

ÉTUDE

JUIN 2019

L'ÉDITION JEUNESSE AU ROYAUME-UNI

BIEF
Bureau
International
de l'Édition
Française

Auteur
Coordination

Jouda Fahari-Edine
Clémence Thierry

Sommaire

Synthèse	4
Contexte et chiffres-clés	5
Le secteur du livre dans un contexte de Brexit et de politiques publiques en déclin.....	5
Brexit : un contexte politico-économique complexe.....	5
Un désengagement dans les politiques culturelles	6
Données de cadrage.....	6
Production éditoriale.....	6
Chiffre d'affaires.....	7
Le rôle majeur de l'export	8
Part de l'édition numérique	9
Dynamisme autour des livres audio	10
Les échanges de droits	11
Cessions de droits et coéditions.....	11
Les traductions au Royaume-Uni	13
Les tendances éditoriales en jeunesse	15
Mini glossaire des formats et segments en jeunesse	15
Un secteur porté par le documentaire	15
D'autres tendances observées	16
Une mouvance vers plus de représentativité.....	16
Le documentaire se veut narratif et richement illustré.....	17
L'éveil : un segment porteur qui se réinvente.....	17
Le Young Adult en perte de vitesse au profit du middle grade	18
Typologie des éditeurs de jeunesse	19
Rappel sur les grands groupes éditoriaux au Royaume-Uni	19
L'édition jeunesse dans les grands groupes	19
Les indépendants spécialisés en jeunesse.....	20
Les outsiders	22
La bande-dessinée.....	23
Vente et promotion du livre jeunesse	24
Les lieux d'achat du livre jeunesse	24
Des ventes en librairies et en ligne.....	24
Des ventes en expansion dans les « non-traditional retail »	24
Saisonnalité	25
La promotion des livres jeunesse	25
Des initiatives institutionnelles.....	25
L'image de marque des auteurs, principal outil promotionnel	26
Autres outils de promotion	26
Les prix littéraires jeunesse	27
Annuaire	29

Synthèse

- L'édition jeunesse au Royaume-Uni est un marché en forte croissance avec un dynamisme constant. Depuis 2001, le marché a doublé (en nombre d'exemplaires et de parts de marché) et représente aujourd'hui le quatrième secteur éditorial le plus puissant de l'édition britannique. En 2018, l'ensemble des ventes jeunesse s'élèvent à 384,9 millions de livres sterling (hors livre numérique).
- On le sait, le marché du livre généraliste au Royaume-Uni est dominé par des grands groupes (Penguin Random House, HarperCollins, Hachette UK, Pan Macmillan) qui totalisent 45 % du chiffre d'affaires du secteur. Au sein du paysage éditorial jeunesse, ces groupes sont très présents mais cohabitent avec des éditeurs indépendants qui ont d'excellents résultats et rivalisent d'inventivité avec des formats, des concepts et des graphismes novateurs.
- Concernant la production jeunesse, les fabrications sont souvent complexes et les concepts servent des formats innovants avec plus d'interactivité (notamment les livres de la petite enfance), le livre audio est en plein essor (même si cela concerne encore principalement l'édition adulte) et les adaptations audiovisuelles décuplent les chiffres de ventes. Afin de rencontrer de nouveaux publics, les éditeurs jeunesse n'hésitent pas à se tourner vers des points de vente moins traditionnels comme les musées, les boutiques de mode ou les concept stores. Graphiquement, le livre jeunesse illustré brouille les pistes pour plaire autant aux enfants qu'aux adultes avec des thématiques de plus en plus transgénérationnelles.
- On remarque des sujets nouveaux, d'actualité, comme celui des revendications et de la représentativité des minorités au sein de l'édition jeunesse. À ce titre, l'année 2018 a été charnière : il a été question de mettre à l'honneur des voix jusque-là sous-représentées. Ce contexte a contribué à développer le documentaire (+33 % en valeur entre 2017 et 2018) et à des succès d'émerger autour de livres plus engagés qui prônent et célèbrent l'ouverture culturelle et la différence. Du côté du livre d'éveil, il se nourrit de son époque et devient plus pointu grâce aux études sur les développements émotionnels et physiologiques des petits, qui ont permis de mieux cibler le matériel éducatif. De façon générale, les romans continuent à porter l'édition jeunesse (ils représentent un tiers des ventes) même si l'on constate un déclin du *young adult* ces dernières années ; la fiction pour les plus jeunes, tout particulièrement les 8-12 ans et l'album, est portée par une « best-sellerisation » et des auteurs phares qui réalisent des scores de ventes quasi équivalents à la littérature adulte.
- Il faut noter que le marché britannique, y compris jeunesse, reste très insulaire – il s'exporte beaucoup (en traduction et à l'export) mais intègre peu de traductions (de l'ordre de 5 % en jeunesse). Malgré tout, les auteurs français sont assez bien représentés au sein des catalogues britanniques : première langue de traduction, on compte 332 titres cédés par les éditeurs français, dont 17 en jeunesse (auxquels s'ajoutent 38 coéditions) et 136 en bande dessinée. Ce sont surtout les albums et les illustrations qui sont appréciés, et particulièrement en documentaire et en petite enfance.

Contexte et chiffres clés

Chiffres clés [2017-2018]

- Nombre de titres publiés (2017) : 206 386 (+1,3 % par rapport à 2016)
- Nombre d'éditeurs (2018) : 2 235 en 2018
- Nombre de librairies adhérentes à la *Booksellers Association* (= 95 % des libraires en Angleterre et en Irlande du Nord) : 4 729 en 2016, dont 867 librairies indépendantes
- % de traductions (fiction) : 5,63 % (2018)¹
- CA total (2017) : 3,7 milliards de livres sterling (+4 % par rapport à 2016)
 - Dont CA numérique (2017) : 543 M £ (-2 % par rapport à 2016) dont 191 M £ pour les livres numériques grand public (-9 % par rapport à 2016)
 - Dont CA audio : 31 M £ en 2017 (+25 % par rapport à 2016)
- CA exportation (2017) : 60 % du chiffre d'affaires des éditeurs

Le secteur du livre dans le contexte du Brexit et de politiques publiques en déclin

Brexit : un contexte politico-économique complexe

Le 23 juin 2016, le Royaume-Uni a voté sa sortie de l'Union européenne. Après plus de deux ans et demi de pourparlers et de négociations, les modalités du Brexit et la date de sa mise en œuvre restent incertaines². Or les enjeux cruciaux du Brexit continuent de s'articuler autour de la question du marché unique européen. Quel avenir pour les douanes et la porosité des frontières lors des transits de marchandises et de personnes ? L'édition anglaise en particulier est sensible aux nouvelles règles de logistique qui affecteront *de facto* l'export (qui représentait près de 60 % des ventes de livres au Royaume-Uni en 2017) et celles liées à l'impression (car elle est organisée en majorité soit en Chine soit en Europe, rarement sur le territoire britannique). Ce sont ainsi deux préoccupations commerciales clés pour lesquelles éditeurs et imprimeurs indépendants tirent la sonnette d'alarme. Il sera possible d'envisager des retards d'expédition et de livraison à cause des nouvelles procédures de douanes³ et d'une nouvelle taxation sur l'import/export.

Au sein de la chaîne du livre, les professionnels s'inquiètent de la perte d'attractivité du pays aux yeux de leurs homologues européens suite au Brexit. Selon Stephen Lotinga, directeur de la Publishers' Association : « L'édition est une grande réussite au Royaume-Uni. Avec plus de 60 % de ses revenus générés par les exportations, le secteur est un acteur de premier plan sur la scène internationale. En raison du rythme rapide des changements dans l'industrie, les éditeurs ont de plus en plus besoin d'embaucher des travailleurs ayant des compétences numériques et technologiques qui ne peuvent

¹ Source ; : « UK sales of translated fiction grows by 5% », *The Bookseller*, 6 mars 2019.

² À la date de réalisation de cette étude, il est encore difficile de prédire les modalités et les conséquences du Brexit, voire même d'affirmer que le Brexit se fera. Ce que l'on sait : les experts financiers prédisent une économie en retrait post-Brexit. Un retrait déjà observé depuis juin 2016 avec une forte inflation et notamment une chute du taux de change livre sterling-euros dès le jour des résultats du référendum. Depuis 2016 et le Brexit, le cours de la livre est très instable. En effet, la valeur de la monnaie britannique s'est dépréciée passant de 1,31 € pour 1 £ au 1^{er} juin 2016 à environ 1,16 € pour 1 £ au 1^{er} octobre 2016, soit une chute de 15,2 %. Si cette baisse de la valeur de la livre signifie des coûts d'impression plus élevés en dehors du Royaume-Uni, elle rend cependant le pays très compétitif à l'export.

³ « No deal Brexit: Export and printing logistics are key trade concerns », *The Bookseller*, 14 janvier 2019.

pas toujours être satisfaites par la main-d'œuvre domestique⁴. » Un rapport a par ailleurs recommandé au gouvernement d'introduire un nouveau visa, « Creative Freelancer », pour les travailleurs hors de l'UE et l'a appelé à négocier la libre circulation des travailleurs britanniques et européens pour des projets à court terme.

Un désengagement dans les politiques culturelles

En parallèle, depuis fin 2012, le gouvernement britannique mène une politique d'austérité qui réduit les budgets alloués à la culture avec des coupes estimées à près de 400 M £ entre 2012 et 2019, notamment vers les bibliothèques publiques⁵. Celles-ci sont dites « en crise » comme le rapporte le *Bookseller*⁶. Le secteur se déprofessionnalise au regard des données transmises par l'organisme public CIPFA⁷. On compte aujourd'hui trois fois plus de bénévoles qui travaillent dans les bibliothèques qu'il n'y a de personnel rémunéré à temps plein⁸. Il faut ajouter à ces chiffres un tissu des bibliothèques qui se restreint d'année en année : 127 bibliothèques, itinérantes ou non, ont été fermées en 2018, ce qui réduit leur nombre à 3 618 sur tout le Royaume-Uni⁹. Enfin, l'étude de la CIPFA met en lumière une baisse de la fréquentation de 4,2 % (qui s'élève à 233,1 millions de visites en 2018) tandis que le volume de prêts chute de 5 % (soit un total de 182,9 millions de prêts). Ces derniers chiffres sont cependant à prendre avec prudence car une pluralité de facteurs peut expliquer le déclin de la fréquentation des bibliothèques (notamment le manque d'attractivité lié à des infrastructures vieillissantes, la concurrence des écrans couplée à une dématérialisation des pratiques culturelles).

L'édition jeunesse est légitimement inquiète du désengagement financier des pouvoirs publics. En 2014-2015, 26 % du budget des bibliothèques publiques était encore dirigé vers des achats jeunesse. En se penchant sur les livres les plus empruntés en bibliothèque, on peut observer le poids de la fiction jeunesse. D'après le Public Lending Right (PLR), en 2015-2016, sept des dix auteurs les plus empruntés sont des auteurs jeunesse (cf. leur classement dans le top entre parenthèses) : Julia Donaldson (#2) ; Daisy Meadows (#3) ; Roderick Hunt (#4) ; Francesca Simon (#5) ; Adam Blade (#7) ; Jacqueline Wilson (#8) ; Roald Dahl (#9). Les cinq livres jeunesse les plus empruntés en 2015-2016 sont : *Diary of a Wimpy Kid* de Jeff Kinney (#1) ; *Diary of a Wimpy Kid: The Long Haul* de Jeff Kinney (#2) ; *Diary of a Wimpy Kid: Cabin Fever* de Jeff Kinney (#3) ; *Awful Auntie* de David Walliams et Tony Ross (#4) ; *Diary of a Wimpy Kid: Rodrick Rules* de Jeff Kinney (#5). Jeff Kinney et David Walliams dominent également les emprunts de livres audio jeunesse avec sept titres pour Walliams et trois pour Kinney en 2015-2016.

Données de cadrage

Production éditoriale

Nielsen Book a enregistré 206 386 titres publiés au Royaume-Uni en 2017 soit une hausse de 1,3 % par rapport à 2016.

⁴ « Creative industries facing 'catastrophic' loss of talent after Brexit », *The Bookseller*, 19 octobre 2017.

⁵ « Council funds for libraries, museums and galleries cut by nearly £400m over eight years, figures reveal », *The Independent*, 25 janvier 2019

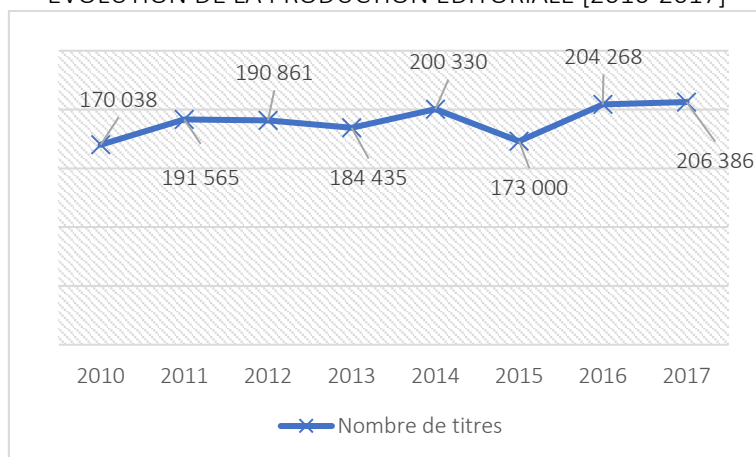
⁶ « Book spend by England's public libraries falls below £30m », *The Bookseller*, 13 décembre 2018.

⁷ « Analysing data: CIPFA statistics and the future of England's libraries », *Department for Digital, Culture, Media & Sport*, publié le 16 août 2018 [en ligne sur le site, consulté en mai 2019].

⁸ Ces dernières années, le nombre de postes rémunérés à temps plein a continué de diminuer (au total, on compte 15 483 postes en 2018, en baisse de 4,3 %) tandis que le nombre de bénévoles occupant des postes dans les bibliothèques est de 51 394.

