
L'été est-il la "saison des best-sellers" ?

Amélie Chabrier



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/fixxion/11901>

DOI : 10.4000/fixxion.11901

ISSN : 2295-9106

Éditeur

Ghent University

Édition imprimée

Date de publication : 15 décembre 2017

ISSN : 2033-7019

Référence électronique

Amélie Chabrier, « L'été est-il la "saison des best-sellers" ? », *Revue critique de fixxion française contemporaine* [En ligne], 15 | 2017, mis en ligne le 15 décembre 2017, consulté le 21 août 2023. URL : <http://journals.openedition.org/fixxion/11901> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/fixxion.11901>

Ce document a été généré automatiquement le 21 août 2023.



Creative Commons - Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International
- CC BY-NC-ND 4.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

L'été est-il la "saison des best-sellers" ?

Amélie Chabrier

- 1 Voici venir l'été, les vacances. Enfin du temps pour soi à consacrer à la lecture, passion unanimement partagée, à en croire journaux et magazines, dont chacun propose sa sélection de "livres de l'été", kit indispensable pour réussir ses vacances. Pas une "valise" faite sans y "glisser un livre", véritable phénomène de collocation discursive que l'on constate chaque année entre mi-avril et début juillet^[1], essentiellement dans la presse féminine et spécialisée. Pourtant l'été n'est pas un temps naturellement dédié à la lecture, même si les discours médiatiques contemporains le présentent comme une évidence :

Les vacances pointent leur nez et il est plus que temps de s'adonner à ses passions favorites. Une parmi celles-ci est la lecture. L'arrivée des beaux jours marque l'imminence des départs en vacances. La valise presque bouclée, il ne reste plus qu'à y glisser quelques livres pour le farniente sur la plage, en terrasse de café ou devant un somptueux panorama montagnard.^[2]

- 2 Il s'agit en réalité d'un phénomène récent, historiquement daté et construit médiatiquement, qui correspond à l'avènement de la société de consommation. Aux côtés d'autres industries culturelles qui bénéficient du développement des loisirs en France, le marché du livre voit peu à peu l'été comme une saison propice à la vente. Dès lors se met en place une véritable saisonnalité des sorties éditoriales, l'été se présentant comme un temps fort de l'édition, en contrepoint de la rentrée littéraire.
- 3 De là à considérer que l'été est la "saison du best-seller", il n'y a qu'un pas d'évidence médiatique supplémentaire que Bernard Pivot franchit dans son émission, *Apostrophes*, le 27 juillet 1984 :

Il paraît que l'été, pendant les vacances, que vous [téléspectateurs] soyez à la mer ou à la montagne, à la campagne ou sur la plage, vous préférez les romans populaires, les romans très romanesques, la littérature d'évasion à toute autre forme de littérature. Détente oblige, bien sûr. L'été, qu'ils nous viennent d'Amérique ou qu'ils soient français, c'est la saison des *best-sellers*.^[3]

- 4 Après ce propos introductif, Bernard Pivot organise le débat entre les auteurs à succès Judith Krantz, Patrick Cauvin, et Jean Hougron, l'éditeur Pierre Belfond et deux journalistes littéraires, Sylvie Genevois du *Figaro Madame* et Bernard Génies du *Monde*. La conversation perd pourtant de vue la question de la "saison" pour se centrer sur celle, plus stéréotypée, mieux balisée et plus "littéraire", des "ingrédients" du *best-seller*. Comme on l'entend dans l'introduction de Bernard Pivot, le best-seller serait une littérature "romanesque", "populaire", "d'évasion", qui s'oppose à "toute autre forme de littérature"; on pourrait donc définir en négatif celle-ci comme élitiste, non romanesque, sérieuse. On connaît l'efficacité symbolique de ces représentations, mais on sait aussi leur fragilité logique. Car quel serait l'envers de cette littérature d'évasion estivale ? La littérature sédentaire des premiers gels ? La lecture routinière de fin d'automne ? Le roman réflexif du printemps ?
- 5 Ces très anciennes chorégraphies médiatiques appelées à perpétuer le système de valeurs littéraires hérité de la Troisième République rencontrent certes une résistance auprès de Judith Krantz, auteure américaine, choquée par le terme de "littérature industrielle" de Sainte-Beuve qu'elle ne connaît pas et que Pivot utilise pour rappeler que déjà au XIX^e siècle, le roman à succès était décrié par la critique. Les débats tournent donc essentiellement autour d'éléments intrinsèques aux livres – héroïne féminine, destin extraordinaire, larmes, sexe, violence, avec ou sans *happy end*. Mais l'élément qui justifie la programmation de cet épisode estival et son titre, "la saison du best-seller", n'est quant à lui pas interrogé. Or, par un lien à nouveau évident et tacite – mais contestable – l'assimilation des "best-sellers" à des lectures "d'évasion" semble trouver sa justification principale dans la temporalité externe, l'été, défini comme un temps consacré au voyage. Cette articulation naturelle, dans la représentation médiatique, entre la notion commerciale (et quantifiable) de best-seller, celle littéraire de genre ("évasion") et celle, sociale et naturelle de "saison" n'a rien d'une évidence. À partir des listes des meilleures ventes de livres proposées par le ministère de la culture et de la communication, ainsi que de celles établies par le magazine professionnel *Livres Hebdo*, nous essaierons de voir l'incidence de cette temporalité sur la catégorie du best-seller. Enfin nous nous interrogerons sur ce que l'on désigne comme "le livre de l'été".

C'est l'été, lisez !

- 6 À la fin du XIX^e siècle, l'expression "livre de l'été" ne se rencontre que rarement dans la presse pour faire la promotion de quelques ouvrages. Ces derniers sont associés au plaisir, à la légèreté par les sujets qu'ils traitent – mondanités parisiennes pour *Les grandes dames* d'Arsène Houssaye^[4], histoires d'amour vécues par des touristes pour *Le parfum des îles Borromées* de René Boylesve^[5] – mais semblent surtout s'adresser à une classe sociale aisée qui vit la saison estivale comme une période de vacances, lors de villégiatures, de séjours thermaux puis balnéaires. *L'amour du prochain* par Gustave Coquiote est par exemple annoncé comme le livre de l'été car "il prendra place naturellement, pour son texte charmant et primesautier, pour son illustration heureuse et gaie, sur les tables légères des villas, au milieu des velours Liberty et des fleurs, dans tous les coins où un peu de Paris scintillera"^[6]. Le livre de l'été est donc un beau livre^[7] (Ollendorf, Fasquelle) qui parle d'amour et remporte un certain succès. Il s'adresse à une clientèle bourgeoise et/ou aristocratique susceptible de partir en vacances, comme le suggère cette anecdote tirée de *L'Humanité* :

Je me disposais à lire les derniers volumes de la saison. Mais, du premier dont je coupais les pages, il s'échappa, comme un vol d'ailes prisonnières, vingt papillons de réclame, pour des stations thermales, la montagne, la mer, les bois.[⁸]

- 7 Avoir du temps pour lire l'été reste associé à un mode de vie luxueux et les éditeurs ne semblent pas compter particulièrement sur cette période de l'année pour vendre. Même en consultant la presse de tourisme et la presse balnéaire comme le *Moniteur du touriste français*, on ne retrouve nulle trace de réclames pour des éditeurs ou d'articles invitant à la lecture. En août 1913 un journaliste du *Gaulois* s'étonne d'une pratique éditoriale américaine :

