Correspondance autour de la Guilde du Livre

Les rouages d'un club de livres « en dehors de toute méthode commerciale ordinaire »

Marcela SCIBIORSKA
UCLouvain / ERC Handling

Résumé : La Guilde du Livre était un club de livres lausannois chapeauté par Albert Mermoud, axé sur la démocratisation de la culture par le biais d'objets d'une haute qualité littéraire et technique. Aujourd'hui, elle est perçue comme pionnière au sein du champ de l'édition suisse en tant qu'une des premières maisons d'édition dans le monde francophone à proposer des ouvrages ornés d'illustrations de qualité à prix accessibles. Fondée sur des liens d'amitié entre l'éditeur et les auteurs, la Guilde est rapidement devenue un lieu de sociabilités littéraires. Le mode de distribution des ouvrages du club, reposant sur un abonnement annuel, avait en outre mené à la création d'une importante communauté de lecteurs. Par un examen de la correspondance entre l'éditeur et divers acteurs de la Guilde, cet article cherche à lever le voile sur le fonctionnement interne de la maison d'édition et montre comment cette identité singulière de la Guilde a contribué à asseoir sa renommée et lui a permis de se positionner au sein du marché éditorial de son époque comme une entreprise opérant « en dehors de toute méthode commerciale ordinaire ».

Mots-clés : Guilde du Livre ; club de livres ; sociabilités littéraires ; discours éditorial ; publicité éditoriale

La Guilde du Livre est un club de livres et une maison d'édition lausannoise actifs entre 1936 et 1977. L'entreprise est aujourd'hui perçue comme pionnière au sein du champ de l'édition suisse aussi bien pour la qualité de ses ouvrages que pour son mode de distribution particulier, qui reposait sur un abonnement annuel, en échange duquel les lecteurs recevaient, par voie postale, au minimum un livre relié tous les trois mois et le *Bulletin* mensuel de l'éditeur. Jusqu'à la fin de ses activités, la Guilde du Livre a opéré en tant qu'association sans but lucratif, visant une « marge minimum pour couvrir [s]es frais généraux[1] » et réinjectant tout bénéfice supplémentaire dans des cadeaux offerts aux abonnés.

[1] Lettre d'Albert Mermoud au photographe Izis Bidermanas, 20 juillet 1953, Fonds de la Guilde du Livre, Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne, Lausanne.

Comme bon nombre d'entreprises éditoriales, la Guilde du Livre doit son succès à une figure charismatique, un éditeur non seulement habile en gestion mais aussi passionné de littérature, Albert Mermoud, qui n'a pas quitté son poste de directeur du moment de la fondation jusqu'aux dernières heures de la Guilde. Le club s'était donné pour mission de rendre la littérature accessible à tous et de revêtir le rôle de « guide culturel » pour son lectorat en présentant une sélection d'ouvrages vendus à prix de revient, dont la portée culturelle égalerait leur élégance et résistance — Mermoud appelait cette formule le « label de qualité-Guilde[2] ». Commençant par une édition de *Derborence* de Ramuz, publié deux ans plus tôt chez un autre éditeur suisse, Mermod, la maison d'édition a progressivement étendu son catalogue pour proposer des ouvrages inédits, parmi lesquels des volumes illustrés par des photographies ou dessins originaux de grande qualité, tout en cherchant à offrir une visibilité accrue à la littérature romande.

Le succès des livres publiés par la Guilde a fini par susciter l'intérêt d'un lectorat plus large — pour répondre à cette demande, Mermoud fonda les Éditions Clairefontaine, qui diffusaient les ouvrages produits par la Guilde à des prix et formats légèrement différents de ceux déterminés par le catalogue de vente postale[3]. Cette ouverture aux circuits de distribution plus conventionnels a permis à la Guilde de se faire connaître par d'autres types de publics, tout en demeurant fidèle à la formule « club » qui a présidé à la constitution d'une communauté de lecteurs, laquelle, à son apogée dans les années 1950, a atteint près de 100 000 membres.

