

Lurelu

La seule revue québécoise exclusivement consacrée à la littérature pour la jeunesse



Derrière le beau livre : la direction artistique

Andrée Poulin

Volume 28, Number 2, Fall 2005

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/11879ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Association Lurelu

ISSN

0705-6567 (print)

1923-2330 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Poulin, A. (2005). Derrière le beau livre : la direction artistique. *Lurelu*, 28(2), 5–17.

Derrière le beau livre : la direction artistique

Andrée Poulin

Infatigable maestro, il orchestre les relations entre l'éditeur, l'auteur, l'illustrateur, le graphiste et l'imprimeur. Maillon incontournable de la chaîne graphique de l'édition, il coordonne, commente, insuffle une vision, donne le ton, ajuste le tempo. Sans cesse à la recherche du parfait équilibre entre les mots et les images, il navigue entre le technique et le poétique, entre la liberté de création et les contraintes de l'édition. Son flair, sa sensibilité artistique, sa capacité de coordination donnent au livre sa personnalité, son originalité. Il pratique son art dans l'ombre; on le sait à l'œuvre sans en voir la trace. Son objectif, sa raison d'être et sa passion : créer un beau livre. Tel est le rôle du directeur artistique.

Comment s'articule actuellement la direction artistique dans l'édition jeunesse au Québec? Quels sont les désirs, les défis et les difficultés des directeurs artistiques? Comment perçoivent-ils leur travail et comment sont-ils perçus? Lurelu vous présente un dossier sur ce métier mal connu.

Le choix crucial de l'illustrateur

En tant que responsable de la mise en images d'un texte, l'une des premières tâches du directeur artistique, sur réception du manuscrit final, est de choisir l'illustrateur. Un choix crucial, qui déterminera l'apparence du livre.

Paule Brière, directrice artistique chez Bayard Canada Livres, explique que, avant même de choisir l'illustrateur, elle décide de l'orientation à donner à l'album. «Un texte peut être illustré de différentes manières. Selon l'illustrateur choisi, on peut décider d'accentuer le côté humoristique, ou l'émotion, ou l'intériorité d'un texte.»

Pour Geneviève Côté, une illustratrice qui a aussi fait de la direction artistique, le ton à donner au livre est un aspect important et difficile du choix de l'illustrateur. «On peut avoir un texte comique et décider d'accentuer ce côté ou avoir un texte sérieux et faire le choix de l'alléger. C'est une décision que toute l'équipe d'édition doit prendre après discussion, car ça oriente le ton de l'album», explique-t-elle.

Selon Mireille Levert, illustratrice et directrice artistique chez Imagine, le choix de l'illustrateur est naturellement influencé par la nature du texte. «Si c'est un texte poétique, on cherche quelqu'un avec un style poétique», dit-elle. Œuvrant dans le milieu depuis plus de vingt ans, elle évite toute-

fois de stéréotyper l'illustrateur, de le cantonner dans un style.

C'est un des risques du métier, confirme Geneviève Côté. «Les éditeurs ont souvent eu tendance à m'offrir des textes tristes à illustrer. Maintenant, j'ai besoin de faire autre chose, d'illustrer des textes différents», affirme l'illustratrice de *La grande aventure d'un petit mouton noir*.

Pour l'illustrateur Fabrice Boulanger, l'une des qualités les plus importantes d'un directeur artistique est d'avoir du flair et une vision, afin de choisir l'artiste qui convient le mieux à un texte. «Les illustrateurs ne sont pas interchangeables, chacun a sa personnalité propre. Si le directeur artistique a bien fait son travail de sélection, après, ça roule bien. Pour ça, il faut des gens passionnés par la littérature jeunesse, qui en lisent beaucoup et qui peuvent créer des jumelages intéressants», dit-il.

Geneviève Côté abonde dans le même sens. «Ça prend un talent de "casting" pour choisir le bon illustrateur. Rien de pire que d'être mal "casté" pour un album.» Elle a d'ailleurs déjà refusé des commandes, sachant que ce n'était pas le bon «mariage». «On passe trois mois à illustrer un texte, alors, si on ne l'aime pas, mieux vaut refuser la commande», explique-t-elle.

Pour Anne-Marie Villeneuve, éditrice chez Québec Amérique, le grand défi est de créer des trios fertiles. «Quand on a deux créateurs et une œuvre, il faut trouver un illustrateur qui va aimer le texte, nous en révéler des facettes qui n'étaient pas là et donner de la profondeur à l'œuvre», précise-t-elle.

Encourager la relève

Quand vient le temps de choisir un illustrateur, un directeur artistique est souvent confronté à une contrainte importante : la disponibilité de l'artiste. En effet, le milieu est petit et les illustrateurs connus sont en demande. D'où l'importance d'encourager la relève.

À la courte échelle, la directrice artistique Annie Langlois s'est donné comme défi de recruter de nouveaux illustrateurs, d'abord pour rajeunir l'image de certaines collections, mais aussi pour apporter du sang neuf dans le milieu. «Il faut oser s'entourer de nouveaux illustrateurs. Je suis allée chercher des jeunes qui sortaient de l'école ou qui travaillent dans des agences de publicité. Ça demande plus d'énergie mais c'est un grand plaisir, car ces jeunes ont le goût d'apprendre et sont heureux d'avoir cette chance-là. Un nouvel illustrateur se vend peut-être moins bien, mais il faut encourager la relève», affirme-t-elle.

Chez Isatis, on se préoccupe aussi de la relève. «On fait appel à des illustrateurs d'autres milieux, comme celui du cinéma. Ça nous aide à nous démarquer des autres éditeurs, car beaucoup choisissent les mêmes illustrateurs», signale le directeur artistique, Gérard Frischeteau.

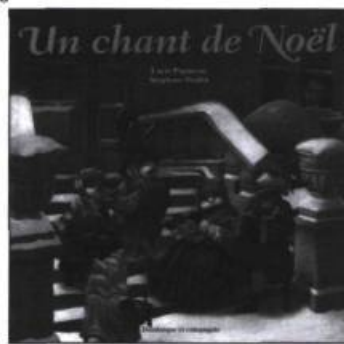
Fondatrice et éditrice d'Isatis, Angèle Delaunoy œuvre en littérature jeunesse depuis vingt ans. Elle connaît donc la plupart des illustrateurs au Québec. Elle trouve difficile de trouver les jeunes talents, surtout s'ils n'ont pas de site Web.



Anne-Marie Villeneuve
(photo : Martine Doyon)



Geneviève Côté
(photo : Marie Lessard)



Éditions Dominique et compagnie

«Autrefois, l'Association des illustrateurs du Québec organisait des expositions portfolios. J'ai découvert plusieurs jeunes talents de cette façon», souligne l'éditrice, qui souhaiterait voir renaître ce type d'évènement, bénéfique pour tous.

L'encadrement des illustrateurs

Une fois l'illustrateur choisi, il faut ensuite l'encadrer dans son travail de création. Délicat exercice où l'on doit trouver l'équilibre entre diriger l'artiste et respecter sa liberté créatrice.

Aux Éditions Imagine, la directrice artistique Mireille Levert demande d'abord à l'illustrateur une étude de personnages, suivi d'un «*story board*», c'est-à-dire un découpage général de l'histoire au moyen d'esquisses préliminaires. La troisième étape est celle des esquisses avant l'étape finale de mise en couleurs. «Si c'est un illustrateur très expérimenté, je ne demanderai pas qu'on procède nécessairement par toutes ces étapes», précise Mireille Levert.

«La direction artistique doit s'adapter aux illustrateurs. Certains ont une grande maîtrise de leur profession et arrivent dès les premières esquisses très proches du produit final», explique Diane Primeau, directrice artistique des albums chez Dominique et compagnie.

Ce qu'elle cherche dans le travail de l'illustrateur? D'abord, une complémentarité entre le texte et les illustrations. «L'illustration ne doit pas répéter ce que dit le texte. C'est une interprétation du texte de l'auteur. Il est important que l'illustration reste au niveau de l'enfant. Une image ne doit pas être difficile à décoder, sa composition ne doit pas être trop complexe pour un enfant de quatre ans», explique-t-elle.

Dans sa relation avec l'illustrateur, Diane Primeau prend bien soin de ne jamais donner la solution. «J'explique la nature du problème. Je ne tiens jamais le crayon de l'illustrateur. J'ai horreur qu'on me le fasse en tant que designer, donc je ne le ferais pas à un créateur. Ma conviction profonde, c'est qu'on a le meilleur de quelqu'un quand on lui donne la chance de livrer ce qu'il est lui-même.»

