

Unwalkers 29 janvier 2011

Virginie Carbuccia, fondatrice de Kyklos Editions. (Entretien réalisé par Dominique Bouchard.)

Comment vous est venue cette idée de maison d'éditions ?

Kyklos est née, il y a deux ans, de la volonté de rompre avec le formatage que nous subissons depuis quelques années dans tous les domaines culturels, notamment la littérature ; une envie de sortir des sentiers battus, de défendre la diversité culturelle et de combattre « la pensée unique » qui gagne du terrain de façon pernicieuse ; enfin le désir de renouer avec la vocation première d'un éditeur qui est de dénicher de nouveaux talents et de jouer son rôle de « passeur de textes ».

Fabrice Berthet, directeur éditorial de Kyklos, et moi-même avons fait une sorte de bilan de nos compétences professionnelles et de nos expériences personnelles ; (j'ai une formation littéraire et juridique spécialisée dans le droit d'auteur et j'ai exercé le métier de directrice de production dans le cinéma durant de nombreuses années ; quand à Fabrice Berthet, il a reçu une formation littéraire puis s'est orienté vers les relations internationales et la géopolitique ; il a exploré de nombreuses disciplines : psychologie, philosophie, sciences cognitives, physique quantique, religions, etc.) Nous étions tous les deux englués dans un système qui n'était plus en adéquation avec nos envies respectives. Le besoin d'un changement, nécessaire au renouvellement de chacun, nous a donné l'idée de fonder une maison d'édition.

Êtes-vous de gros lecteurs ?

Nous sommes de gros lecteurs à la base, en effet ; mais les manuscrits qui nous parviennent nous prennent tout notre temps libre ; du coup, on devient un peu comme « ces cordonniers mal chaussés ».

Les problèmes rencontrés ?

La première difficulté a résidé dans la constitution du catalogue telle que définie par notre politique éditoriale et notre logo ; il nous a fallu rester dans « l'œil du cyclone » et faire taire nos sensibilités personnelles pour déterminer ce que Kyklos devait publier, et ce en toute impartialité. « Le contenu avant tout » a été le leitmotiv premier de notre société et nous sommes vigilants à ce qu'il le reste.

La seconde difficulté a été de mener une politique de faibles tirages en raison de la conjoncture écologique et économique, et de rester autonome dans la distribution, tout comme dans la diffusion. Choix qui implique notamment un manque de visibilité de nos livres en librairies, donc auprès des lecteurs ; mais en contrepartie, nous avons toute latitude pour agir comme nous l'entendons en matière de tirage et du nombre de titres à publier chaque année, afin de ne pas nous laisser « entraîner » dans des dérives qui verraient nos objectifs, à plus ou moins longs termes, tomber à l'eau.

Nous avons misé sur le contenu, la qualité du livre en tant qu'objet, l'humilité, la patience et le bouche à oreille : tous ces ingrédients constituent l'alchimie nécessaire à la création d'un tel projet et à sa survivance...

Recevez-vous beaucoup de manuscrits ?

Oui, pour une société qui a tout juste deux ans, nous recevons beaucoup de textes et, pour la plupart d'entre eux, ce sont de bons manuscrits ; il semblerait que les auteurs aient envie d'être publiés chez nous et ça, c'est très réconfortant ; hélas, nous devons faire des choix sur la base d'une possible intégration au catalogue et non sur nos préférences individuelles...

Vos coups de cœurs, les livres édités ?

Tous, sinon ils ne seraient pas dans le catalogue ; bien sûr, chacun de nous a eu un petit coup de cœur perso, mais l'avantage d'être trois et de recouper nos avis évite que le ressenti personnel prenne le pas sur la dynamique éditoriale de Kyklos.

Difficile les rapports avec la distribution des livres, la presse, etc., pour vous faire une place ?

Nous avons dès le départ axé notre communication via Internet, d'abord avec notre site qui nous a permis de fidéliser nos lecteurs, puis avec les réseaux, les médias, les forums français et européens... Grâce à tous ces intervenants, nos livres vivent, sont relayés sur la toile, sont repris par des forums ou des blogs. L'idée d'échanger un livre contre une critique nous a immédiatement interpellé, car nous savons tous que les médias ne s'intéressent qu'aux livres déjà plébiscités. Dans ces forums, le lecteur a enfin la parole : et c'est tant mieux car à la finale, c'est lui qui décide.

Nous nous sommes également rendus compte que la donne était en train de changer et que le lecteur revenait peu à peu vers le contenu, lassé sûrement de se voir offrir chaque année lors de la rentrée littéraire, une diversité qui n'en est plus une. Je pense que l'Internet est en train de changer les mentalités et que le lecteur ne va plus longtemps supporter les diktats des grosses maisons et l'abrutissement intellectuel qu'ils entraînent. Peut-être que ces lecteurs ont eux aussi envie de renouveau...

Aussi, nous ne jouons pas dans la même cour que les « géants » de l'édition : les intérêts financiers ne sont pas les mêmes, ni le matraquage marketing et ses retombées médiatiques ; pendant que ces grosses sociétés se mènent une guerre économique à coup de gros tirages, de pilonnage ou de surenchère sur les contrats d'auteurs, nous poursuivons ce pour quoi nous avons créé Kyklos et ce en toute liberté puisque nous n'avons pas de comptes à rendre aux actionnaires. Bref, chez Kyklos, les auteurs sont respectés, les textes perdurent dans le temps, ils ne sont pas mis au placard au bout de trois mois, ni cachés dans des caisses sous les tables des libraires.

Enfin, le côté frondeur de Kyklos et sa « résistance » dans le domaine de la diversité culturelle réclament une indépendance totale d'où une volonté de rester autonome dans toutes les étapes de notre métier. Est-ce que cela est dur : oui ! Mais quel challenge !

Pourquoi avoir choisi une couverture identique pour tous vos livres ?

En ces temps où le marketing en matière de couleurs et de surcharge visuelle semble être le maître mot de l'édition, nous avons opté pour la sobriété car nous privilégions le contenu et nous le signalons aux lecteurs de cette façon. Seule la 4e de couverture donne une indication sur le « genre ».

Notre maison a son identité propre. Tout est parti du visuel, car le logo, à lui seul, résume la politique éditoriale : notre objectif est d'amener le lecteur à acheter du « Kyklos » donc du « contenu ».