dans le dessin des personnages animés. Comme lui, mais dans un tout autre genre, Patricia Tourancheau démultiplie ses compétences à travers les adaptations audiovisuelles de ses ouvrages. La journaliste et auteure spécialisée en

faits divers est devenue, au fil de ses collaborations avec Netflix, consultante puis coauteure et coréalisatrice pour la série sur le petit Grégory. Dernière corde à son arc, elle sera coscénariste sur l'adaptation fiction de son ouvrage autour de l'affaire du Grêlé, à paraître en mars au Seuil. « Mon rôle n'est pas symbolique. Sur une adaptation, je peux bâtir des séquenceurs, participer au tournage et même au montage », raconte celle qui va jusqu'à corriger la façon de parler d'un officier de la crim' pour faire plus réel.

INTÉRÊT ÉCONOMIQUE

Face à cet éclatement des compétences, les frontières entre adaptations et livres se brouillent. Au fil des années, Romuald Racioppo ajoute à ses pinceaux un logiciel de peinture numérique ravivant les couleurs et plus rapide. Son trait s'arrondit et son rapport aux proportions devient plus exigeant. « Ce sont deux éléments qui facilitent le passage du livre à la télé », explique-t-il. Les deux supports se nourrissent tant qu'ils vont même jusqu'à s'influencer. « Je ne transforme pas ma façon d'écrire en vue d'une adaptation. Cependant, en amont de mes projets, je

pense à la fois livre, docu et fiction, pour la même affaire si elle en a les ressorts, et je choisis les histoires en fonction », ajoute quant à elle Patricia Tourancheau. Même si Netflix n'est « pas non plus la poule aux œufs d'or », nous avertit la journaliste, l'intérêt économique d'une adaptation n'est pas négligeable pour un auteur. Pour la fait-diversière, la fiction est davantage lucrative. Cette dernière rapporte 50 % du montant des droits cédés ainsi que 15 % des droits de diffusion restitués par la SACD, tandis que le documentaire est calculé en fonction du nombre de vues dans les différents pays. Des avantages négociés avec Netflix par ses éditeurs



Patricia Tourancheau.

© HERNANCE TRIAY

et ses avocats qui lui rapportent « bien plus comme auteur que l'écriture d'un livre document qui se vend à moins de dix mille exemplaires ». Constat identique pour Romuald qui estime les bénéfices de ses livres à un dixième de son revenu annuel. « L'adaptation m'a permis d'ouvrir une fenêtre sur quelque chose de plus vaste », précise l'auteur envisageant même, en se projetant un poil, des *Pyjamasques* interagissant virtuellement dans le métavers. P. Ga.



Les *Pyjamasques* et la graine d'Orticia (2017).

LES PYJAMASQUES DE ROMUALD (C) GALLIMARD JEUNESSE 2007

L'ART DU PITCH EN SIX LEÇONS

1 RACONTER UNE HISTOIRE

S'il n'y avait qu'une règle à retenir pour Adélaïde Quiblier, ce serait celle-là : « *Pas de support, pas de Power-Point, il faut avant tout raconter une belle histoire à son interlocuteur.* » Entre Azuro le dragon bleu et son sous-texte sur la différence, vendu à TF1, et la série de romans *made in Suisse Les enquêtes de Maëlys*, qui a séduit la RTS, la directrice de la diversification d'Auzou ne manque pas de contenus dans son catalogue. Mais un pitch ne s'improvise pas, et pour « donner envie », il faut réfléchir en amont à sa structure, être « court et impactant ». À ce titre, l'accroche est essentielle, estime Heidi Warneke chez Grasset, qui a envoyé tous ses collaborateurs se former avec l'INA ou l'Asford. « *Je ne sais pas combien d'argumentaires j'ai lus qui commençaient par décrire en deux lignes des choses que l'on savait déjà grâce à la couverture* », relève la directrice des droits.