Voici l'époque où, chaque année, aux États-Unis, on commence à parler de best-seller, du roman à succès, dont la vente atteint, par jour, jusqu'à deux ou trois mille exemplaires. Lancés entre le premier et le vingt août, ces livres, dont le prix est de sept francs cinquante pièce, trouvent, en quelques semaines, pendant les grandes vacances, d'innombrables lecteurs. En Amérique, le roman ne connaît pas de "morte saison". N'est-ce pas là un renseignement précieux sur le Yankee, ce démocrate nouveau riche, cet homme d'action, que de constater qu'il a besoin de lire, même en se reposant ? [⁹]

- 8 À en croire l'observateur des mœurs du nouveau continent, le *best-seller* américain serait donc fortement lié aux vacances d'été, période durant laquelle des ouvrages peu onéreux étaient spécialement publiés pour toucher un public large. Vue depuis la France, cette coutume semble étonner pour deux raisons : d'abord la lecture comme activité de loisir naturelle aux vacances d'été. Les études socio-historiques sur les loisirs confirment cette idée : la lecture n'apparaît pas spontanément comme pratique estivale[¹⁰]. L'été est associé à la nature, à des activités d'extérieur. C'est cette idée que relaie la presse, en opposant la saison des livres, de l'école, aux grandes vacances pour les écoliers. Ensuite le journaliste relève la forte activité éditoriale estivale américaine qui s'oppose à la "morte saison" du roman en France à cette période. Si certains livres se vendent bien, c'est hors de toute programmation. Quant à la revue mondaine *Femina*[¹¹], elle ne met jamais en scène le livre ou la lecture dans ses articles sur la plage ou la montagne.
- 9 1936, date à laquelle le Front Populaire instaure les congés payés obligatoires, rend officielles des pratiques de loisir déjà existantes, les systématise, même si le temps accordé (deux semaines) est encore trop court pour que les classes laborieuses connaissent les mêmes modes de vacances que les classes supérieures. Ainsi on a largement exagéré la horde de "congés payés" débarquant sur les plages et il faut attendre les années 1960 pour que les départs en vacances soient vraiment massifs[¹²]. Les gens restent souvent chez eux et profitent autrement de leur temps libre (café, pêche, jardinage, bricolage). Or ce temps "creux" des masses populaires devient un enjeu politique. Un consensus s'établit : "catholiques, socialistes, communistes, syndicalistes et patrons éclairés partageaient l'idée que les congés payés constituaient un temps privilégié d'éducation du peuple. Le temps libre ne devait pas seulement être occupé, mais aussi encadré"[¹³]. Propices à la récupération du dur labeur de l'année, ils ne doivent pas être synonymes d'oisiveté stérile, voire de dépravation. L'été est alors montré comme un temps qu'il faut mettre à profit pour se cultiver, un temps de lecture pour tous, à condition qu'il s'agisse de saines lectures : en août 1938, *Marie-Claire* consacre un numéro spécial été à cette question en usant de l'injonction "lisons en vacances" pour titre. Le magazine ne fait pas la promotion de livres. Aucune publicité à ce sujet. En revanche il propose plusieurs textes inédits (feuilletons et nouvelles) à ses

lectrices. En guise de prologue à une nouvelle sur une jeune femme inculte mais connaissant par cœur les poèmes de Villon, Paul Bringuier écrit ceci :

N'oubliez pas la lecture dans vos plaisirs de vacances. Mais n'oubliez pas que l'essentiel, c'est que chacun, à travers sa propre personnalité, fasse sa propre "culture". Voici l'histoire d'une fille qui ne savait même pas lire, mais dont le cœur était ouvert à la beauté.[14]

- 10 Ce discours d'incitation à la lecture reste donc assez prudent : lire, oui, mais pas n'importe quoi. On reconnaît bien sûr la mise en garde héritée du XIXe siècle sur le roman, qui pervertirait les mœurs et serait un danger pour les lecteurs, et particulièrement les lectrices. Ainsi Marcelle Auclair écrit un article de fond pour conclure ce numéro thématique, dans lequel elle met en garde ses lectrices : "Jeunes filles, vous ne devez pas tout lire" :

Lorsque ma fille sera en âge de se former une bibliothèque, les "romans pour jeunes filles" n'y figureront pas. Je les juge néfastes, parce qu'ils donnent de la vie une idée fautive. Ce sont les romans à l'eau de rose qui ont égaré l'esprit de la plupart des jeunes personnes qui posent à *Marie-Claire* des questions de ce genre : "Tous les matins, en allant à mon travail, je voyage dans l'autobus avec un jeune homme qui semble ne pouvoir s'empêcher de me regarder... Il me plaît beaucoup. Croyez-vous qu'il m'aime et qu'il m'épousera ?" Évidemment, les romans pour jeunes filles sont pleins de ces coups de foudre, de ces amours muettes, de ces passions romantiques qui toujours finissent par des mariages. Mais toutes les mamans du monde avoueront que ce genre de littérature est extrêmement malsain pour l'esprit de leurs filles. Mais si les jeunes filles font mieux de ne pas lire les histoires couleur d'azur que l'on écrit pour elles, que doivent-elles lire ? Elles doivent lire des livres qui forment à la fois leur esprit, leur goût, et leur caractère. Elles doivent lire des livres bien pensés, bien sentis, bien écrits.[15]

- 11 L'association de l'activité de lecture à la saison d'été commence à prendre corps, même si elle n'est dans ce numéro de *Marie-Claire* qu'un prétexte pour ressasser des préceptes moraux éculés. Ces premiers discours médiatiques faisant de la lecture une activité estivale s'adressent, on le voit, particulièrement aux femmes. Ces dernières sont souvent tenues à l'écart des autres activités : aux écoliers les activités sportives qui les délasseront des longues heures d'étude passées sur les bancs, aux hommes les tâches physiques qui les divertiront du travail quotidien. La lecture est le moyen de s'extraire des tâches quotidiennes qui échoient aux femmes, et que les vacances ne viennent pas interrompre. Le magazine *La Femme* en juillet 1946 dispense ainsi dix recettes pour éloigner les soucis pendant les vacances. La dernière est la suivante :

Cultivez votre esprit. Enfin, la meilleure façon de se créer un climat nouveau, c'est d'élargir son horizon. Chassez vos petits soucis habituels, vos rancunes et vos hantises de toute l'année, et ouvrez des yeux neufs sur les visages et les paysages nouveaux que vous allez rencontrer. Amusez-vous et si vous avez encore besoin d'un peu d'air frais, ouvrez un bon livre.[16]

- 12 Les comportements des vacanciers changent vraiment à la fin des années 1950. En 1956, une troisième semaine de congés payés accordée à tous les salariés par le gouvernement Guy Mollet entraîne ce que Léon Strauss appelle la "révolution estivale", qui a "abouti [...] à l'abolition de la dépense gratuite des pratiques traditionnelles au profit de la dépense commercialisée"[17]. Le temps libéré, devenu temps libre, se trouve accaparé par les industries du divertissement et du spectacle. Le retour annuel des vacances synchronise ce temps collectif voué aux loisirs. Sur ce marché, les éditeurs cherchent à imposer le livre comme indispensable à l'été au même titre que d'autres objets de consommation. Alors que le cinéma est plutôt en berne durant la période

estivale (lieu clos, expérience individuelle, courte), la musique (festive, collective) multiplie les offres avec les spectacles itinérants sur la route des plages, comme les concours de radio-crochet populaires (le Grand Podium d'Europe 1 en 1969^[18]) ou le lancement de la chanson, du "tube de l'été"^[19] également dans les années 1960.