À la courte échelle, Annie Langlois a appris à connaître les artistes et à s'adapter à leur personnalité. «Il y a des illustrateurs qu'il faut suivre de plus près. D'autres savent exactement comment s'y prendre. À force de les côtoyer, on sait comment chacun travaille. Certains, comme Stéphane Poulin et Marie-Louise Gay, ne présentent pas d'esquisses. Je n'ai pas l'impression d'être très dirigiste. Plus je laisse de liberté à l'illustrateur, mieux ce sera», affirme-t-elle.

On privilégie le même type d'approche chez Québec Amérique, où l'illustrateur ne reçoit pas de commande précise. «Je considère l'illustrateur comme un créateur à part entière. Je dois lui donner un maximum de latitude pour qu'il nous propose des idées intéressantes», dit Anne-Marie Villeneuve.

Gérard Frischeteau abonde dans le même sens. «Je ne forcerai pas un illustrateur à faire quelque chose qu'il n'a pas envie de faire. J'ai une vision du produit final et j'essaie de le guider dans cette vision.»

Il y a cependant certaines situations où même un illustrateur d'expérience a besoin d'être un peu plus encadré. «Ce n'est pas toujours une question de talent ou d'expérience, mais plutôt d'interprétation du texte. Un illustrateur peut parfois faire une interprétation trop adulte du texte. Il faut donc le ramener au public auquel il s'adresse. Parfois, il s'agit de changements majeurs. Sur le coup, aucun illustrateur n'aime ça, mais après, ils sont contents», soutient Diane Primeau.

Stéphane Poulin, illustrateur maintes fois primé, a aussi été directeur artistique aux 400 coups. Il juge décisive l'influence du directeur artistique dans l'orientation du texte. «L'auteur, l'illustrateur et le directeur artistique ont trois visions différentes de l'histoire. On me demande de faire ressortir ce qui est important dans le texte, pour que le lecteur puisse en saisir une autre dimension. Le directeur artistique est là pour me dire si je me trompe dans mon interprétation ou si je vais dans une direction où je ne devrais pas aller.»

Les commentaires sur les esquisses

Leur liberté de création, les illustrateurs québécois, réputés pour leur indépendance d'esprit, y tiennent farouchement. C'est le cas de Geneviève Côté, qui a illustré d'innombrables albums et romans pour divers éditeurs. «Certains illustrateurs aiment bien un cadre un peu plus rigide. Moi j'aime avoir les coudées franches quand je dessine. J'aime me faire encourager dans ce que je veux faire.»

Pour Mireille Levert, il y a une grande part d'intuition dans le travail d'encadrement de l'illustrateur. «Il faut savoir doser. Il y a un équilibre à trouver dans l'encadrement. Si on est trop directif, on ne va pas chercher le meilleur de l'illustrateur.» Comme elle est à la fois illustratrice et directrice artistique, Mireille Levert voit les deux côtés de la médaille, ce qui lui sert précieusement dans son rôle qu'elle décrit comme du «*coaching* de créateur».

«Certains illustrateurs sont très ouverts. Certains sont fragiles et il faut, avec eux, mettre trois paires de gants blancs. D'autres ont besoin qu'on les appelle toutes les semaines, sinon ils n'avancent pas», explique-t-elle.

Comme il porte lui aussi les deux chapeaux, Gérard Frischeteau est très conscient de l'impact de ses commentaires sur un créateur. «C'est délicat de commenter les illustrations. Il faut respecter la personnalité de l'illustrateur. Celui-ci a passé des semaines sur des esquisses mais, souvent, les gens ne voient pas le travail derrière l'image.»



Annie Langlois

Tout en s'estimant plutôt conciliant, Stéphane Poulin a cependant beaucoup de mal à travailler avec un directeur artistique tatillon. «Illustrer un album, ce n'est pas comme fabriquer une paire de chaussures. On est dans le très personnel, le subjectif. Certains éditeurs demandent plusieurs esquisses. Moi, je fais une esquisse. Ce que je présente, à moins de me tromper, c'est ce que je vais faire. À l'étape de la couleur, je n'accepte plus de faire des corrections.»

«Les suggestions sont les bienvenues, quand elles sont pertinentes», précise-t-il. Certains commentaires, du style «Pourquoi elle a des lunettes?» ou «Pourquoi le personnage est laid?», l'agacent hautement.

«Je me permets de refuser de faire certaines modifications, pas parce que je suis prétentieux, mais parce que je crois à ce que je fais», ajoute-t-il.

Diane Primeau formule toujours soigneusement ses commentaires à l'illustrateur. «Je ne fais jamais des commentaires du genre : "Enlève ceci, grossis cela". Je dirai plutôt : "C'est incompréhensible pour un enfant, c'est répétitif ou trop loin du texte"», explique-t-elle.

Même approche à La courte échelle, où l'on ne s'attarde pas sur des vétilles. «Je ne m'amuse pas à faire retravailler les illustrateurs. Quand je demande des changements, c'est parce que ça ne passe pas. J'essaie de leur montrer à quel point ils peuvent aller plus loin», explique Annie Langlois.

Caroline Merola a illustré une soixantaine de livres chez divers éditeurs québécois. Elle se dit satisfaite de la façon dont les directeurs artistiques l'encadrent. Comme elle a beaucoup de métier, cela influence sans doute le nombre et la nature des commentaires. «Les commentaires qu'on me fait — qui portent souvent sur la logique ou le style — me semblent très à propos.»

Plus nouveau dans le métier, l'aquarelliste Fabrice Boulanger a lui aussi travaillé pour plusieurs éditeurs au cours des cinq dernières années. «À partir du moment où l'éditeur t'a choisi, c'est qu'il aime ton style et ton approche.

Généralement, les éditeurs me laissent assez libre. Le travail de direction artistique arrive après la remise des premiers croquis. Les commentaires peuvent être techniques, mais il ne s'agit jamais de grands changements.»

«Là où j'ai le plus de difficultés, c'est dans l'édition scolaire, où il y a énormément de règles et de normes. Un illustrateur pour moi, c'est quelqu'un qui apporte quelque chose au texte. Dans le pédagogique, on ne te demande pas d'être créatif; on te demande de mettre un texte en images», ajoute-t-il.

La place de l'auteur dans ce processus

Quelle place occupe l'auteur dans ce processus de mise en images de son manuscrit? Son degré d'intervention varie grandement, selon l'approche des maisons, selon la personnalité des gens impliqués et selon le projet. Ainsi, le rôle de l'auteur n'est pas le même pour un roman que pour un album.

«Pour une couverture de roman, l'illustrateur doit se mettre au service du texte. Dans l'album, les auteurs sont bien d'accord pour laisser cette place à l'illustrateur», explique Geneviève Côté.

Dominique et compagnie fait une place importante à l'auteur au début du processus de création. À partir du moment où l'auteur a accepté le choix de l'illustrateur, la maison organise une rencontre entre la directrice de collection, la directrice artistique, l'illustrateur et l'auteur. «Dans cette réunion de départ, l'auteur parle de son texte, de ses objectifs, comment il a senti son histoire. L'illustrateur explique comment il a perçu le texte. Souvent, il apporte des études de personnages. Il y a échange et écoute entre l'auteur et l'illustrateur», explique Diane Primeau.

Après cette rencontre initiale, l'essentiel du dialogue se poursuit entre la directrice artistique et l'illustrateur. Quand Diane Primeau reçoit le premier jeu d'esquisses complet (en général au crayon à mine), l'écrivain est consulté. «On demande à l'auteur de commenter les éléments qui ne collent pas à l'esprit du texte. Mais les commentaires, ce n'est pas une liste d'épicerie. Certaines remarques sont irrecevables, par exemple : "Elle a les cheveux trop longs ou je n'aime pas le jaune"», explique-t-elle.

Aux Éditions de la Bagnole, illustrateurs et auteurs travaillent en étroite collaboration tout au long du processus, chaque créateur commentant librement le travail de l'autre. Cet éditeur peut se le permettre puisqu'il ne publie pour le moment qu'un petit nombre d'albums par année. «Le coup de foudre entre l'auteur et l'illustrateur, c'est très important», affirme Jennifer Tremblay, directrice artistique.

À La courte échelle, il n'y a pas de contact direct entre l'auteur et l'illustrateur. Lorsqu'ils sont pertinents, Annie Langlois transmet les commentaires de l'auteur à l'illustrateur, «de la façon la plus appropriée».