2 FAIRE LE SHOW...

Quand il s'est retrouvé en 2019, avec une poignée de directeurs de droits français, aux États-Unis pour une formation sur le pitch, Phi-Anh Nguyen, qui a fondé La Petite Agence en 2008, pensait ne plus avoir grand-chose à apprendre. Raté. « *Là où nous avons tendance à rester assez modestes en France, à ne pas trop nous mettre en avant, l'énergie et le dynamisme des Américains sont frappants. Et face à des producteurs hollywoodiens, il ne faut pas hésiter à faire le show.* » Langage corporel, façon de monter sur scène, l'agent a travaillé plusieurs mois avec des coachs pour seulement quelques minutes de pitch à Shoot The Book ! Los Angeles. Une préparation parfois proche du cours de théâtre, mais qui a porté ses fruits, puisque « *le jour même, tout le monde a été très bon* ».

3 ... MAIS SANS SURVENDRE

Transmettre son enthousiasme, oui, « *survendre, surtout pas* », assène Heidi Warneke, selon qui l'une des pires stratégies reste de décrire un livre en

Heidi Warneke (Grasset) en visioconférence avec Cecilia Perucci éditrice italienne de chez Corbacio.



OLIVIER DIGN

faisant passer pour ce qu'il n'est pas. Face à l'accumulation d'adjectifs laudatifs, « *formidable, merveilleux* », elle préfère miser sur « *le factuel* ».

4 UTILISER DES RÉFÉRENCES

Pour réussir à « *transmettre de l'émotion* », et à retenir l'attention des producteurs avec qui elle échange, Alexandra Buchman, la directrice des droits audiovisuels d'Editis, aime convoquer des références marquantes. « *Si vous dites "c'est le nouveau 13 Reasons Why", en face, la personne pourra visualiser tout de suite ce dont vous parlez.* » Même démarche du côté d'Adélaïde Quiblier, qui se souvient avoir présenté *Cap'tain doudou* comme « *un mix entre Toy Story et T'choupi* ».

5 S'ADAPTER À SA CIBLE

Dans la formation « *Maîtriser l'art du pitch* » qu'elle dispense à l'Asford, Mary-Ann Leonard invite ses stagiaires à personnaliser leurs pitches en fonction de leurs interlocuteurs. « *Il*

faut montrer qu'on connaît les besoins, et les envies de sa cible, différents selon qu'on s'adresse à un éditeur, un représentant, un producteur ou un libraire », détaille la New-Yorkaise. Vibeke Madsen, qui gère l'ensemble des cessions de droits de P.O.L, abonde : « *Aussi bien les éditeurs étrangers que les producteurs apprécient d'être approchés avec un projet qui leur correspond, le livre qu'ils cherchent au moment le plus propice.* »

6 S'APPUYER SUR LES AUTRES CSSIONS

« *Tout est aussi une question de timing, souvent en amont de la parution* », estime Carole Saudejaud, responsable des droits secondaires et audiovisuels chez Fayard, qui s'appuie autant que possible « *sur les autres cessions dans les tuyaux* » pour convaincre. Tout l'enjeu est alors de faire lire un maximum de personnes, éditeurs étrangers ou éditeurs français sur d'autres formats, parce que les « *différentes cessions et projets qui naissent autour d'un texte se nourrissent entre eux* ». M. D.



KRISTINA LUNDBLAD,
HISTORIENNE DU LIVRE
(UNIVERSITÉ DE LUND)

Suède : le pays où l'audio a gagné

En Suède, le marché du livre audio est en plein boom, notamment sous l'impulsion du service de streaming sur abonnement Storytel qui a racheté plusieurs maisons d'édition scandinaves, dont l'emblématique Norstedts en 2016. Comment le monde du livre a-t-il réagi à cette offensive ?

Il y a deux grands éditeurs en Suède : Bonnier, qui a sa propre plateforme d'abonnement illimité, Bookbeat, et Norstedts, qui a été rachetée plusieurs fois depuis sa création en 1823. La particularité avec Storytel, c'est que l'acheteur était cette fois-ci un distributeur de livres numériques et audio, ce qui a suscité de vives inquiétudes. En 2021, il y a eu un grand débat parmi les acteurs culturels autour du livre audio, et les mêmes inquiétudes se sont exprimées, notamment celle de voir la littérature et les éditeurs commerciaux encore plus favorisés, quand ceux-ci sont déjà largement bénéficiaires de la fin du prix unique du livre, décidée en 1970.