- 13 C'est dans les années 1960-1980 que se joue l'articulation des trois éléments que nous observons : la période estivale, le best-seller et les contenus divertissants. Parler des livres de l'été devient un marronnier, avec ses thèmes incontournables : le livre est présenté comme un objet bien adapté aux déplacements et à la recherche de dépaysement à peu de frais, deux arguments qui sont inlassablement martelés ; il est systématiquement associé à d'autres éléments évoquant les plaisirs sensuels de la saison estivale, comme les corps dénudés sur la plage ; à l'occasion de l'été, des articles sont consacrés aux best-sellers, à l'image du numéro spécial d' "Apostrophes". La solidification des discours se fait rapidement du fait de dynamiques culturelles et commerciales très cohérentes.
- 14 Parallèlement à cette injonction médiatique, des livres pour l'été sont programmés par les éditeurs, puisque comme le note Nicole Robine, "les comportements de lecture s'édifient en fonction des comportements généraux de loisirs" et que "les activités de loisirs constituent des centres d'intérêt qui provoquent des activités de lecture"^[20]. Dès 1951 et de manière ironique, la *Gazette littéraire* livre l'un des secrets de fabrication du best-seller :
- Fixez votre choix sur des lieux de tourisme et de villégiature que vous décrierez avec soin. Ainsi les hôteliers et les libraires recommanderont l'ouvrage aux estivants désœuvrés ou avides de mieux connaître la région. Si vous ignorez la région, consultez le Guide bleu... [...]^[21]
- 15 Pierre Belfond et Robert Laffont sont les premiers éditeurs commerciaux à saisir ce créneau, avec pour le second le succès emblématique de *Papillon* sorti le 30 avril 1969 et pour le premier la programmation de la sortie printanière des grands romans de l'été (*Love machine* sort en mars 1971). Leurs succès entraînent une généralisation de ce rythme de publication orienté vers le mois de juillet : tous les éditeurs veulent leur best-seller de l'été.
- 16 Le calendrier éditorial se calque peu à peu sur ce temps saisonnier et se réorganise, largement relayé par les médias. Paradoxalement la saison morte de l'édition devient donc un temps fort de l'année. La courbe annuelle des meilleures ventes est éloquent : invariablement, on relève des pics en décembre et juillet. La courbe de production est inversée : ces deux mois sont réservés à la vente et la production de livres chute chaque année pour reprendre les mois suivants.
- 17 La notion de livre de l'été est donc récente et issue des logiques médiatiques et commerciales des années 1960-1980. Elle tient du *storytelling*, avec ses lieux communs et sa cohérence commerciale que l'on se propose d'observer pour les années 2000-2010.

La belle histoire de l'été

- 18 Qu'entend-on par "livre de l'été" ? S'il s'agit du "best-seller programmé – Lapierre et Collins, Denuzière ou Sulitzer –, dont chaque année, l'été surtout, voit monter la marée et s'organiser la guerre"^[22] selon Pierre Nora, alors il est certain que pour les années 2000 Guillaume Musso et Marc Levy sont à la fois les rois de l'été et de l'année. Pourtant le tapage médiatique durant cette période autour des livres tend au contraire à faire

exister d'autres ouvrages. Cette appellation exprime la volonté de distinguer un ouvrage, inattendu, parmi l'ensemble des sorties et des rééditions plébiscitées par la presse. "Le livre de l'été" s'inscrit par conséquent en concurrence avec les meilleurs vendeurs assurés. Si la rentrée littéraire représente un moment de sacre pour les auteurs, l'été semble rejouer de façon profane ces logiques d'élection, d'exception, et d'excellence. Ainsi en amont des vacances, des sélections multiples sont proposées aux lecteurs.

- 19 Un prix qui fête en 2017 ses quarante ans semble emblématique de la tension entre logique d'élection et large diffusion : le prix Relay. Relay, librairie commerciale que l'on trouve dans toutes les gares et aéroports de France, propose en général en tête de gondole les best-sellers attendus par les voyageurs, la liste des meilleures ventes. Or depuis 1978, existe le prix Ulysse, dont le nom est devenu récemment le Prix Relay des Voyageurs Lecteurs, "un prix littéraire ayant la volonté de perpétuer l'histoire d'amour entre le voyage et les livres" et "la vocation d'offrir en gares, aéroports ou métro, un moment inoubliable d'évasion et de partage", comme on peut le lire sur le site de l'enseigne :

Depuis 2011, pour que ce Prix soit à votre image, vous rassemble et vous transcende, vous Voyageurs-Lecteurs, en êtes devenus des acteurs à part entière. Avec la possibilité de voter, dès que la sélection sera complète, pour votre livre préféré et de participer à notre grand concours qui pourra vous faire gagner un voyage et d'autres cadeaux.^[23]

- 20 Par ce prix, Relay semble donc s'acheter une certaine légitimité, puisqu'il demande à des écrivains de constituer le jury et de sélectionner cinq ouvrages. Or ces ouvrages ne sont pas exactement ceux que les devantures des magasins Relay mettent en avant... Le premier livre de la sélection 2017 est *Article 353 du code pénal* de Tanguy Viel, publié aux éditions de Minit, rarement considéré comme un éditeur de livres de plage. Le vote final est cependant laissé aux lecteurs, constituant donc un jury profane, populaire. Ce prix décerné juste avant le mois de juillet pourra avoir une incidence sur les ventes : Laetitia Colombani, lauréate 2017 avec le roman *La tresse* (premier roman chez Grasset) enregistre déjà de très belles ventes, alors que le livre n'est sorti qu'en mai.
- 21 Outre ces prix (on peut encore penser au prix du livre de l'été France Inter créé dans les années 1970 ou au plus récent prix Messardière du roman de l'été), il existe aussi des opérations menées par les libraires indépendants qui cherchent à faire exister des ouvrages à côté des *blockbusters* en proposant leur liste pour l'été : c'est le but de "l'été des libraires", sélection d'une quinzaine d'ouvrages n'ayant pas trouvé leur public au moment de leur parution et auxquels les professionnels souhaitent donner une seconde chance. Cette opération est redoublée par les listes estivales de chaque libraire. Le commentaire suivant tiré de *Livres Hebdo* donne médiatiquement une autonomie au livre de l'été :

En littérature, les lecteurs se sont une nouvelle fois laissé séduire par les sélections estivales des libraires. Mais comme en témoigne le bilan nuancé de l'été des libraires, ce sont avant tout les coups de cœur propres à chaque librairie, soutenus par les conseils en face à face clients libraires, qui se sont bien vendus.^[24]

- 22 La presse, surtout féminine et spécialisée, propose aussi avant chaque été des listes. Celles-ci se composent moins en fonction des nouveautés que de lieux communs et proposent des titres en lien avec des thèmes comme l'aventure, la fête, la romance. Jamais les conditions externes de lecture ne sont autant prises en compte, même si elles renvoient largement à une image stéréotypée des vacances. Pourtant il n'est pas rare

que dans ces listes apparaissent des anthologies ou des classiques longs et exigeants comme Marcel Proust.