«C'est très délicat de faire participer les auteurs à ce processus. Ils n'ont pas de recul par rapport à leur texte. Par exemple, ils imaginent un de leurs personnages en blond alors que l'illustrateur l'a dessiné en brun. J'essaie de faire comprendre aux auteurs que l'illustrateur a aussi une part d'interprétation de l'histoire, qu'il apporte sa part



Caroline Merola
(photo : Céline Lalonde)



Diane Primeau

de créativité à l'œuvre. D'ailleurs, beaucoup d'auteurs ne veulent pas s'en mêler», précise-t-elle.

Chez Québec Amérique, l'éditrice ou la directrice de production sert d'intermédiaire entre l'auteur et l'illustrateur. «Cela permet d'offrir à l'illustrateur un commentaire constructif, moins émotif que celui venant d'un autre créateur. C'est aussi pour que l'illustrateur ait sa zone de créativité et de liberté», dit Anne-Marie Villeneuve.

Geneviève Côté constate qu'en général on n'encourage pas le contact entre l'auteur et l'illustrateur. «L'éditrice protège ses créateurs, probablement dans le but d'éviter des conflits», dit-elle. L'illustratrice souhaiterait cependant pouvoir échanger avec les auteurs. «J'ai de la difficulté à dessiner quand on me dit d'avance ce qu'on veut. Mais une rencontre avec l'auteur, après les premières esquisses, ce serait bien, car ça laisse toute la place à l'univers de chacun.»

Bien que Stéphane Poulin apprécie le contact avec l'auteur, il reconnaît toutefois que le directeur artistique peut se retrouver coincé entre l'arbre et l'écorce, surtout quand il travaille avec deux créateurs renommés.

Fabrice Boulanger est persuadé que le contact entre illustrateur et auteur enrichit la création. Il a d'ailleurs vécu une expérience stimulante chez Quintin, en illustrant un album d'Alain Bergeron. «Ç'a été une création à trois, avec moi, l'auteur et la directrice de collection, Colette Dufresne. Le manuscrit n'était pas complètement fini quand j'ai commencé les illustrations. J'ai même fait quelques commentaires au sujet du texte. Mais pour se dire franchement les choses, il faut une confiance et un respect mutuels», précise-t-il.



Stéphane Poulin

L'importance du graphisme

Après avoir coordonné et encadré la mise en images du texte, le directeur artistique passe ensuite à l'étape de la production. Entre alors en scène un nouveau joueur : le graphiste. Son rôle : la mise en pages, le choix de la typographie, la séparation des couleurs et la supervision de l'impression.

Dans le secteur de jeunesse, le livre prend plusieurs formes physiques, chacune avec son format et ses particularités : albums, romans, documentaires. Pour les romans, notamment dans les collections, les illustrateurs travaillent avec des maquettes existantes. Pour l'album, le travail du graphiste est plus complexe.

Diane Primeau, qui fait de la direction artistique et du graphisme chez Dominique et compagnie, a une vision clairement définie de cette profession. «C'est un art de subtilité. Il faut savoir mettre les illustrations en valeur», affirme-t-elle. Cet art, elle en parle avec autant de passion que d'éloquence. «La mise en pages, c'est de la musique, c'est un

rythme, une façon de jouer avec les composantes. Ce qui me stimule, c'est que chaque livre est une œuvre d'art, un défi, une aventure.»

Toujours en quête d'efficacité et d'amélioration, Diane Primeau a récemment rajouté une étape dans la chaîne de création graphique : celle du prémontage, où elle place le texte dans les esquisses. «Quand on a la scénarisation de l'image, doublée des blocs de textes, on peut tout de suite faire des modifications. Je peux voir, par exemple, si ça fait une page trop lourde ou trop maigre. C'est une étape de raffinement. Les illustrateurs aiment, car ils voient tout de suite la relation visuelle texte et illustration. Ça permet aussi parfois à l'auteur de faire de petits changements au texte», explique-t-elle.

L'une des tâches importantes du graphiste est de choisir la typographie du livre. «Pour les collections, on a des maquettes, mais chaque album a sa propre personnalité typographique. Je fais toujours une recherche typographique en fonction du texte et du style de l'illustrateur. Le choix du caractère est extrêmement important. Si le caractère est trop petit ou trop gras, il va créer un déséquilibre. Il faut que le caractère soit si bien intégré qu'on ne le voit plus», explique Diane Primeau.

Pour l'illustratrice Caroline Merola, la typographie et la mise en pages sont très importantes dans le livre jeunesse, car ils annoncent la couleur et le contenu d'un livre. «Si l'enfant voit de grosses lettres dégoulinantes, il saura que c'est un livre d'horreur. On peut embellir des dessins un peu moches avec une belle typographie. Une bonne mise en pages peut sauver une illustration moyenne en page couverture», dit l'auteure de la série «Le monde de Margot».

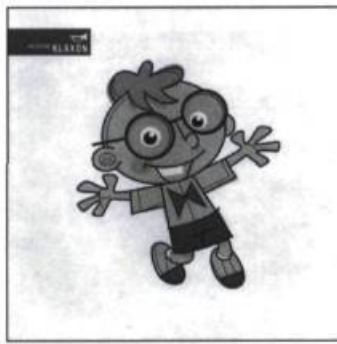
En tant que directrice artistique aux Éditions Imagine, Mireille Levert reconnaît l'importance du rôle du graphiste et compte sur lui pour affiner sa vision. «En graphisme, je sais ce dont j'ai besoin mais je ne sais pas comment le faire. C'est une spécialité. Avec un mauvais graphisme, tu peux vraiment gâcher un album», soutient-elle.

Mireille Levert de même qu'Angèle Delaunois déplorent d'ailleurs la difficulté de trouver de bons graphistes, sans compter la rareté des graphistes spécialisés en littérature jeunesse. «Ce n'est pas évident d'avoir un graphiste qui propose des choses, qui saisit ce que vous voulez et qui s'intègre à l'équipe. Nous avons eu quelques graphistes qui voulaient aller trop vite», signale Angèle Delaunois.

En graphisme comme ailleurs, il y a des modes, que Diane Primeau évite soigneusement. «Mon approche est basée sur la mise en valeur du texte et de l'illustration. Pour moi, le graphisme doit être assez transparent pour qu'on ne sente pas l'effet d'impression. De là l'intérêt d'avoir la même personne comme graphiste et directrice artistique.»



Mireille Levert
(photo : Arsénio Corôa)



Éditions de la Bagnole, coll. «Klaxon».



Jennifer Tremblay
(photo : Martin Larocque)

Mireille Levert partage cet avis. «Parfois, les graphistes font du très beau travail, mais qui vole la vedette au dessin. Le graphisme est un travail d'équilibre et de respect.»

Chez les illustrateurs, certains s'intéressent au graphisme du livre qu'ils ont illustré, mais d'autres pas du tout. «Beaucoup d'illustrateurs au Québec ont une formation en graphisme car ça fait partie du curriculum. Pas moi. Je laisse le travail de graphisme au graphiste. Ce n'est pas un domaine où je me sens compétent», souligne Fabrice Boulanger.

Pour sa part, Caroline Merola préfère s'occuper elle-même de la mise en pages de ses livres. «Certains illustrateurs sont à l'aise avec une maquette prédéfinie. Dans mon cas, s'il fallait qu'on me dise où placer mes dessins, je n'aimerais pas. Je dispose mon texte comme je veux. Je juge que j'ai assez de métier pour le faire.»

Les développements en informatique ont grandement modifié et même facilité le travail des graphistes et des directeurs artistiques. Grâce à des logiciels tels Photoshop ou Quark Express, ils peuvent maintenant faire des procédures impensables il y a dix ans.

«L'ordinateur a beaucoup changé notre façon de travailler. Comme tout est numérisé, je peux faire des modifications dans les dessins. Par exemple, je peux changer le fond d'une illustration dont la couleur n'est pas assez vive pour la couverture. Je m'assure cependant de toujours avoir la permission de l'artiste», explique Andréa Casault, directrice artistique chez Scholastic.

D'après Anne-Marie Villeneuve, l'informatique a permis d'augmenter le niveau de raffinement et d'accélérer la capacité à bien produire. «Grâce à l'ordinateur, on a une plus grande souplesse. On peut ajuster des choses et faire de plus beaux livres», souligne-t-elle.

La marque de commerce

Le directeur artistique met sa griffe sur les collections qu'il coordonne et donne même parfois l'identité visuelle à la maison d'édition qui l'emploie. Cette identité varie beaucoup d'un éditeur à l'autre, chacun tentant de développer sa propre marque de commerce.

