

Il représente un livre vendu sur trois. Folio fête son demi-siècle, Pocket et 10/18 affichent 60 ans et Le Livre de Poche a bientôt 70 ans.

LE FIGARO

ENQUÊTE

MOHAMMED AÏSSAOUI

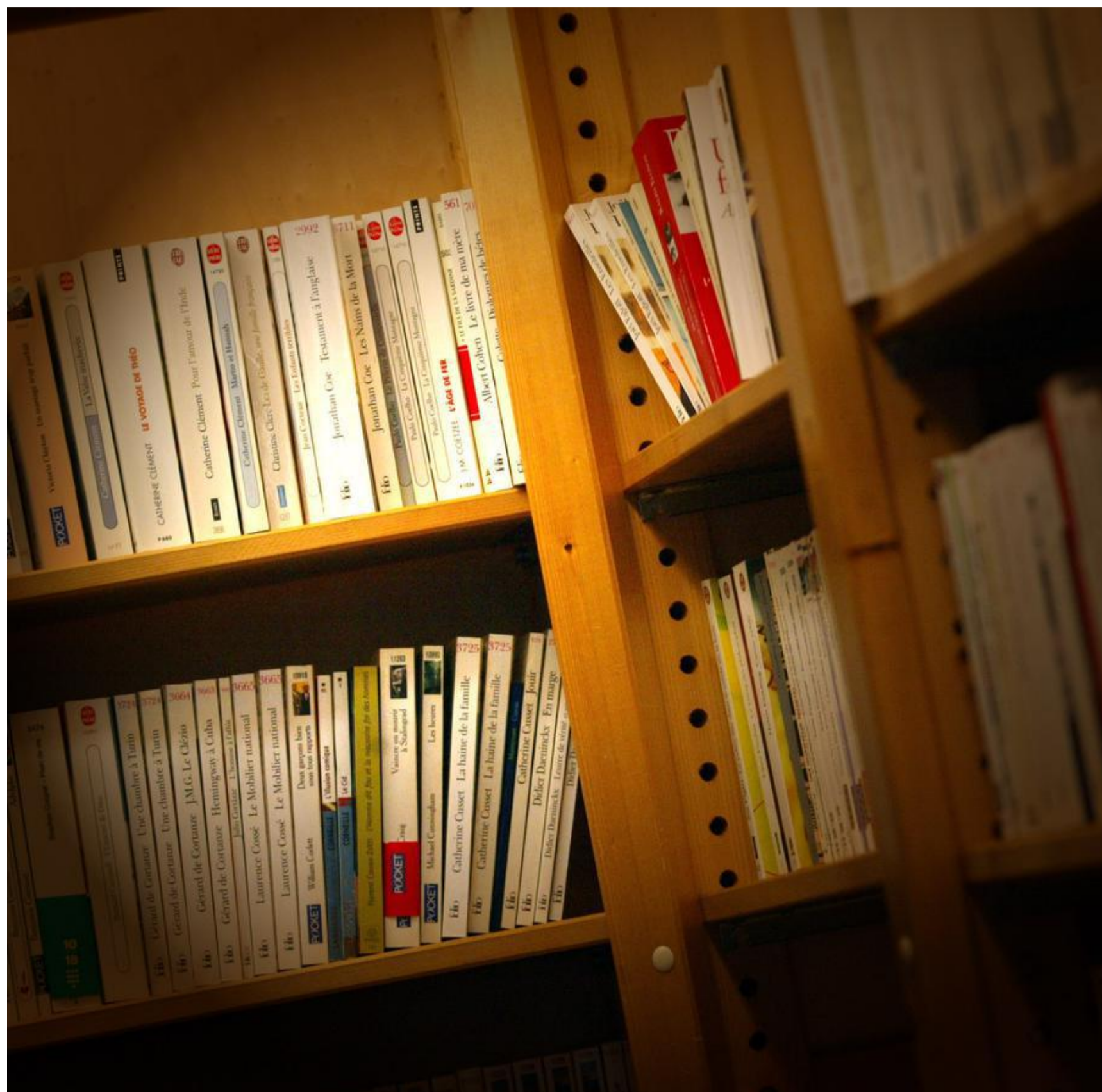
Un tout petit format – 10 centimètres sur 18 –, et c'est pourtant une révolution culturelle qui touche chacun d'entre nous. On ne l'a pas vue venir, mais les chiffres sont là : plus d'un livre sur trois achetés en France est en poche (le plus souvent en format 10/18). Et sa croissance est impressionnante : +29 % en 2021 par rapport à 2020. « Et encore, si l'on ne tient compte que des rayons littérature générale, histoire, sciences humaines, pratique, lecture, le poche représente près d'un livre sur deux, avec près de 635 millions d'euros de chiffre d'affaires », souligne Casseline Rosello, consultante GfK Market Intelligence Livres, qui recense chaque semaine les meilleures ventes.

