

**Tous ensemble et chacun pour soi.  
Littérature(s) d'Europe centrale sur  
le marché français**

**PAWEŁ ŁAPIŃSKI**  
(Gdansk)

---

**ALL TOGETHER AND ON ONE'S OWN.  
CENTRAL EUROPEAN LITERATURE(S) ON THE FRENCH  
MARKET**

The main topic of the paper is the current situation of Central European literature in France – presented at the example of Visegrad countries – and its potential improvement by means of cooperation. Such an improvement seems to be essential to counteract the imbalance in the intercultural dialogue, as French, located in the group of central languages (according to the division proposed by Johan Heilbron, 1999), largely dominates in literary exchange with the Central European languages. The question arises, whether the countries of Central Europe can undertake joint actions to improve this situation and strengthen their position. Although they all have various mechanisms of public aid for translating and promoting national culture abroad, they currently do not coordinate their actions in this field. While the example of Nordic countries and the successful exportation of literary goods that they have been carrying out in the last two decades clearly shows that such regional, transnational cooperation can be very fruitful. However, to apply this pattern to Central Europe, one has to first somehow combine the characteristics of individual countries into a single narrative that could be presented to the French reader-consumer as a brand. Some bottom-up initiatives

already present in both the Visegrad countries and France proves that the idea of Central European literary brand is ambitious, yet feasible.

**KEYWORDS:** book marketing, book market, intercultural communication, Visegrad countries, peripheries

**MOTS-CLÉS:** marketing littéraire, marché du livre, communication interculturelle, pays de Visegrad, périphéries

## 1. UN CENTRE MOUVANT

L'Europe centrale, en tant que concept géographique, peine depuis des siècles à trouver une définition pertinente qui pourrait englober la complexité et la nature contradictoire des critères visant sa classification (ZIELIŃSKI, 2013). Le philosophe, historien et essayiste franco-polonais Krzysztof Pomian prétend même que « l'Europe centrale n'est définissable en tant que telle qu'en termes historico-culturels, en termes de destin historique » (POMIAN, 1994 : 15), ce qui s'inscrit dans les idées lancées dix ans auparavant par Milan Kundera dans son fameux essai « Un Occident kidnappé ou la tragédie de l'Europe centrale ». En effet, dans cet essai, l'écrivain constate que l'Europe centrale « n'est pas un État, mais une culture ou un destin » et ses frontières sont « imaginaires et doivent être tracées et retracées à partir de chaque situation historique nouvelle » (KUNDERA, 1983 : 8). Cette ambiguïté est peut-être l'une des causes pour lesquelles l'Europe centrale reste aujourd'hui, dans la perception française, une région caractérisée par « l'extrême complexité ethnique, linguistique, religieuse et historique » sur laquelle « il est inutile de s'appesantir », ce qui résulte en une approche marginalisante (cf. MARÈS, 2011 : 200). On pourrait donc supposer que l'une des clés possibles pour surmonter cette marginalisation serait de développer une identification commune, plus ou moins homogène, grâce à laquelle il serait plus facile de faire comprendre le concept d'Europe centrale à un Français.

Dans cet article, je tenterai de savoir si une telle unification, destinée à une fin particulière, est possible et à quoi elle pourrait

ressembler. Mes considérations seront centrées sur l'un des domaines de la culture où la marginalisation mentionnée ci-dessus est parfaitement visible, à savoir la littérature. Pour faciliter cette tâche, je restreindrai le groupe de pays dont les activités seront étudiées aux pays du groupe de Visegrad, également connu sous le nom de V4. Cette entité a été choisie car elle apparaît actuellement dans la région d'Europe centrale comme la seule alliance internationale qui dispose à la fois d'une certaine base idéologique et de moyens financiers, ce qui rend possible de potentielles initiatives conjointes. Cependant, il convient de noter que la plupart des informations concernant la situation de la littérature des pays de Visegrad sur le marché du livre français et la coopération – ou plutôt son absence – entre les pays V4 correspondent également, plus ou moins, à la situation d'autres pays d'Europe centrale et orientale, par exemple l'Ukraine, le Bélarus, les États baltes ou encore les Balkans.