Chez Dominique et compagnie par exemple, la directrice artistique a réussi à donner une image très distincte aux albums de la maison. «Le public me dit qu'il reconnaît les albums de Dominique et compagnie. Il y a une unité qui se dégage au travers de la diversité», souligne Diane Primeau. Elle avoue être influencée par les Européens. «J'ai été formée par des Suisses, alors mon travail a toujours eu une touche européenne. J'ai une approche basée sur la pérennité. Je ne veux pas que mes choix soient démodés dans un an ou deux. Je cherche donc une forme de classicisme, sans éléments clin-

quants ou tape-à-l'œil, dont on se fatigue au bout d'un an ou deux. J'essaie de faire sobre et élégant. Mais je dirais que notre sobriété est quand même assez audacieuse», explique-t-elle.

Bien que les Éditions de l'Isatis soient encore jeunes, la maison a déjà une identité précise, qui penche aussi du côté du classicisme. «On essaie d'avoir un style plutôt classique avec un petit brin de folie. Il y a des modes en littérature jeunesse. En ce moment, c'est le déstructuré, le collage, l'audacieux. Mais pour durer, il faut être hors mode. Il faut faire ce qu'on aime, ce qui vient des tripes», explique Gérard Frischeteau. «On a une approche joyeuse, ludique. On n'essaie pas d'être avant-gardiste mais de donner aux enfants des images riches et soignées, où ils vont se reconnaître», rajoute Angèle Delaunois.

Et aux 400 coups? «À part le logo, on n'a pas de marque de commerce, affirme Andrée Lauzon. Ce qui distingue Les 400 coups, c'est son audace et son gout du risque. On a une production extrêmement diversifiée, éclairée, avec des auteurs et illustrateurs de renom. Il y a parfois des délires créatifs. On est presque un laboratoire pour tester de nouvelles idées.»

À La courte échelle, un vent de renouveau souffle depuis l'arrivée d'Annie Langlois. Elle a consacré beaucoup d'énergie à rafraîchir les collections et à concevoir de nouvelles présentations. «Je veux garder le côté chic et sobre, mais apporter des couleurs pour faire plus dynamique. Je veux rendre nos collections grand public mais avec une touche chic, comme on a fait avec la collection "Mon roman", explique-t-elle.

Un choix audacieux

Aux Éditions de la Bagnole, qui ont vu le jour en 2004, l'image de marque a été établie avec un choix de départ audacieux : pas de titre ni de nom d'auteur en page couverture. «On cherchait une façon de se démarquer. On voulait que le nom et le logo de la maison d'édition soient remarquables. Notre graphiste nous répétait : vous ne pouvez pas faire ça. Plus elle voulait nous dissuader, plus j'étais convaincue. On a donc opté pour ce style minimaliste, du moins à l'extérieur du livre», raconte Jennifer Tremblay. Le pari semble avoir réussi pour les trois titres présentement à l'actif de la Bagnole. La nouvelle éditrice note en effet que le public est intrigué par ces albums sans titre et trouve l'approche «rafraichissante».

Nouvellement arrivée à la barre de la collection «Raton Laveur», Paule Brière affirme qu'elle tentera, «bien humblement», de faire évoluer l'image de la maison Bayard. «Raton Laveur, c'est un format physique très accessible, des livres simples, pas chers. Donc pas de super innovation sur le plan littéraire ou artistique. Je suis tout à fait à



Bayard Canada Livres,
coll. «Raton Laveur».



Paule Brière

l'aise avec ça car je viens du magazine, qui est un objet de consommation rapide.»

«Une des forces du Raton Laveur, c'est l'humour dans les textes et les illustrations. Tout en gardant la collection humoristique, je veux développer d'autres séries, chacune avec sa personnalité visuelle distincte», ajoute Paule Brière.

Chez Québec Amérique, l'équipe en place a le souci de raffiner l'aspect visuel des collections, sans trahir ce qui a été fait auparavant. «On réfléchit aux formats, aux grilles. On regarde ce qui se fait ailleurs. On ne veut pas faire nouveau pour faire nouveau», souligne l'éditrice Anne-Marie Villeneuve.

Les qualités d'un bon directeur artistique

Les diverses étapes de la production graphique d'un livre nécessitent diverses capacités, une expérience et une expertise variées. Quelles sont donc les qualités d'un bon directeur artistique?

Selon Geneviève Côté, le directeur artistique doit avoir une certaine habileté à saisir le langage visuel d'un sketch. «Il faut que la personne comprenne le crayonné, en voit le potentiel. Qu'elle puisse faire la transposition entre le sketch et le produit final à venir. Ça peut sembler banal, mais c'est très important. Le directeur artistique doit être capable d'explorer l'univers d'un autre et être à l'aise avec différents styles. Il doit aussi pouvoir reconnaître la direction et l'encourager à la poursuivre», explique-t-elle.

Pour Anne-Marie Villeneuve, le directeur artistique doit avoir un sens esthétique. «Il faut quelqu'un qui a une ouverture sur la vie artistique, qui est à l'affût des nouveaux courants, de nouveaux talents qui émergent», fait-elle valoir.

À propos de la sensibilité visuelle, un directeur artistique risque d'être bien plus efficace s'il aime, comprend et connaît la littérature jeunesse. «Ça prend un grand amour du livre jeunesse. Il faut avoir un côté enfantin pour savoir ce qui va toucher et faire rire l'enfant», signale Jennifer Tremblay, des Éditions de la Bagnole.

«Le directeur artistique doit avoir de l'expérience en littérature jeunesse, affirme Caroline Merola. On ne peut pas travailler la couverture d'un livre pour enfants comme on travaille une affiche de film. C'est un langage visuel très différent de la publicité ou de l'image de marque. Il faut que ce soit compréhensible pour les enfants.»

Bien qu'il travaille avec le visuel, un directeur artistique doit aussi aimer beaucoup lire, estime Annie Langlois. «C'est quelqu'un qui peut réinterpréter un texte et aider l'illustrateur à aller plus loin, comme rajouter dans

l'image un personnage qui n'est pas dans le texte», explique-t-elle.

Au-delà des connaissances techniques, le directeur artistique doit aussi posséder d'importantes qualités humaines. «Il faut beaucoup de diplomatie, de sensibilité aux œuvres des auteurs et illustrateurs», indique Anne-Marie Villeneuve.

«Ça demande du doigté. Tout est dans la manière de faire des commentaires. Il faut être constructif», rajoute Diane Primeau. Quant à Stéphane Poulin, il estime qu'il faut beaucoup d'humilité pour être directeur artistique. «Le directeur doit savoir se mettre en retrait. Les «grands manitous», ce sont les auteurs et les illustrateurs. C'est leur nom qui sera sur le livre et c'est eux qu'on va critiquer», fait valoir l'illustrateur de *Petit zizi*.

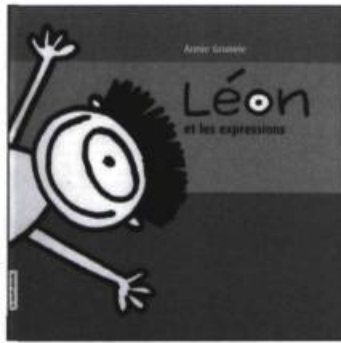
La direction artistique dans l'édition jeunesse au Québec

Dans le petit marché québécois du livre jeunesse, plusieurs maisons d'édition ne peuvent s'offrir le luxe d'un directeur artistique attiré ou à temps plein. La direction artistique revêt donc plusieurs formes, selon la taille de l'éditeur et le type de livre publié.

Chez Dominique et compagnie, on a pris la décision, il y a dix ans, d'embaucher une directrice artistique et conceptrice graphique pour les albums et les livres pour bébés. Diane Primeau y a donc créé plusieurs collections et coordonné la création de plusieurs douzaines d'albums. Avec la directrice de collection, Lucie Papineau, elle a développé une méthode de travail collégiale et hautement efficace, puisque les albums conçus par le tandem ont été plusieurs fois couronnés de prix.

«Je travaille en étroite complicité avec Lucie. On regarde ensemble le programme éditorial de l'année à venir et on prend des décisions d'équipe. On se respecte chacune dans notre champ d'expertise. Il n'y a pas de lien hiérarchique», explique Diane Primeau.

Malgré leur petite taille, deux nouvelles maisons d'édition — Imagine et Isatis — ont fait le choix de se doter d'une direction artistique. Chez l'une comme chez l'autre, le travail d'équipe prime. «Gérard [Frischeteau] et moi, on travaille en interaction complète. Dès que j'ai un texte intéressant, Gérard le lit et fait ses commentaires. On choisit ensemble l'illustrateur, explique Angèle Delanois. Gérard s'occupe de la finesse et des détails spéciaux. L'importance apportée aux détails est primordiale. C'est parfois très subtil, mais c'est la différence entre un livre qui se démarque et un livre qui ne se démarque pas», ajoute-t-elle.