- 23 Enfin une course au best-seller inattendu s'engage dans les médias. Alors que mai et juin sont la période des paris sur certains titres inconnus mais prometteurs, la fin du mois d'août est le moment du bilan. Ainsi chaque année *Livres Hebdo* consacre les "surprises" de l'été :

La surprise est venue du *Cercle des amateurs d'épluchures de patates* (Nil), 2e meilleure vente de romans grand format de cet été (et 12e tous genres confondus).[²⁵]

Crise oblige, l'été 2012 se place sous le signe du poche avec 12 titres sur 20, et Pocket en leader. Jonas Jonasson crée la surprise entre Guillaume Musso et Marc Levy.[²⁶]

- 24 La "surprise" crée l'événement et distingue quelques rares ouvrages. Mais sont-ils véritablement imprévisibles ? Dans le cas du *Cercle des amateurs d'épluchures de patates*, livre de Mary Ann Shaffer et Annie Barrows, le livre est un succès immédiat aux États-Unis dès sa sortie en juillet 2008. Sorti en *paperback* en mai 2009, il occupe la première position du classement des best-sellers du *New York Times*. En France il sort en avril. Il n'apparaît pas dans le classement des meilleures ventes (toutes catégories) d'avril à juin mais progresse de la dix-septième à la neuvième place dans le classement des romans grand format dans le classement été. Classé vingtième en septembre et novembre, absent en octobre, il revient à la onzième place en décembre des meilleures ventes toutes catégories, concurrencé par les livres de la rentrée littéraire. Dans le classement des romans grand format, il progresse encore : septième en septembre et octobre, cinquième en novembre et décembre, pour sa trente-neuvième semaine. Il se classe au vingt-sixième rang des meilleures ventes globales de l'année 2009 avec deux cent treize mille exemplaires vendus. Le succès du livre excède donc largement l'été. Si les médias insistent sur l'étonnante carrière de ce livre, un regard sur sa trajectoire internationale permet de relativiser cet effet de surprise. Néanmoins l'été a été le moyen de le propulser. Comme l'explique la directrice du Diable Vauvert, Marion Mazauric, lors d'une interview, "l'art de l'édition ce n'est pas seulement de trouver le bon livre, mais aussi de savoir le programmer".

- 25 Bien qu'issu d'une aire géographique moins attendue, *Le vieux qui ne voulait pas fêter son anniversaire* n'en est pas moins une surprise toute relative. En effet, dès sa sortie en 2010 en Suède, il récolte un succès fulgurant dans tous les pays nordiques. Or la France depuis le succès des *Millenium* est friande d'auteurs du Nord. Quand les Presses de la Cité en achètent les droits, c'est donc sans grand risque. En 2011 il fait déjà partie des 30 meilleures ventes de l'année en grand format et ses ventes explosent logiquement quand au printemps 2012 il est publié en format de poche. Pourtant, un an plus tard, la même rhétorique est utilisée dans *Télérama* :

Puis, vient l'inattendu : le best-seller mondial avec un héros du troisième âge qui séduit tout le monde en rêvant d'évasion. En France, le passage en format poche transforme l'essai en atteignant le chiffre de 900 000 exemplaires après 200 000 grands formats vendus.[²⁷]

- 26 Les médias sont donc en quête de la belle histoire à raconter. Ils construisent le livre de l'été, ou plutôt les livres de l'été car chaque année plusieurs titres peuvent occuper cette place. De la même manière que chaque année les prix reviennent inexorablement, avec leur lot de suspense, d'anecdotes, qui tiennent en haleine les lecteurs et attisent leur curiosité, de même chaque été se doit d'avoir ses livres, élus parmi d'autres, événements éditoriaux venant animer la période. Ainsi en juin 2016, l'édito du

magazine *Lire* est consacré au roman *Alexis Vassilkov ou la vie tumultueuse du fils de Maupassant* de Bernard Prou, d'abord autoédité puis repéré et racheté par Le Livre de Poche : "histoire, pourquoi pas, d'en faire l'un des best-sellers de l'été ? La belle aventure mériterait en tout cas pareil dénouement"^[28]. Le destin du livre est déjà romanesque en lui-même : un auteur inconnu, refusé dans toutes maisons d'édition, mais qui s'obstine et monte sa propre structure, les éditions Brouette, et qui à force d'acharnement finit par gagner la reconnaissance du public. Les lecteurs sont avides d'entendre ces *success stories* et les éditeurs s'emploient à les fabriquer : "l'édition ne se contente pas de raconter de belles histoires. Elle sait aussi en produire"^[29]. Ainsi fin août 2012, *L'île des oubliés* est-il consacré dans *Livres Hebdo* :

L'île des oubliés de la Britannique Victoria Hislop, est le premier succès de la jeune maison Les Escales. Qui aurait pu croire qu'une histoire de lépreux allait conquérir des lectrices allongées sur le sable ? *L'île des oubliés*, premier roman de la romancière Victoria Hislop s'est vendu pendant tout l'été et prend la 13^e place du palmarès des romans. Publié le 10 mai avec un premier tirage à 10 000 exemplaires sous le label Les Escales, il a été réimprimé cinq fois et atteint désormais un tirage de 60 000.^[30]

27 Les ingrédients de la *success story* sont les suivants : une jeune maison d'édition invisible parmi les gros éditeurs, un premier roman d'une auteure britannique inconnue en France, un premier tirage modeste – quoique –, enfin un thème présenté comme peu glamour, en contradiction avec l'image du livre de l'été. Une rhétorique du "miracle", comme l'écrit Frédéric Rouvillois, se met donc clairement en place ici. Or de manière beaucoup plus rationnelle, on apprend que *L'île des oubliés*, paru en 2005 en Grande-Bretagne, "a eu un immense succès". Il a été acheté par vingt-cinq pays" et "a conquis plus de 2 millions de lecteurs"^[31]. Les Escales a donc joué sur un succès international déjà bien installé. Cependant en 2012 ce roman est loin des meilleures ventes réelles de l'été. Ces ouvrages sont donc produits selon des stratégies de mise en marché éprouvées, orientées vers un public-cible, mais cette rationalité reste masquée par les discours. Ces derniers érigent les "livres de l'été" mais se construisent de manière autonome, sans grand rapport avec la réalité économique. Ces best-sellers symboliques sont le pendant estival des primés de novembre. Ils permettent de raconter une belle histoire autour d'un auteur inconnu ou d'un livre inattendu. Cette élection participe de l'érection d'un best-seller en puissance : remarqué durant l'été, apparaissant dans les meilleures ventes de romans grand format et parfois en fin de tableau dans les meilleures ventes toutes catégories, il revient en général en force au printemps suivant en format de poche et occupe alors la tête des classements. Ainsi lorsque *L'île des oubliés* sort en poche en avril 2013, il se classe vingt-deuxième des meilleures ventes de l'année avec 217 300 exemplaires vendus. Livre de l'été en 2012 et best-seller en puissance, il le devient donc concrètement l'année suivante, alors que d'autres ouvrages l'ont remplacé dans les discours médiatiques. Au moment de leur découverte, ces ouvrages bénéficient d'un capital symbolique qui les distingue pendant un temps des *best-sellers* attendus et les protège des critiques sur la valeur.

