

RENCONTRE



catherine morency

PIERRE BOURDON A RÉINTÉGRÉ LE GROUPE HOMME

Il considère chaque livre comme **un défi**
et chaque auteur comme **un cadeau**



Pierre Bourdon

(Photo : François Pesant - Le Devoir)

Lors de son retour dans les rangs des Éditions de l'Homme, en 2013, nous avons demandé une entrevue à Pierre Bourdon, afin de connaître le contexte de son retour au sein de l'un des plus grands groupes éditoriaux du Québec, à titre de vice-président à l'édition. Soucieux de nous donner l'heure juste, il nous avait alors demandé quelques mois afin de s'ancrer solidement dans ses fonctions et de pouvoir ainsi répondre avec plus d'exactitude à nos questions. Voilà qu'avec la nouvelle année, nous avons eu l'occasion de réaliser avec lui cette entrevue, riche en informations et en réflexions de toutes sortes.

Un retour en force

Fort de ses expériences passées (Homme, ADP, Renaud-Bray, Recto-Verso), Pierre Bourdon a réintégré le Groupe Homme avec plusieurs projets dans ses poches. Dans un contexte éditorial qu'il qualifie lui-même de difficile, le défi était grand et il était prêt à le relever : poursuivre son mandat auprès des auteurs et des professionnels du livre, et permettre aux Éditions de l'Homme de se renouveler encore davantage, alors

que la maison était déjà bien en selle mais soumise, comme toutes les autres, aux aléas d'un marché en profonde mutation. Lorsqu'on lui demande ce qui fait la force de l'Homme, il répond spontanément : « Notre maison est généraliste, touche à tous les domaines. Lorsqu'un secteur connaît des difficultés, un autre vient contrebalancer ; il y a toujours des secteurs qui vont mieux que d'autres, ce qui assure une pérennité à l'ensemble. » Entre 2011 et 2013, période durant laquelle Pierre Bourdon avait été remplacé par Erwan Leseul, le Groupe Homme a, entre autre, fermé « Utilis », tandis que l'entité « Le jour » a poursuivi ses activités : « En dépit du fait que nous n'y avons pas de gros best-sellers, Le Jour propose un catalogue de fonds riche en ouvrages de méditation, comme *Bouddha en pyjama*, qui connaissent un certain succès. »

D'autres voies vers le succès

Depuis 2010, l'Homme s'était lancé dans le documentaire pour les jeunes. C'est dans ce contexte que la collection « Petit Homme » avait été créée, qui roule toujours avec un certain nombre de publications destinées aux 6-9 ans chaque année. Un domaine qui stimule tout particulièrement Pierre Bourdon, visiblement habité par l'importance de la transmission culturelle aux générations qui le suivent : « Nous avons connu un bon succès avec le lancement de la série *Découverte (Discovery)*, éditée en collaboration avec Gallimard en France. Dans la foulée, nous venons d'acquérir la série *Couette*, en partenariat avec Larousse, qui couvrira le marché français pendant que nous occuperons le québécois. » Deux initiatives complétées par d'autres tentatives de rejoindre le lectorat adolescent, de plus en plus prisé, depuis 30 ans, par les éditeurs d'ici. « S'est ajoutée la série de romans jeunesse *Lance et compte*, dirigée par Réjean Tremblay », poursuit Pierre Bourdon qui se dit agréablement surpris des ventes de la deuxième année, qui aurait nettement mieux performé que la première, laissant présager un bel avenir aux héros sur patins. « La clientèle des lecteurs garçons se développe, ajoute le VP, et il est certain que ces derniers ont toujours été attirés vers la littérature de genre. C'est à nous d'arriver avec des sujets qui les

intéressent, et c'est le cas de la bande dessinée, par exemple.» Les auteurs de la série *Smikee*, une BD écrite par le duo Freg-Makina, qui connaît un succès que l'éditeur qualifie de « phénoménal » lors des salons du livre, où les jeunes se déplacent en masse pour rencontrer les créateurs et faire autographier leurs bouquins.