⁹ À titre de comparaison, le gouvernement français recense 16 000 bibliothèques publiques sur le territoire. Source : <http://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Livre-et-Lecture/Bibliotheques>

ÉVOLUTION DE LA PRODUCTION ÉDITORIALE [2010-2017]

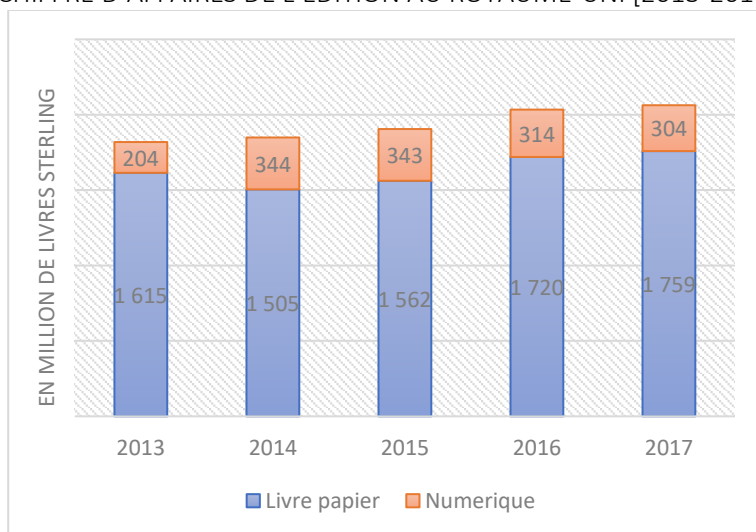


Source : Nielsen Book Services Ltd, 2018

Chiffre d'affaires

En 2017, les ventes de livres reliés (*hardback*) ont augmenté à la fois pour la fiction (+3 %) et la non-fiction (+4 %). Ainsi, l'édition grand public (hors édition numérique) progresse de 5 % à 1,8 Milliard £, alimentée en grande partie par un retour à la croissance des ventes de livres jeunesse et de la non-fiction.

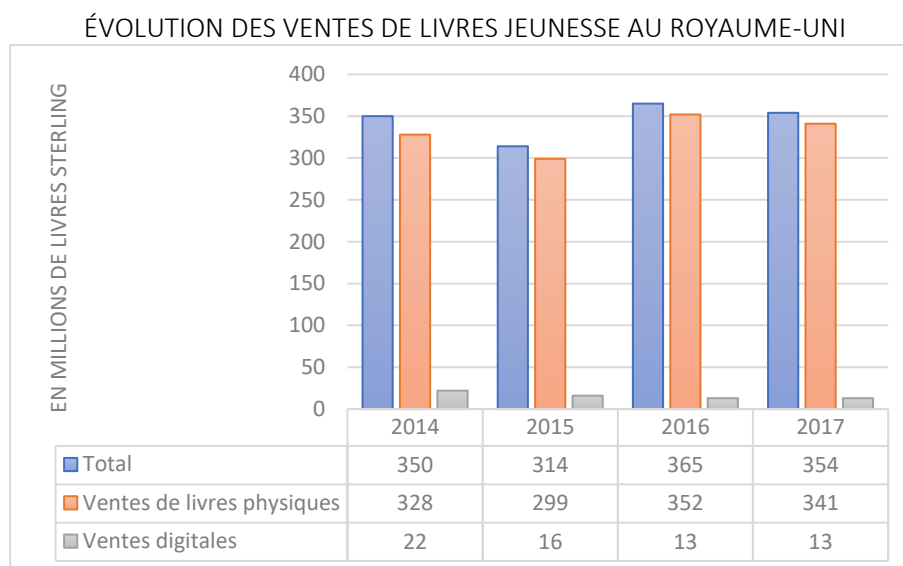
CHIFFRE D'AFFAIRES DE L'ÉDITION AU ROYAUME-UNI [2013-2017]



Source : PA Statistics Yearbook 2017, The Publishers Association 2018

En 2017, le secteur jeunesse représente près de 10 % des ventes de livres au Royaume-Uni, le quatrième segment après les livres académiques et professionnels (33 %), les livres illustrés et de référence pour adultes (25 %) et la littérature (15 %). En 2018, l'ensemble des ventes jeunesse s'élèvent à 384,9 M £ (hors livre numérique). Le marché jeunesse est en croissance forte depuis plus de quinze ans : il est aujourd'hui deux fois plus important qu'en 2001 (première année de collecte des données, le CA de la littérature jeunesse atteignait alors 198 M £ selon BookScan). Tom Tivnan, rédacteur en chef de *Bookseller*, écrit dans un numéro consacré à la jeunesse au printemps 2019 : « nous vivons indéniablement l'âge d'or de l'édition jeunesse. [...] Les cinq dernières années ont été les plus importantes pour le secteur jeunesse depuis la création de Nielsen BookScan tant en nombre de ventes

de livres que de parts de marché globales¹⁰. » Les ventes jeunesse sont néanmoins en retrait de 3 % en 2017, ce qui s’explique largement par des chiffres de ventes particulièrement hauts en 2016, tirés vers le haut par la publication de *Harry Potter et l’enfant maudit* de J.K. Rowling qui s’est vendu à près de 4 millions d’exemplaires en 2016, un phénomène sans équivalent l’année suivante.



Source : PA Statistics Yearbook 2017, The Publishers Association 2018

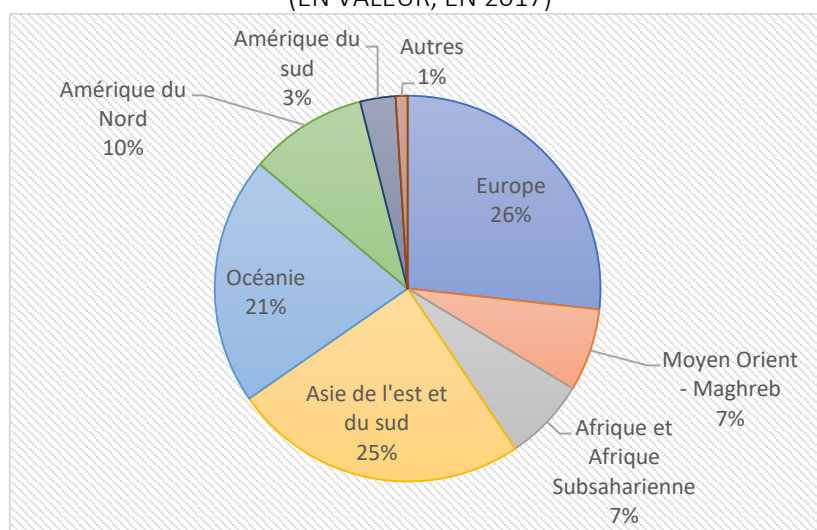
Le rôle majeur de l’export

Les ventes à l’exportation continuent de stimuler les revenus des éditeurs britanniques en 2017 et progressent de 8 %, une augmentation qui s’explique en partie par la baisse de la valeur de la livre depuis juin 2016. L’Europe constitue le premier marché d’exportation (35 % des ventes à l’export, en augmentation de 13 % par rapport à 2016). Près de 12 % des exportations sont à destination des États-Unis (en baisse), 8 % à destination de l’Australie, 6 % à destination de l’Irlande. Pour les pays non anglophones, la répartition se fait principalement à destination de l’Allemagne, de la France et des Pays-Bas.

En 2017, les catégories qui exportent le plus de livres physiques sont les publications académiques qui cumulent un CA de 469 M £, les méthodes de langue anglaise (ELT) avec un CA de 262 M £, puis les livres de référence et la non-fiction adulte (261 M £). En comparaison, la jeunesse est un secteur qui s’exporte relativement moins (notamment car le public jeunesse anglophone à l’étranger est moindre comparé au lectorat adulte capable de lire l’anglais), mais c’est aussi le secteur qui progresse le plus depuis 2013 (+19 % en valeur entre 2013 et 2017). En valeur, les exportations de livres physiques jeunesse représentent 7 % de l’export total, soit un CA de 102 M £. Les proportions sont plus importantes en volume : les exportations de livres jeunesse comptent pour 21 % des flux de livres physiques hors du territoire britannique, ce qui laisse à penser que ce sont les livres les moins chers qui s’exportent (les livres d’activités, la petite enfance). En valeur en 2017, 30 % des ventes de livres jeunesse étaient réalisées à l’export.

¹⁰ Éditorial de Tom Tivnan, « Bookseller’s Buyer’s Guide: Children’s Spring/Summer 2019 », *The Bookseller*, février 2019.

RÉPARTITION DES EXPORTS PHYSIQUES DE LIVRES JEUNESSE PAR ZONES GÉOGRAPHIQUES (EN VALEUR, EN 2017)



Source : PA Statistics Yearbook 2017, The Publishers Association 2018

Part de l'édition numérique

En 2018, après trois ans de perte de vitesse pour les ventes numériques, le marché a connu un sursaut avec 3 % de croissance. Les cinq plus grands éditeurs du secteur ont vendu 49,6 millions d'exemplaires numériques, soit 3 % de plus qu'en 2017, mais seul Penguin Random House (PRH) a annoncé une croissance nette par rapport à 2017 (+27 % par rapport à 2016). Malgré cette hausse spectaculaire (plus de 15 millions d'exemplaires numériques vendus en 2018), Hachette UK continue d'être le leader sur le segment, porté par l'acquisition de Bookouture en 2017 (le premier éditeur numérique anglais). La stratégie d'Hachette est de pratiquer des remises substantielles sur ses prix de vente publics d'e-books (particulièrement sur son fonds de catalogue, avec des offres de coffrets numériques, les *boxset*, regroupant plusieurs titres autour d'une thématique/d'un auteur), en offrant des remises sur le coffret numérique (de l'ordre d'un tiers du prix de vente unitaire du livre papier). Une stratégie qu'a ensuite reprise PRH, expliquant son succès en 2018.

VENTES D'E-BOOKS EN 2018 (EN VOLUME)

Éditeur	Évolution 2017-2018	Volume d'e-book
Hachette UK	-5,1 %	19 036 763
Penguin Random House	27 %	15 134 970
HarperCollins	-1,2 %	9 149 741
Pan MacMillan	0 %	4 183 386
Simon & Schuster	-24,3 %	2 071 016

Source : The Bookseller, Review of 2018, janvier 2019

Ces chiffres n'offrent cependant aucune visibilité sur les performances d'Amazon qui refuse toujours de communiquer ses résultats. De même, ils ne tiennent pas compte de l'autoédition. Nielsen Book et Amazon s'accordent à dire que les livres électroniques représenteraient plus du tiers de la valeur du marché de la fiction¹¹.

En ce qui concerne l'articulation des pratiques de lecture numérique et papier pour la littérature jeunesse, on constate une forme de diversification des formats de lecture mais une domination encore

¹¹ « Don't believe everything you read—e-books are on the rise », *The Bookseller*, 13 avril 2018.

très nette de la lecture sur livre papier. Une étude parue en 2016¹² analyse les pratiques de lecture digitale et physique chez les enfants de 0 à 8 ans au Royaume-Uni. Selon cette étude :

- Les livres imprimés sont le format de lecture préféré des enfants, qui représente à 76 % le format privilégié pour une lecture de loisir et à 69 % le choix pour une lecture éducative ;
- Les raisons de préférer les livres imprimés aux livres électroniques pour le plaisir de lire sont multiples. Plus de la moitié des parents qui préfèrent l'imprimé (52 %) disent que leur enfant aime tourner les pages, tandis que 43 % disent que leur enfant aime posséder son livre imprimé et 41 % disent que leur enfant aime choisir des livres à la bibliothèque. Parmi les parents dont les enfants préfèrent lire des livres électroniques, 48 % disent que leur enfant aime utiliser des appareils numériques, 39 % des enfants aiment interagir avec le livre électronique et 35 % aiment les fonctions supplémentaires ;
- Même les ménages les plus équipés en matériel numérique utilisent des livres imprimés pour la lecture des enfants. Bien que 92 % des parents et 73 % des enfants soient des utilisateurs réguliers de technologie, seulement 19 % des enfants utilisent un lecteur électronique tous les jours et 57 % n'en utilisent jamais un, même s'ils en ont un à la maison ;
- La moitié des parents déclarent que leurs enfants lisent seuls pour le plaisir. 51 % des parents déclarent que leur enfant lit des livres imprimés seul tous les jours ou presque tous les jours, 7 % seulement lisent des livres électroniques interactifs et 5 % lisent des livres électroniques dits homothétiques tous les jours ou presque tous les jours.

Dynamisme autour des livres audio

Selon le sondage Nielsen UK Books & Consumers, les ventes de livres audio ont doublé au cours des cinq dernières années¹³. Les achats de livres audio représentent désormais 5 % des dépenses de livres grand public au Royaume-Uni, et 7 % des ventes de fiction en valeur. Le total des téléchargements audio grand public atteint un chiffre d'affaires de 31 M £ en 2017.

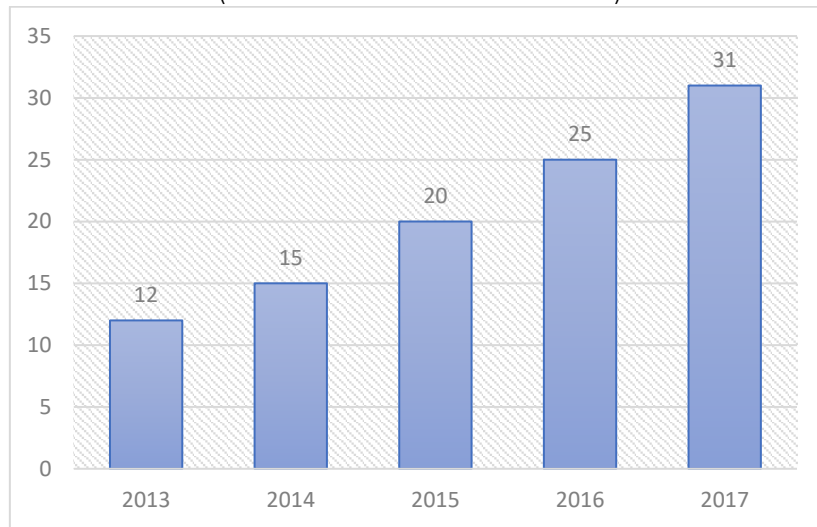
Jacks Thomas, directrice de la London Book Fair, a déclaré que l'audio apportait de « nouveaux consommateurs » sur le marché, tout en étant encouragé par les podcasts. Ce sondage révèle que l'audio s'adresse à un nouveau profil de consommateur, principalement des personnes âgées entre 25 et 44 ans, et vivant à Londres et dans le Nord-Ouest. Les ventes dans l'audio sont les plus élevées en science-fiction et fantasy, fiction classique, développement personnel, histoire et science¹⁴.

