

# Juger l'époque à sa couverture

Nano de Pinho, DNMADE G3

Qui n'a jamais acheté de livre simplement parce que sa couverture lui plaisait ? Sensée montrer un échantillon de l'univers dans lequel on s'apprête à plonger, elle joue un rôle crucial dans la décision d'achat du prospect. Pourtant, les couvertures françaises sont très sobres, à l'instar de la collection "Blanche" de chez Gallimard. Dotée d'un papier uni crème, elle a pour seule fantaisie d'être ornée d'un fin cadre, mettant ainsi en avant l'auteur·ice et laissant au·à la lecteur·ice le loisir d'imaginer l'ambiance du roman. Toutefois, on observe également la tendance inverse : la littérature moins classique (on pourrait presque parler d'une littérature non-élitiste), telle que la science-fiction ou le polar se voit recouverte de visuels bien plus attractifs pour l'œil. C'est d'autant plus vrai pour les romans dont la cible sont les adolescent·es ou les jeunes adultes, très médiatisés sur les réseaux sociaux et dont le branding est de plus en plus affirmé. Tote bags, stylos ou encore bobs, les goodies pleuvent autour du livre qui devient une marque en lui-même. On peut citer *Beautiful World, Where Are You* de Sally Rooney, paru en septembre 2021 aux États-Unis avec toute une ribambelle d'objets dérivés. C'est un phénomène qui arrive doucement en France, avec par exemple des marques pages et des ex-libris\* offerts sous certaines conditions d'achat. Entouré d'objets ou objet en soi, le roman actuel est profondément ancré dans un modèle de consommation capitaliste et matérialiste (ironiquement, les récits dématérialisés se vendent de mieux en mieux : l'ebook représentait en 2019 8,4 % des ventes littéraires, soit une hausse de 5,1% entre 2017 et 2018\*\*).

Les questions soulevées par ces faits sont les suivantes :

- En quoi les couvertures de romans peuvent-elles être supports d'étude sociologique ?
- Peut-on analyser une époque à ses couvertures de romans ?
- Quelle est la place du branding dans le monde littéraire d'aujourd'hui ?
- Le branding peut-il nuire à la vente d'un roman ?
- Marketing livresque : jusqu'où peut-on aller ?
- La couverture d'un roman peut-elle être le porte-drapeau d'une communauté/d'une culture ? (question un peu plus éloignée du sujet initial)

\* Autrefois empreinte de propriété apposée à l'intérieur du livre, l'ex-libris est un terme qui est aujourd'hui aussi employé pour parler d'un print collectible qui se veut qualitatif. C'est une pratique qui est principalement présente dans la vente de bandes dessinées.

\*\*Chiffres tiré de la revue Actualitté, <https://actualitte.com/article/12689/distribution/france-l-ebook-represente-8-4-des-ventes-de-livres-a-212-6-million-eur>

# Bibliographie indicative et non-exhaustive

Clémence Imbert, *Les couvertures de livres*, Arles, Actes Sud, 2022

MagnaVal, A. (2023, 21 avril). *Pourquoi les couvertures de roman sont-elles si sobres en France ?* France Culture. <https://www.radiofrance.fr/franceculture/pourquoi-les-couvertures-de-roman-sont-elles-si-sobres-en-france-5808523>

Guillermou, T. (2017, août 31). *Petite histoire des couvertures de livres – 4/4*. Graphéine. <https://www.graphéine.com/histoire-du-graphisme/petite-histoire-des-couvertures-de-livres-4>

De Becdelièvre, R., & Francis, J. (2022, 26 janvier). *Introduction à une étude comparée des couvertures du livre de poche*. France Culture. <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/la-piece-jointe/introduction-pour-une-etude-comparee-des-couvertures-du-livre-de-poche-6837847>

Matteson, C. (2019, août 29). *Why Do So Many Book Covers Look the Same ? Blame Getty Images : Meet the cast of stock image characters that grace dozens of book covers*. AIGA Eye On Design. <https://eyeondesign.aiga.org/why-do-so-many-book-covers-look-the-same-blame-getty-images/>

“Books Aren’t Going Anywhere” : A Roundtable Discussion on Publishing and Branding in the Age of Bookstagram : In our latest Zoom event, Alana Pockros, Jack Cheng, and Anna Jordan joined Jarrett Fuller to discuss how social media shapes literature (J. Fuller). (2022, 13 juillet). AIGA Eye On Design. <https://eyeondesign.aiga.org/books-arent-going-anywhere-a-roundtable-discussion-on-publishing-and-branding-in-the-age-of-bookstagram/>

Pockros, A. (2021, août 23). *The Endless Life Cycle of Book Cover Trends : What you see on a cover is the product of intermingling cultural and economic forces*. AIGA Eye On Design. <https://eyeondesign.aiga.org/the-endless-life-cycle-of-book-cover-trends/>

Barry, M. (2018, 10 décembre). *Why Are “Feminist” Book Cover Designs Still So Sexist ? : Design tropes still reinforce stereotypes of women as either unreliable, weak, intense, bossy, bleeding, or dead—and mostly white*. AIGA Eye On Design. <https://eyeondesign.aiga.org/why-are-even-feminist-book-cover-designs-still-so-sexist/>

France Culture. (2023, 22 avril). *Pourquoi les couvertures de livres françaises sont si fades* [Vidéo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Z02Jn8jPJSU>

Plu, C. (2005). *Georges Lemoine : Illustrer la littérature au XX<sup>e</sup> siècle* [Thèse de doctorat, Université Rennes 2]. [https://hal.science/tel-03872297v1/file/Th%C3%A8se%20PLU\\_%20Georges%20Lemoine%20illustrateur.pdf](https://hal.science/tel-03872297v1/file/Th%C3%A8se%20PLU_%20Georges%20Lemoine%20illustrateur.pdf)