## 2. LA CONFRÉRIE DE LA MARGE

Indépendamment de la diversité culturelle générale des pays V4, en ce qui concerne la circulation des produits littéraires en Europe, lesdits pays se trouvent dans une position similaire appelée : la périphérie. Je me réfère ici aux concepts lancés par des chercheurs tels que Johann Heilbron, Gisèle Sapiro ou encore Pascale Casanova qui tous, bien que parfois avec des termes différents, décrivent la circulation globale des biens littéraires comme un système strictement hiérarchisé. Dans cette structure, il existe un nombre très limité de langues centrales ou dominantes (l'anglais, le français et l'allemand sont de grands exportateurs qui défendent leur marché contre les afflux extérieurs), ainsi que des langues semi-périphériques et périphériques (dominées) qui importent surtout la littérature du centre et peinent à exporter la leur (cf. HEILBRON 1999, SAPIRO 2014, CASANOVA 2002). Selon le chercheur polonais Tomasz Warczok, les langues des pays V4 peuvent être qualifiées de semi-périphériques (polonais, tchèque) ou de périphériques (slovaque, hongrois) (WARCZOK, 2015 : 26), et nous pouvons alors dire que leur position plus ou moins marginale est une sorte de point commun. Pour montrer

à quoi cela ressemble en ce qui concerne les chiffres, nous pouvons comparer le nombre de traductions venant de pays V4 publiées en France en 2018 et répertoriées dans les catalogues de la Bibliothèque nationale de France (BnF) et de la base de données du secteur éditorial Electre. Une consultation rapide nous indique 2 titres (Electre et BnF) pour la langue slovaque, 16 titres (Electre) ou 12 titres (BnF) pour le hongrois, 14 titres (Electre) ou 17 titres (BnF) pour le tchèque, et 45 titres (Electre) ou 48 titres (BnF) pour le polonais. Or, selon le rapport *Chiffres-clés du secteur du livre 2017–2018* préparé par le ministère de la Culture de l'Hexagone, la littérature polonaise représentait 0,7 % de toutes les traductions publiées en France en 2018 (DGMIC : 2019). Nous pouvons donc facilement imaginer quelle est la part de marché attribuée aux pays de Visegrad.

Le point commun suivant concerne la production : la plupart des traductions de tchèque, slovaque, hongrois et polonais sont publiées par des éditeurs de taille moyenne, voire minuscule, et réalisées par un nombre restreint de traducteurs. En se référant encore une fois aux statistiques de l'année 2018, on peut constater que des éditeurs se spécialisent dans l'un des pays (comme Cambourakis pour la littérature hongroise ou Noir sur Blanc pour la littérature polonaise), mais qu'il existe aussi des maisons comme Mirobole ou Agullo qui incluent dans leur offre à la fois des auteurs polonais, slovaques et tchèques. La production est donc plutôt concentrée et il semble possible de réunir les entités engagées autour d'une potentielle initiative de coopération. Il reste alors la question : à quoi bon le faire ?

### 3. VISEGRAD©

Bien que le marché français de l'édition soit hermétique et tourné surtout vers l'exportation, il a commencé dans la deuxième décennie du 21<sup>e</sup> siècle à s'ouvrir de plus en plus et à publier des traductions. Le nombre total de titres publiés a donc augmenté et le rythme d'introduction de nouvelles positions sur le marché a conduit à une forte rotation des titres (cf. LACÔTE-GABRYSIK, 2017). Bref, bien que l'accès au marché soit techniquement plus aisé, le nombre

d'entités concurrentes a augmenté. Face à une telle diversification et une telle saturation du marché, gagner en visibilité est devenu essentiel pour les activités du marketing éditorial (MAZEL, 2008 : 26). Le « choix stratégique majeur » dans ce contexte est la création d'une marque forte dont l'un des objectifs serait de rassurer le consommateur en jouant le rôle d'un signal de qualité (cf. DEBENDETTI, 2014). Comme le note Françoise Bonnal, « l'effet de marque marche tout autant pour un territoire, ville, région ou pays », ainsi le pouvoir d'une marque qui sait « ajouter de la valeur de crédibilité et de désirabilité à un produit » peut aussi bien être basé sur les connotations nationales ou transnationales (cf. BONNAL, 2011). Le succès incontestable de la littérature nordique au cours des dernières années est un excellent exemple du fait que, sur le marché littéraire mondial, on puisse construire avec succès une marque reconnaissable basée sur des connotations nationales et régionales.