Afin de mettre en lumière le fonctionnement de cette entreprise cherchant à se placer « en dehors de toute méthode commerciale ordinaire[4] », selon les mots d'Albert Mermoud dans le manifeste de la Guilde, cet article visera à répondre à certaines questions que soulève la gestion du club, telles que : quelles stratégies éditoriales internes président au lancement et au maintien dans le temps de la Guilde du Livre ? Comment, dans ses échanges avec différents contributeurs, Mermoud cherche-t-il à rendre la Guilde attrayante aux yeux non seulement des lecteurs, mais aussi des auteurs qui participent à la mise sur pied des ouvrages originaux ? Comment le club de livres entend-il concrètement se démarquer de la concurrence au sein du champ littéraire francophone dans le cadre de sa mission de démocratisation du « beau livre » ?

Afin d'explorer la gestion commerciale du club de livres, nous nous pencherons sur la correspondance entre plusieurs acteurs éminents de la Guilde contenue dans le Fonds de la Guilde du Livre, conservé aux archives de la Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne. Ces échanges lèvent le voile sur l'organisation interne de l'entreprise, mais ils montrent également les prises de position de l'éditeur face à ses concurrents, notamment lors de négociations de partenariats ou de rachats de droits. En outre, étant donné que la gestion commerciale du club est intrinsèquement liée à l'image publique que celui-ci renvoie à ses lecteurs, les échanges internes de la Guilde seront confrontés au discours public diffusé dans les canaux de communication de la

[2] Pittier, Jacques-Michel ; Zahnd, René (1987), *Albert Mermoud et la Guilde du Livre, une histoire d'amour*, Slatkine, Genève, p. 107.

[3] Alors que les livres distribués dans le cadre d'un abonnement à la Guilde étaient reliés, ceux publiés par les Éditions Clairefontaine étaient brochés.

[4] Mermoud, Albert (1936), « Ce qu'est la guilde du livre », *Bulletin de la Guilde du Livre*, No 1, Lausanne, p. 4.

Published in : GLINOER, Anthony (dir.), *Les maisons d'édition francophones au prisme de leurs archives*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813004130, doi : 10.17184/eac.9782813004130

maison d'édition. Cette comparaison des discours visera à identifier les processus et motivations derrière l'implantation de certaines stratégies éditoriales et à discerner les manières dont elles sont présentées au lectorat, compte tenu de la posture éditoriale maintenue par la Guilde pendant ses années d'opération.

1 Le premier club de livres francophone

Si la Guilde a remporté un succès considérable auprès de ses lecteurs[5], son lancement était un réel défi relevé par Mermoud puisqu'en 1936, les clubs de livres n'étaient pas encore apparus dans le monde francophone. Cependant, la formule fonctionnait déjà sur les marchés anglophone et germanophone : en Suisse, la Büchergilde Gutenberg de Zurich, branche de la Büchergilde berlinoise devenue indépendante après la montée du nazisme, était déjà bien établie sur le marché et a servi de modèle à son pendant francophone. Bien que Mermoud prétende dans son discours public que les représentants de la Büchergilde « se limitaient […] au rôle de distributeurs[6] » (à raison de 1 000 exemplaires pour chaque parution, que la Büchergilde vendait à ses lecteurs francophones[7]), le rôle de ce partenaire a en réalité été fondamental au lancement de la Guilde. Les archives révèlent que le directeur de la Büchergilde, Hans Oprecht, a contacté Charles-Ferdinand Ramuz pour lui expliquer que « le comité de l'organisation de la coopérative du livre Büchergilde Gutenberg Zürich a pris la décision de créer une branche de langue française[8] ».

À cette occasion, Oprecht, qui vient alors d'éditer la version allemande de son roman *Derborence* (*Bergsturz auf Derborence*), propose à Ramuz d'en publier une version en français, en garantissant une distribution hors commerce et limitée aux abonnés, afin de ne pas créer de concurrence à l'éditeur français de Ramuz, Grasset. Le mode de circulation « en dehors de toute méthode commerciale ordinaire » a ainsi constitué une porte d'entrée sur le marché pour la maison d'édition, appelée alors la Guilde suisse romande du Livre à Lausanne, puisque sa distribution restreinte au cercle des abonnés lui a permis de négocier la réédition d'un auteur dont l'association au projet a donné le coup d'envoi à une entreprise de longue durée. Hans Oprecht invita ainsi Ramuz à siéger au comité littéraire du club, aux côtés de l'éditeur Henry-Louis Mermod, d'Albert Mermoud, et d'un autre auteur romand, Gustave Roud[9].