¹² Natalia Kucirkova et Karen Littleton, « The digital reading habits of children: A national survey of parents' perceptions of and practices in relation to children's reading for pleasure with print and digital books », *Book Trust*, février 2016 [en ligne sur le site www.booktrust.org.uk, consulté en mai 2019]. Cette étude nationale a été pilotée par le Book Trust (un organisme caritatif national chargé de promouvoir le livre et la lecture) et subventionné par le Arts Council, le ministère de la Culture local.

¹³ « Booming! audiobook sales double in five years », *The Bookseller*, 9 avril 2018.

¹⁴ Joséphine Seblon, *L'édition de livres d'art au Royaume-Uni*, BIEF, octobre 2018. Chiffres : Nielsen's UK Books & Consumers Survey.

TÉLÉCHARGEMENTS DE LIVRES AUDIO GRAND PUBLIC (EN MILLION DE LIVRES STERLING)



Source : Nielsen Book Research 2018

Il existe actuellement peu d'études sur les performances des livres audio dans le seul segment de la littérature jeunesse, ce qui laisse à penser que les chiffres de vente sont encore peu significatifs¹⁵. Les ventes de livres audio se concentrent sur la littérature adulte et la non-fiction.

Les échanges de droits

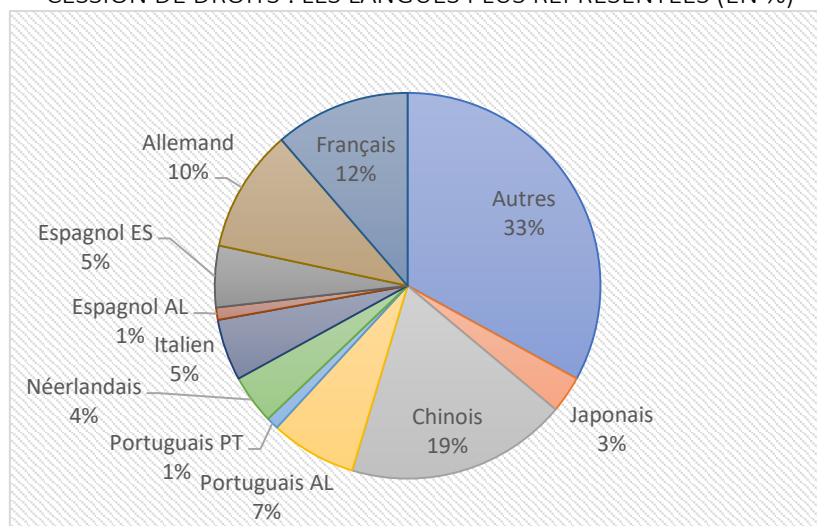
Cessions de droits et coéditions

En 2017¹⁶, les recettes provenant des cessions de droits s'élèvent à 283 M £, soit 7,6 % du CA de l'édition britannique. Toutes catégories confondues, les ouvrages britanniques sont le plus traduits vers le chinois (19 % du total des revenus des cessions) puis vers le français (12 %), l'allemand (10 %) et le portugais en Amérique latine (7 %). Les recettes générées par les coéditions britanniques (tous secteurs confondus) s'élèvent quant à elles à 75 M £, soit 2,03 % du revenu total des ventes de droits.

¹⁵ À titre indicatif, l'édition numérique en jeunesse (livres audio et e-books) représente seulement 4 % du chiffre d'affaires jeunesse en 2016 et en 2017. Source : *PA Statistics Yearbook 2018*, The Publishers Association.

¹⁶ *PA Statistics Yearbook 2018*, The Publishers Association.

CESSION DE DROITS : LES LANGUES PLUS REPRÉSENTÉES (EN %)



Source : PA Statistics Yearbook 2017, The Publishers Association 2018

*NB : AL = Amérique latine

Le chiffre d'affaires de la vente de droits jeunesse (cessions et coéditions) représente 64 M £ et a augmenté de plus de 76,2 % entre 2016 et 2017 alors que l'ensemble du marché progresse de 34,4 %. Cela témoigne évidemment de l'attractivité des publications anglaises dans le monde entier. Stephen Lotinga, président de la Publishers Association, parle de l'édition anglaise comme étant un « powerhouse » (un acteur dynamique). Les ventes de droits jeunesse à l'étranger (y compris aux États-Unis) tirent les chiffres de tout le secteur vers le haut. La plupart des éditeurs de livres jeunesse cités dans cette étude sont organisés pour vendre les droits de leurs publications, mais certains vont même produire leurs titres sous leur propre nom en langue étrangère via leurs filiales locales, comme c'est le cas pour Usborne ou Phaidon. Même Walker Books publie ses titres sous ses marques locales aux États-Unis (Candlewick) et en Australie (Walker Books Australia). La quasi-totalité des interviewés considèrent qu'un livre est un succès quand il se vend bien en langue anglaise mais aussi qu'il suscite des échanges vers au minimum... sept langues de traduction.

REVENUS DE LA VENTE DE DROITS DE LIVRES JEUNESSE (EN M £)

	2014	2015	2016	2017
<i>Cession de droits</i>	17	16	15	22
<i>Coéditions</i>	22	20	22	42
TOTAL	39	36	36	64

Source : PA Statistics Yearbook 2017, The Publishers Association 2018

En jeunesse, les coéditions sont évidemment privilégiées pour les livres à la fabrication sophistiquée (pop-ups, livres avec des matières à toucher, livres tout-cartons, livres tissus ou livres bains) afin de partager les frais d'impression et de production. Ces coéditions sont l'apanage de la petite enfance, des albums et des documentaires, domaines où elles sont souvent la norme : près d'une cession sur trois en jeunesse est réalisée en coédition. Entre 2016 et 2017, les coéditions ont augmenté en valeur de 56 % en jeunesse. Depuis 2013, cela représenterait même un bond en valeur de 93,6 % uniquement en coédition jeunesse !

Le français reste la principale langue avec laquelle les éditeurs britanniques réalisent des coéditions avec un CA de 7 M £ en 2017 (devant le chinois, 6 M £ ; le portugais en Amérique latine avec 5 M £ et l'allemand, l'espagnol [d'Espagne] et l'italien, tous les trois avoisinants 3 M £ de CA). Cela témoigne du

fait que les éditeurs de jeunesse (mais aussi de livres pratiques, BD et art) français travaillent de manière étroite avec les éditeurs britanniques.

Les traductions au Royaume-Uni

Il y a globalement peu de traductions d'auteurs étrangers au Royaume-Uni. C'est sans doute en partie lié à une surproduction de livres et à une forme de saturation du marché qui est également gonflé par les publications en provenance des États-Unis. On pense évidemment à Scholastic qui intègre dans son catalogue anglais ses plus beaux succès américains ; c'est aussi le cas des « Big Four¹⁷ » (c'est-à-dire Penguin Random House, Hachette UK, HarperCollins UK et Pan Macmillan) qui ont tous des filiales américaines et anglaises, permettant à leurs entités de publier une version britannique et une version étas-unienne. On peut citer une maison d'édition comme Chronicle qui a son siège aux États-Unis mais qui est largement diffusée sur le territoire britannique (pour ce faire, une équipe de diffusion commune a été constituée pour assurer la diffusion de Chronicle et Abrams au Royaume-Uni). Des éditeurs étrangers ont également fait le choix de publier directement en anglais (et ont donc réduit mécaniquement la place des traductions).

Ainsi, la part de livres traduits reste très mince. En 2018¹⁸, seuls 5,63 % des romans vendus au Royaume-Uni sont des traductions (à titre de comparaison, en France, on compte 38,2 % de romans publiés en France issus de traductions en 2018¹⁹) – les autres secteurs comptent probablement bien moins de traductions encore. Le français reste la première langue source de traduction au Royaume-Uni. Pour les publications jeunesse (hors bande dessinée) en France, on estime que 18,5 % des publications sont des traductions. Au Royaume-Uni, si les chiffres ne sont pas disponibles, les professionnels s'accordent à penser qu'en jeunesse, autour de 5 % des publications sont des traductions.

En 2018²⁰, selon les derniers chiffres du Syndicat national de l'édition, 332 droits de traduction ont été cédés par des éditeurs français au Royaume-Uni (en hausse par rapport à 2017), dont 17 en jeunesse et 136 en bande dessinée. En 2018, 35 coéditions d'ouvrages jeunesse ont été réalisées avec les éditeurs britanniques.

Il est intéressant de relever que tous les éditeurs interrogés dans le cadre de cette étude parlent d'une illustration à la française – et particulièrement en documentaire et en petite enfance. Elle se veut raffinée, graphique, « très belle » avec un savoir-faire technique mis au service du concept. Malgré peu d'achats en pratique, les éditeurs britanniques gardent un œil très attentif à ce qui se passe dans l'Hexagone. Nosy Crow a ainsi récemment publié la collection des « Imagiers sonores » de Gallimard jeunesse. Sam Arthur, fondateur des éditions Flying Eye/Nobrow explique ainsi que la maison achète très peu mais que la majorité de leurs achats proviennent du français, comme *Akissi* qu'ils ont également acheté à Gallimard. Les Français excellent particulièrement avec les livres artistiques, aux formats et styles originaux. Thames & Hudson – dont la moitié du catalogue jeunesse est composé de traductions – laisse une place de plus en plus importante aux livres pop-up, comme ceux réalisés par Hélène Druvert, ou encore Amandine Momencau. Les percées en fiction sont sûrement plus difficiles car c'est un segment extrêmement compétitif où mettre en avant un auteur local est un énorme avantage marketing. Citons toutefois le succès de la traduction anglaise du *Passe-miroir* de Christelle Dabos devenu *A Winter's Promise* chez Europa Editions, qui a connu une très belle presse et a été nommé pour de nombreux prix.

¹⁷ On parle des « Big Five » aux États-Unis et des « Big Four » en Grande-Bretagne.

¹⁸ « UK sales of translated fiction grows by 5% », *The Bookseller*, 6 mars 2019.

¹⁹ « Traductions : on a moins traduit en 2018 », *Livres hebdo*, 22 mars 2019.

²⁰ Chiffres issus des Repères statistiques 2019 du syndicat national de l'édition française (SNE).

Les tendances éditoriales en jeunesse

Miniglossaire des formats et segments en jeunesse

En préambule, voici une typologie non exhaustive des formats et segments spécifiques à la jeunesse :

- **Novelty** : désigne au Royaume-Uni un livre qui n'a pas une fabrication avec une reliure classique (c'est-à-dire un broché ou un relié, tout simple). Il s'agira au contraire d'un livre qui comporte un « plus » de fabrication, un élément ou même une reliure qui encourage l'interactivité et la manipulation du support. Sont ainsi caractérisés comme « novelty » les formats suivants : livre pop-up, cahier d'activité, coffret documentaire, livre tissu, livre bain, etc.
- **Livres d'éveil - petite enfance** : on entend par là les publications pour les 0-3 ans. En plein essor ces dernières années (+18,7% en valeur entre 2017 et 2018), cette catégorie comprenait traditionnellement les tout-cartons mais elle se réinvente avec les évolutions techniques en fabrication et propose une pléthore de formats. Aujourd'hui en petite enfance, les livres ont évidemment des matières à toucher, des puces sonores, des rubans, de l'encre magique qui se révèle avec de l'eau ; ils peuvent être en carton, en tissu, en accordéon, etc.
Collections types : « *Touchy Feely* » chez Usborne, « *Wee Gallery* » chez QED, « *Where is?* » chez Nosy Crow.
- **Middle grade** : c'est un segment de la fiction jeunesse qui cible les 8-12 ans. Par définition, le *middle grade* couvre un large éventail de niveaux de lecture et de maturité mais les thématiques restent souvent les mêmes : il y est question de famille et d'amis, de l'environnement immédiat du personnage principal qui, avec son entourage, réagit à ce qui lui arrive.
Exemples types : la saga Harry Potter, *Wonder* de R. J. Palacio, les livres de David Solomons ou encore David Walliams.
- **Young adult (YA)** : terme souvent utilisé aussi en français qui fait référence à la littérature jeunesse pour les 13 ans et plus, souvent à la charnière avec une littérature dite « pour adulte ».

Un secteur porté par le documentaire

L'année 2018 a été excellente pour le marché jeunesse.

Toutefois certains segments ont marqué le pas : par exemple, la **littérature jeunesse** a été portée par les livres de David Walliams (*The Ice Monster*, la série des *World's Worst Children*, *The Midnight Gang*), mais sa valeur a chuté de 1,3 % en 2018 (à 118 M £), soit une baisse de 6,4 % entre 2016 et 2018. Cette baisse s'explique par des chiffres particulièrement hauts en 2016, année de tous les records en fiction jeunesse. Le segment **young adult** a également reculé de 21,5 % à 22,5 M £, atteignant son plus bas niveau en onze ans. Pas un seul titre de YA n'a rapporté plus de 500 000 £ en 2018 selon BookScan, une première depuis treize ans ! Cependant, la fiction continue à être un poids lourd de l'édition jeunesse avec un tiers des ventes du secteur.

À l'inverse, des secteurs ont su tirer leur épingle du jeu. En 2018, les livres destinés aux plus jeunes lecteurs se portent très bien : les **albums** (+0,6 % par rapport à 2017, soit 60,1 M £) et les **livres d'activités** (+1 % et 55,9 M £) enregistrent une légère croissance en 2018, tandis que l'éveil connaît un

essor (+18,7 % et 15,1 M £). C'est le **documentaire** qui est sans conteste le secteur le plus porteur avec une croissance fulgurante de 33 % en valeur, pour culminer à plus de 20 M £ de CA. C'est la dixième année consécutive au cours de laquelle les documentaires enregistrent une croissance nette. Le phénomène a entre autres été porté par le succès de *Good Night Stories for Rebel Girls* (de Francesca Cavallo et Elena Favilli, chez Particular Books). Bien que ce titre ne soit pas référencé en littérature jeunesse au Royaume-Uni, il est le point de départ de toute une veine de publications biographiques et monographiques sur des personnalités inspirantes qui ont tiré vers le haut les documentaires jeunesse. On peut par exemple citer la série *Little People, Big Dreams* chez Frances Lincoln (plus d'1 million d'exemplaires vendus dans le monde) ; *Stories for Boys Who Dare to be Different* de Ben Brooks et Quinton Winter chez Quercus, le pendant masculin de... *Rebel Girls* vendu à 48 738 exemplaires à la mi-septembre 2018 ou encore la série de Kate Pankhurst : *Fantastically Great Women* (Bloomsbury Children's), et plus particulièrement *Fantastically Great Women Who Changed the World* et *Fantastically Great Women Who Changed History* qui se sont écoulés (en ventes cumulées) à 92 634 exemplaires de janvier à septembre 2018. Enfin, les titres qui abordent l'estime de soi et la psychologie pour les enfants, comme le livre de Matthew Syed et Toby Triumph, *You Are Awesome* (Wren & Rook, imprint de Hachette) et celui de Dawn Huebner *What to Do When You Worry too Much* (Magination) participent à l'essor des documentaires.