#### 4. UNE VAGUE SEPTENTRIONALE

Depuis le début des années 2000, le nombre de titres de la littérature nordique publiés en France a plus que doublé. Cet afflux est généralement attribué au grand succès du « polar nordique », mais les œuvres et auteurs d'autres genres y ont aussi contribué (cf. AHL 2011, AUCHET 2010). Les sources de ce succès sont sans doute multiples, mais parmi celles-ci on peut certainement citer la coopération entre les pays nordiques dans le domaine de la littérature, aussi bien en ce qui concerne la vie et le marché littéraire régional (transfrontalier), que l'exportation de la littérature nordique dans le monde entier. Tout a commencé par une coopération au plus haut niveau : en 1971, les pays nordiques ont créé le Conseil nordique des ministres – l'organe officiel de coopération intergouvernementale dans la région. La liste des membres inclut aujourd'hui le Danemark, la Finlande, l'Islande, la Norvège et la Suède, ainsi que le Groenland, les îles Féroé et les îles Åland. Le Conseil s'occupe également des affaires culturelles, en ce qui concerne le marché littéraire transfrontalier, ceci se manifeste par exemple dans le secteur de la traduction avec un programme de financement pour la traduction de littérature et de théâtre d'une langue

nordique à une autre. Un autre organisme régional – le Conseil nordique (celui-ci fondé en 1952) – attribue depuis 1961 le grand prix de littérature du Conseil nordique pour récompenser une œuvre de fiction écrite dans l'une des langues nordiques.

Cependant, les pays septentrionaux ont aussi uni leurs forces pour promouvoir leur littérature à l'extérieur de la région : cette mission est remplie par NordLit – un organisme qui réunit les entités gouvernementales au service du livre : Norla (Norvège), Fili (Finlande), FarLit (îles Féroé), Statens Kulturråd (Suède) et Slots-og kulturstyrelsen (Danemark, Groenland et Laponie). Le personnel de ces centres se réunit chaque année et collabore dans l'une des capitales des pays nordiques sur des projets communs. NordLit organise également divers autres projets communs, tels qu'une conférence de traducteurs et la publication d'anthologies. Il s'occupe également des initiatives orientées vers le marketing du livre dont la plus emblématique est probablement le stand commun aux foires du livre de Londres, Pékin et Bologne. Les initiatives orientées sur les foires sont très importantes, puisque ce sont les foires qui jouent aujourd'hui le rôle des « instances collectives » qui participent à l'organisation et à la structuration des échanges internationaux entre les acteurs qui assurent la production et la circulation des biens littéraires, à savoir les agents littéraires, les lecteurs professionnels et les relationnistes (cf. SERRY –VINCENT, 2013).

## 5. TOUS ENSEMBLE ?

Une telle coopération fructueuse pourrait-elle avoir lieu entre les pays V4 ? De nombreuses indications le confirment, bien que les obstacles potentiels puissent aussi facilement être identifiés. Il existe déjà une certaine base idéologique sous la forme du triangle de Visegrad, créé en 1991 en tant que forum de coopération entre la Pologne, la Tchécoslovaquie de l'époque et la Hongrie, qui fournit une certaine inspiration. Ajoutons à cela l'existence du Fonds de Visegrad (Visegrad Fund) qui finance « diverses activités dans tous les domaines de la vie qui engagent les citoyens de la région de Visegrad et de l'Europe centrale et orientale ». Chacun des pays du

V4 dispose également d'institutions chargées de la promotion de la littérature et de la lecture (Instytut Książki en Pologne, CzechLit pour la République Tchèque, Literárne informačné centrum pour la Slovaquie et Petőfi Literary Museum pour la Hongrie). Il convient de mentionner plusieurs initiatives littéraires, déjà bien ancrées, qui se réfèrent au concept d'Europe centrale (ou d'Europe centrale et orientale), par exemple les prix littéraires – dont le rôle en tant qu'instrument promotionnel est bien connu (DUCAS, 2014) – parmi lesquels le prix littéraire d'Europe centrale ANGELUS reste probablement primordial. Financé par la ville de Wrocław, Angelus est décerné chaque année à un écrivain de la région qui aborde les sujets actuels les plus importants et force ses lecteurs à réfléchir et à approfondir leur connaissance du monde des autres cultures. Il faut mentionner ici que, depuis 2010, il existe aussi un prix séparé attribué au traducteur. Une autre initiative, celle-ci se référant directement au concept V4 et cofinancée par le Fonds de Visegrad, concerne les Résidences littéraires de Visegrad : un programme de bourses destiné aux écrivains, poètes, traducteurs littéraires, critiques, essayistes et journalistes des pays V4, dans le cadre duquel chaque année 32 résidents littéraires mettent en œuvre leurs propres projets dans quatre institutions hôtes (Bratislava, Budapest, Cracovie ou Prague).

