

#Lire Ensemble

« De Gallimard au Seuil en passant par Belfond, la plupart des éditeurs nous confient des livres afin que des membres de la communauté postent leur avis sur Babelio, en toute indépendance »

Guillaume Teisseire
cofondateur de Babelio

LAURE BELOT

Depuis six mois, les éditeurs anglo-saxons scrutent une page Facebook, celle où Mark Zuckerberg, fondateur du réseau susnommé, suggère toutes les deux semaines la lecture d'un nouveau livre. Et pour cause. Ce simple « post », initiative personnelle de l'entrepreneur lancée le 2 janvier et dénommée « A Year of Books », a des conséquences sonnantes et trébuchantes. *The End of Power*, le premier ouvrage proposé, essai politique de l'éditorialiste vénézuélien Moises Naim, s'est retrouvé d'emblée en rupture de stock. « Nous avons été extrêmement surpris », reconnaît-on, à Londres, chez l'éditeur Perseus, qui a commandé d'urgence une réimpression simultanée aux Etats-Unis et au Royaume-Uni, alors que des internautes opportunistes proposent encore, six mois plus tard, de premières éditions brochées à plus de 400 euros. Lundi 15 juin, le 12^e conseil venu de Californie est tombé : *Sapiens. A Brief History of Humankind*, de l'historien israélien Yuval Harari (Harper).

Les 429 000 membres de ce club de lecture d'un nouveau siècle, « fans » de la page et dont le nombre ne cesse de grandir, se sont pris au jeu : sur Amazon, la ligne « Ceux qui ont acheté ce livre ont aussi acheté... » atteste que les lecteurs de *The End of Power* se sont tournés vers les autres choix éclectiques de Zuckerberg, que ce soit *Muqaddima*, essai de 1377 écrit par l'historien arabe Ibn Khaldûn (le conseil du 1^{er} juin), ou *The Structure of Scientific Revolutions* (annonce du 17 mars), livre de 1962 du philosophe des sciences Thomas Kuhn... Aux Etats-Unis, les recommandations de lecture d'Oprah Winfrey, star de la télévision, avaient entraîné, à partir de 1996, la vente de 55 millions d'ouvrages en 70 émissions (selon l'université Fordham) : l'« Oprah effect ». Vingt ans plus tard, assiste-t-on à l'émergence d'un « Zuckerberg effect » ?

En organisant son propre événement en ligne, en favorisant discussions, commentaires et en y ajoutant, si possible, une rencontre avec l'auteur, le fondateur de Facebook surfe sur un phénomène planétaire : la multiplication des communautés de lecteurs. Sur Internet, des millions d'amateurs de littérature, de polars, de science-fiction ou d'heroic fantasy se sont mis à partager massivement leurs conseils et avis. D'autres, moins actifs mais tout aussi accros, se limitent à les consulter.

Cette agora mondiale s'exprime tous azimuts. Sur Facebook, sur Twitter mais aussi sur des sites spécifiques tels ceux créés depuis une dizaine d'années aux Etats-Unis (Librarything, Goodreads), à Hongkong (Anobii) ou encore en France.

Le site Babelio, lancé à Paris en 2007, rassemble 230 000 critiques amateurs (à 80 % des femmes entre 25 et 45 ans,) dont les points de vue sont consultés par plus de 2,5 millions d'internautes chaque mois. Ces audiences suscitent logiquement des convoitises. « Nombre de sites ont des difficultés à monétiser leur audience et se font racheter par de grands groupes qui ne réussissent pas, eux, à rassembler de telles communautés », note Loïc Roussel, cofondateur de la librairie en ligne Feedbooks. Anobii est désormais propriété du groupe Mondadori, Goodreads est dans le giron d'Amazon...

Et déjà de nouvelles plates-formes ont le vent en poupe, notamment chez les moins de 25 ans. Wattpad, site où des auteurs peuvent publier directement des livres électroniques, a détrôné en audience Goodreads (selon le classement

mondial « Livre et littérature » de Similarweb). Cet essor « est le signe de nouveaux usages », estime Jane Friedman, ex-éditrice qui conseille désormais éditeurs et auteurs pour construire leur présence en ligne. La lecture a été, dès l'origine, un phénomène de sociabilité. Le monde numérique décuple « le pouvoir de la conversation, du partage et de la collaboration », poursuit Jane Friedman. « Wattpad n'est plus seulement un site de notation de livres. Il s'agit d'un lieu d'interaction intense entre les lecteurs qui, dans huit cas sur dix, se connectent par smartphone et communiquent avec les auteurs. » C'est sur Wattpad qu'Anna Todd a publié son livre *After*, par épisodes, reconnaissant s'être inspirée « des interactions incessantes » avec les lecteurs pour construire son récit, best-seller désormais publié dans 27 pays. C'est également sur cette plate-forme que la Canadienne Margaret Atwood vient de lancer un concours de coécriture, auquel des internautes de 32 nationalités différentes se sont déjà inscrits. De tels sites rassemblent aussi des audiences considérables en Chine (Quidian) ou en Russie (Stihi). Sur un modèle similaire, un nouveau venu, Iggybook, s'est lancé en France.