28 Le même "miracle" se produit souvent pour le "polar de l'été" : l'expression extrêmement galvaudée est utilisée sur toutes les affiches annonçant la sortie des incontournables : "Le polar de l'été est islandais !" clame Points pour le nouveau roman d'Arnaldur Indridason *Le lagon noir*, en juin 2017. Cependant en marge des Paula Hawkins, Michael Connelly, et autres Fred Vargas, le petit poucet est hissé par les médias sur la plus haute marche du podium, alors même que ses résultats réels sont bien inférieurs. En 2010 *Livres Hebdo* consacre sa rubrique "Phénomène" signée Claude

Combet à un polar italien sorti le 5 mai chez Calmann-Lévy, *Le chuchoteur*. Le journaliste souligne la part d'inattendu : "contre toute attente, ce thriller haletant n'est pas un best-seller anglo-saxon ni même nordique, mais le premier roman d'un juriste italien". Surprise de l'origine géographique, miracle du premier roman, les éléments de la belle histoire de l'été sont présents. On retrouve la même rhétorique dans les discours rapportés de la directrice commerciale de l'éditeur, précisant qu'il s'agissait "d'un pari, car l'Italie est plus le pays du roman noir que du thriller". En réalité *Le chuchoteur* a été acheté par 12 pays suite à son succès en Italie, en 2009. Calmann-Lévy l'a donc très largement mis en avant dès le mois de mai, avec un site dédié, une bande-annonce vidéo ou encore un partenariat avec voyage-sncf.com avec un jeu concours. En 2011, l'édition de poche sortie en juin remporte deux prix "profanes", le "SNCF du polar" et celui "des lecteurs livre de poche" et se hisse dans le Top20 de l'été, un an après sa consécration symbolique. Dans les pages de *Livres Hebdo*, un nouveau "phénomène" du polar l'a déjà remplacé :

C'est le polar de l'été : *Avant d'aller dormir*, premier roman du Britannique S. J. Watson a séduit un public – essentiellement féminin – que le mauvais temps a poussé à lire. Les lecteurs l'ont dévoré et se sont passé le mot. Sonatine, son éditeur, qui l'avait tiré pour sa sortie le 5 mai à 20 000 exemplaires, l'a réimprimé, si bien qu'il atteint aujourd'hui un tirage de 120 000, dont 118 000 sont sortis.^[32]

- 29 Des ingrédients déjà vus se retrouvent pour former une bonne histoire autour de ce polar : éditeur récent, premier tirage relativement modeste suivi de nombreuses rééditions, premier roman d'un inconnu en France. Le livre termine l'année avec 133 000 exemplaires vendus, la majorité donc durant la période estivale. Cependant le roman a encore une fois quelques antécédents et n'apparaît pas là simplement par miracle puisque "*Avant d'aller dormir* est un succès dans tous les pays qui l'ont publié (Grande-Bretagne, Allemagne, États-Unis)" et que "Ridley Scott en a acheté les droits d'adaptation cinématographique"^[33]. Sonatine est en outre une maison spécialisée dans les thrillers étrangers. En amont des "livres de l'été" il y a donc toute une préparation, qui commence à l'automne à la Foire du livre de Francfort : là certains livres sont achetés pour être adaptés au cinéma, d'autres pour une édition de poche avant même la première édition. Ces titres-là sont remarqués par les libraires, – fortement sollicités par les éditeurs –, puis les médias, qui usent du *storytelling* pour en faire des "phénomènes".
- 30 Ces histoires peuvent se construire sur un temps plus long que le seul été : "Aujourd'hui, le roman de l'été ne se décrète plus par sa simple date de programmation, les lecteurs choisissent eux-mêmes. Le marché s'est complexifié", détaille Anna Pavlowitch éditrice chez Flammarion, interviewée dans un dossier *Livres Hebdo* de juin 2017. Elle cite en exemple *Le grand marin* de Catherine Poulain et *En attendant Bojangles* d'Olivier Bourdeaut, succès de l'été 2016, pourtant publiés en début d'année et dont les versions en format poche paraissent au printemps 2017. *La liste de mes envies*, roman de Grégoire Delacourt a connu une trajectoire similaire. Publié le 1er février 2012 chez Lattès, *Livres Hebdo* le déclare "roman de l'été"^[34]. On note donc cette tendance à pousser des ouvrages du début d'année (sortis entre janvier et mars) qui ont bien fonctionné. Plutôt que de se lancer sur de nouveaux titres hasardeux, les éditeurs assurent les ventes de romans en les accompagnant d'opérations commerciales massives déployées sur l'été^[35]. Si le livre marque un bon démarrage au premier trimestre, l'été vient décupler sa force de vente, avec toujours le même *storytelling* du Petit Poucet qui remporte son bras de fer face aux géants de l'édition^[36].

L'orchestration médiatique du désir des lecteurs à travers la notion de surprise, la construction d'une sorte de contre-discours servant à masquer les intérêts commerciaux, sont constitutifs du livre de l'été.

Saisonnalité des best-sellers ?

- 31 Pour en revenir aux réalités économiques, on peut dire que l'année éditoriale se compose de deux saisons. La rentrée littéraire avec son lot de prix^[37], orientée vers les ventes de Noël, garantit aux éditeurs un certain nombre de *best-sellers* parmi les trente meilleures ventes annuelles. Dès la fin des années 1920, le Goncourt est le "*Great Event*"^[38] de l'année littéraire. L'élection de livres par des professionnels sur des critères qualitatifs a un effet bénéfique sur les ventes : les livres primés se vendent bien, ce sont les livres à avoir – ou à offrir –, selon Frédéric Rouvillois qui parle de snobisme ou encore "de complexe de Panurge" dans le fait que les Français achètent massivement des livres qu'ils ne liront peut-être/sûrement pas. L'important est de les posséder, de les exposer dans sa bibliothèque, de se montrer avec^[39]. La rentrée littéraire est un temps davantage voué à la découverte et à la nouveauté : les amateurs de littérature sont avides de voir émerger de nouvelles figures littéraires et assistent pendant deux mois aux batailles médiatiques qui mettent en lumière les lauréats des différents prix. Comme l'écrit Olivier Bessard-Banquy, la rentrée littéraire n'est donc pas nécessairement le bon moment pour sortir un livre à cause de cet engorgement médiatique et commercial qui laisse beaucoup de parutions dans l'ombre.
- 32 Le second temps fort de l'année éditoriale se construirait presque comme en négatif de cette rentrée littéraire. La découverte de talents laisse souvent place à des succès garantis, *serial best-sellers* ou rééditions de succès antérieurs au format poche. L'audace littéraire comme critère s'efface nettement au profit du confort de lecture : littérature de genre (policier, science-fiction, romance), *feel good books*. L'avis des critiques littéraires est moins dominant, celui d'amateurs ou d'*aficionados* tient une large part, sous la forme de prix mimant la rentrée littéraire ou sous des formes de communication littéraire plus personnelle comme les blogs ou les chroniques journalistiques. Enfin si le "complexe de Panurge" fonctionne aussi chez les lecteurs, ce n'est pas dans le but de parader : pas de snobisme dans ces lectures puisque la critique n'en parle pas ou l'évoque avec ironie et dégoût. Comme l'écrit Olivier Bessard-Banquy, on assiste donc à une "saisonnalité de plus en plus forte [qui] s'impose en librairie", avec pour conséquence "une nette partition des publications selon leurs genres, leurs types, leurs espérances de vente"^[40].
- 33 La saison qui s'étend de mars à août permet aux éditeurs d'écouler leurs auteurs phares, *best-sellers* de l'été au sens économique strict, mais qui réalisent "dès la sortie de leurs livres au printemps des ventes record"^[41]. Ainsi à l'exception de leur premier roman respectif, Marc Levy et Guillaume Musso sortent chaque année leur nouvel opus entre mars et mai. Chaque année ils sont programmés en vue de la saison estivale, ce que relaie parfois la presse : à la surprise orchestrée par les discours médiatiques s'oppose la prévisibilité des réalités commerciales.