L'implication de Ramuz s'est avérée être un atout de taille pour la Guilde. En plus d'agir en tant que conseiller littéraire, l'écrivain faisait un réel travail éditorial pour Mermoud, en se chargeant, par exemple, de produire des anthologies de poésie. En outre, il n'hésitait pas à intervenir dans les aspects touchant aux stratégies éditoriales

[5] Au fil de son existence, la Guilde s'est implantée au-delà de la Suisse : en France, Belgique, Grèce, Espagne, au Portugal, en Italie et au Canada.

[6] Pittier, Jacques-Michel ; Zahnd, René, *Albert Mermoud et la Guilde du Livre, une histoire d'amour*, *op. cit.*, p. 7.

[7] Sans compter les éditions allemandes des ouvrages initialement publiés à la Guilde en français, dont la Büchergilde rachetait les droits.

[8] Lettre de Hans Oprecht à Charles-Ferdinand Ramuz, 31 août 1935, Fonds de la Guilde du Livre, Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne, Lausanne.

[9] Gustave Roud, qui est toutefois erronément présenté en tant que « Gaston Roud » dans le premier numéro du *Bulletin*.

Published in : GLINOER, Anthony (dir.), *Les maisons d'édition francophones au prisme de leurs archives*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813004130, doi : 10.17184/eac.9782813004130

telles que la mise sur pied de collections au moment du lancement du club[10]. Mais le rôle de « patronage » endossé par Ramuz au sein de la Guilde est également — sinon surtout — tributaire de la portée symbolique du nom d'un auteur reconnu. Sa présence aux débuts de la Guilde constituait une sorte de sceau de qualité et un point d'attrait pour d'autres écrivains, particulièrement romands. En témoigne une lettre envoyée à Mermoud par Denis de Rougemont à l'occasion de la sortie du *Journal d'un intellectuel en chômage*, dans laquelle il note : « Dis de ma part à Ramuz combien je suis heureux de paraître ainsi — un peu sous son égide[11] ».

Et si Ramuz a d'abord agi comme « porte-drapeau[12] » pour la Guilde, la relation entre l'écrivain et le club de livres a rapidement évolué dans le sens d'un profit mutuel, comme le révèlent notamment les échanges entre Mermoud et la fille de l'auteur, Marianne Olivieri-Ramuz, qui, à l'épuisement de certains titres de Ramuz publiés par la Guilde, demande leur réimpression en ajoutant : « Vous n'ignorez pas que si les lecteurs de mon Père ne peuvent se procurer ses œuvres, peu à peu il se fera oublier du public, ce que je ne pourrais accepter[13] ». Pour Olivieri-Ramuz, la Guilde était ainsi devenue un des garants de la pérennité de l'œuvre de son père. Mais Ramuz n'est pas le seul à avoir bénéficié des amitiés qui se sont nouées entre Mermoud et les auteurs guildiens.

2 La Guilde, un lieu de sociabilités

La correspondance montre à travers de nombreux exemples l'étendue et surtout la solidité du réseau de relations autour de la Guilde, qui donnaient des impulsions pour faire tourner les rouages de l'entreprise, aussi bien du point de vue intellectuel que pratique. Le principe de fonctionnement revendiqué par la maison d'édition se fondait en effet sur les guildes professionnelles du moyen âge, qui privilégiaient une gestion collective et un « esprit d'équipe ». D'après les dires de Mermoud dans un entretien avec Jacques-Michel Pittier et René Zahnd, « c'est là que le vocable "guilde" prend tout son sens. Du chef de groupe au simple collaborateur, en passant par l'abonné lui-même, chacun est partie prenante de l'affaire, et concerné par sa bonne marche[14] ». Si ces propos amplifient peut-être la nature collective de l'organisation de la Guilde, dont le fonctionnement ne se déroulait pas sur un plan entièrement horizontal puisque le pouvoir de décision revenait à Mermoud, de manière générale les archives corroborent pour une grande part le discours de l'éditeur en révélant la place considérable accordée