D'autres tendances observées

Une mouvance vers plus de représentativité

Les tendances éditoriales observées en 2018 ont mis l'accent sur ce que l'un des éditeurs interviewés a appelé le « social conscious publishing », c'est-à-dire une politique éditoriale qui met en avant l'ouverture culturelle et sensibilise à la différence en célébrant :

- la construction de soi et de son individualité (citons par exemple *You Are Awesome*, Hachette, qui est le livre le plus vendu en documentaire jeunesse en 2018 ou encore *What to Do When You Worry too Much* chez Magination) ;
- les biographies de vie inspirantes ou méconnues, elles-mêmes couplées à une vague de publications féministes en jeunesse ou plus largement aux livres qui prônent l'acceptation de l'autre, des postures inclusives ou défendent les masculinités non toxiques. Côté fiction, on peut citer un titre comme *Le Garçon au fond de la classe* chez Hachette Children's Books, à paraître en français chez Gallimard jeunesse et lauréat du prix jeunesse Waterstones, qui raconte la formidable histoire d'Ahmet, un jeune réfugié syrien et de ses camarades de classe.

La littérature jeunesse met en lumière les questions de représentativité. Il est désormais primordial pour les éditeurs et les institutions que les livres mis entre les mains des enfants témoignent de la mixité sociale du pays (tant pour les auteurs que les personnages représentés). Les livres pour les enfants doivent représenter toutes les franges de la société et ses minorités pour qu'ils s'y reconnaissent, citons par exemple *Young, Gifted and Black* chez Wide Eyed, ou encore *Little Leaders: Bold Women in Black History* chez Puffin, voire des biographies de personnalités LGBT telles que *Queer Heroes* également chez Wide Eyed (Quarto). C'est aussi une préoccupation de toute l'industrie du livre, sensible à la parité et la représentativité. Beaucoup d'initiatives ont été prises récemment ; citons entre autres une prochaine étude du Arts Council qui est censée quantifier la représentativité des « *Black and Minority Ethnic* » (BME) en littérature jeunesse²¹.

²¹ « Arts Council launches research into BME representation in children's literature », *The Bookseller*, 5 avril 2019.

Le documentaire se veut narratif et richement illustré

Comme l'observait très bien *Livres hebdo* dans son dernier dossier spécial jeunesse :

« À l'image de la non-fiction narrative pour les adultes, le documentaire jeunesse s'hybride. "Pour lutter contre la concurrence d'Internet, il a fallu répondre à la question : que peut-on apporter de plus ? L'esthétique avec de belles illustrations est une réponse. Un angle et une approche transversale en est une autre. On utilise la fiction, on mélange les genres, et on sort du cadre classique encyclopédique" », raconte Isabelle Péhourticq (*Actes sud junior*). »

Extrait de « Dossier jeunesse : le renouveau du documentaire », *Livres hebdo*, mars 2019.

Une affirmation qu'ont corroborée plusieurs des interviewés : selon Maxime Boucknooghe, directeur éditorial jeunesse chez Quarto, l'industrie du livre au Royaume-Uni soigne le visuel et la tendance est de développer des *children's coffee table books* (des beaux livres pour les enfants) dans la veine de ce que propose Wide Eyed (*Le Jardin des merveilles. Le bestiaire extraordinaire, Curiositree*), Nobrow (*Scarabées, Félines*) ou même Templar (*Animalium*).

Le documentaire se réinvente dans son format et son approche, brouille les genres – il se raconte comme une histoire, pour capter son lecteur (*L'Incroyable histoire de la vie sur terre* chez Frances Lincoln) ou au contraire se fait muet pour laisser parler les images, comme la collection « 360 Degrees » chez Little Tiger Press. Les formats sont spectaculaires (parfois géants comme *Maps* chez Templar ou encore la série des *Livres extraordinaires des animaux* chez Bonnier), les designs élégants et soignés comme en non-fiction adulte : un créneau que maîtrise parfaitement l'imprint Big Picture Press chez Templar ou encore Flying Eye/Nobrow. Il a une vraie résurgence en documentaires vers des formats hybrides pour intégrer plus de *novelty*, mêlant ainsi activités et informations documentaires (la série *Académie* chez Ivy Press, *Illuminature* chez Wide Eyed) avec des esthétiques capables de parler aux parents comme aux enfants (pour n'en citer qu'un : les livres illustrés par James Brown chez Walker, comme *Inforama*).

L'éveil : un segment porteur qui se réinvente

Nous l'avons déjà évoqué, le segment de la petite enfance connaît une belle croissance sur l'année 2018. Une tendance à la hausse observée depuis maintenant deux ou trois ans qui en fait un segment particulièrement compétitif. Plusieurs facteurs expliquent cette évolution :

- la publication de plus en plus d'études sur le développement émotionnel et physiologique des petits a permis de mieux cibler le matériel éducatif et désormais éditorial pour accompagner l'éducation des enfants ;
- en parallèle, des avancées techniques en fabrication permettent aux éditeurs de rivaliser d'inventivité avec des propositions toujours plus innovantes tant sur la forme que les concepts ;
- enfin, poussé par le succès des documentaires, l'éveil pour les petits propose des graphismes ainsi que des sujets toujours plus pointus. On peut parler de la série de pop-ups documentaires illustrés par Ingela P. Arrhenius chez Walker, *A Pile of Leaves* chez Phaidon ou encore la collection des premières notions en tout-carton, *Early Learning at the Museum*, réalisée en association avec le British Museum chez Nosy Crow.

Le young adult en perte de vitesse au profit du middle grade

Le secteur du YA, très vendeur au début des années 2000 et porté par des adaptations cinématographiques (*Twilight*, *Hunger Games* et d'autres), connaît un repli des ventes ces dernières années (-21,5 % en valeur entre 2017 et 2018). On le sait, le segment YA est très sensible à une corrélation cinématographique. Or, il n'y a pas eu d'adaptation audiovisuelle (télévision ou cinéma) pour doper les ventes en 2018, comme ce fut le cas en 2017 avec *Everything Everything* (un film sorti au cinéma au printemps 2017) et *13 Reasons Why* (dont l'adaptation sur Netflix, sortie au printemps 2017, fut très populaire). Par définition, le YA est en compétition avec la littérature contemporaine générale et l'adaptation au cinéma est l'occasion de donner un coup de projecteur sur l'univers d'un auteur – elle est aussi l'occasion de constituer une base de fans fidèles à cet univers. Dans un entretien au *Bookseller*, Helen Boyle, agente littéraire chez Pickled Ink explique que « le YA doit redoubler d'effort s'il n'y a pas de film prévu et [le texte] doit donc mettre en avant une voix, un concept ou un twist totalement original, ou être raconté d'une manière révolutionnaire » pour se distinguer sur le marché²². Les best-sellers sur ce segment sont aujourd'hui essentiellement américains avec par exemple Karen McManus (*Qui ment ?*) ou encore Angie Thomas et son roman, *La Haine qu'on donne* (Walker), adapté au cinéma fin 2018 en Angleterre.

La voix originale et l'humour, le tout présenté dans un monde hyperréaliste avec des préoccupations contemporaines (les parents, la famille, les réseaux sociaux, l'école, etc.) est devenu l'apanage du middle grade, participant largement à son succès. Le segment connaît un véritable boom ces dernières années. En témoignent les succès de Tom Gates, David Walliams, Jacqueline Wilson, David Solomons ou encore Jeff Kinney pour ne citer que les plus célèbres. Dans la veine de la représentativité mentionnée plus haut, il est également important de faire parler des personnages féminins forts et autonomes, dans la tradition de Fifi Brindacier. Citons par exemple *Nevermoor* chez Hachette Children's Group. Les voix doivent aussi refléter la diversité du pays comme c'est le cas dans *Le Garçon du fond de la classe* (lui aussi publié par Hachette) qui met en scène un jeune migrant syrien, voire même *Wonder* chez Random House Children's qui parle de handicap.

²² « Middle Grade to dominate 'buzzy' Bologna Book Fair », *The Bookseller*, 20 mars 2018.

Typologie des éditeurs de jeunesse

Les maisons qui publient de la littérature jeunesse au Royaume-Uni ne manquent pas. La typologie suivante se concentre sur les acteurs principaux en fonction de leur taille.

Rappel sur les grands groupes éditoriaux au Royaume-Uni

Historiquement, trois grands conglomérats (Penguin Random House, Hachette UK et HarperCollins UK) ont longtemps trusté le marché du livre. Depuis 2016, Pan Macmillan a grignoté des parts de marché (culminant à un chiffre d'affaire de 77 M £ en 2018) au point où ces quatre groupes sont désormais appelés « *The Big Four* ». Ils concentrent à eux seuls près de 45 % des parts de marché du livre en Grande-Bretagne en 2018. La part restante se répartit entre quelques grandes maisons généralistes (Bloomsbury, Bonnier, Simon & Schuster) ou spécialisées (Usborne, Scholastic, Pearson Education), les presses universitaires (Oxford University Press, Cambridge University Press) et une myriade d'imprints ou de maisons indépendantes (comme celles rassemblées dans l'« Independent Alliance » créée sous l'impulsion de Faber).

L'édition jeunesse dans les grands groupes

PENGUIN RANDOM HOUSE

PRH est numéro un mondial de l'édition généraliste dite « trade » et sa branche britannique, Penguin Random House UK, est leader sur le marché au Royaume-Uni. Le groupe se divise en deux entités qui correspondent historiquement à la fusion du super groupe : d'un côté Penguin et de l'autre Random House. En 2018, au total, Penguin Random House Children's Books possède près de 15 % du marché jeunesse au Royaume-Uni avec un chiffre d'affaires de 53,8 M £²³. Les imprints jeunesse de Penguin se répartissent par tranches d'âge : Ladybird publie pour les 0-7 ans (livres d'éveil, albums et documentaires) ; Puffin se dédie plus particulièrement au *middle grade* (8-12 ans) et Penguin à la fiction généraliste (y compris celle pour les 12+ et le *young adult*). Random House Children's Books publie pour tous les âges sous cette marque ombrelle. PRH UK est entre autres l'éditeur anglais de Peppa Pig, Jeff Kinney (*Journal d'un dégonflé*), Malorie Blackman (*Entre chiens et loups*), John Green (*Nos étoiles contraires*, *Tortues à l'infini*), *Wonder* de R. J. Palacio, ou encore Eric Carle (*La chenille qui fait des trous*) et Eric Hill (la série Spot le chien). Le groupe possède également l'imprint Jonathan Cape qui publie des romans graphiques tels que *Persepolis*, ainsi que Dorling Kindersley (DK) qui se spécialise dans les ouvrages de non-fiction pour adultes et enfants, toujours très visuels, comportant peu de texte et beaucoup de photographies. DK a entre autres connu une ascension phénoménale dans les années 1990 avec la série d'encyclopédies *Les Yeux de la découverte*, développée en association avec Gallimard jeunesse. Aujourd'hui, DK publie aussi des licences tels que Lego (depuis 2008) ou encore Star Wars.

HARPERCOLLINS

Le bras jeunesse du groupe, HarperCollins Children's Books, abrite certains des auteurs les plus populaires de la littérature jeunesse d'aujourd'hui, dont David Walliams, Derek Landy, Michael Morpurgo ou encore Oliver Jeffers ; tandis que la maison mère est le troisième plus gros éditeur du pays. La maison compte à son catalogue des ouvrages classiques de la littérature jeunesse comme *Le tigre qui s'invita pour le thé* de Judith Kerr ou encore l'ours *Paddington*. En 2018, sa part dans le marché jeunesse a légèrement augmenté avec une progression de 2,7 %. Avec un chiffre d'affaires record de

²³ Source : « Review of 2018: Publishers », *The Bookseller*, 18 janvier 2019.

43 M £, le groupe totalise 11 % du marché jeunesse le plaçant au deuxième rang des éditeurs jeunesse du Royaume-Uni, concurrent direct de PRH Children's Books. Ce succès s'explique entre autres par les très belles performances de ventes de ses auteurs phares en tête desquels : David Walliams (dont les ouvrages totalisent un CA dépassant les 17 M £, en progression de 3,4 % par rapport à 2017), David Baddiel (+33 % à 1,6 M £), Judith Kerr (décédée tout récemment en 2019), l'auteure de *Le tigre qui s'invite pour le thé* (+8 % dans ses ventes de livres, évaluées à 1,4 M £) et de Michael Bond (décédé en 2017), l'auteur de *Paddington* (+25 % à 1,5 M £)²⁴.

HACHETTE UK

Deuxième plus grande maison d'édition généraliste au Royaume-Uni, Hachette UK appartient au groupe Hachette Livre. En jeunesse, les marques britanniques du groupe sont : Hodder Children's Group (albums, romans *middle grade*), Orchard Books (albums et romans *middle grade*, plus axé sur la série), Orion Children's Books (fiction littéraire, de multiples fois récompensée), Little, Brown Books for Young Readers (romans *middle grade*), Quercus Children's Books (fiction littéraire plus expérimentale), Pat-a-Cake (nouvelle marque éveil), Wren & Rook (documentaires), Franklin Watts and Wayland Books (contenu plutôt éducatif et parascolaire). La filiale britannique s'est également renforcée sur le marché digital en rachetant en mars 2017 l'éditeur de livres numériques Bookouture, confirmant ainsi sa position de leader sur le marché du numérique au Royaume-Uni. La maison publie sur tous les créneaux de la littérature jeunesse avec des auteurs classiques tels que Enid Blyton (qui bénéficie même d'un imprint spécifique ne publiant que ses titres, au sein du groupe) et David Almond ainsi que des auteurs contemporains comme Cressida Cowell (*Comment dresser votre dragon ?*) ou encore Lauren Child et Steve Antony. Hachette UK gère également les licences Mon petit poney et Pokémon. C'est aussi la maison anglaise d'Astérix.