Éditions La courte échelle

Des directeurs qui combinent les deux fonctions

À La courte échelle, chez Québec Amérique et aux 400 coups, trois maisons qui produisent chaque année une quantité considérable de livres, il n'y a pas de direction artistique attitrée.

À La courte échelle, Annie Langlois assume les fonctions de directrice littéraire et de directrice artistique. Une tâche imposante, quand on sait que l'éditeur publie une cinquantaine de titres par année et que la jeune directrice supervise la production de 90 % de ces livres.

«Ça fait beaucoup, mais je ne me plains pas, affirme Annie Langlois. Au contraire, j'aime cette façon de fonctionner qui me permet d'avoir le contrôle sur tous les aspects de la production du livre. Ma vision du livre, c'est que le texte et les images forment un tout. Si je faisais seulement la direction littéraire, je m'ennuierais. J'assume le livre au complet.»

Chez Québec Amérique, c'est l'éditrice Anne-Marie Villeneuve qui est responsable de la direction artistique, épaulée par trois conceptrices graphiques. «Notre façon de fonctionner varie selon le type de projet. Dans les romans, il y a des paramètres établis. Pour les albums, je travaille de près avec les graphistes. La directrice de production fait les contacts avec les illustrateurs. Les esquisses de l'illustrateur sont commentées par l'équipe, dans la collégialité. Cette formule fonctionne bien pour nous», explique-t-elle.

Bien qu'il n'y ait pas de direction artistique attitrée aux 400 coups, Andrée Lauzon a une expérience d'au moins vingt ans comme graphiste. «Serge Théroix [l'éditeur] m'appelle toujours la directrice artistique car j'ai dessiné plusieurs collections et j'ai travaillé sur plus d'une centaine de livres. Mais je suis une graphiste pigiste», précise-t-elle.

Andrée Lauzon a commencé à travailler pour cet éditeur à une période où la production a explosé en nombre. Les directeurs de collection travaillant de façon très autonome, ils dirigeaient eux-mêmes leurs projets, une fois obtenu le feu vert de Serge Théroix. Comme plusieurs d'entre eux n'étaient pas familiers avec le côté technique de la production, il y a eu certains ratés et la qualité en a parfois souffert.

«Cette grande liberté d'action a parfois donné de petites perles, mais parfois de moins bons résultats», admet la graphiste, qui elle-même dirige une collection intitulée «Petites histoires de l'Art».

«J'ai souvent ramassé des pots cassés. Je me suis retrouvée dans des situations où un illustrateur m'appelait pour me dire : "J'ai reçu la commande mais c'est quoi le format du livre?" J'ai aussi eu des cas où l'illustrateur avait produit trop d'illustrations», raconte Andrée Lauzon. Pour remédier à ce problème, elle a fait beaucoup de formation auprès des directeurs de collection. «Je leur ai distribué des modes d'emploi et des plans de livres.»

Quand on n'a pas la formation technique

Dans les maisons d'édition où il n'y a pas de directeur artistique, les responsables n'ont souvent pas de formation technique. Même s'ils s'entourent de graphistes, cette contrainte a-t-elle un impact sur la qualité du produit? Pour Angèle Delaunoy, c'est assurément un risque. Malgré un baccalauréat en arts plastiques et sa longue expérience d'éditrice, cette dernière avoue avoir fait des erreurs de direction artistique. «Je ne suis pas étrangère au monde des arts, mais je me suis plantée quelquefois. Pour quelqu'un qui n'a pas la formation, ce doit être terrible de faire ce travail», dit-elle.

À la petite maison d'édition la Bagnole, la direction artistique est assumée par Jennifer Tremblay, qui est aussi coéditrice et auteure. Sauf pour quelques cours en histoire de l'art, elle n'a pas de formation en graphisme. «Je suis autodidacte et je fonctionne par instinct. J'ai consommé une grande quantité d'albums pour la jeunesse. Je regarde beaucoup ce qui se fait ailleurs, afin de ne pas réinventer la roue. Pour compenser mon manque d'expérience, je ne prends jamais de décision rapide», précise-t-elle.

Chez Québec Amérique, Anne-Marie Villeneuve explique qu'elle a appris sur le tas cette dimension du métier. «Ce travail, je le fais humblement, car ma formation est plus du côté des mots que de l'image. Le visuel, c'est un autre langage. Alors je suis mon intuition et je m'appuie beaucoup sur les conceptrices graphiques et les illustrateurs.»

Même si elle n'a pas de formation en graphisme ou en arts visuels, Annie Langlois estime que cela ne l'empêche pas de faire un bon travail de direction artistique. Chargée de cours en littérature jeunesse à l'UQAM et à l'UQTR, elle a développé sa capacité d'analyser à la fois le texte et l'image. Son travail de directrice artistique se trouve donc nourri par sa réflexion d'enseignante et vice versa.

«Je connais bien ce qui se fait en jeunesse ici et ailleurs. Je connais le public à qui on s'adresse. J'ai des idées précises de ce que j'aime et n'aime pas, de ce qui se vend et ne se vend pas. Comme je travaille avec une graphiste très forte sur le plan technique, ça va», explique-t-elle.

À l'emploi de Bayard Canada Livres depuis douze ans, Paule Brière est directrice du Raton Laveur, en plus d'être directrice de deux collections aux Éditions Les 400 coups. Comme bien d'autres, elle a appris ce métier en le faisant. «J'ai suivi des cours de dessin et d'histoire de l'art, mais l'essentiel de ma formation artistique, je l'ai reçue chez Bayard. Lors des rencontres biennuelles organisées par l'éditeur, les directeurs artistiques parlent de leur travail, ce qui m'a permis d'acquérir des outils, un bagage», dit-elle.

À l'aise dans son rôle de directrice artistique, Paule Brière reconnaît toutefois ses limites. «Parfois, je vois quelque chose



Éditions de l'Isatis,
coll. «Korrigan».

qui ne va pas dans une illustration, mais je ne sais pas quoi au juste. Un vrai directeur artistique pourrait l'expliquer. Moi, ça me prend plus de temps», dit-elle.

Avoir ou ne pas avoir un poste de directeur artistique

Plusieurs éditeurs jeunesse publient de beaux livres sans directeur artistique. Cette fonction est-elle donc essentielle? Est-ce un luxe réservé aux gros éditeurs? Sur cette question, les opinions sont partagées.

Chez les illustrateurs, la réponse est unanime. Un directeur artistique fait toute la différence dans la présentation d'un livre. «On le voit chez Dominique et compagnie, où Diane Primeau fait un travail magnifique. On sent une attention particulière portée à chaque livre. Un bon directeur artistique met les illustrations en valeur», signale Stéphane Poulin.

Un autre artiste, nommé Stéphane Jorisch celui-là, abonde dans le même sens. «C'est un poste important chez un éditeur. Le directeur artistique peut suggérer des idées pour que le livre plaise mieux au public. Un bon directeur va renforcer le projet et c'est faux de penser qu'il va brimer l'illustrateur», affirme l'illustrateur de *Charlotte et l'Île du destin*.

Quant à Geneviève Côté, elle apprécie la présence d'un directeur artistique car cela lui permet d'avoir un dialogue plus poussé. «On peut justifier ses choix artistiques avec quelqu'un qui parle le même langage», précise l'illustratrice, qui ne tarit pas d'éloges à l'égard de la directrice artistique des albums de Dominique et compagnie. «Diane Primeau correspond à ma conception de la direction artistique : elle combine tout. Elle comprend le rythme des illustrations, le déroulement de l'histoire. Elle fait de la conception graphique, ce qui est un atout.»

De son côté, Gérard Frischeteau estime que la direction artistique permet à un éditeur de maintenir une meilleure approche artistique, une plus grande qualité dans le travail. «Ça crée plus d'unité dans les collections et ça permet aux illustrateurs d'avoir une personne-ressource dans la maison», explique-t-il. Angèle Delaunois est convaincue que les livres d'Isatis seraient moins beaux s'il n'y avait pas de direction artistique. «J'ai beaucoup appris en travaillant avec Gérard et, pourtant, j'étais dans le métier depuis vingt ans. Mon sens du détail s'est beaucoup affiné. C'est la petite touche de plus. Sans directeur artistique, on peut se débrouiller et faire quelque chose de correct. Mais est-ce suffisant de se débrouiller? Souvent, le *look* ne rend pas toujours justice à la qualité des textes», dit-elle.