[10] L'on peut par exemple lire une discussion quant aux détails pratiques d'une collection entre Charles-Ferdinand Ramuz et Albert Mermoud dans une lettre de l'écrivain à l'éditeur, 14 janvier 1936 : « Monsieur, Votre lettre me semble mettre en question tout l'avenir de la collection, en particulier son nom (qui semble un peu étranger à notre mentalité romande, son format, qui me semble trop grand), et dépasser singulièrement mon cas particulier. Vous savez peut-être que M. Oprecht m'avait demandé de faire partie du "comité de lecture" ; je viens de lui en écrire. J'accepte sous certaines réserves. Et c'est en cette qualité de "conseiller", non d'auteur, que je vous écris » ; Fonds de la Guilde du Livre, Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne, Lausanne.

[11] Lettre de Denis de Rougemont à Albert Mermoud, 13 juillet 1937, Fonds de la Guilde du Livre, Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne, Lausanne.

[12] Pittier, Jacques-Michel ; Zahnd, René, *Albert Mermoud et la Guilde du Livre, une histoire d'amour*, *op. cit.*, p. 7.

[13] Lettre de Marianne Olivieri-Ramuz à Albert Mermoud, 20 octobre 1951, Fonds de la Guilde du Livre, Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne, Lausanne.

[14] Pittier, Jacques-Michel ; Zahnd, René, *Albert Mermoud et la Guilde du Livre, une histoire d'amour*, *op. cit.*, p. 12.

Published in : GLINOER, Anthony (dir.), *Les maisons d'édition francophones au prisme de leurs archives*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813004130, doi : 10.17184/eac.9782813004130

à l'implication des écrivains dans les affaires éditoriales, telles que la gestion de dossiers financiers (par exemple, certains d'entre eux s'occupaient de la rémunération d'auteurs d'ouvrages collectifs qu'ils supervisaient) ou la sollicitation de collaborateurs pour divers projets[15].

Au-delà de l'implication professionnelle des écrivains au sein de la Guilde, les liens intellectuels et affectifs tissés entre Mermoud et ses auteurs se multiplient, créant un réseau qui s'étend dans le monde culturel international[16] : les échanges montrent que l'éditeur n'hésitait pas à faire des concessions économiques considérables au nom de l'amitié, comme l'atteste le livre *Présence de Ramuz* (1951), paru en hommage à l'écrivain, au sujet duquel Mermoud écrit à Marianne Olivieri-Ramuz :

> « En ce qui concerne PRÉSENCE DE RAMUZ, je ne suis pas très étonné de votre enthousiasme limité. […] Pour nous cela constitue un gros sacrifice que je n'ai encouru que par fidélité à Ramuz et parce que Madame votre Mère semblait y tenir[17] ».

Bien que ce « sacrifice » de Mermoud au profit des héritières de Ramuz n'étonne guère au vu du statut de l'auteur au sein de la Guilde, l'éditeur n'hésitait pas à rendre service à bien d'autres écrivains qu'il prenait sous son aile, à l'instar de Gilbert Cesbron, dont la carrière a été lancée avec l'obtention du prix de la Guilde du Livre en 1943. Quelques années plus tard, Georges-Michel Bovay, auteur de l'album illustré *Cinéma. L'œil ouvert sur le monde*, envoie une requête à l'éditeur :

> « J'aimerais vous demander quelque chose qui me tient particulièrement à cœur. Voilà. J'ai appris par Gilbert Cesbron que la Guilde avait refusé son dernier bouquin (*Les saints vont en enfer*). Il ne m'appartient pas de savoir si vous vous êtes entouré d'assez de précautions avant de le faire, mais G. C. m'a manifesté la crainte que ses lecteurs suisses ne raisonnent de la façon suivante : puisque la Guilde ne l'a pas pris, c'est donc qu'il n'est pas bon !

