

MÉDIAS

Le monde en feuilles

Feuilleton, un nouveau magazine de qualité made in France

STÉPHANE
BAILLARGEON

Il faut du courage pour lancer un nouveau magazine dans le contexte actuel de la crise des médias, surtout des imprimés. Il en faut jusqu'à la témérité pour se lancer dans l'aventure à 25 ans, comme vient de le faire le jeune Français Adrien Bosc, directeur du tout nouveau tout beau *Feuilleton*.

«J'ai plutôt des compétences du côté de l'édition et j'ai senti que ça, si je ne le faisais pas maintenant, je ne le ferais jamais», raconte M. Bosc, rencontré hier au *Devoir*. Il séjourne ici dans le cadre du Salon du livre de Montréal. «En plus, en France,

la jeunesse est tellement embri-gadée dans un a priori collectif d'inertie que des gens prêts à investir ne reçoivent pas de propositions intéressantes.»

M. Bosc, lui, a osé démarcher avec son projet, qui a très vite convaincu des partenaires, dont Pierre Bergé, ex-compagnon de feu Yves Saint Laurent. Leur investissement de départ lié au capital de risque du jeune éditeur et de sa famille a constitué une cagnotte d'environ 400 000 \$.

L'idéateur demeure maître à bord avec 51 % des parts de l'actionariat.

Le résultat, lancé il y a quelques semaines (à 20 000 exemplaires), maintenant en vente au Québec, se révèle



JACQUES NADEAU LE DEVOIR

Le Français Adrien Bosc, jeune directeur de *Feuilleton*

franchement admirable: 256 pages de textes de haute tenue, de grands reportages et des nouvelles littéraires, si-

gnés par de grandes peintures. Le secret du trimestriel: des traductions (à première vue très soignées) de

longs textes (entre dix et quarante feuillets) publiés au préalable dans *The New Yorker*, *Rolling Stone Magazine*, *Harper's*, *The Atlantic Monthly* ou *Vanity Fair*. Des auteurs franco-français en rajoutent de leur cru. L'imagerie originale, souvent des dessins, complète la belle mise.

Il n'y a aucune pub. Pas d'éditorial non plus. La rédaction propose une citation choisie en guise d'intro, et c'est parti.

Les sujets éclatés vont de la guerre en Afghanistan à un portrait des «bibliothécaires de Dieu» qui numérisent la Vaticane. L'auteur américain très en vue Jonathan Franzen (*Freedom*) décrit la dégradation progressive d'un couple entre Paris et New York. Le récit *Pink Panthers* raconte la chronologie judiciaire de braqueurs des Balkans. La rubrique «Fonds de tiroir» déterre de vieux textes. Pour le premier numéro, c'est George Orwell qui compare le prix des livres et celui des cigarettes.

Le modèle vient de l'étranger, surtout des meilleurs exemples anglo-saxons, où

l'on parle de «mook», une contraction de magazine et de book. En français, *magliv* ferait très novlangue. Le mook français XXI, un trimestriel lancé en 2008, en pleine expansion (53 000 exemplaires au dernier numéro), prouve aussi la viabilité de la qualité. Son contenu, tout aussi audacieux, 100 % original, allie les longs reportages, la photo et la bédé. La niche est là et il semble donc y avoir de la place pour d'autres chiens de garde de pure race.

«Ce n'est pas une niche», corrige le directeur, qui se revendique aussi de l'impureté, de l'éclectisme. «On serait un casse-tête pour une régie publicitaire, si on en avait une. Les modèles qui marchent bien allient le meilleur du grand journalisme à des propositions légères mais léchées, de la mode par exemple. Il y a donc possibilité de confronter divers sujets dans un même ensemble. Ces publications ne prennent pas les lecteurs pour des cons finis. Feuilleton aussi fait confiance au lecteur.»

Le Devoir

EN BREF