PAN MACMILLAN

Le groupe britannique généraliste Pan Macmillan est en pleine croissance. Ses imprints jeunesse sont : Macmillan Children's Books (romans), Two Hoots (albums), Campbell Books (éveil et petite enfance) et Kingfisher (documentaires et encyclopédies). Le groupe fête en fanfare les vingt ans du *Gruffalo* en 2019 avec une grande campagne marketing. Le premier volume du *Gruffalo* d'Axel Scheffler et Julia Donaldson cumule près de 1,49 million d'exemplaires vendus dans le monde. Macmillan Children's Books (MCB) a connu une baisse de 1,4 % de son chiffre d'affaires (évalué à 22,2 M £) en 2018, mais cette baisse s'explique plutôt par une année 2017 record. L'activité jeunesse du groupe le place en troisième position des plus grands acteurs du secteur. Julia Donaldson (et les illustrateurs avec lesquels elle a collaboré) monopolise 46 % du volume des ventes de MCB et 42 % de sa valeur en 2018 ! Rod Campbell (*Cher Zoo*) a également contribué à la cause à hauteur de 1,5 M £²⁵.

Les indépendants spécialisés en jeunesse

Hors grands groupes, le marché est dominé par de grandes maisons spécialisées en littérature jeunesse. Le *Bookseller* présente dix plus grandes (ce top exclu les divisions jeunesse des grands groupes)²⁶ : Usborne, Scholastic, Egmont, Walker, Nosy Crow, Phidal, Parragon, Andersen Press, Little Tiger Press et Phoenix. Notons que Phidal et Parragon sont deux maisons internationales (canadienne pour la première et indienne pour la seconde) qui distribuent leurs livres jeunesse, notamment les activités avec les licences Disney dans les deux cas, sur le marché anglais.

²⁴ « Review of 2018: Publishers », *The Bookseller*, 18 janvier 2019.

²⁵ « Review of 2018: Publishers », *The Bookseller*, 18 janvier 2019.

²⁶ *Nielsen Book Scan pour The Bookseller*, « Review of 2018: Specialist Publishers », 2019

Voici une présentation non exhaustive des maisons d'édition jeunesse indépendantes les plus importantes au Royaume-Uni.

USBORNE

Fondée en 1973 par Peter Usborne, la maison Usborne Books est spécialisée dans la littérature jeunesse des plus petits aux jeunes adultes. En 2018, Usborne arrive en tête du classement des éditeurs spécialisés en jeunesse pour la quatrième fois consécutive. Ses livres sont traduits dans plus de 100 langues. Usborne a notamment publié la collection « Touchy Feely: That's Not My... » (traduite « Les tout-doux Usborne » chez Usborne France). Créée par Fiona Watt en partenariat avec plusieurs illustrateurs, dont Rachel Wells, cette série de livres d'éveil des sens à l'intention des tout-petits s'est vendue à plusieurs millions d'exemplaires dans le monde et compte pour 27,9 % du CA de la maison anglaise²⁷.

NOSY CROW

Fondé en 2011, Nosy Crow est un éditeur indépendant de littérature jeunesse qui publie près de 60 nouveautés par an, fiction et non-fiction confondues. Primé et particulièrement réputé pour ses applications numériques autour du livre, Nosy Crow est régulièrement nommé en tant que Children's Publisher of the Year, prix que la maison a d'ailleurs remporté en 2017 puis à nouveau en 2019 aux British Book Awards. La maison possède un catalogue éclectique qui propose de l'éveil comme de la fiction, de la photographie et de l'illustré avec des auteurs tels que Axel Scheffler, Jane Ormes, Ingela P. Arrhenius, Helen Peters ou encore David Solomons. Ces dernières années, la maison connaît une ascension fulgurante et dépasse pour la première fois en 2018 la barre de 5 M £ de CA, pour se hisser parmi les cinq premiers éditeurs spécialisés en jeunesse.

WALKER BOOKS

Créée en 1978, cette maison publie près de 300 livres par an et compte parmi les cinq plus grands éditeurs spécialisés en jeunesse. Elle possède aussi une filiale en Australie (Walker Books Australia) depuis 1993 et une aux États-Unis (Candlewick Press) depuis 2011. Elle publie entre autres *Où est Charlie ? (Where is Wally ?* en anglais, a qui a fêté ses 30 ans d'existence en 2017) et des auteurs comme Anthony Horowitz, Anthony Browne, Patrick Ness ou encore Jon Klassen. Le groupe soutient depuis sa création des organisations et des projets caritatifs pour les enfants, parmi lesquels la course annuelle « Where is Wally fun run » lancée en 2012 par le National Literacy Trust.

EGMONT

Avec plus d'un million de livres et un million de magazines vendus chaque mois au Royaume-Uni, Egmont est un géant de l'édition jeunesse. Ses publications sont disponibles dans de nombreux autres pays. Le groupe possède plusieurs licences en jeunesse parmi lesquels Monsieur Madame, La Pat' Patrouille ou encore Minecraft. La filiale britannique de ce groupe danois est cependant en perte de vitesse suite à l'essoufflement de la vague Minecraft : en 2014 il était encore le premier éditeur jeunesse spécialisé devant Usborne, le deuxième plus gros éditeur jeunesse du Royaume-Uni derrière PRH Children's Books²⁸.

²⁷ « Review of 2018: Specialist Publishers », *The Bookseller*, 18 janvier 2019.

²⁸ « Review of 2018: Specialist Publishers », *The Bookseller*, 18 janvier 2019.

BLOOMSBURY

Créée en 1986, la maison d'édition généraliste Bloomsbury est encore indépendante aujourd'hui avec des bureaux à Londres, Oxford, New York, New Delhi et Sydney. Élu meilleur éditeur jeunesse en 2018 au British Book Awards, Bloomsbury publie sur tous les créneaux de littérature jeunesse avec des performances particulièrement remarquées sur la fiction (*Kid Normal* de Greg James et Chris North ou encore la saga Harry Potter).

ANDERSEN PRESS

Fondée en 1976, la maison de littérature jeunesse Andersen Press a publié plusieurs livres de personnages restés célèbres, tels que Elmer l'éléphant de David McKee et la Petite princesse de Tony Ross.

Les outsiders

Citons enfin quelques outsiders aux performances remarquables en littérature jeunesse :

LE GROUPE QUARTO

Le groupe Quarto Publishing UK, créé en 1976, publie des titres de non-fiction et des livres illustrés pour adultes et pour enfants répartis parmi ses trente-trois imprints. Dix d'entre elles sont spécifiquement dédiés à la jeunesse, toutes dans le domaine du documentaire, parmi lesquelles Lincoln Childrens Books (qui publie également des albums), QED, Wide Eyed, Ivy Kids, Small Word Creations (spécialisé dans l'éveil documentaire) ou encore words&pictures (albums et éveil documentaire, en plus de ses documentaires narratifs). Quarto est à la fois éditeur sur le marché anglo-saxon (par exemple avec QED, Lincoln Childrens Books, Wide Eyed) et éditeur de coédition en vendant en direct à des maisons britanniques (Templar, Walker, Baker & Taylor) et à l'international. En jeunesse, le groupe se distingue tout particulièrement avec des productions proposant une ingénierie papier innovante et des mécanismes de fabrication interactifs (livres tissu, livres bain, livres sonores, coffrets documentaires, etc.). Avec plus de 300 nouveautés par an, le groupe publie sur tous les créneaux en littérature jeunesse, hormis en fiction. Relevons par exemple de beaux succès sur les dernières années comme la série *Little People, Big Dreams* chez Frances Lincoln (« Petite & Grande » en français chez Kimane) qui s'inscrit dans la veine des *Goodnight Stories for Rebel Girls*, *Curiositree* chez Wide Eyed, les livres d'éveil Wee Gallery en noir et blanc ou même les albums de David Litchfield.

FLYING EYE/NOBROW

Une double maison car deux imprints ont été créés en 2008 par Sam Arthur et Alex Spiro. Flying Eye et Nobrow publient des romans graphiques et de la bande dessinée pour adultes et enfants (chez Nobrow) ainsi que des ouvrages de fiction et des documentaires spécifiquement dédiés à la jeunesse (plutôt chez Flying Eye). La maison se caractérise par un style d'illustrations pointu et contemporain avec des artistes tels qu'Owen Davey (*Félins, Singes, Scarabées*), Ben Newman (*Le professeur Astrocat*) ou encore Francesca Sanna (*Partir. Au-delà des frontières*). C'est aussi l'éditeur de la série *Hilda* de Stephen Davies et Seaerra Miller, récemment adaptée par Netflix.

LES MAISONS D'ART QUI DEVELOPPENT DES CATALOGUES JEUNESSE : THAMES & HUDSON, TATE ET PHAIDON

Pour n'en citer que trois, ces maisons ont des catalogues spécialisés sur l'art et la non-fiction illustrée pour adulte mais elles s'ouvrent exponentiellement à l'édition jeunesse. Leurs publications sont

d'autant plus remarquées sur le créneau de l'initiation aux arts plastiques et la vulgarisation de l'histoire de l'art car ce sont des thématiques dans lesquelles elles ont construit leur renommée. Citons par exemple *Une histoire des images* chez Thames & Hudson qui a reçu le prix New Horizons aux Bologna Ragazzi Awards de 2019, la série *Meet the Artist* chez Tate Publishing ou encore la série des jeux de doigts d'Hervé Tullet chez Phaidon. Ces trois maisons proposent un design élégant et stylisé, excellent particulièrement avec les livres pop-up et se lancent avec succès dans le créneau des albums.

La bande dessinée

Dave Gibbons, l'un des auteurs de la série *Watchmen* coécrite avec Alan Moore, est devenu en 2014 l'« ambassadeur » (*laureate* en anglais) de la bande dessinée au Royaume-Uni, chargé de la défendre auprès des jeunes. Il indique²⁹ :

« La bande dessinée est souvent “mise à l'écart” au Royaume-Uni, ce qui n'est pas le cas à l'étranger. En France, la bande dessinée est appelée le neuvième art, aux côtés de la musique et de la littérature. L'un des problèmes de la bande dessinée au Royaume-Uni – et ce n'est pas si répandu en Europe – est qu'elle a toujours été considérée comme un divertissement très bon marché et quelque part grossier. [...] Dans les années 1950, il y a eu une forme d'inquiétude au sujet des bandes dessinées d'horreur trash venues des États-Unis et cette idée que la bande dessinée était de la sous-culture. »

Extrait de « Dave Gibbons, first comics laureate », *The Guardian*, 20 octobre 2014

Une perception qu'ont confirmé les professionnels de la bande dessinée britannique lors d'une table ronde à la London Book Fair en 2017. Le magazine américain *Publishing Perspectives* rapporte ainsi à l'issue du débat que :

« Aujourd'hui, l'influence de la bande dessinée est partout, des rayons des supermarchés aux écrans de cinéma. Pourtant, qu'il s'agisse de Superman ou de Deadpool, ce sont surtout des créations de sociétés américaines et, le plus souvent, provenant de créateurs américains. En comparaison, le marché britannique pourrait sembler en déclin. Mais cela pourrait changer avec des compagnies britanniques comme Beano, Rebellion et The Phoenix qui déclarent être déterminées à affronter les géants américains... »

Extrait de « British Comics Publishers in a Changing Marketplace: 'We Want to Do More Comics' », *Publishing Perspectives*, mars 2017.

Ce que l'on retient, c'est que le Royaume-Uni n'a évidemment pas la même tradition de bande dessinée que d'autres pays comme la France, tant du côté de la BD franco-belge que l'ouverture vers l'Asie et les mangas. Le marché de la bande dessinée britannique est plutôt tourné vers les produits américains et les comics dans la tradition des années 1950. C'est notamment ce qui explique que les leaders jeunesse en bandes dessinées publient essentiellement des comics, sur le modèle d'un abonnement à un club de lecture qui livre mensuellement tels que *The Phoenix Club* (créé en 2012, associée à la maison jeunesse David Flicking) ou *Titan Comic*. Pendant ce temps, *Viz Media*, la célèbre compagnie américaine qui publie en anglais *Naruto*, *One Piece* ou encore *Bleach* est leader sur le marché du manga ; ils comptent ainsi 19 titres dans le top des 20 meilleures ventes de manga de 2018.

En parallèle, la bande dessinée pour adulte fleurit mais il est essentiellement question de romans graphiques chez des éditeurs littéraires tels que *Jonathan Cape* ou *SelfMadeHero*, dont la cible n'est pas jeunesse ; au mieux, ils s'adressent à des jeunes adultes.

²⁹ Voir le paragraphe sur les *laureates* dans la partie promotion de la littérature jeunesse, page 24.

Vente et promotion du livre jeunesse

Les lieux d'achat du livre jeunesse

Des ventes en librairies et en ligne

En 2016, l'enquête « Books & Customers » de Nielsen Book Research a révélé que les librairies demeurent le lieu d'achat privilégié pour les livres physiques (42 % du volume des ventes ; 45 % en valeur), suivi par les détaillants en ligne (32 % en volume et 34 % en valeur).

Il existe évidemment de nombreuses librairies jeunesse spécialisées dans le pays, d'ailleurs les éditions Penguin ont réalisé toute une sélection sur leur site internet³⁰. Citons ici : *Tales on Moon Lane* ou *Pickled Pepper Books* à Londres, *Bags of Books* à Lewes ou encore *Mr B's Emporium of Reading Delights* à Bath. Ces petits espaces dédiés à la littérature jeunesse offrent souvent une multitude d'événements (des ateliers de lecture, des lectures musicales, des performances, des dédicaces, etc.) pour animer la librairie et retenir ou attirer son public. Ce sont aussi des lieux où le livre hybride (c'est-à-dire *novelty*) pénètre le mieux, que ce soit en petit enfance ou avec des coffrets documentaires qui sont à la charnière entre le livre et le jouet – ce type de librairies présente aussi souvent une petite sélection de produits dérivés et de jouets.