La saison des best-sellers : Levy et Musso de retour en tête Cela sent déjà le sable chaud dans les librairies. Marc Levy et Guillaume Musso viennent de publier leurs nouveaux romans. *Si c'était à refaire* (29 mars), le quatorzième pour l'un, et *Sept ans après...* (5 avril), le dixième pour l'autre, sont lancés au printemps pour se retrouver sur les plages en juillet et août. Les deux ouvrages ont été lancés avec toute la

puissance des grosses machines commerciales : premier tirage de 370 000 exemplaires pour Marc Levy (d'après *Livres Hebdo*), 400 000 pour Guillaume Musso (*Le Parisien*).^[42]

L'été aura confirmé la bonne tenue des poids lourds français : Barbery, Levy, Pancol et Musso, qui raflent comme prévu la mise estivale.^[43]

- 34 Les auteurs de *best-sellers* sortent très rarement des livres durant la période des prix^[44]. Le mois de novembre, juste avant Noël, peut aussi être choisi pour sortir un poids lourd de l'édition, réalisant alors des ventes extrêmement resserrées : les séries de BD à succès comme *XIII*, *Astérix* ou *Black et Mortimer*, ou des auteurs américains comme Dan Brown ou Douglas Kennedy occupent ce créneau.
- 35 Ces livres au succès programmé dominant donc les ventes réelles de l'été, mais sont également pour la plupart les best-sellers de l'année : déjà en tête des ventes au printemps, les trois quarts des ouvrages de fiction du Top20 spécial été de *Livres Hebdo* qui s'étend de mi-juin à mi-août se retrouvent dans les trente ouvrages les plus vendus de l'année, toutes catégories confondues. Circonscrire ces ouvrages à la période estivale n'est donc pas pertinent et impose ce constat : le livre de l'été existe peu en dehors des discours d'escorte journalistiques ou commerciaux.
- 36 La confrontation du Top20 des étés 2009-2015 au classement des meilleures ventes de l'année démontre la correspondance effective – et non de l'ordre du fantasme médiatique de la découverte estivale – entre best-seller de l'année et succès de l'été. Prenons l'année 2009, à titre exemplaire, et tâchons de saisir les déterminations concrètes générant une intensification de la consommation dans la période estivale. Les mêmes remarques semblent valables pour les années suivantes.

Top10 été (29 juin – 16 août 2009)	Classement année 2009
1er <i>L'élégance du hérisson</i> , Muriel Barbery, Folio	7e
2e <i>Le premier jour</i> , Marc Levy, R. Laffont	14e
3e <i>Toutes ces choses qu'on ne s'est pas dites</i> , Marc Levy, Pocket	8e
4e <i>La valse lente des tortues</i> , Katherine Pancol, Le livre de Poche	11e
5e <i>Naruto, vol. 42</i> , Masashi Kishimoto, Kana	Absent
6e <i>Je reviens te chercher</i> , Guillaume Musso, Pocket	9e
7e <i>Dans les bois</i> , Harlan Coben, Pocket	10e
8e <i>Le liseur</i> , Bernhard Schlink, Folio	Absent
9e <i>Révélation</i> , Stephenie Meyer, Hachette jeunesse	5e
10e <i>Tentation</i> , Stephenie Meyer, Hachette jeunesse	1er
De la 11e à la 20e place	

11e <i>Les yeux jaunes des crocodiles</i> , Katherine Pancol, Le livre de Poche	18e
12e <i>Le cercle des amateurs d'épluchures de patates</i> , Mary Ann Shaffer, Annie Barrows, NIL	26e
13e <i>Fascination</i> , Stephenie Meyer, Hachette jeunesse	2e
14e <i>Hésitation</i> , Stephenie Meyer, Hachette jeunesse	3e
15e <i>Que serais-je sans toi ?</i> , Guillaume Musso, XO	19e
16e <i>Millénium 1</i> , Stieg Larsson, Actes Sud	20e
17e <i>Millénium 2</i> , Stieg Larsson, Actes Sud	25e
18e <i>Dans les bois éternels</i> , Fred Vargas, J'ai lu	Absent
19e <i>Millénium 3</i> , Stieg Larsson, Actes Sud	29e
20e <i>L'homme du lac</i> , Arnaldur Indridason, Points	Absent

- 37 *L'effet-cinéma* : *Le liseur*, *Millénium* et *L'élégance du hérisson* sortent à l'écran pendant l'été, ce qui relance les ventes de ces trois best-sellers d'années précédentes, dont deux sont réédités en format poche pour l'occasion chez Folio. Mais ceci n'est pas spécifique à l'été. Pour *Twilight*, le premier film est sorti en janvier en France, le second en novembre, ce qui explique l'explosion des ventes en fin d'année et le placement des quatre volumes dans les cinq premières places du classement annuel^[45].
- 38 *La loi des séries* : *Les yeux jaunes des crocodiles*, sorti en format de poche en 2007, est relancé par le dernier roman de Katherine Pancol sorti chez Le Livre de Poche en juin 2009. Des opérations marketing les mettent en relation, notamment en les présentant côte à côte en tête de gondole. L'opération spéciale été "deux poches achetées un troisième offert" favorise également l'achat de romans qui semblent fonctionner en série, d'autant plus que les couvertures renforcent cet effet par une uniformisation du graphisme. Les titres eux-mêmes donnent l'illusion d'une suite. La série des trois animaux (crocodiles, écureuils, tortues) chez Pancol a d'ailleurs fait l'objet de nombreuses railleries. Enfin la proximité de vraies sagas sur les rayons (*Millénium*, *Twilight*, *Fifty Shades of Grey*) peut inciter à une consommation et une lecture sérielles.
- 39 *Les doublons de l'été* : Musso et Levy possèdent chacun deux titres dans ce classement, celui sorti au printemps chez XO et Robert Laffont et celui réédité en édition de poche. Pour Musso on observe que le poche se vend mieux que le grand format, phénomène récurrent. L'année suivante, l'édition chez Pocket de *Que serais-je sans toi ?* est à la douzième place du classement estival tandis que le grand format chez XO *La fille de papier* n'est pas dans le Top20. Cependant il arrive devant dans le classement de fin d'année. L'été suivant, il se classe 4e des ventes de l'été en petit format, quand *L'appel de l'ange* est dixième. Les lecteurs n'hésitent pas à attendre un an avant de posséder "le nouveau", logique qui serait impensable pour une rentrée littéraire. En effet jamais le prix de l'année précédente n'est relancé au moment de la nouvelle sélection de septembre ! Les logiques de consommation sont très différentes entre les deux saisons.

L'inédit, l'urgence et la péremption qu'implique la rentrée littéraire ne semblent pas de mise pour les livres d'été.