Néanmoins, pour que celles-ci et d'autres initiatives régionales et transfrontalières centre-européennes puissent constituer une marque – qui serait reconnaissable pour « les acteurs qui assurent la production et la circulation des biens littéraires » – il faudrait coordonner les actions ascendantes au niveau étatique et assurer le financement stable des structures administratives. Malheureusement, pour le moment, cela n'existe pas. En effet, depuis le début, le groupe de Visegrad reste une structure informelle et, en tant que telle, ne dispose pas d'un véritable cadre infrastructurel ou fonds financier permanent (c'est-à-dire autre que des subventions ciblées), ce qui empêche les activités à grande échelle et à long terme telles que, par exemple, le stand commun lors des foires ou la promotion à l'étranger des lauréats des prix littéraires d'Europe centrale sous une marque commune.

Or, on rencontre sur le marché français quelques signes qui indiquent que les entités éditoriales françaises remarquent également

des relations mutuelles entre les pays V4. Prenons l'exemple des éditions qui, à l'occasion de la publication d'un recueil de nouvelles de l'auteur tchèque Ota Pavel « Comment j'ai rencontré les poissons » (connu originellement comme *Smrt krásných srnců*), ont commandé une préface chez l'écrivain polonais Mariusz Szczygieł, un éminent « tchéquophile » déjà bien connu en France pour son diptyque consacré à la culture et l'histoire de la Tchécoslovaquie et la République tchèque : « Gottland » et « Chacun son paradis ». Ensuite, n'oublions pas que la marque littéraire « favorise la découverte des produits les moins connus du catalogue, ceux-ci bénéficiant de la dynamique générée par les titres les plus forts de la marque » (DEBENDETTI, 2014). Ainsi, les événements de grand calibre, tels que l'attribution de prix Nobel aux auteurs venant de la région – comme récemment Olga Tokarczuk ou la représentante de l'Est, la Biélorussienne Svetlana Aleksievitch, ou encore un peu plus tôt le grand Hongrois Imre Kertész – peuvent motiver les entités du marché d'édition à puiser plus profond et donner une chance aux autres auteurs de l'Europe centrale et orientale.

## 6. DU CENTRE DE L'EUROPE AU CENTRE LITTÉRAIRE

Bien sûr, chacun des pays V4 connaît ses propres traditions de contacts culturels avec la France, développées au cours des décennies, voire des siècles. Il ne serait pas facile de combiner toute cette multitude en une seule narration. Et pourtant il le faut, pas dans le cadre d'une unification culturelle dont on sait qu'elle serait dès le début vouée à l'échec, mais dans le cadre d'une alliance tactique. Comme l'a formulé Gisèle Sapiro dans le titre de l'un de ses articles, la traduction est aujourd'hui une arme dans la lutte contre l'hégémonie culturelle. Ainsi, pour les pays V4 qui regardent de leurs périphéries l'un des centres d'échanges littéraires mondiaux qui est Paris, il serait beaucoup plus profitable d'unir leurs efforts afin d'augmenter leurs chances de s'infiltrer dans la forteresse de l'hégémon français, plutôt que d'opérer chacun pour eux avec des résultats médiocres.

## BIBLIOGRAPHIE

- AHL, Nils C. (2011): *Présences de la littérature nordique en France*. Bureau international de l'édition française (BIEF), Disponible en ligne [<https://www.bief.org/Publication-3193-Article/Presences-de-la-litterature-nordique-en-France.html>].
- AUCHET, Marc (2010): Le roman policier scandinave — une entreprise de démystification ?. In: *Études Germaniques*, 2010/4 (260), 711-719, Disponible en ligne [<https://www.cairn.info/revue-etudes-germaniques-2010-4-page-711.htm>].
- BONNAL, Françoise (2011): Comprendre et gérer la marque France. Mode d'emploi pour les acteurs de la marque France. In: *Revue française de gestion*, 2011/9 (218-219), 27-43, Disponible en ligne [<https://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2011-9-page-27.htm>].
- CASANOVA, Pascale (2002): Consécration et accumulation de capital littéraire. In: Actes de la recherche en sciences sociales. Vol. 144, septembre 2002. Traductions: *les échanges littéraires internationaux*, 7-20, Disponible en ligne [[https://www.persee.fr/docAsPDF/ars\\_0335-5322\\_2002\\_num\\_144\\_1\\_2804.pdf](https://www.persee.fr/docAsPDF/ars_0335-5322_2002_num_144_1_2804.pdf)].
- DUCAS, Sylvie (2014): Ce que font les prix à la littérature. In: *Communication & langages*, 2014/1 (179), 61-73, Disponible en ligne [<https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2014-1-page-61.htm>].
- HEILBRON, Johan (1999): Book Translation as a Cultural World-System. In: *European Journal of Social Theory*, 2(4), 429-444, Disponible en ligne [[https://www.researchgate.net/publication/275485831\\_Towards\\_a\\_Sociology\\_of\\_Translation\\_Book\\_Translation\\_as\\_a\\_Cultural\\_World-System](https://www.researchgate.net/publication/275485831_Towards_a_Sociology_of_Translation_Book_Translation_as_a_Cultural_World-System)].
- KUNDERA, Milan (1983): Un Occident kidnappé ou la tragédie de l'Europe centrale. In: *Le Débat*, 27, 3-23, Disponible en ligne [<https://www.cairn.info/revue-le-debat-1983-5-page-3.htm>].
- SERRY, Hervé – VINCENT, Josée (2013): Penser le rôle des foires internationales dans la mondialisation de l'édition. L'exemple des éditeurs québécois à la Buchmesse de Francfort. In: *Le Mouvement Social*, 2013/2 (243), 105-116, Disponible en ligne [10.3917/lms.243.0105], [URL : <https://www.cairn.info/revue-le-mouvement-social-2013-2-page-105.htm>].