Des ventes en expansion dans les « *non-traditional retail* »

Ces dernières années, témoins de la vague de livres jeunesse plus graphiques qui s'adressent aux parents comme aux enfants, on voit le livre jeunesse sortir de ses espaces dédiés (la librairie généraliste ou spécialisée) pour entrer dans ces « *non-traditional retail* », soit les galeries, les musées, les boutiques spécialisées dans le jouet ainsi que les boutiques de mode ou les concept stores. Ce réseau représentait en 2018 selon Nielsen près de 7 % du volume de ventes de livres généralistes. Une chaîne comme Urban outfitters construit justement son rayon livre autour d'objets dits « gifty » – précieux, tendance, transversaux par leur large cible. Et on y retrouve beaucoup de documentaires jeunesse sur les thématiques fortes évoquées précédemment telles que les livres féministes, engagés pour la diversité, etc. Andrew Stanley, responsable des ventes du groupe Quarto, explique ainsi que ces nouveaux lieux d'achats ont été déterminants en 2018 dans les ventes de leur série phare en jeunesse : *Little People, Big Dreams* publiée sous l'imprint Frances Lincoln. Un discours également partagé par Usborne : Charlie Herrison, directeur des ventes de la maison explique que « Usborne continue de voir les magasins de jouets adopter régulièrement les livres de la maison, car ils sont complémentaires de leur offre de jouets – ils apprécient particulièrement nos livres d'autocollants, puzzles et, bien sûr, la série *Touchy Feely: That's Not My...*³¹. »

En parallèle, les livres jeunesse à petit prix (particulièrement l'éveil et la fiction reliée) continuent de se vendre dans les grands supermarchés type Waitrose, Sainsbury's et Tesco. D'ailleurs, Sainsbury's attribue, depuis 2013 et en partenariat avec Book Trust, des prix aux livres jeunesse dans cinq catégories : éveil, album, fiction, *learning and development* et personnages préférés.

³⁰ Voir : www.penguin.co.uk/articles/children/2017/18-of-the-best-book-shops-for-kids/ [consulté en mai 2019].

³¹ « Publishers reveal uplift in non-traditional retail », *The Bookseller*, 23 avril 2019.

Saisonnalité

Les périodes de Noël et les campagnes « back to school » comptent parmi les moments les plus importants de l'année en chiffres d'affaires des librairies jeunesse.

Le marché est également très sensible aux événements saisonniers comme Pâques, Halloween, la fête des mères/des pères mais également le Black History Month (le mois de l'histoire afro-américaine), la journée de la femme, etc. Ce sont des occasions, en librairie comme en ligne, de faire vivre le fonds et de coller au plus près de l'actualité. Les éditeurs proposent de plus en plus de publications dédiées à ces occasions. Le *Bookseller* rapporte ainsi qu'au printemps 2019, les livres sur la thématique de Pâques ont tiré vers le haut les ventes de littérature jeunesse de l'ordre de 4 %³².

La promotion des livres jeunesse

Des initiatives institutionnelles

Par sa fonction éducative, la littérature jeunesse est le sujet de nombreuses initiatives promotionnelles nationales. Si l'État britannique investit peu dans ses institutions culturelles, les organismes caritatifs (et particulièrement le National Literacy Trust et le Book Trust) sont très actifs dans la promotion de la lecture auprès du jeune public. Nous pouvons ici parler de deux de leurs actions :

L'opération World Book Day

Chaque année, une journée en mars est désignée comme la journée (mondiale) du livre et orchestrée par l'association caritative du même nom. En partenariat avec d'autres associations caritatives de promotion de la lecture (et notamment le National Literacy Trust) ainsi que des éditeurs et des écoles, les organisateurs de la campagne sélectionnent douze titres sur trois tranches d'âge (qui correspondent à la maternelle, le primaire et le collège) qui seront vendus à 1 £. En 2019, les écoles et librairies ont distribué près de 15 millions de jetons d'une valeur de 1 £ échangeables contre n'importe lequel des douze livres pendant tout le mois que dure l'opération³³.

Cette campagne s'accompagne généralement d'un sursaut des ventes de livres jeunesse et les titres sélectionnés entrent en fin d'année dans le top des meilleures ventes de livres, toutes catégories confondues. Citons ainsi *Oi Goat !*, un album qui en 2018 a terminé 35^e meilleure vente de l'année avec 160 998 exemplaires vendus, *Brain Freeze* de Tom Fletcher, illustré par Shane Devries (40^e, 154 113 exemplaires écoulés) ou encore *My Book about Me by Mr Silly* de Adam et Roger Hargreaves (91^e, 108 047 exemplaires vendus)³⁴.

Les « laureates » : des ambassadeurs pour défendre la littérature

Il existe deux « laureates », c'est-à-dire des ambassadeurs de la lecture destinés à promouvoir la littérature jeunesse. Le « Waterstones Children's Laureate », subventionné par le Book Trust (et Waterstone !) est choisi tous les deux ans. C'est actuellement Lauren Child, célèbre pour ses personnages Claire Beans et Charlie & Lola. Son rôle est de promouvoir la littérature jeunesse dans des événements dédiés et d'en devenir sa plus fervente ambassadrice. Créé en 1999, ce titre a été porté

³² « Children's books get Easter holiday bounce », *The Bookseller*, 18 avril 2019.

³³ [consulté en mai 2019].

³⁴ « Review of 2018 Part I: The Bestsellers », *The Bookseller*, 4 janvier 2019.

par Quentin Blake (1999-2001), Anne Fine (2001-2003), Michael Morpurgo (2003-2005), Jacqueline Wilson (2005-2007), Michael Rosen (2007-2009), Anthony Browne (2009-2011), Julia Donaldson (2011-2013), Malorie Blackman (2013-2015) et Chris Riddell (2015-2017).

Depuis 2014 et devant les faibles scores de la bande dessinée au Royaume-Uni, l'association Comic Literacy Awareness (CLAW) a également nommé un ambassadeur chargé de sensibiliser le public à la bande dessinée et à son effet sur le développement de la créativité et de la lecture.

L'image de marque des auteurs, principal outil promotionnel

Comme l'a expliqué Colette Hulot, auteur du dernier rapport du BIEF sur l'édition britannique en 2017 :

« L'image de marque (branding) des auteurs est un élément central de l'édition jeunesse au Royaume-Uni. Il est délicat pour un auteur de changer de genre ou même de tranche d'âge, parce que cela nécessiterait un important effort promotionnel. Au Royaume-Uni, parce que le marché de l'édition jeunesse est beaucoup plus vaste qu'en France, la promotion de l'auteur (notamment sur les réseaux sociaux) est un paramètre décisif. L'éditeur doit donc redoubler d'efforts pour donner de la visibilité à un jeune auteur : communiqué de presse dans les magazines professionnels les plus importants, soirée de lancement, présence sur les blogs, participation à des événements, communication avec le département de la publicité de la maison d'édition. La télévision et le cinéma sont aussi d'importants outils promotionnels pour les littératures jeunesse et YA. Cela explique aussi pourquoi les éditeurs adoptent souvent une stratégie de publication de séries. Ils ont tendance à privilégier la multiplication des œuvres d'auteurs déjà établis sur le marché britannique plutôt qu'à mettre en avant de nouveaux auteurs. »

Cette prépondérance de la posture et de l'identité de l'auteur les conduit parfois à se « re-branding » et prendre un pseudonyme pour mieux sortir ou s'éloigner de la catégorie éditoriale qui a fait leur renommée³⁵.

Dans la lignée du phénomène de « best-sellerisation », la littérature jeunesse voit un nombre très restreint de jeunes auteurs parmi les meilleures ventes car les auteurs « attendus » vendent un nombre d'exemplaires considérable (parfois plus que des auteurs de fiction adulte), le tout à grand renfort de campagnes marketing percutantes. Certaines de ces personnalités viennent déjà de l'univers du divertissement comme David Walliams, un ancien comique reconverti en écrivain, Greg James (auteur avec Chris Smith de *Kid Normal*) présentateur de radio ou enfin David Baddiel qui s'est d'abord fait connaître avec du stand-up aux États-Unis.

Autres outils de promotion

Si les catalogues au format papier ou numérique restent des outils très utilisés, de moins en moins de maisons d'édition jeunesse utilisent cet outil de communication auprès des lecteurs. Elles leur préfèrent plutôt un site internet dédié à leur marque qui occupe ainsi une place grandissante dans la stratégie marketing des maisons d'édition. On y retrouve des contenus enrichis : contenu web exclusif, présentation et photos des auteurs, vidéo teaser sur les nouveautés, etc. C'est également l'occasion de vendre directement ses ouvrages et de relayer un achat vers un autre titre similaire du catalogue. Quand les éditeurs ne renvoient pas à des librairies en ligne, leur site marchand leur permet de réaliser

³⁵ « Trade debates the use of pseudonyms for published authors », *The Bookseller*, 19 avril 2019.

des marges plus importantes et récolter des données personnelles précieuses. Devant l'essoufflement des achats en librairie traditionnelle, certains jugent important d'aller chercher les lecteurs sur le terrain du numérique en investissant le site internet mais également les réseaux sociaux. Les pages Facebook et Instagram des maisons jeunesse, particulièrement dans le domaine de l'illustré, sont riches d'interactivité et permettent de fidéliser un autre type de public : les adultes responsables des achats pour les enfants.

Les festivals littéraires traditionnels ouvrent de plus en plus leur sélection à des auteurs et des intervenants jeunesse. Citons ainsi le festival d'Edinbourg (en août) qui cette année fait intervenir de nombreux auteurs jeunesse parmi lesquels David Walliams, Chris Riddell, Julia Donaldson ou encore Philip Reeve ou le festival littéraire d'Oxford (en mars) où seront présents en 2020 Lauren Child, Kiran Millwood Hargrave, Nadia Shireen. Il existe aussi des festivals littéraires dédiés spécifiquement à la jeunesse comme le Bath Children's Literature Festival (fin septembre, début octobre) et le South Ken Kids festival, organisé par l'institut français de Londres.

Les prix littéraires jeunesse

Quatre prix littéraires se distinguent tout particulièrement en littérature jeunesse :

The CILIP Carnegie and Kate Greenway Medals : deux prix distincts parmi les plus prestigieux des prix de littérature jeunesse. Ces prix sont attribués en collaboration avec l'association des bibliothécaires britanniques (la CILIP) et le jury se compose uniquement de bibliothécaires. Le Carnegie récompense un texte sur ses qualités littéraires quand la médaille Greenway est spécifiquement donnée à l'illustration d'une œuvre jeunesse.

Les lauréats les plus récents :

Carnegie

2018 : Geraldine McCaughrean, *Where the World Ends*, Usborne

2017 : Ruta Sepetys, *Salt to the Sea*, Puffin

2016 : Sarah Crossan, *One*, Bloomsbury

Greenway

2018 : Sydney Smith, *Town is by the Sea*, Walker Books

2017 : Lane Smith, *There is a Tribe of Kids*, Two Hoots

2016 : Chris Riddell, *The Sleeper and the Spindle*, Bloomsbury

Waterstones Book Awards : probablement le prix le plus commercial en jeunesse et certainement l'un des plus médiatisés. En 2019, le prix fête son quinzième anniversaire. Les prix sont attribués dans trois catégories (avec un Overall Winner parmi elles) : older fiction, younger fiction et illustrated book. Les nominés bénéficient évidemment d'une mise en avant exceptionnelle dans les magasins et sur le site web de Waterstones.

Les lauréats les plus récents :

Overall winner et young fiction winner, 2019 : Onjali Q. Rauf et Pippa Curnick, *The Boy At the Back of the Classroom*, Hachette Children's Group

Older fiction winner, 2019 : Tomi Adeyemi, *Children of Blood and Bone*, Pan Macmillan

Illustrated book, 2019 : Lauren Ace et Jenny Lovlie, *The Girls*, Little Tiger Press

Overall winners

2018 : Angie Thomas, *The Hate U Give*, Walker

2017 : Kiran Millwood Hargrave, *The Girl of Ink & Stars*, Chicken House

2016 : David Salomons, *My Brother is a Superhero*, Nosy Crow

Blue Peter Awards : ce prix existe depuis 2000 et est remis par des écoles participantes au niveau national, annoncé le jour du World Book Day. L'un des juges est un producteur de CBBC (la chaîne pour enfants de la BBC) ce qui étend la couverture médiatique du prix à la télévision. Il se divise en deux catégories : best story et best factual (meilleur documentaire).

Les lauréats les plus récents :

Best story

2019 : Onjali Q. Rauf et Pippa Curnick, *The Boy At the Back of the Classroom*, Hachette Children's Group

2018 : Cressida Cowell, *The Wizards of Once*, Hodder Children's Books

2017 : Kieran Larwood et David Wyatt, *Podkin One-Ear*, Faber & Faber

Best factual

2019 : Clive Gifford et Marc-Étienne Peintre, *The Colours of History*, QED Publishing

2018 : Susan Martineau et Vicky Barker, *Real-Life Mysteries*, B small

2017 : David Long et Kerry Hyndman, *Survivors*, Faber & Faber

Bookseller Book Awards (anciennement les British Book Awards), surnommés Nibbies : ces prix sont plutôt tournés vers l'industrie et les professionnels du secteur. Depuis 2017, les Nibbies sont ainsi organisés par le magazine *The Bookseller*, ce qui explique son nouveau nom. On y récompense les différents genres littéraires (premier roman, roman, non-fiction, livre pour enfants, *narrative non-fiction* et littérature policière). Mais il est surtout intéressant de noter qu'ils mettent spécifiquement à l'honneur les éditeurs et les libraires. Ainsi les deux derniers lauréats du prix éditeur jeunesse de l'année ont été Bloomsbury Children's Books en 2018 et Nosy Crow en 2017 ; quant aux livres jeunesse de l'année, ces prix ont été attribués à un double gagnant en 2018, *The Lost Words* de Robert Macfarlane et Jackie Morris et *The Hate U Give* d'Angie Thomas ex æquo ; en 2017 le prix a récompensé *The Girl of Ink & Stars* de Kiran Millwood Hargrave.