Une œuvre-phare au programme

Le clou de la saison dans le secteur jeunesse revient par ailleurs à *Aurélien Laflamme*, œuvre-phare dont le Groupe Homme a racheté les droits et qui sera entièrement rééditée pour la sortie du 2^e film, en avril prochain. Événement auquel s'ajoute le lancement d'une 2^e série au printemps: intitulée *Raconte-moi*, cette dernière vise à publier des livres à la fois documentaires et abordables qui présenteront aux jeunes une vaste gamme de personnages connus, allant de Carey Price à Marie-Mai, en passant par René Lévesque et Pierre-Elliott Trudeau. « L'idée derrière la collection est de mélanger des figures historiques et d'autres contemporaines » explique Pierre Bourdon, qui croit qu'en emmenant les sujets notamment, par la plume de nouveaux auteurs, on réussira à intéresser les jeunes au passé.

Une passion indéniable: le documentaire

Pierre Bourdon ne s'en cache pas: Il a toujours aimé le documentaire. Ardent lecteur du *Reader's Digest*, en qui il reconnaît un modèle, il est en train de lire l'ouvrage consacré au Musée de Pointe-à-Callières, au moment de l'entrevue. « Ce qui me caractérise, précise-t-il, c'est la littérature. Je suis à l'aise de faire du livre historique, du documentaire comme des beaux-livres; c'est dans mon ADN. Mais comme le marché des beaux-livres est catastrophique en ce moment, nous devons avoir plus d'une corde à notre arc. » Passionné, enthousiaste, Pierre Bourdon n'en est pas moins pragmatique, quand vient le temps de penser une saison éditoriale et d'enrichir le fonds déjà impressionnant de la maison. Dans la foulée du succès de *Québec éternel* (Michel Lessard), il a tout de même entrepris de relancer divers partenariats avec certains musées et institutions québécois. « Mon intérêt pour le patrimoine demeure et je crois que nous devons témoigner de l'importance de ce dernier à travers nos publications » croit-il.

Ce à quoi s'ajoute la parution de nombreux ouvrages en psychologie, une veine alimentée avec succès au cours des dernières années au sein du groupe. En ac-

centuant la tendance au CD et au DVD, l'Homme lancera aussi ce printemps une collection de livres portant sur la créativité (à mi-chemin, aux dires du VP édition, entre *Instagram* et *Twitter*), qui sera lancée par le biais de traductions mais qui devrait voir ses rangs élargis par des ouvrages écrits ici. Les livres de cuisine, une valeur sûre sur le marché québécois actuel, continue d'occuper une part belle au sein des parutions, tandis que, observe Pierre Bourdon, le livre de gastronomie a un peu replacé les beaux-livres: « C'est celui que l'on offre volontiers comme *coffee-table book* lorsqu'on est invités chez des gens. »

Rejoindre le lectorat: un défi de tous les instants

Mais tous ces livres, il faut s'assurer qu'ils se retrouvent, dans un premier temps, en librairie, puis à plus forte raison dans les mains des lecteurs. Quelles sont les stratégies adoptées par Pierre Bourdon et son équipe afin d'assurer une diffusion efficace de leurs publications?

« On fait un peu de tout », abonde-t-il. Et il admet d'emblée, réaliste, que « l'on n'invente rien ». Il croit qu'une approche multiple et globale et l'usage de tous les types de médias (sociaux, traditionnels) saura s'avérer porteuse.

« Nous continuons à produire de nombreux objets promotionnels pour mettre en marché nos produits majeurs. » Mais le travail fondamental demeure celui des attachés de presse, qui s'assurent qu'une recette aussi diversifiée qu'équilibrée formera ce qu'il qualifie de « grosse minestrone » en parlant de son approche. « Nous lançons des concours via notre site Web, qui est très visité, les relayant via les réseaux sociaux, et nous n'hésitons pas à faire certaines approches via la télévision. »

Au fond, la recette de Pierre Bourdon tient peut-être dans une donnée simple mais cruciale: il considère chaque livre comme un défi, et chaque auteur qui grandit les rangs de la maison comme un cadeau.

« Les auteurs qui viennent chez nous y restent, parce qu'ils sont bien traités. Tout le monde travaille très fort au Groupe Homme, mais dans un esprit de liberté qui stimule tant l'esprit l'équipe que la qualité d'une production qui, bon an mal an, se maintient. « L'équipe m'avait beaucoup entouré lorsque je suis arrivé au Groupe Homme, en 2000, et moi j'essaie de leur apporter ce que j'ai appris entre-temps. »

Une formule efficace et performante, qui ne semble faire que des gagnants. ■