- LACÔTE-GABRYSIK, Lyette (2017): 1984-2016 : 32 ans de best-sellers en France. In: *Revue Critique de Fixxion Française Contemporaine*, 15, 18–39, Disponible en ligne [<http://www.revue-critique-de-fixxion-francaise-contemporaine.org/rcffc/article/view/fx>].
- MARÈS, Antoine (2011): Construction, déconstruction et marginalisation de l'Europe centrale dans le discours français. In: GRADVOHL, Paul (ed.) *L'Europe médiane au XXe siècle. Fractures, décompositions – recompositions – surcompositions*. Prague, CEFRES, 195-213, Disponible en ligne [<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00591906/document>].
- MAZEL, Christophe (2008): Le marketing du livre : quand le nom de l'auteur devient une marque : la cas de la littérature. Mémoire de recherche. Strasbourg, Université Robert Schuman, Disponible en ligne [[http://manuscritdepot.com/documentspdf/MAZEL\\_Christophe\\_2008.pdf](http://manuscritdepot.com/documentspdf/MAZEL_Christophe_2008.pdf)].
- POMIAN, Krzysztof (1994): L'Europe centrale : essais de définition. In: *Revue germanique internationale*, 1. Disponible en ligne: <http://journals.openedition.org/rgi/420>
- SAPIRO, Gisèle (2014): Translation as a Weapon in the Struggle Against Cultural Hegemony in the Era of Globalization. In: *Bibliodiversity – Publishing and Globalisation*, 3, Disponible en ligne [[https://www.alliance-editeurs.org/IMG/pdf/bibliodiversity\\_3\\_sapiro-2.pdf](https://www.alliance-editeurs.org/IMG/pdf/bibliodiversity_3_sapiro-2.pdf)].
- WARCZOK, Tomasz (2015): Dominacja i przekład. Struktura tłumaczeń jako struktura władzy w światowym i polskim systemie literackim. In: JANKOWICZ, Grzegorz – MARECKI, Piotr – SOWIŃSKI, Michał (ed.) *Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii Pierre'a Bourdieu. Podręcznik*. Kraków, Korporacja Ha!art, 15–39.
- ZIELIŃSKI, Bogusław (2013): La mythification de l'espace de l'Europe centrale dans la littérature serbe contemporaine. In: SREBRO, Milivoj (ed.) *La Littérature serbe dans le contexte européen : texte, contexte et intertextualité*. Pessac, MSHA, 321-340, Disponible en ligne [<https://serbica.u-bordeaux-montaigne.fr/index.php/recherches/colloques/157-revue/tous-les-mois/518-colloque-bogusaw-zieliski-la-mythification-de-lespace-de-leurope-centrale-dans-la-litterature-serbe-contemporaine>].
- Observatoire de l'économie du livre du Service du livre et de la lecture de la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) (2019): *Chiffres-clés du secteur du livre 2017-2018*, Disponible en ligne

[<https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Livre-et-Lecture/Actualites/Chiffres-cles-du-secteur-du-livre-2017-20182>].

**Paweł Łapiński**

**Wydział Filologiczny**

**Uniwersytet Gdański**

ul. Wita Stwosza 51, 80-308 Gdańsk, p. 279 Polska

pawel.lapinski@poczta.onet.pl