Aujourd'hui, Folio (groupe Gallimard-Flammarion) fête son demi-siècle d'existence ; chez Editis, c'est Pocket et 10/18 qui honorent leurs 60 ans ; tandis que chez Hachette, Le Livre de Poche, leader du marché, a 69 ans. Longtemps, on a pu croire que cette collection – petit format, petit prix – n'était destinée qu'aux étudiants fauchés. En vérité, elle a touché toute la sphère de la société. Retour sur une fabuleuse histoire, qui n'a pas toujours été rose.

Une naissance dans le mépris

Honneur aux anciens : le petit format tel qu'on le connaît aujourd'hui est né en 1953 avec la création du Livre de Poche. Même si cette forme existait depuis le XVIII^e siècle, avec le principe d'un petit format qui pouvait tenir discrètement... dans la poche, et notamment les livres de colportage (des collections plus ou moins érotiques, censurées, ou, disait-on, destinées à un public féminin). C'est peu dire que la naissance de la collection chez Hachette fut une révolution, une véritable rupture qui a marqué l'histoire de l'édition de la seconde moitié du XX^e siècle et qui résonne encore en 2022.

Sans la trempe d'un Henri Filipacchi, rien n'aurait été sans doute possible. Bien sûr, il y eut des personnes favorables à cette démocratisation de tous les grands textes de littérature vers le grand public. Parmi eux, des auteurs populaires ; on songe à Marcel Pagnol, à Jacques Prévert ou à Jean Giono, ce dernier affirmant que c'est « le plus puissant instrument de culture de la civilisation moderne ». Le public le leur rendra bien : *Paroles*, de Prévert, ou *Le Hussard sur le toit*, de Giono, font partie des meilleures ventes en poche. Pour Marcel Pagnol, ce n'est ni plus ni moins qu'« un moyen de culture presque aussi puissant que la radio ou la télévision ».



« Ne pas être cher est un atout incroyable. Le lecteur peut prendre le risque d'acheter un auteur qu'il ne connaît pas », souligne Carine Fannius, directrice générale des activités du pôle Poche chez Editis. © DOMINIQUE DUCHESNES

L'auteur de *Manon des sources* avait déjà compris que le véritable ennemi de la lecture pouvait être l'écran.

Mais la naissance du poche ne fut pas accueillie les bras ouverts. Elle provoqua des levées de boucliers inimaginables aujourd'hui. Des intellectuels ont parlé d'« abaissement » de la culture. Henri Michaux et Julien Gracq furent parmi les plus virulents. Ce dernier,

auteur du *Rivage des Syrtes*, a toujours refusé que ses livres paraissent en petit format (mais pas dans La Pléiade). Il n'avait que mépris pour ces nouvelles collections qu'il assimilait à des « produits de grande consommation ».