Annuaire

NB : Cet annuaire présente un échantillon de maisons d'édition jeunesse en activité au Royaume-Uni. Lorsqu'elles appartiennent à un groupe éditorial, il est alors indiqué entre parenthèses. Au sein d'un même groupe, seuls les imprints et filiales jeunesse de taille conséquente font l'objet d'une notice de présentation propre.

Andersen Press (PRH)

<https://www.andersenpress.co.uk>

Fondée en 1976, la maison de littérature jeunesse Andersen Press a publié plusieurs livres de personnages restés célèbres, tels que Elmer l'éléphant.

⇒ Production éditoriale : albums, romans

Contacts : Klaus Flugge, Directeur général

KFlugge@penguinrandomhouse.co.uk

Liz White, Droits étrangers

lwhite@penguinrandomhouse.co.uk

Sarah Vanden-Abeelee, Droits étrangers

svandenabeele@penguinrandomhouse.co.uk

Barrington Stoke

<https://www.barringtonstoke.co.uk/>

Barrington Stoke est une petite maison indépendante spécialisée en littérature jeunesse. Elle publie notamment des ouvrages à destination des jeunes lecteurs, ayant des difficultés dans l'apprentissage de la lecture. Leurs récents succès : Alpha de Bessora & Barroux ; The Pavee and the Buffer Girl de Siobhan Dowd ou encore The Family Tree par Mal Peet.

⇒ Production éditoriale : albums, romans

Contact : Kirstin Lamb, Droits étrangers

info@barringtonstoke.co.uk

Bloomsbury Publishing

<http://www.bloomsbury.com>

Créée en 1986, la maison d'édition généraliste Bloomsbury est encore indépendante aujourd'hui avec des bureaux à Londres, Oxford, New York, New Delhi et Sydney. Élu meilleur éditeur jeunesse en 2018 au British Book Awards, Bloomsbury publie des ouvrages jeunesse avec des succès particulièrement remarquables du côté des romans (Kid Normal de Greg James et Chris North ou encore la saga Harry Potter).

⇒ Production éditoriale : documentaires, activité, éveil, albums, romans, YA

Contact : Flavia Esteves, Droits étrangers jeunesse

flavia.esteves@bloomsbury.com

Bonnier Book UK

<https://www.bonnierbooks.co.uk>

Filiale anglaise du groupe suédois Bonnier, la maison propose beaucoup d'ouvrages jeunesse : sur les seize marques de la maison, sept sont dédiées à la jeunesse dont Templar (voir plus loin dans l'annuaire), Big Picture Press et Igloo. On trouve au catalogue des livres d'activités, des documentaires ainsi que les licences Disney, Barbie ou Hello Kitty.

⇒ Production éditoriale : documentaires, activité, éveil, albums, romans

Contact : Laurence Richard, Droits étrangers

laurence.richard@bonnierbooks.co.uk

Magali Cloet, International Sales Executive

magali.cloet@bonnierbooks.co.uk

B small publishing

<https://www.bsmall.co.uk/>

Cet éditeur offre une belle sélection de livres d'activités et de documentaires créatifs et éducatifs. B small a remporté en 2018 le prix du meilleur documentaire au Blue Peters Awards avec Real-Life Mysteries.

⇒ Production éditoriale : documentaires, activité, méthodes d'apprentissage des langues étrangères

Contact : Sam Hutchinson, Éditeur - Fondateur

sh@bsmall.co.uk

Carlton Publishing

<http://www.carltonbooks.co.uk>

Cet éditeur offre des livres de référence, des biographies, des ouvrages sur les loisirs et le divertissement sous les marques Carlton, Goodman, Andrew Deutsch, Prion. Carlton Kids, sa filiale jeunesse, est plus particulièrement connue pour sa sélection de livres d'activités et de livres associés à la réalité augmentée.

⇒ Production éditoriale : activités, documentaires, albums

Contact : Mathilde Pineau-Valencienne, Droits jeunesse

mpineau@carltonbooks.co.uk

Chicken House Publishing (Scholastic)

<https://www.chickenhousebooks.com/>

Fondée en 2000 et basée à Somerset, la maison Chicken House Publishing publie essentiellement des romans à destination du jeune public et des jeunes adultes. Particulièrement orientée vers l'international, son rachat en 2007 par le groupe Scholastic lui a permis d'intégrer le marché outre Atlantique (États-Unis, Canada). La maison a par ailleurs lancé en 2010 sa filiale Chicken House Deutschland en Allemagne, en partenariat avec Carlsen Verlag. La maison cite parmi ses best-sellers les livres de Cornelia Funke (Inkheart trilogy) ou de James Dashner (la série Maze Runner).

⇒ Production éditoriale : romans, young adult

Contact : Elinor Bagenal, Droits étrangers

elinor@chickenhousebooks.com

Cinebooks

<https://www.cinebook.co.uk/>

Dans un marché dominé par les comics américains et les mangas japonais, la maison Cinebooks propose des traductions en anglais d'un grand nombre de bandes dessinées européennes, principalement franco-belges, pour tous les âges. Avec plus de 300 millions d'exemplaires vendus, la maison publie entre autres : Lucky Luke, XIII, Valerian, Les Mondes d'Aldébaran, Boule et Bill, etc.

⇒ Production éditoriale : bande dessinée (franco-belge)

Contact : Valérie Robin, éditrice

vrobin@cinebook.co.uk

David Flicking Books

<http://www.davidflickingbooks.com/index.php>

À l'origine une marque de Scholastic puis de Random House, David Flicking est une maison indépendante depuis 2013. Au cœur de sa production : le roman (comme le dernier Pullman, La Belle Sauvage, coédité avec PRH) et l'album. DFB possède une compagnie dédiée aux comics, The Phoenix Comic, qui vend ses publications via un club de lecture auquel on souscrit par correspondance. DFB est également membre de l'Independent Alliance, un regroupement de onze éditeurs indépendants créé à l'initiative de Faber & Faber.

⇒ Production éditoriale : romans, albums, documentaires

Contact : Bronwen Bennie, Droits jeunesse

admin@davidflickingbooks.com

Dorling Kindersley (PRH)

<http://www.dk.com>

Spécialisée dans les ouvrages de références illustrées, cette maison publie des livres qui s'exportent dans de nombreux pays et langues, avec des bureaux à Londres, Dehli, Melbourne, Munich, New York et Toronto. Ses ouvrages de non-fiction pour adultes et enfants sont très graphiques, comportent peu de texte et beaucoup de photographies.

⇒ Production éditoriale : documentaires, références illustrées

Contact : Georgia Gray Andrews, Ventes internationales

dkinternationalsales@uk.dk.com

Egmont

<https://www.egmont.co.uk>

Egmont est un géant de l'édition jeunesse. Ses publications sont disponibles dans de nombreux autres pays. La maison détient des licences tels que Minecraft, Disney, Hasbro, Mattel, Warner et publie également Mr Gum d'Andy Stanton (Lipton le baveux), Amelia Fang de Laura Ellen Anderson.

⇒ Production éditoriale : documentaires, activité, éveil, albums, romans, YA

Contacts : Tracy Phillips, Droits étrangers

tphillips@euk.egmont.com

Catherine Brereton, Éditrice

cbrereton@euk.egmont.com

Faber & Faber

<http://www.faber.co.uk>

Faber & Faber est une grande maison d'édition généraliste créée en 1929 à Londres. Parmi les auteurs de son catalogue, on trouve douze lauréats du Prix Nobel et sept gagnants du Booker Prize. En 2005, Faber & Faber s'allie à plusieurs autres maisons indépendantes (Atlantic Books, Canongate, Icon Books, Profile Books et Short Book) pour créer l'Independent Alliance et ainsi mieux lutter contre la concurrence des grands groupes. En jeunesse, la maison se spécialise en fiction avec des romans pour tous les âges et des albums. Côté albums, elle compte parmi ses auteurs Olla Okstad ou encore le duo Pip Jones et Laura Hughess ; côté romans, on trouve au catalogue les œuvres de Ted Hughes, Natasha Farrant ou encore Andy Shepherd.

⇒ Production éditoriale : romans, YA, albums

Contact : Stephen Page, Directeur

stephen.page@faber.co.uk

Firefly Press

<http://www.fireflypress.co.uk>

Firefly Press est une maison d'édition jeunesse indépendante basée au Pays de Galles. Créée en 2013, Firefly édite de la fiction (albums, romans) pour les 5-19 ans.

⇒ Production éditoriale : romans, YA, albums

Contact : Penny Thomas, Éditeur

penny.thomas@fireflypress.co.uk

Flying Eye/Nobrow

<http://www.nobrow.net> <http://www.flyingeyebooks.com>

Cette maison double est l'union de deux imprimeries créées en 2008 par Sam Arthur et Alex Spiro. Flying Eye et Nobrow publient des romans graphiques et de la bande dessinée pour adultes et enfants ainsi que des ouvrages de fiction et des documentaires spécifiquement dédiés à la jeunesse. La maison se caractérise par un style pointu et contemporain d'illustrations avec des artistes tels qu'Owen Davey, Ben Newman ou encore Francesca Sanna.

⇒ Production éditoriale : albums, romans, documentaires, BD, romans graphiques

Contact : Marie Bédrune, Droits étrangers

marie@nobrow.net

Sam Arthur, Directeur général

sam@nobrow.net

Hachette Children's UK

<https://www.hachettechildrens.co.uk/>

Deuxième plus grande maison d'édition généraliste au Royaume-Uni, les marques jeunesse du groupe sont : Hodder Children's Group (albums, romans middle grade), Orchard Books (albums et romans middle grade, plus axé sur la série), Orion Children's Books (littérature multirécompensée), Little, Brown Books for Young Readers (romans middle grade), Quercus Children's Books (fiction plus expérimentale), Pat-a-Cake (nouvelle marque spécialisée sur l'éveil), Wren & Rook (documentaires), Franklin Watts and Wayland Books (contenu plutôt éducatif et parascolaire). Le groupe compte ainsi parmi ses auteurs Lauren Child, Enid Blython et des licences comme Mon Petit Poney et Pokemon.

⇒ Production éditoriale : documentaires, activité, éveil, albums, romans, YA

Contact : Droits étrangers

rights@hachettechildrens.co.uk

Anna Solemani, éditrice fiction

Anna.Solemani@hachettechildrens.co.uk

Harper Collins Children's Books

<https://www.harpercollinschildrensbooks.co.uk>

Troisième plus grande maison généraliste au Royaume-Uni, la filiale jeunesse de HarperCollins (HarperCollins Children's Books) abrite certains des auteurs les plus populaires de la littérature jeunesse d'aujourd'hui, dont David Walliams, Derek Landy, Michael Morpurgo et Oliver Jeffers, ainsi que des classiques très appréciés comme The Tiger Who Came to Tea, A Bear Called Paddington et Mog the Forgetful Cat.

⇒ Production éditoriale : documentaires, activité, éveil, albums, romans, YA

Contact : rig.public@harpercollins.co.uk

I am a bookworm

<https://www.iamabookworm.co.uk>

I am a bookworm est une maison d'édition et packager basée à Bristol, spécialisée dans la création de tout-cartons, de livres d'activités et de livres de bain qui éduquent et divertissent les enfants de 0 à 7 ans.

⇒ Production éditoriale : documentaires, activité, éveil

Contact : Nick Auckland, Fondateur

nick@iamabookworm.co.uk

Laurence King

<https://www.laurenceking.com>

Laurence King Publishing offre un catalogue tourné vers les arts et les loisirs créatifs. La société a été fondée en 1991 par Laurence King et est détenue et gérée de façon indépendante. Côté jeunesse, la maison se concentre sur le documentaire, les livres d'activités et les loisirs créatifs, et particulièrement l'initiation aux arts plastiques avec des auteurs tels que Marion Deuchard, Nina Chakrabarti et Anna Claybourne ou Johanna Basford (et son Secret Garden, un livre de coloriage qui fut un véritable phénomène en 2015).

⇒ Production éditoriale : documentaires, activité, albums

Contact : Barney Duly, directeur droits étrangers

barney.duly@laurenceking.com

Little Tiger Press (Magi Publications)

<http://littletigerpress.com>

Rattaché au groupe Magi Publication, Little Tiger Press publie des livres jeunesse innovants (tous formats et pour tous les âges, de 0 à 15 ans). La maison publie sous quatre marques différentes : Little Tiger Press (album), Caterpillar Books (livres d'activité), Little Tiger Kids (éveil et petite enfance) et Stripes Publishing (romans).

⇒ Production éditoriale : documentaires, activité, éveil, albums, romans

Contacts : Aude Lavielle, Droits étrangers

alavielle@littletiger.co.uk

Elle Waddington, droits étrangers (Stripes Publishing)

ewaddington@stripespublishing.co.uk

Michael O'Mara Books

<https://www.mombooks.com/>

Cette maison fondée en 1985 possède, en plus de ses ouvrages de fiction et non-fiction destinés aux adultes, un grand catalogue de livres pour enfants, de tous genres : albums, romans, livres éducatifs, créatifs (coloriages et puzzles). Parmi les auteurs publiés en jeunesse : Tim Collins (Cosmic Colin), Emily Gale (Eliza Boom's Diary) ou encore A. B. Saddlewick (Monstruous Maud).

⇒ Production éditoriale : livres illustrés, albums, créatif

Contacts : Lesley O'Mara, Directrice générale

lesley.omara@mombooks.com

Clemence Maheo, Droit étrangers

clemence.maheo@mombooks.com

Moonlight publishing

<http://www.moonlightpublishing.co.uk/>

Cette maison fondée en 1980 publie des livres illustrés éducatifs sur de nombreux sujets, pour les enfants de 5 à 9 ans. La collection « My first discoveries » est l'un des grands succès de la maison.

⇒ Production éditoriale : livres illustrés, activité, éveil

Contact : James Clement, Directeur général

jamesclement@moonlightpublishing.co.uk

Nobrow

Voir Flying Eye

Nosy Crow

Fondé en 2011, Nosy Crow est un éditeur indépendant jeunesse qui publie près de 60 nouveautés par an. La maison possède un catalogue éclectique qui propose de l'éveil comme des romans et de l'illustré avec des auteurs tels que Axel Scheffler, Jane Ormes, Ingela P. Arrhenius, Helen Peters ou encore David Solomons. Primé et particulièrement réputé pour ses développements numériques d'app et de jeux (tels que ses apps Flip Flap autour de l'univers d'Axel Scheffler), Nosy Crow a obtenu le prix de Children's Publisher of the Year en 2017 aux British Book Awards, puis à nouveau en 2019.