Le segment des livres audio est celui qui a enregistré la plus forte croissance sur le marché suédois en 2020 (+32,2 %). Comment expliquer un tel succès ?

Tout d'abord, nous sommes un pays riche

et technocratique où chaque membre de la famille est équipé, dès son plus jeune âge, en ordinateur, smartphone, tablette... Par ailleurs, nous sommes le berceau de Spotifly, ce qui a contribué à populariser les formules d'abonnement en illimité, d'autant plus que les services comme Storytel avaient les coudées franches pour investir le marché, Amazon n'étant arrivé en Suède qu'en octobre 2020. Sur un tout autre plan, des recherches en cours semblent montrer que l'écoute de livres audio est bénéfique à la santé mentale.

Les livres audio et les plateformes qui les distribuent sont-ils en train de prendre le pouvoir sur l'industrie du livre suédoise ?

Il semblerait ! Concernant les canaux de vente, il faut noter qu'en 2020, 57 % des ventes de livres ont eu lieu sur les plateformes d'abonnement et de téléchargement comme Storytel, Bookbeat, Nextory ou encore Bokus Play. *A contrario*, les ventes en librairies physiques sont en forte baisse et ne représentent que 20,5 % des ventes. À Malmö où je vis, qui est la 3^e ville du pays, il ne nous reste presque plus de librairie... La prépondérance de l'audio pourrait impacter la production éditoriale elle-même, en l'orientant vers des formats plus brefs, plus mainstream, et exclusivement audio comme le propose déjà « Storytel Originals ».

Propos recueillis par Souen Léger

CHINE : DES CESSIONS EN BAISSSE

Devenue, en 2013, le premier partenaire de la France à l'international, la Chine a entamé depuis quelques années une réduction de ses achats de droits de traduction. « *Les cessions ont augmenté graduellement jusqu'en 2017, où nous avons atteint un pic de 2 130 contrats signés, mais la courbe s'est inversée en 2018, pour descendre à 1 266 titres en 2020, dans le contexte de crise sanitaire* », retrace Judith Oriol, attachée culturelle pour le livre et le débat d'idées à l'institut français de Chine. Pour cette ancienne des droits étrangers de Gallimard, ce repli tient à la volonté du pays de Xi Jinping, qui achète le plus de livres au monde, de rééquilibrer la balance en exportant sa littérature (à titre de comparaison, la France n'a traduit que 53 livres chinois en 2020), et de favoriser les publications nationales. « *Il devient de plus en plus compliqué d'obtenir les ISBN dans le cadre de traductions, cela peut décourager certains éditeurs.* » Pour autant, la Chine reste le premier acheteur de droits tricolores, loin devant l'Italie et l'Espagne, et le livre français conserve une très forte aura à Pékin. En 2020, 717 de nos titres jeunesse, célébrés pour leur créativité, ont séduit des maisons d'édition chinoises. « *T'choupi et la collection "Kididoc" se sont très bien vendus, et on peut encore atteindre de belles enchères sur un album "one shot"* », relève Marie Dessaix, directrice des droits étrangers de Nathan, pour qui les contenus éducatifs venus de nos latitudes sont ceux qui séduisent le plus. En plein boom par tout dans le monde, la BD franco-belge croît de façon plus timide, concurrencée par le manga et les comics, et la Chine, qui compte de grands lecteurs de sciences humaines, continue de réserver un bel accueil à la *French Theory*, de Deleuze à Derrida. « *Enfin, l'enjeu aujourd'hui c'est la fiction contemporaine* », observe Judith Oriol, la Chine se concentrant jusqu'à présent sur les très gros vendeurs primés, Houellebecq, Modiano ou Le Clézio. M.D.