Pour donner une idée de la façon dont le poche a été perçu par certains lors des premières publications, il suffit de regarder la vidéo d'un étudiant de l'époque – elle circule beaucoup sur internet en ces temps de commémoration. Elle est simplement hallucinante. Écoutons-le. Avec dédain, le jeune affirme : « Le poche fait lire un tas de gens qui n'avaient pas besoin de lire, finalement, qui n'avaient jamais ressenti le besoin de lire. Avant, ils lisaient *Nous deux* ou *La Vie en fleur* (des magazines féminins populaires – NDLR). Et, d'un seul coup, ils se sont retrouvés avec Sartre dans les mains. » Sidérant.

Filipacchi, alors secrétaire général de La Librairie Hachette, tient bon,

même si les débuts sont franchement modestes. Malin et visionnaire, il a associé avec lui de grands éditeurs, tels qu'Albin Michel, Calmann-Lévy, Grasset, Gallimard, qui lui apportent les grands fonds éditoriaux de la littérature française et étrangère dont il aura besoin pour réussir. C'est ainsi qu'en février 1953 paraissent les premiers Livre de Poche : *Koenigsmark*, de Pierre Benoit (n° 1), *Les Clefs du royaume*, d'Archibald Joseph Cronin (n° 2), *Vol de nuit*, d'Antoine de Saint-Exupéry (n° 3)... Chacun vendu 2 francs de l'époque, soit à peu près le prix d'un ticket de métro.

L'époque a bien changé. Désormais, paraître en poche est un gage de reconnaissance, presque une forme de couronnement, même. C'est l'assurance de toucher un plus large public (avec une diffusion plus étendue en grandes surfaces spécialisées, voire alimentaires), d'entrer dans les écoles, et de « vivre » plus longtemps...

La révolution en marche

Pendant longtemps, Le Livre de Poche, dont la marque est devenue une antonomase, régnait seul, si bien qu'aujourd'hui, il est toujours leader, avec plus du quart du marché. Depuis sa création, il a écoulé un peu plus de 1 milliard d'exemplaires, nous rappelle sa directrice générale, Béatrice Duval.

La réussite du poche chez Hachette aiguise l'appétit des autres maisons d'édition. En 1962, Pocket et 10/18 voient le jour. La création de Folio, en 1972, marque un tournant. Son lancement, en même temps que la création du propre système de distribution du

groupe Gallimard, est aussi une sorte de révolution. C'est une opération de grande ampleur. Toute l'équipe de direction est sur le pont, avec à sa tête Claude Gallimard, mais aussi Robert Gallimard, Roger Grenier et Bernard Fixot.

C'est au jeune Antoine Gallimard, le fils cadet de Claude, aujourd'hui à la tête du groupe, que l'on confie les rênes de la nouvelle petite collection. Il

raconte les raisons de la rupture avec Le Livre de Poche : « Hachette refusait de prendre autre chose que les best-sellers parus chez Gallimard, or l'idée de Claude Gallimard était de faire vivre le fonds de la maison beaucoup plus longuement. Il fallait exploiter la richesse de notre catalogue. » Il faut dire que, dès 1970, les relations commerciales entre Gallimard et Hachette se détériorent sérieusement.

A preuve, en cette année de brouille, Gallimard avait pris soin de déposer quelques marques qui avaient pour noms – tiens, tiens... – La Nouvelle Poche, Bibliopoche ou Blanche Poche... La marque Folio est officiellement déposée en mars 1971. Résultat, en moins de deux années, tous les titres de littérature générale du fonds Gallimard, auparavant parus au Livre de Poche, sont repris chez Folio : cela veut dire plus de 500 titres et 15 millions de volumes imprimés ! Ça n'est pas rien.

Le Livre de Poche est un moyen de culture presque aussi puissant que la radio ou la télévision

Marcel Pagnol écrivain

”

Le poche plaît parce qu'il représente le beau mariage du classique et du contemporain

Antoine Gallimard éditeur

”