⇒ Production éditoriale : documentaires, activité, éveil, albums, romans

<https://nosycrow.com>

Contact : Kate Wilson, Fondatrice et Directrice générale

kate@nosycrow.com

Oxford University Press

<https://global.oup.com/education/children/?region=uk>

Oxford University Press fait partie des plus grands groupes éditoriaux et est présent dans cinquante-deux pays. Son département jeunesse propose des publications scolaires et parascolaires (notamment les célèbres dictionnaires Oxford), des albums (Steve Anthony, Richard Byrne) et des romans avec une spécialisation pour les 7-12 ans avec des séries telles qu'Isadora Moon, Dr Kitty Cat, Bee Boy ou encore le duo d'auteur/illustrateur Reeve&McIntyre.

⇒ Production éditoriale : scolaire, parascolaire, romans, albums, documentaires

Contact : Polly Silk, Droits étrangers

polly.silk@oup.com

Pan Macmillan

<https://www.panmacmillan.com>

Le groupe britannique généraliste Pan Macmillan est en pleine croissance et se place en quatrième position des plus grandes maisons d'édition du pays. Ses imprints jeunesse sont : Macmillan Children's Books (romans), Two Hoots (albums), Campbell Books (éveil et petite enfance) et Kingfisher (documentaires et encyclopédies). Le groupe fête les 20 ans du Gruffalo en 2019, qui cumule sur le tout premier volume près de 1,49 million d'exemplaires vendus dans le monde.

⇒ Production éditoriale : documentaires, activité, éveil, albums, romans, YA

Contacts : Michele Young, Droits étrangers jeunesse

childrensrightsquery@macmillan.co.uk

Suzanne Carnell, Directrice éditoriale

s.carnell@macmillan.co.uk

Pavilion Books

<http://www.pavilionbooks.com>

Pavilion Books est un éditeur indépendant spécialisé dans les livres illustrés adulte et publie également en littérature jeunesse pour les 0-12 ans, avec une spécialisation du côté des albums et des livres d'activités. Pavillion publie ainsi les livres de coloriage de Millie Marotta.

⇒ Production éditoriale : documentaires, activité, éveil, albums

Contact : Sinead Hurley, Droits étrangers

shurley@pavilionbooks.com

Penguin Random House

<https://www.penguin.co.uk/>

Le premier groupe d'édition au Royaume-Uni possède près de 15 % du marché jeunesse britannique. Ses imprints jeunesse se répartissent par tranches d'âge : Ladybird publie pour les 0-7 ans de l'éveil, des albums et des documentaires ; Puffin se dédie plus particulièrement au middle grade et Penguin à la fiction 12+ et au young adult. Enfin Random House Children's Books publie pour tous les âges. PRH est entre autres l'éditeur de Peppa Pig et a coédité plus récemment le dernier Philip Pullman.

⇒ Production éditoriale : documentaires, activité, éveil, albums, romans

Contacts : Zosia Knop, Droits étrangers jeunesse

childrensrights@penguinrandomhouse.co.uk

Maeve Banham, Directrice droits étrangers

MBanham@penguinrandomhouse.co.uk

Andrea MacDonald, Éditeur albums

AMacDonald@penguinrandomhouse.co.uk

Millie Lovett, Rights Manager

MLovett@penguinrandomhouse.co.uk

Emily Lunn, éditrice album, documentaire

ELunn@penguinrandomhouse.co.uk

Phaidon

<http://www.phaidon.com>

Phaidon est l'un des principaux éditeurs de livres d'art et de beaux livres dans le monde avec plus de 1 500 titres à son catalogue (photographie, design, architecture, mode, cuisine, voyages, etc.).

Phaidon publie en jeunesse des livres aux fabrications et aux concepts innovants. La maison compte parmi ses auteurs Béatrice Alemana, Hervé Tullet, Tomi Ungerer ou encore Jean Jullien.

⇒ Production éditoriale : activité, éveil, albums

Contacts : Sam Bennett, Droits étrangers

sbennett@phaidon.com

Maya Gartner, Éditrice jeunesse

MGartner@phaidon.com

Priddy Books

<http://www.priddybooks.com>

Fondée en 2000 par Roger Priddy, la maison Priddy Books est spécialisée dans les livres d'éveil sous toutes ses formes (tout-carton, livres bain, livre jouet, livres d'activités) pour les 0-7 ans. Priddy publie ainsi des livres labyrinthes (la série Follow me), des livres ardoises (Wipe Clean) et des imagiers premiers concepts avec des photos (Baby's First).

⇒ Production éditoriale : éveil, activité

Contact : Valentine Lechevallier, Droits étrangers

valentine.lechevallier@priddybooks.com

Pushkin

<https://www.pushkinpress.com/pushkin-childrens/>

La maison Pushkin, fondée en 1997, publie fiction et non-fiction pour adultes, ainsi que des romans jeunesse. À son catalogue en jeunesse, on compte plus de 130 titres qui regroupent des auteurs tels que Wilhelm Busch, Patricia MacLachlan ou encore Jan Terlouw.

⇒ Production éditoriale : romans

Contact : Daniel Seton, éditeur

Daniel@pushkinpress.com

Quarto UK

<https://www.quartoknows.com>

Le groupe Quarto Publishing UK, créé en 1976, publie des titres de non-fiction et des livres illustrés pour adultes et pour enfants. Avec plus de trente-trois imprints dont dix dédiés spécifiquement à la jeunesse (parmi lesquelles Lincoln Childrens Books, QED, Wide Eyed, Ivy Kid, Small Word Creations et Words&Pictures), Quarto est à la fois éditeur sur le marché anglo-saxon et éditeur de coéditions en vendant directement à des maisons britanniques et à l'étranger. Avec plus de 300 nouveautés par an, la spécificité du groupe est de publier sur tous les créneaux en littérature jeunesse hormis en fiction. Les grands succès du groupe comprennent les séries Little People, Big Dream ou encore Wee Gallery, des livres documentaires grand format comme les séries Illumi (illustré par les Carnovsky) et les Atlas of Adventures. Son catalogue d'albums compte également des auteurs/illustrateurs comme David Litchfield et Lizzy Stewart.

⇒ Production éditoriale : documentaires, éveil, activités, albums

Contact : Violette Nico, Droits étrangers jeunesse

violette.nico@quarto.com

Mahault Thillaye, Droits étrangers

Mahault.Thillaye@quarto.com

Maxime Boucknooghe, éditeur jeunesse

Maxime.Boucknooghe@quarto.com

Katie Cotton, éditeur (album) chez Frances Lincoln's Children

katie.cotton@quarto.com

Jouda Fahari-Edine, Droits étrangers jeunesse

jouda.fahari@quarto.com

Raintree (Capstone)

<https://www.raintree.co.uk>

En 2008, Capstone US, groupe américain spécialisé dans le livre académique et de référence, acquiert Heinemann et Raintree pour s'implanter au Royaume-Uni. Désormais réunis sous la seule marque Raintree, l'antenne britannique est spécialisée sur les livres éducatifs mais propose aussi quelques albums et des romans jeunesse. No nonsense (qui se traduit « sans équivoque ») est la marque phare de la maison sous laquelle elle publie tout un matériel éducatif (mathématiques, lecture, orthographe) de soutien scolaire.

⇒ Production éditoriale : scolaire, parascolaire, romans, albums, documentaires

Contact : Sara Hartman-Seeskin, Droits étrangers

shartman-seeskin@capstonepub.com

Scholastic

<https://www.scholastic.co.uk>

Le groupe américain Scholastic fait partie des quinze plus grands groupes d'édition dans le monde et siège dans de nombreux pays. Sa branche britannique est le deuxième plus gros éditeur spécialisé en jeunesse. Scholastic publie entre autres la saga Mortal Engines (Engins mortels) de Philip Reeve, les romans de Brian Selznick (Hugo Cabret, Les Marvels, Le Musée des merveilles) et a connu un succès phénoménal en 2018 avec l'album The Wonky Donkey (1,1 M £ de revenus).

⇒ Production éditoriale : scolaire, parascolaire, romans, albums, documentaires, activités

Contact : contactus@scholastic.co.uk

Simon & Schuster

<https://www.simonandschuster.com/>

Ce grand groupe généraliste propose de la littérature jeunesse, allant du livre d'éveil pour les tout-petits, jusqu'au young adult. Tous les genres sont représentés : album, livres d'éveils ou éducatifs, romans, etc. La section jeunesse de Simon & Schuster est composée de onze filiales et publie entre autres Sandra Boynton (I Love You, Little Pookie), Jason Reynolds (Sunny).

⇒ Production éditoriale : romans, YA, albums, éveil, éducatif

Contact : Fletcher Amy, Droits étrangers

amy.fletcher@simonandschuster.co.uk

Maud Sepult, Deputy Rights Director

Maud.Sepult@simonandschuster.co.uk

Tate Publishing

<https://www.tate.org.uk/about-us/tate-publishing>

Tate Publishing est l'éditeur des deux musées Tate à Londres. Son catalogue jeunesse, récompensé par de nombreux prix, propose une gamme variée et innovante d'albums et de pop-ups de certains des meilleurs illustrateurs européens, ainsi que des livres de référence d'initiation aux arts plastiques et des livres d'activités.

⇒ Production éditoriale : activité, éveil, albums

Contacts : Holly Tonks, Éditeur jeunesse

holly.tonks@tate.org.uk

Jenna Brown, Droits étrangers

jenna.brown@tate.org.uk

Fay Evans, Commissioning Editor

Fay.Evans@tate.org.uk

Templar (Bonnier)

<https://www.templarco.co.uk>

Fondées en 1978, les éditions Templar (qui font désormais partie de Bonnier Books UK) se distinguent par des productions proposant une ingénierie papier innovante et un design élégant et contemporain. En 2013, la maison accueille un nouvel imprint dédié au documentaire, Big Picture Press. La série Welcome to the Museum avec des artistes comme Katie Scott et Chris Wormell ont rencontré un beau succès.

⇒ Production éditoriale : documentaires, activité, éveil, albums, romans

Contacts : Laurence Richard, Droits étrangers

laurence.richard@bonnierbooks.co.uk

Lisa Edwards, directrice éditoriale jeunesse

lisa.edwards@bonnierbooks.co.uk

Magali Cloet, International Sales Executive

Magali.cloet@bonnierbooks.co.uk

Katie Haworth, directrice éditoriale

katie.haworth@bonnierbooks.co.uk

Tiny Owl Publishing

<http://tinyowl.co.uk/>

Cette petite maison indépendante fondée en 2015 publie des albums, avec une grande attention portée sur les choix des illustrateurs, notamment étrangers. La maison développe actuellement un programme de projets interculturels, afin de faire coopérer auteurs et illustrateurs venant du monde entier (comme par exemple pour l'album A bottle of happiness issu du travail d'un auteur anglais et d'un illustrateur iranien). Parmi les auteurs et illustrateurs publiés : Alan Durant & Dale Blakenaar (Quill Soup), Anahita Teymorian (There's room for everyone).

⇒ Production éditoriale : albums

Contact : Delaram Ghanimifard, Éditeur

delaram@tinyowl.co.uk

Thames & Hudson

<http://www.thamesandhudson.com>

La maison Thames & Hudson a été fondée en 1949 par Walter et Eva Neurath dont l'ambition était de créer un « musée sans mur », pour rendre l'art accessible à tous, à travers des ouvrages de grande qualité mais à un prix raisonnable. Elle publie environ 180 nouveaux titres par an, dont des livres pour enfants depuis 2012. Dans la continuité de la ligne éditoriale de la maison, son catalogue jeunesse est orienté vers le documentaire (T&H publie ainsi Yuval Zommer) avec une spécialisation particulière sur les livres d'activités, l'initiation aux arts plastiques et la vulgarisation de l'histoire de l'art (A History of Pictures for Children, Why is Art Full of Naked People). Thames & Hudson publie également des formats innovants avec des fabrications recherchées (Océan d'Hélène Druvert, My Big Art Show et The Sea Voyage de Gérard Lo Monaco). Depuis 2016, son catalogue s'est ouvert aux albums.

⇒ Production éditoriale : documentaires, albums, activité

Contacts : Cécile Dubois, Droits étrangers

c.dubois@thameshudson.co.uk

Anna Ridley, Éditrice

a.ridley@thameshudson.co.uk

Roger Thorp, Éditeur jeunesse

r.thorp@thameshudson.co.uk

Usborne

<http://www.usborne.com>

Fondée en 1973 par Peter Usborne, la maison Usborne Books est spécialisée dans la littérature jeunesse, allant des plus petits aux jeunes adultes. En 2018, la compagnie annonçait un CA de plus de 24 M £. Ses livres sont traduits dans plus de cent langues. Elle publie en France sous le nom des Éditions Usborne. Sa collection phare reste Touchy Feely : That's Not My... (traduite « Les tout-doux Usborne » chez Usborne France), des titres d'éveil pour les moins de 36 mois avec des matières à toucher.

⇒ Production éditoriale : documentaires, activité, éveil, albums, romans, YA

Contact : mail@usbome.co.uk

Walker Books

<http://www.walker.co.uk>

Créée en 1978, cette maison publie près de 300 livres par an et compte parmi les cinq plus gros éditeurs spécialisés en jeunesse au Royaume-Uni. Elle possède aussi une antenne en Australie (Walker Books Australia) depuis 1993 et une aux États-Unis (Candlewick Press) depuis 2011. Elle publie entre autres Where's Wally (Où est Charlie, a qui a fêté ses 30 ans d'existence en 2017), Anthony Horowitz, Anthony Brown, Patrick Ness ou encore Jon Klassen.

⇒ Production éditoriale : documentaires, activité, éveil, albums, romans, YA

Contacts : Caroline Muir, Droits étrangers

rights@walker.co.uk

Mafalda Satz, Droits étrangers

Mafalda.Satz@walker.co.uk

Jane Winterbotham, Éditrice

jane.winterbotham@walker.co.uk

Avec le soutien de

