

La collection dont Pierre Marchand est le héraut

Gloria Kearns

Number 25, September–October–November 1986

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/20597ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Nuit blanche, le magazine du livre

ISSN

0823-2490 (print)

1923-3191 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Kearns, G. (1986). La collection dont Pierre Marchand est le héraut. *Nuit blanche*, (25), 76–76.

LA COLLECTION DONT PIERRE MARCHAND EST LE HÉRAUT

C'est bien connu, les héros ne meurent pas. Eh bien, j'ai l'insigne honneur d'être l'exception qui confirme cette absurde règle! Parce que moi, le héros de ces livres, je ne cesse de me faire dévorer, transpercer, étouffer. Bref, à ce jeu, je meurs à tout coup. Mais voilà, il y a un hic, quand les adultes jettent un coup d'œil par dessus l'épaule de leurs enfants occupés à dévorer (transpercer, étouffer...?) ces «livres dont vous êtes le héros», ils ne sont pas sûrs qu'il s'agit bien là de lecture.

Pierre Marchand, directeur de la section jeunesse chez Gallimard, admet que le jeu est l'attrait principal de ces livres qui, par ailleurs, amènent dans les librairies une clientèle qui, autrement, n'aurait jamais eu l'idée d'y mettre les pieds. On ne peut nier que ces «jeux» comportent une bonne part de lecture. Ce n'est qu'en comprenant bien le texte qu'on pourra prendre les meilleures décisions pour la bonne marche de l'aventure. Les enfants y parviennent d'ailleurs beaucoup mieux que les adultes, peut-être à cause du langage télématique dont ils ont une plus grande expérience que leurs parents, dira Pierre Marchand. Mais qui a des enfants vous dira qu'ils trichent tout de même un peu!

La popularité de cette collection était inattendue. Pierre Marchand en est le premier étonné. Évidemment fort heureux de la tournure des événements, il ne se fait cepen-



dant aucune illusion. Un succès aussi immédiat est toujours périlleux: pour parer à toute éventualité, il a fait de cette collection un bloc autonome de manière à ce qu'une catastrophe ne se répercute pas sur l'ensemble de Gallimard jeunesse. Mais l'apocalypse est loin et les seuls dangers prévisibles sont les embûches qui jalonnent le parcours du valeureux (malheureux?) héros.

Un périodique gourmand

Avec *Piranha*, pas question de lancer les dés, ni de tirer à la courte paille pour savoir qui, qui, qui... C'est le journal qui vous dévore.

La maison Gallimard, en collaboration avec Télérama, tente de conquérir un nouveau marché, celui de la publication périodique pour les jeunes. *Piranha*, revue volontairement austère, dira Pierre

Marchand, vise la clientèle des 11 à 16 ans. Dès l'âge de 11 ou 12 ans, ou bien l'habitude de la lecture est déjà acquise, ou bien elle ne le sera probablement jamais. Dès lors, il n'est pas question de céder à la facilité. L'activité de lecture exige tout de même un certain effort.

Si on lui parle du prix de vente du magazine (4,95 \$, bientôt 5,95 \$, nous prévient-on), Pierre Marchand s'empresse de préciser que la revue est bâtie autour d'un roman complet, français ou étranger. C'est le cœur de la revue auquel on a greffé un jeu de rôle ou une «aventure dont vous êtes le héros» (publiée par la suite en album cartonné) et bien d'autres choses encore.

Dans la «Revue de presse», on fait le tour des événements marquants tout en prenant connaissance de petites nouvelles amusantes; «Lire et relire», la chronique littéraire, présente chaque mois des extraits de grands romans destinés à mettre l'eau à la bouche. Chaque numéro comporte de plus un dossier spécial: en marge du Festival de Cannes, celui de mai était consacré au cinéma.

Les crocs bien aiguisés par son expérience française, *Piranha* s'apprête maintenant à dévorer le reste de la francophonie. Bien sûr, la revue se mettra à l'écoute de son nouveau public et fera appel à lui. C'est ainsi que dès septembre 1986, le Québec y percevra ses premières dents. ■

Gloria Kearns

Pour ajouter au dilemme jeu/lecture dont vous êtes peut-être les victimes, les éditions Gallimard publient deux séries: «Un livre dont vous êtes le héros» (depuis 1984; 6,95 \$ chaque exemplaire) et «Un jeu dont vous êtes le héros; 6,95 \$ aussi).