L'incontournable question des couts

Aucun éditeur ne niera l'importance et l'utilité d'un directeur artistique, mais ceux qui n'en ont pas justifient ce choix

par une raison simple mais incontournable : le cout. «En France, les gros éditeurs ont de vrais directeurs artistiques, c'est-à-dire des gens qui ne font que ça. Quand on produit des centaines de livres par année, c'est justifié d'avoir un directeur artistique. C'est une question financière», affirme Paule Brière.

«Dans un monde idéal, il y aurait un directeur artistique qui pourrait connaître à fond les œuvres et les illustrateurs. Mais les considérations financières font qu'on est obligés de partager le travail», explique Anne-Marie Villeneuve. «Le luxe, dans l'édition, c'est le temps. Avoir des ressources qui disposent de beaucoup de temps pour raffiner l'aspect visuel, c'est un luxe. Nos conceptrices n'ont pas le temps de lire tous les manuscrits et de s'investir pour chaque livre. C'est donc pour ça qu'on se partage les tâches», rajoute l'éditrice.

Paule Brière estime qu'un poste de directeur artistique, sans être superflu, n'est cependant pas essentiel. «Il n'est pas nécessaire qu'un directeur littéraire soit un auteur. Ce n'est pas parce que je n'ai pas de formation là-dedans que je suis mauvaise. Je fais un "job" potable», fait-elle valoir.

Partisane de la diversité, la graphiste des 400 coups est d'avis qu'avec un directeur artistique, il y a risque de «sclérose». «L'audace à trente-cinq heures par semaine, c'est incompatible. Si tout passe entre les mains du directeur artistique, il n'y a qu'une seule vision. Ça restreint la palette, ça affadit. Si les produits sont très homogènes, ça manque d'aventure et d'envergure», fait valoir Andrée Lauzon. Pour elle, l'idéal serait que les graphistes participent intimement à toutes les étapes de création du livre. Elle déplore d'ailleurs que le métier de graphiste soit mal compris, pas toujours respecté. «Le graphiste n'est pas simplement un exécutant, un metteur en pages. Il peut aussi faire sa minidirection artistique.»

Est-ce que la qualité en souffre?

Chez les éditeurs qui ont choisi de travailler sans directeur artistique, est-ce que la qualité en souffre? Là encore, les avis sont partagés. Pour Paule Brière, la qualité des livres jeunesse publiés au Québec n'a pas vraiment souffert d'un manque de direction artistique. «De mon point de vue à moi, qui ne suis pas artiste, nos livres au Québec ne sont pas moins beaux que ceux publiés en France, même si on n'a pas de poste de directeur artistique, dit Paule Brière. Si le Québec avait très peu de bons illustrateurs, s'il n'y avait pas d'école d'art ici, on pourrait sans doute dire qu'il y a une lacune en matière de direction artistique. Mais comme on a un bon matériel au départ, on produit de bons albums, avec de l'intuition et du travail sur le tas», fait-elle valoir.

L'illustrateur Fabrice Boulanger est satisfait du *feedback* qu'on lui donne. «Dans les maisons d'édition, les personnes avec qui j'ai la chance de travailler œuvrent dans le milieu depuis un moment, elles connaissent le marché et savent ce qui marche», souligne-t-il.

«En Europe, il se fait des choses extraordinaires, mais les éditeurs se livrent à ce travail depuis bien plus longtemps que nous, constate Annie Langlois. Au Québec, on peut faire aussi bien, sinon mieux que ce qui se fait ailleurs.»

Angèle Delaunois apporte un bémol à ces louanges. «Il se publie beaucoup de beaux livres au Québec, mais des albums qui sont à la fois beaux et bons, des livres qui ont la richesse de l'image et du texte, il n'y en a pas tant que ça.»

«Bien des maisons d'édition n'ont pas les moyens d'avoir un directeur artistique, ce qui fait que, dans l'ensemble, la direction artistique est un peu floue au Québec. Ça n'empêche pas la qualité et la création intéressantes», précise Geneviève Côté.

Pour sa part, Stéphane Poulin trouve la direction artistique d'ici un peu trop «gentille». «Les Québécois n'aiment pas la chicane. Comme le milieu est petit, on ne veut pas faire de la peine à l'un parce que c'est le copain de l'autre. C'est agréable, mais il faudrait un peu plus de rigueur, aussi bien dans les textes que dans les illustrations», dit l'illustrateur. Il estime que si les responsables de la direction artistique avaient plus de connaissances techniques, ils seraient plus en mesure de souligner les lacunes et d'enrichir les pratiques.

«J'ai un style très figuratif, mais je suis assez isolé. J'ai remarqué une tendance générale à dessiner des bonshommes laids, bâclés. C'est un appauvrissement. Ça ne veut pas dire de dessiner "stiff", mais il faut une logique dans les formes, la composition, les arrière-plans. Il y a une sorte de refus du savoir-faire. Je vois beaucoup d'étudiants qui ne savent pas dessiner. Peut-être qu'il faut mettre ça sur le dos de la consommation rapide, du spontané. Mais un directeur artistique pourrait souligner ces déficiences», fait-il valoir.

Annie Langlois reconnaît les contraintes du milieu et du métier, mais apporte une nuance. «Au Québec, le milieu est petit. Quand on travaille avec le même illustrateur et qu'on lui fait confiance, on formule peut-être moins de commentaires. Donc, il y a peut-être un laisser-aller. Pour les albums, il pourrait sans doute y avoir plus de rigueur. Mais les illustrateurs ne sont pas toujours prêts à se faire encadrer de façon très étroite», souligne la directrice de collection.

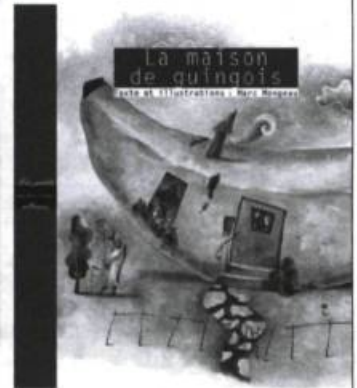
Stéphane Jorisch a travaillé pour de nombreux éditeurs au Canada et à l'étranger, et a dirigé pendant quelque



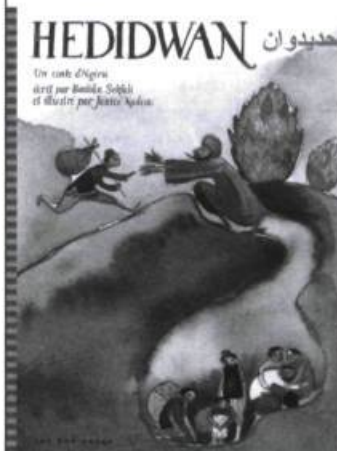
Des livres tendres et mordants



Mon grand frère le zombi
32 pages - 9,95\$



La maison de guingois
32 pages - 9,95\$



Hedidwan
32 pages - 12,95\$



Le crocodile de Madame Grimace
32 pages - 9,95\$

Les 400 coups



Éditions Les 400 coups,
coll. «Les mythiques».



Gérard Frischeteau

temps deux collections aux 400 coups. Il note lui aussi un certain manque de rigueur dans la direction artistique et, ce qu'il appelle diplomatiquement, «des inégalités dans les projets». Il voit cependant des avantages à une direction artistique plus relâchée.

«Le bon côté de la chose, c'est que les livres au Québec ont une fraîcheur incroyable. Le gros avantage, c'est que les jeunes illustrateurs peuvent développer davantage leur style, oser des choses. Quand ils arrivent sur le marché extérieur, ils ont un style propre à eux, car il n'a pas été trop touché», indique l'illustrateur de *Casse-Noisette*.

Albums expérimentaux

Cette originalité du livre québécois, ce courage de sortir des sentiers battus ont été remarqués hors Québec. À chacune de ses visites au Salon du livre de Montréal, Andrée Casault, la directrice artistique de Scholastic, admire la «fraîcheur» des livres publiés dans la Belle Province. «Chez Scholastic, nous avons une variété de styles, mais nos livres sont plus conventionnels car nous devons répondre à notre marché», dit-elle.

Sur la question des albums expérimentaux, audacieux sur le plan artistique mais pas toujours très proches des enfants, les avis sont partagés. Au chapitre de l'innovation, Andrée Lauzon estime que les éditeurs québécois prennent peu de risques. «Les éditeurs sont d'une prudence incroyable au Québec car ils n'ont pas d'argent à perdre. Au point de vue de l'audace, les 400 coups ont été pionniers. Serge Thérault a pris des risques. Il y a eu des ratés, mais c'est le prix à payer quand on veut innover», affirme-t-elle.