- 40 *Le polar de l'été* : sur les trois polars réédités en format de poche présents dans cette liste, deux ne se retrouvent pas dans les meilleures ventes annuelles : Fred Vargas et Arnaldur Indridason. En revanche l'auteur américain Harlan Coben se classe dixième. En 2010, trois romans policiers sont dans le Top20 et seulement un dans le top annuel. Michael Connelly avec *Le verdict du plomb* chez Points et Harlan Coben avec *Sans un mot* chez Pocket disparaissent des meilleures ventes, tandis que *Tout est sous contrôle* de Hugh Laurie chez Points, dixième du classement estival, finit vingt-sixième de l'année. Le succès de ce dernier n'est cependant pas dû principalement au genre du roman mais s'explique bien plus par l'exposition médiatique de l'auteur qui triomphe à cette époque dans la série *Docteur House*. En 2011, trois titres de romans policiers, dont deux sont dans le Top30 final : Fred Vargas, cette fois en grand format chez Viviane Hamy pour *L'armée furieuse* et *L'épouvantail* de Michael Connelly. *Avant d'aller dormir* de S. J. Watson et *Le chuchoteur* de Donato Carrisi disparaissent du classement. Proportionnellement il y a donc plus de romans policiers dans le classement estival que dans le classement annuel, ce qui renseigne sur les pratiques de lecture : on consomme objectivement beaucoup des romans policiers l'été.
- 41 À l'issue de ce parcours on peut donc voir plusieurs significations à l'appellation "livre de l'été" véhiculée par les médias : au sens large, il désigne les livres pour l'été, ou d'été, ceux qui par leur contenu semblent propices à la période estivale, déclarée temps officiel pour lire. Deux logiques président à ces listes offertes par les médias durant la période mai-juin, et qui sont le relais d'opérations marketing mises en place par les maisons d'édition. D'abord le plaisir de lecture, associé au voyage, au dépaysement, à la légèreté, à la romance, à l'intrigue, récemment au *feel-good*. C'est aussi le moment de lire ou relire des *long-sellers*, l'impératif de nouveauté existant peu ; ensuite le temps de lire, autorisant alors la lecture de classiques, d'ouvrages longs, difficiles, sérieux. Une collection d'essais comme "un été avec ..." [46] semble synthétiser les deux logiques : c'est retrouver le temps des saines lectures prônées par Marcelle Auclair, tout en les rendant accessibles et "fun", adaptées à l'été. La collection estivale "Champs" chez Flammarion, qui publie des essais tout en proposant des couvertures colorées et attractives semble suivre le même raisonnement. En fonction des médias (*Elle*, *Marie-Claire* versus *Télérama*, *Lire*), ces deux logiques plaisir/temps sont plus ou moins valorisées. D'une année sur l'autre, comme au moment de la rentrée littéraire, des listes de titres, d'auteurs, sont mises en avant dans les journaux et magazines. Cet emballement médiatique est cependant déconnecté des ventes réelles puisque, qu'elles soient bonnes ou mauvaises, on note une remarquable constance de ces discours. Les vrais best-sellers (meilleurs vendeurs) sont rarement appelés livres de l'été : c'est par exemple le cas de la collection Passeport de cahiers de vacances, en tête des ventes mais peu commentés. Musso, Levy, sont bien considérés comme des livres pour l'été, mais ne sont jamais présentés comme "les livres de l'été".
- 42 Dans un sens plus restreint, l'expression désignerait donc les livres marquants de chaque été. Mais contrairement aux tubes, pour lesquels il existe un classement historique, il est difficile de relier un livre à un été particulier, à l'exception peut-être des premiers livres de l'été, ayant instauré ce rythme saisonnier. Les livres bénéficiant de cette distinction connaissent une grande visibilité. S'ils se vendent moins bien que les incontournables, leur sortie crée l'événement et leur assure en général la place de

best-sellers l'année suivante en poche, voire la place à leur tour "d'incontournables" pour les livres suivants. Promu romancier de l'été 2012 avec *La liste de mes envies*, Grégoire Delacourt a ainsi récemment intégré le groupe des *serial best-sellers* avec ses romans suivants. Devenu l'un des meilleurs vendeurs de livres réels, il ne pourra plus occuper la place de "livre de l'été", laissant la place à d'autres belles histoires...

- 43 Le livre de l'été est donc *en réalité* un livre sorti au printemps voire en hiver, que les discours d'escorte – médiations éditoriales et critiques – construisent comme livre à consommer de mars à août. L'enjeu, commercial, est d'assurer une consommation continue sur les six mois, jusqu'à la saison suivante. La notion de "livre de l'été", la construction médiatique vue précédemment, est une stratégie de communication permettant d'assurer le flux de consommation ou d'y insérer des produits neufs.

NOTES

1. Sur le site glamourparis.com, d'une année sur l'autre, on retrouve par exemple ce même discours figé : "Du premier roman au policier en passant par le recueil de poèmes ou le manga, Glamour a choisi dix livres à glisser dans votre sac à dos de randonneuse ou votre valise de jet-setteuse" (mai 2016) ; "De l'amour, de l'amitié, mais aussi de la violence et du suspens : Glamour vous présente les livres incontournables à glisser dans votre valise en cet été 2017" (juin 2017).
2. Chapeaux introducteurs d'articles consacrés aux livres à lire en été sur ce lien et ce lien.
3. Bernard Pivot, *Apostrophes*, 27 juillet 1984.
4. "L'auteur de *Mademoiselle Cléopâtre* publie *Les Grandes Dames*. Les passions contemporaines, avec tout le caractère du nouveau Paris, ont trouvé en M. Arsène Houssaye un conteur et un moraliste original. *Les Grandes Dames* seront le livre de l'été et on les retrouvera l'hiver dans les bibliothèques sérieuses" (*Journal des débats*, 19 mai 1868). Le livre de Houssaye est un vrai succès d'édition.
5. "Si vous voulez prendre un bain de volupté, lisez *Le Parfum des îles Borromées*, le nouveau roman de René Boylesve. La douce brise des lacs d'Italie, la chair savoureuse – dévoilée à prix d'or – de la jolie marchande de fleurs des îles, le délire d'amour qu'inspire une grande dame romaine, la musique dans les villes, le soir, et le caquetage amusant de toute une société cosmopolite vous y enveloppent d'une étourdissante séduction. C'est bien le livre de l'été" (*Gil Blas*, 9 juin 1898).
6. *La Presse*, 4 avril 1900.
7. Comme on peut le constater dans ce discours publicitaire tiré du *Journal* (8 juillet 1901) pour le livre illustré de Champsaur : *Lulu-lu-Lulu-Lu* Par son art très hardi, ses baisers, sa gaieté, Deux cents dessins, Lulu, le livre de l'été, Conquérant et charmant le public difficile, Lulu, par F. Champsaur, est au vingtième mille.
8. Suite : "Sur ces feuilles illustrées, l'univers venait boire à nos sources minérales la guérison de toutes les riches maladies du foie, des reins, de l'estomac ; des ascensionnistes internationaux grimpaient aux cimes de neige ; aux plages mondaines ou dans les petits trous pas chers, des baigneurs trempaient dans les vagues bleues ; ou bien des touristes à pied, à bicyclette, en autos traversaient des forêts vertes ou noires. Comment lire plus avant ! [...] Comment le roman pourrait-il retenir l'attention légère, dispersée à ces prospectus magiques qui vous emportent sur les sommets blancs ou roses ou vous entraînent sur les flots de toutes les couleurs du ciel ! Il n'y a plus qu'un livre passable, pour l'imagination errante, le livre de l'été : *l'indicateur des chemins de*

fer !" (Jean Ajalbert, "Propos de Paris et d'ailleurs", *L'Humanité*, 5 août 1904). Voir Jean Marie Seillan, *Le roman idéaliste dans le second XIX siècle. Littérature ou "bouillon de veau" ?*, Classiques Garnier, 2011, <Études romantiques et dix-neuviémistes>, 324 p.

9. B. Van Vorst, "Aux États-Unis, héros de romans", *Le Gaulois*, 5 août 1913.

10. Alain Corbin (dir.), *L'avènement des loisirs, 1850-1960*, Aubier, 1995.

11. Années consultées de 1926 à 1938.

12. Françoise Cribier, *Les grandes migrations d'été des citadins en France*, Paris, éditions du CNRS, 1969, p. 44, cité dans Alain Corbin, "Un temps nouveau pour les ouvriers" dans A. Corbin, (dir.), *L'avènement des loisirs, 1850-1960*, Aubier, 1995, p. 394.