[15] Comme l'illustre cette demande faite par Albert Mermoud à Georges-Michel Bovay en vue d'un projet d'album photographique sur Lausanne : « Je songe un peu tardivement à vous demander d'approcher, dans le même sens [que Jean Cocteau], Jean-Paul Sartre, qui connaît très bien LAUSANNE et aime beaucoup notre ville. Me rendriez-vous le même service auprès de lui ? Il suffirait de lui montrer un PARIS DES RÊVES en lui demandant d'écrire un bout de texte sur l'aspect de Lausanne qui lui plairait, et nous obtiendrions ainsi une fort précieuse collaboration qui remplacerait certaines défections telles que celle de Cendrars, extrêmement bougon en ce moment et inabordable, malgré les liens fraternels qui nous unissent » ; Lettre d'Albert Mermoud à Georges-Michel Bovay, le 9 mai 1952, Fonds de la Guilde du Livre, Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne, Lausanne.

[16] En témoigne par exemple un échange épistolaire entre Mermoud et le photographe Izis, à qui l'éditeur écrit : « Je termine ce mot en vous disant que j'ai passé une heure délicieuse avec Charlie Chaplin qui était d'excellente humeur et dans une forme splendide. Il m'a montré les trois états du scénario de son film. Il m'a fait les honneurs de sa maison que nous avions convoitée de l'extérieur. Il a écrit sous mes yeux une lettre à Jacques Prévert dont je vous transcris une partie en traduction car je pense que vous n'êtes pas insensible à ce qu'un homme tel que lui peut dire d'un travail commun : "Je ne parle malheureusement pas le français, mais je peux ainsi considérer le livre plus qu'objectivement. La combinaison photos-poèmes crée une émotion au-delà de toute parole. Il me semble que c'est ce style-là qui enrobe la poésie de l'avenir. La photo faisant le contrepoint des poèmes se dépasse… Les photos de Londres sont empreintes de pitié, d'amour et comme j'y suis né, elles m'ont vivement ému" » ; Lettre du 19 décembre 1953, Fonds de la Guilde du Livre, Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne, Lausanne.

[17] Lettre d'Albert Mermoud à Marianne Olivieri-Ramuz, 4 février 1952, Fonds de la Guilde du Livre, Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne, Lausanne.

Published in : GLINOER, Anthony (dir.), *Les maisons d'édition francophones au prisme de leurs archives*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813004130, doi : 10.17184/eac.9782813004130

> Ce qui serait le priver injustement d'une partie de son audience. Alors m'autorisez-vous, malgré que l'ouvrage n'ait pas été publié par les soins de la Guilde, à en faire une présentation dans le bulletin ? Il me semble que nous pouvons le faire, puisque Cesbron est un auteur-maison, donc un ami des abonnés. J'avoue que je serais très sensible à votre approbation. Et puis le geste aurait une certaine grandeur[18] ».

Le *Bulletin de la Guilde du Livre*, mensuel distribué aux abonnés de la maison d'édition, est strictement réservé à la promotion des publications de la Guilde. Pourtant, aux sollicitations de Bovay, Mermoud répond avec bienveillance :

> « Je tiens tout de suite à vous répondre au sujet de votre suggestion Gilbert Cesbron. Bien que l'argument que vous avancez (puisque la Guilde n'a pas pris le dernier roman de Cesbron, c'est donc qu'il n'est pas bon) ne soit à mon sens pas valable, je vous donne tout de suite une réaction favorable pour faire une exception en faveur d'un auteur qui est un ami, sans que je sache très bien d'ailleurs si, à la suite de ce refus, je le suis encore pour lui (un ami)[19] ».

Cette requête, adressée à Mermoud pour venir en aide à Gilbert Cesbron, a simultanément pour effet de souligner la place qu'occupe la Guilde aux yeux de Bovay au sein du paysage éditorial suisse. Dans son discours, l'auteur semble conférer au club de livres le pouvoir de dicter le succès d'un écrivain — ou son potentiel échec si celui-ci doit se résigner à être publié ailleurs. Bien entendu, il est difficile d'exclure une part de flatterie de la part de Bovay, et d'intérêt de la part de Mermoud à rendre service pour maintenir les liens qui sous-tendent son réseau. Mais, en plus de dévoiler les subtiles stratégies qui se jouent sur le plan de la sociabilité littéraire, cet échange rend manifestes les façons dont le discours interne à la maison d'édition intègre le rapport de proximité entre lecteurs et écrivains, fondateur du principe d'une « guilde ». La désignation, utilisée par Bovay à l'égard de Cesbron, d'« ami des abonnés » sous-entend en effet une relation d'ordre presque intime entre les lecteurs et auteurs guildiens, sur laquelle le club de livres construit son image publique.