Andrée Lauzon n'a cependant pas toujours été d'accord avec tous les projets sur lesquels elle a travaillé. «Chaque fois que je me retrouve avec un album «décoratif» entre les mains, je dis : ça ne s'adresse pas aux enfants. J'appelle ça un livre pour faire plaisir aux adultes. Mais aux 400 coups, les fantaisies sont assumées», indique-t-elle.

Directrice des collections «Comme trois pommes» et «Ma langue au chat» aux 400 coups, Paule Brière estime que le public aime en général des livres qui ne déstabilisent pas trop. De plus, elle croit qu'il est difficile d'être à la fois très innovateur et très grand public. «Je n'ai rien contre l'innovation. Elle est même nécessaire pour faire évoluer les directeurs de collection. Je pense qu'il faut créer des albums très déstabilisants, mais on se demande ce que les enfants comprennent là-dedans. Moi, je suis de la tendance grand public. Je veux rejoindre le plus d'enfants possible, sans sacrifier la qualité. Chez Bayard, on produit de la qualité, mais on ne fait pas du Walt Disney. Je ne fais

pas des albums pour le plaisir des graphistes ou des artistes, mais pour les enfants de partout.»

Caroline Merola est ambivalente, hésitant entre l'accessibilité et l'avantage d'offrir aux jeunes lecteurs des livres différents. «On sait que les enfants vont aimer des livres où ils se reconnaissent. Parfois, les enfants ne seront pas attirés par certains livres hermétiques, mais si on leur en parle et qu'on leur en présente, ils accrochent», dit-elle.

Gérard Frischeteau, lui, n'est pas convaincu que ces «trips» d'adultes ouvrent l'œil et l'esprit des enfants. Sa collègue et coéditrice, Angèle Delaunoy, est plus catégorique : on ne fait pas un «trip» artistique sur le dos des enfants. «Le livre doit s'adresser aux enfants. Un bout de chou de cinq ans n'est pas capable d'une grande abstraction. Il faut respecter son niveau de compréhension et le public cible auquel on s'adresse», soutient-elle.

Chez Imagine, la préoccupation principale est de rester proche des enfants, autant dans le texte que dans l'image. «Certains albums sont un «trip» visuel. Les illustrateurs et les graphistes aiment beaucoup, mais les enfants comprennent moins», signale Mireille Levert.

Comme les illustrateurs sont des créateurs avant tout, on ne s'étonnera pas qu'ils insistent sur l'importance des albums expérimentaux. «L'expérimental «flye», c'est important. Il faut garder ça vivant. Ça nourrit tout le monde», plaide Geneviève Côté.

Reprenant la métaphore alimentaire, Stéphane Jorisch brandit l'exemple du restaurant McDonald's. «C'est le restaurant qui vend le plus sur la planète, mais ça ne veut pas dire qu'il soit le meilleur. Est-ce qu'on fait des livres seulement pour des gens qui veulent manger au McDonald's? demande-t-il. Un livre expérimental, c'est une carte de visite à l'étranger, poursuit l'illustrateur de *Thésée et le Minotaure*. C'est aussi une façon d'aller chercher des illustrateurs primés, qui pourraient être intéressés par l'ouverture. Ça donne de la crédibilité à la maison.»

Chez nos voisins du Canada anglais

La direction artistique se pratique-t-elle différemment chez les éditeurs jeunesse d'ailleurs? Il semble que oui. D'après les illustrateurs d'ici qui ont travaillé ailleurs, le Québec se distingue par une approche plus souple et moins interventionniste que les éditeurs du Canada anglais et des États-Unis. Stéphane Jorisch est bien placé pour établir des comparaisons, car il a illustré pour divers éditeurs au Québec ainsi qu'à l'étranger.

«Au Québec, le directeur artistique fait très confiance à l'illustrateur. Vu que le bassin d'artistes est assez petit, il



Stéphane Jorisch
(photo : Patrick Doyle)

connait le style et le tempérament des illustrateurs. Il est aussi conscient que les budgets ne sont pas énormes, donc il laisse l'illustrateur assez libre. À moins qu'il y ait des problèmes mécaniques ou que des images prêtent à confusion, il n'intervient pas énormément», explique-t-il.

Au Canada anglais, par contre, Stéphane Jorisch a constaté que le directeur artistique est vraiment dans les détails. On lui a retourné ses sketches couverts de commentaires, certains du style «Mets un raton laveur au lieu d'un lapin». Pour un artiste d'expérience, qui avait l'habitude de monter ses livres, cette méthode de travail a nécessité toute une adaptation.

«Au début, j'étais assez réfractaire à cela. Mais quand on travaille avec des personnes intelligentes sur des livres un peu plus sophistiqués, c'est agréable d'avoir une direction artistique plus poussée. Au fil des discussions, le projet évolue, ce qui ne veut pas dire que le projet ne me ressemble plus. Mais j'apprends et ça me stimule», fait valoir l'illustrateur, trois fois lauréat du Prix du Gouverneur général.

Geneviève Côté a travaillé récemment pour Kids Can Press, un éditeur ontarien qu'elle a trouvé plus directif que ce dont elle a l'habitude. «Le *feedback* était beaucoup plus précis que ce que j'ai reçu au Québec, mais c'est fait d'une manière très intelligente et créative. Comme on est payé deux fois plus, je pouvais me permettre de passer plus de temps à retravailler», souligne-t-elle.

Quant à Stéphane Poulin, il a trouvé difficile son expérience avec les directeurs artistiques de l'Ontario. «La direction artistique est très interventionniste, très contrôlante. Leurs critiques ne tiennent pas compte du style de l'illustrateur. Je consacre beaucoup de temps et d'énergie à mon travail. Je ne le fais pas à la légère. Alors quand on me demande de redessiner la main ou encore la tête pour qu'elle regarde vers la droite, je me dis «aussi bien faire des livres dans des moules à muffin», déclare l'illustrateur de *Vieux Thomas et la petite fée*.

Chez nos voisins du Sud

Chez les éditeurs américains, la direction artistique est semblable, et parfois encore plus interventionniste qu'au Canada anglais. Annie Langlois, directrice artistique à La courte échelle, raconte comment certains illustrateurs lui ont rapporté leur expérience avec des éditeurs américains.

«Aux États-Unis, l'illustrateur doit beaucoup retravailler. Par contre, s'il y a beaucoup de retouches à faire, il reçoit une compensation financière. Au Québec, on laisse passer plus de choses. D'ailleurs, si on osait faire ce genre de commentaires, ça dérangerait, car c'est excessif. À force

N
O
S
S
E
R
V
I
C
E
S

LIBRAIRIE
LE **FURETEUR**
25, rue Webster, Saint-Lambert (Québec) J4P 1W9

Librairie indépendante agréée

(450) 465-5043 • (450) 465-8144
fureteur@librairiefureteur.qc.ca

📖 Un service de commande personnalisé, professionnel et efficace;

📖 Un service d'envoi d'office selon les domaines qui vous intéressent;

📖 Une salle d'exposition conviviale et intime où vous trouverez les nouveautés des trois derniers mois pour les jeunes;

📖 Un service de recherche bibliographique performant grâce à des outils tels *Memento* – l'outil de recherche et de gestion de l'information le plus complet sur le marché – et la base de données CHOIX/SDM;

📖 Le bulletin mensuel *La Fureteuse*, un outil fort intéressant et utile pour le ou la responsable du choix des livres de votre établissement.

LA LIBRAIRIE
LE **FURETEUR**
depuis 40 ans en Montérégie,
votre lien privilégié avec les livres.



Coédition Imagine
et Gallimard Jeunesse

de faire trop de commentaires, on peut dénaturer le travail de l'illustrateur», fait-elle valoir.

«Aux États-Unis, il y a un peu moins de souplesse, confirme Stéphane Jorisch. Certaines maisons sont hyperdirectives. Elles engagent parfois l'illustrateur comme un bras mécanique.» M. Jorisch trouve aussi le milieu de l'édition jeunesse chez nos voisins du Sud plus froid, plus hiérarchique. «Aux États-Unis, le directeur artistique donne ses commentaires mais ne communique pas directement avec l'illustrateur. On travaille avec les graphistes qui n'ont pas beaucoup de pouvoir», souligne l'illustrateur du *Monde selon Jean*.