13. Alain Corbin (dir.), *L'avènement des loisirs, 1850-1960*, Aubier, 1995, p. 389.

14. Paul Bringuier, prologue de "La révélation", nouvelle publiée dans *Marie-Claire*, 12 août 1938, p. 9.

15. Marcelle Auclair, "Jeunes filles, vous ne devez pas tout lire", *Marie-Claire*, 12 août 1938, p. 48.

16. *La Femme, hebdomadaire illustré des femmes de la libération nationale*, 10 juillet 1946.

17. Michel Bonneau, *Les loisirs, du temps dégagé au temps géré*, Ellipses, 2009, p. 132.

18. Franck Ferrand, Bruno Labous, Denis Olivennes, *Le dictionnaire amoureux illustré d'Europe 1*, Plon, 2015 : "Un convoi de camions orange vif, marqués du sigle noir de la station, quitte en début d'été son port d'attache, en Seine-et-Marne, et s'étire sur 2 kilomètres, à l'assaut du soleil. [...] Sortent des semi-remorques, toute une salle de spectacle à ciel ouvert, une vaste scène – le fameux podium de 30 mètres sur 15, coiffé de son parapluie géant – et des rampes d'éclairage, qui voisinent avec un car régie, un autre, vitré, pour les invités, des groupes électrogènes, des loges, des couchettes, des douches..."

19. Il faudrait mener plus amplement cette comparaison entre livre, tube et film de l'été, que nous ne développons pas dans ces pages.

20. Nicole Robine, *Lire des livres en France des années 1930 à 2000*, Paris, édition du cercle de la librairie, 2000, p. 63.

21. Jacques Laurent, "Le best-seller et ses secrets", *Gazette des lettres*, octobre 1950, cité dans Jean Varloot, "Le roman français en 1951", *La Pensée, revue du rationalisme moderne*, novembre 1951, p. 10.

22. Pierre Nora, "Best-Seller", *Dictionnaire des Genres et Notions littéraires*, Paris, Albin Michel, 2001, <Dictionnaire Encyclopædia Universalis>.

23. Communication sur le site Relay.com pour présenter le 40^{me} prix Relay, mars 2017.

24. *Livres Hebdo*, 28 août 2009, p. 9.

25. *Livres Hebdo*, 21 août 2009, Meilleures ventes du 29 juin au 16 août 2009.

26. *Livres Hebdo*, 24 août 2012, Meilleures ventes du 6 au 19 août 2012.

27. *Télérama*, 27 mai 2014.

28. *Lire*, 29 juin 2016.

29. *Ibid.*

30. *Livres Hebdo*, 24 août 2012.

31. *Livres Hebdo*, 24 août 2012.

32. *Livres Hebdo*, 19 août 2011.

33. *Livres Hebdo*, 19 août 2010.

34. *Livres Hebdo*, 24 août 2012, Meilleures ventes du 6 au 19 août 2012.

35. "Depuis trois ou quatre ans, le succès de ce genre de livres [prévus pour l'été] n'est plus systématique". Anna Pavlowitch, directrice de la littérature générale chez Flammarion, préfère rester attentive à "ce qui se vend avant" et "faire en sorte que ces ventes ne s'étiolent pas durant l'été grâce à des dispositifs promotionnels originaux" (*Livres Hebdo*, juin 2017).

36. Alors que le succès de Grégoire Delacourt était fort prévisible. Déjà lauréat d'un prix avec son précédent et premier roman, son nom n'était pas totalement inconnu. Et comme l'écrit *Le Figaro* : "S'il a été publié le 1^{er} février 2012 (voir *Le Figaro littéraire* du 2 février), il avait pris son essor

bien avant, en octobre 2011, lors de la Foire du livre de Francfort, la grand-messe internationale où se vendent les droits de traduction. Éva Bredin-Wachter, responsable des cessions de droits chez Lattès, pressent qu'elle a de l'or entre les mains. Très vite, les enchères flambent autour de *La liste de mes envies*. Quatorze pays (dont les Anglais et les Américains) achètent les droits. Deux producteurs s'unissent pour une adaptation sur écran... Et dire que le livre n'est toujours pas en librairie. Une histoire qui rappelle celle du premier roman de Marc Levy (Spielberg s'était entiché de son manuscrit avant même la parution)".

37. Voir Sylvie Ducas, *La littérature, à quel(s) prix ? Histoire des prix littéraires*, Paris, La Découverte, 2013, <Cahiers libres>, et Olivier Bessard-Banquy, *La vie du livre contemporain. Étude sur l'édition littéraire, 1975-2005*, Pessac, Presses universitaires de Bordeaux/ Tusson, Éditions du Lérot, 2009.

38. Cité dans Frédéric Rouvillois, *Une histoire des best-sellers*, Flammarion, 2011, p. 242.

39. Frédéric Rouvillois, *op. cit.*, p. 243-244.

40. Olivier Bessard-Banquy, *La vie du livre contemporain, op. cit.*, p. 256.

41. *Ibid* : "Depuis la fin des années 1990, le printemps [est] un véritable moment fort pour publier les livres de l'été", moment "propice à la publication de textes divertissants", des romans "pour accompagner lecteurs et lectrices sur les plages."

42. *Le Soir*, avril 2012.

43. *Livres Hebdo*, 21 août 2009, "Meilleures ventes de l'été, du 29 juin au 16 août 2009".

44. Exceptions notables de ces dernières années : Pierre Lemaître, auteur de roman policier et qui obtient le prix Goncourt pour *Au revoir là-haut*. Grégoire Delacourt, dont les livres sortent habituellement au printemps depuis le succès de *La liste de mes envies*, voit son nom figurer sur la liste des lauréats du Goncourt pour son roman *On ne voyait que le bonheur*. Une interview sur le site de l'auteur souligne ce fait inattendu : — Normalement, tes livres sortent plutôt au début de l'année. Cette fois-ci, au cœur de la rentrée littéraire. Pourquoi ? - C'est le choix de l'éditeur. Il y a vu un texte plus "urgent" (selon ses mots), plus "rentrée" justement. On verra si c'était judicieux (rires).

45. Henry Jenkins, *La culture de la convergence. Des médias au transmédia*, Paris, A. Colin/Ina Éd., 2013 [2006], <Médiacultures>, 336 p.

46. Antoine Compagnon, *Un été avec Montaigne, Proust, Baudelaire*, Paris, France Inter, éditions parallèles, 2013, 2014, 2015.

RÉSUMÉS

Cet article retrace d'abord l'histoire de l'émergence de ce qui paraît être aujourd'hui une évidence, la lecture comme occupation phare de l'été, et qui pourtant ne va pas de soi : c'est un phénomène qui date du développement des loisirs en France, qui s'est construit discursivement, et qu'il faut relier aux industries culturelles. L'étude se concentre ensuite sur les discours médiatiques qui construisent une articulation en apparence naturelle entre la notion de best-seller, un certain genre de littérature (le roman d'évasion), et la temporalité externe, saisonnière, de l'été. Quels sont les enjeux économiques, commerciaux, éditoriaux, derrière ces chorégraphies médiatiques, qui chaque année, élisent des « livres de l'été » ? Quelle incidence réelle (mesurable en chiffres de vente) sur la catégorie du best-seller ?

INDEX

Mots-clés : best-seller, livres de l'été, discours médiatiques, société des loisirs, édition

Keywords : bestseller, summer books, media discourse, leisure society, publishing

AUTEUR

AMÉLIE CHABRIER

Université de Nîmes