Dans ce monde numérique dématérialisé où tout s'échange et se consulte le plus souvent gratuitement, « difficile de connaître la corrélation entre cette effervescence communautaire et les ventes de

livres, moyen classique et traditionnel pour rémunérer les auteurs », note Loïc Roussel. Il n'empêche. Les maisons d'édition, qui ont longtemps associé Internet à un simple site « vitrine », commencent à saisir leur décalage. D'où certaines initiatives pour se reconnecter à ce mouvement participatif.

« De Gallimard au Seuil en passant par Belfond, la plupart des éditeurs nous confient des livres afin que des membres de

communauté postent leur avis sur Babelio, en toute indépendance », explique le cofondateur Guillaume Teisseire. Chez Bragelonne, maison pionnière sur le numérique, touchant historiquement des fans de science-fiction et d'heroic fantasy, César Bastos est le « community manager » depuis 2008 et se considère comme le porte-parole de la maison auprès des lecteurs connectés. Un savoir-faire qui se diffuse désormais bien au-delà de la littérature de genre. Chez Actes Sud, actif sur Twitter depuis le dernier trimestre 2014, le département communication, responsable des événements et de la presse, gère désormais les relations en ligne. « Un lecteur peut s'intéresser à la littérature et découvrir par Twitter le travail d'un photographe que nous publions. Il s'agit de favoriser les passerelles culturelles », précise Estelle Lemaître, directrice de la communication, qui a justement utilisé la page Facebook maison pour annoncer, début juin, aux 53 000 fans d'Actes Sud que *Muqaddima*,

ouvrage publié en français par l'éditeur, avait été choisi par Mark Zuckerberg. Même volonté d'animation chez Albin Michel. « Nous proposons à chaque rentrée littéraire des extraits lus par des comédiens. Le Net se consomme désormais en mobilité. Et certains de nos auteurs tels Katherine Pancol ou Maxime Chattam prennent directement la parole via les réseaux sociaux », explique Willy Gardett, qui coordonne la politique en ligne.

Un des auteurs maison, justement, Eliette Abécassis, vient de vivre une expérience numérique intense. « Avant même de finir mon dernier livre, Alyah, j'ai publié sur Facebook un poème qui a été partagé plus de 100 000 fois, raconte-t-elle. Cette réaction m'a plutôt galvanisée pour écrire, mais je me suis rendu compte que je ne pouvais pas gérer cela toute seule. » L'auteur utilise désormais les services de Virginie Bapaume, experte en réseaux sociaux qui a commencé à travailler avec des auteurs en 2011 « en lançant la page Facebook francophone de Paolo Coelho », précise-t-elle.

Outre-Atlantique, le monde des auteurs a basculé de façon encore plus large sur la Toile, même si « une demande très fréquente des écrivains est de savoir jusqu'à quel point il faut y être », note Jane Friedman. « Mon activité en ligne m'a apporté une communauté », explique Roxane Gay, auteure de *Bad Feminist* (Harper, 2014), qui reconnaît trouver sur Twitter des sources d'inspiration. « Lors de certaines discussions en ligne, je me dis que cela peut être le point de départ de quelque chose. Je commence à y penser et me retrouve à écrire un essai entier. »

Un appétit en ligne partagé par la romancière canadienne Margaret Atwood, 75 ans, qui compte plus de 800 000 followers sur Twitter et s'est inscrite sur

Wattpad il y a trois ans « pour explorer la façon dont cette plate-forme relie les personnes à la lecture et à l'écriture ». La romancière aime citer le personnage de Sam Weller, dans *Les Papiers posthumes du Pickwick Club*, feuilleton de Charles Dickens, devenu de plus en plus important au fil des épisodes à la demande des lecteurs.

Hugh Howey, auteur du roman d'anticipation best-seller *Silo*, estime également être « inspiré » par les relations qu'il a en ligne avec ses lecteurs. « Pendant des milliers d'années, les conteurs étaient face à un public. Cette interaction était essentielle. Elle a disparu pour de nombreux romanciers et c'est une immense perte », note l'auteur, qui estime « nécessaire » la publication par épisodes pour s'adapter à une nouvelle génération de lecteurs. « Regardez comment les séries télé ont jailli et sont devenues des vecteurs bien supérieurs aux films pour raconter : les lecteurs ont le temps d'examiner l'histoire avant le prochain épisode. Une conversation peut ainsi grandir. » Le numérique renouvelle, par smartphone interposé, des pratiques anciennes. Raison de plus, selon Hugh Howey, pour aborder ces changements « avec plus de confiance et moins de peur ». ■

À lire sur Lemonde.fr/livres, les interviews de Margaret Atwood, Roxane Gay et Hugh Howey.

Et si les communautés de lecteurs étaient la vraie révolution numérique du livre ? Par leur audience, certains sites et réseaux sociaux prennent de l'importance, d'années en années, pour les éditeurs et les auteurs