Le livre comme produit

Outre le style plus directif, un autre élément important distingue la direction artistique au Canada anglais et aux États-Unis de celle du Québec : l'influence de l'équipe de marketing.

«Au Québec, en général, il n'y a pas d'équipe de marketing. Mais au Canada anglais et aux États-Unis, le livre est géré davantage comme un produit, affirme Stéphane Jorisch. Cela joue sur les interventions que l'équipe de marketing peut faire quant à l'apparence du livre.»

Andréa Casault, directrice artistique chez Scholastic depuis quinze ans, travaille en étroite collaboration avec le service du marketing, qui a une importante influence sur la présentation du livre. Par exemple, lorsqu'elle conçoit la page couverture, elle demande aux gens du marketing ce qu'ils souhaitent comme couleurs et comme style. Même les esquisses de l'illustrateur sont commentées par l'équipe de marketing.

Cette approche très orientée sur le livre comme «produit» déplaît hautement à Stéphane Poulin. «Il y a une tendance très forte aux États-Unis de consulter le distributeur ou les gens du marketing. Ça m'horripile. Je m'érige contre ça. Leurs commentaires sont mercantiles. C'est ridicule de dire qu'on ne fait pas une couverture bleue parce qu'il y a en eu vingt-six cette année-là. Le livre pour enfants n'est pas un bien de consommation, il ne devrait pas y avoir de recettes ou de considération de ventes», affirme l'illustrateur d'*Annabel et la bête*.

Du côté de l'Europe

Stéphane Poulin a eu une expérience plus heureuse en France, avec l'éditeur l'École des loisirs. «Ils savent ce qu'ils veulent mais ne me disent pas quoi faire», soutient-il.

Il y a pourtant d'importantes différences culturelles entre éditeurs québécois et européens. Quand il recevait sa

formation en illustration jeunesse en Belgique, Fabrice Boulanger s'est fait souvent répéter par ses professeurs : «Méfiez-vous des éditeurs». Très satisfait de ses relations avec les maisons d'édition du Québec, l'illustrateur est convaincu qu'il ne pourrait avoir un contact aussi amical avec les éditeurs européens. Ce que lui confirme d'ailleurs ses amis illustrateurs qui travaillent sur le Vieux Continent.

«J'ai rencontré plusieurs éditeurs en Europe et leur ton est nettement différent. Il y a une différence énorme dans la mentalité pour ce qui est de l'accueil, de la facilité qu'ont les gens de se parler. Les éditeurs européens sont beaucoup plus difficiles à approcher, car ils sont très sollicités. Ils me semblent hautains et dédaigneux envers les illustrateurs. C'est plus difficile de faire sa marque en Europe qu'ici», fait-il valoir.

Les différences culturelles, Paule Brière les vit au quotidien, car elle travaille depuis douze ans avec les Français pour les revues *J'aime Lire* et *Pomme d'api* publiées par Bayard. Ces différences s'expriment d'abord dans les goûts. «Les Français trouvent souvent que les illustrations des artistes québécois sont trop léchées, trop jolies, avec trop de petits détails. Le style gribouillé marche fort en France, mais les enfants d'ici n'aiment pas. Autre exemple : les couleurs. On a une palette de couleurs au Québec qui n'est pas celle de la France. On est beaucoup plus pastel, rose et mauve. Et on ne donne même pas les mêmes noms aux couleurs», souligne-t-elle.

En ce qui a trait à la direction artistique, il est clair pour Paule Brière que la France innove plus que le Québec en littérature jeunesse. «Comme les Français ont un marché plus vaste, ils peuvent se permettre de publier des livres déstabilisants. Mais pour avoir cette démarche de recherche artistique très poussée, il faut faire ça à temps plein. En France, un directeur artistique ne se contente pas de regarder les portfolios des illustrateurs qui sortent de l'école. Il fréquente le milieu de l'art, les musées et les vernissages», indique-t-elle.

Une maturité artistique enviable

Si les avis sur l'organisation de la direction artistique en édition jeunesse sont partagés, tous les gens du milieu sont cependant unanimes à décréter que, sur le plan visuel, l'édition jeunesse au Québec a fait des pas de géant et atteint une maturité artistique enviable.

«Quand Dominique et compagnie a commencé à publier, je crois que cela a causé une révolution dans le domaine au Québec, dit Diane Primeau. Pour ce qui est de l'album, il ne se faisait pratiquement que du souple broché, avec toujours les mêmes grilles, le texte à gauche, l'image à droite. Nous, on a traité chaque album comme

une petite œuvre d'art. Ça se faisait en Europe mais pas au Québec. En travaillant de cette façon, Dominique et compagnie a rehaussé les standards et secoué les puces de tout le monde», fait valoir la directrice artistique.

«Dominique et compagnie investit plus dans chaque projet individuel, confirme Stéphane Jorisch. L'équipe bichonne ses livres, donc ça donne de plus beaux résultats.»

Stéphane Poulin aussi est emballé par ce qu'il voit en édition jeunesse au Québec. «En vingt ans, on a fait un progrès incroyable. Il y a beaucoup plus d'illustrateurs maintenant que quand j'ai commencé. Beaucoup sont reconnus et font un beau travail», souligne-t-il.

Caroline Merola se réjouit aussi de l'évolution du milieu. «Dans les dix dernières années, il y a eu une évolution énorme et rapide dans la présentation des livres, au chapitre de la mise en pages, de la typographie, de l'audace

pour les pages couverture. On découvre des univers originaux. Plus d'illustrateurs développent leur style personnel au lieu de suivre les grands courants. On "accote" à 100 % les livres européens, qui sont toujours si beaux. Chaque année, c'est de plus en plus chic et audacieux», dit-elle.

Difficile de prévoir quelle tangente suivra la direction artistique dans l'édition jeunesse au cours des prochaines années. On peut toutefois supposer que les maisons d'édition continueront d'affiner leur expertise dans ce domaine. Si l'on ajoute à ce professionnalisme sans cesse accru, le talent et la passion des créateurs du milieu, on peut prédire, sans grand risque de se tromper, que le Québec n'a pas fini de produire de beaux livres d'enfants.

(lu)

collection **météorite**

9 ans et plus



Madame la Poule est bien fière de sa nouvelle couvée de poussins. Elle aurait souhaité que les autres animaux de la ferme lui offrent, pour ses nouveau-nés, ce qu'il y a de plus beau et ce qu'il y a de mieux. Déçue des cadeaux qu'ils lui présentent, elle ne se gêne pas pour les refuser l'un après l'autre. Ses voisins vont-ils lui tourner le dos lorsque, soudain, elle aura besoin qu'on lui vienne en aide ?

ISBN 2-922203-76-X

72 pages 8,95\$



Manuel se lève un lundi matin et découvre des ambulances dans la cour de sa maison. Dans la cuisine, son père est assis face à un policier. Passé le moment de surprise, Manuel apprend la terrible nouvelle : sa mère s'est suicidée dans la nuit. Il ne peut y croire.

Le journal qu'il tient pendant la semaine qui suit décrit la préparation des funérailles et les douloureux états d'âme par lesquels passe Manuel.

ISBN 2-922203-93-X

120 pages 8,95\$



Dans le Sahel, en plein cœur de l'Afrique, la P'tite Minga se prend d'affection pour un caïman blessé. Elle persuade son oncle Wam de l'aider à porter secours à l'animal en le recueillant chez eux. Cependant, ils doivent agir en secret, car ses parents n'accepteraient jamais que Minga garde un tel animal sous leur toit.

Cette rencontre aura des conséquences qui bouleverseront la vie de la petite fille, de sa famille, ainsi que celle de tout le village. L'affection de la petite fille pour la bête aura-t-elle raison des craintes du chef du village ?

ISBN 2-922203-89-1

72 pages 8,95\$



Ti-Jean est le personnage central de chacun des cinq contes que comporte ce livre. Selon les histoires, il devient l'ami des rois chez qui il travaille, il affronte des géants et des sorcières, il se porte au secours d'une princesse en détresse, bref il est toujours prêt à se battre pour aider les autres ou pour faire plaisir à quelqu'un. Dans chaque conte, il est confronté à divers obstacles qu'il doit franchir. Le lecteur est donc constamment tenu en haleine, car la réussite de Ti-Jean n'est jamais assurée.

ISBN 2-922203-91-3

188 pages 8,95\$



Bouton d'or Acadie 204C-236, rue St-Georges, Moncton (N.-B.) E1C 1W1

Téléphone : (506) 382-1367

Télécopieur : (506) 854-7577

Courriel : boutondoracadie@nb.aibn.comSite Internet : <http://boutondor.info.ca>