3 La communauté de lecteurs

Cet extrait du *Bulletin* publié à l'occasion des 20 ans de la Guilde l'atteste :

> « Visage des lecteurs. C'est à eux qu'il fallait d'abord songer. Lecteurs éparpillés, lointains, isolés ; qui ignoraient peut-être en eux la nostalgie du livre. Lecteurs auxquels il fallait aller, tout droit, qu'il fallait rassembler dans l'œuvre commune. Auxquels il fallait faire entendre l'appel lancé, et dont il fallait écouter la réponse. Il y a le petit hameau isolé où jamais un

[18] Lettre de Georges-Michel Bovay à Albert Mermoud, 14 mars 1952, Fonds de la Guilde du Livre, Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne, Lausanne.

[19] Lettre d'Albert Mermoud à Georges-Michel Bovay, 18 mars 1952, Fonds de la Guilde du Livre, Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne, Lausanne.

Published in : GLINOER, Anthony (dir.), *Les maisons d'édition francophones au prisme de leurs archives*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813004130, doi : 10.17184/eac.9782813004130

> libraire ne songea à s'installer, le broussard perdu dans son bled, l'ouvrier qui n'a jamais vu d'autres livres, peut-être, que les romans dits "populaires" à la devanture du marchand de tabac et de journaux. Celui aussi qui a déjà le goût de la lecture, mais voudrait *autre chose*, d'autres livres, et plus beaux encore, mieux habillés, lecteur qui aspire confusément à un nouveau rapport de l'écrivain et de lui-même, âme, communauté plus étroite[20] ».

La notion de « communauté » englobant auteurs et lecteurs, et donc la mise en valeur du rôle des abonnés au sein du club, a ainsi constitué une grande part de la rhétorique guildienne. Sans être des collaborateurs d'un point de vue juridique, les lecteurs étaient traités comme des actionnaires par la Guilde, qui leur promettait qu'ils « jouiraient des bénéfices et des profits éventuels de l'entreprise, répartition garantie statutairement[21] ». Ce statut ne donnait aucun réel pouvoir de décision aux lecteurs, mais toute marge de profit leur revenait sous la forme de livres gratuits. Au-delà de l'octroi d'avantages économiques, Mermoud revendiquait également une relation privilégiée avec ses lecteurs et se montrait disponible pour eux, répondant aussi bien aux éloges qu'aux critiques, et dédiant une rubrique entière du *Bulletin* aux échanges avec son public, dont il relayait les petites annonces et les lettres — généralement flatteuses — ou encore des témoignages d'abonnés provenant de régions occupées par la guerre.

Bien que les archives ne recèlent que peu de traces de la communication entre l'éditeur et son public, quelques lettres montrent que Mermoud prolongeait volontiers son rôle de « conseiller littéraire » dans les échanges individuels avec des membres qui lui demandaient des suggestions de lectures[22]. La correspondance du directeur de la Guilde avec les écrivains ou des collègues éditeurs témoigne de la façon dont il percevait son lectorat : il ressort de ces lettres que la fonction de « guide culturel » prônée par la Guilde à l'égard de ses lecteurs est loin d'être une simple question de marketing. Le club n'est pas fait pour un public d'élite ni « de niche », mais bien pour une communauté aux connaissances relativement limitées dans le domaine de la culture[23].

[20] Auteur inconnu (1956), « Les guildes heureuses ont une histoire », *Bulletin de la Guilde du Livre*, No 3, Lausanne, p. 82.

[21] Pittier, Jacques-Michel ; Zahnd, René, *Albert Mermoud et la Guilde du Livre, une histoire d'amour*, *op. cit.*, p. 8.

[22] En témoigne par exemple une lettre d'une certaine Almuth Gross qui, à la lecture d'*Algérie*, adresse à l'éditeur un courrier lui demandant de lui « indiquer d'autres œuvres de cet auteur » ; 14 septembre 1948, Fonds de la Guilde du Livre, Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne, Lausanne. En réponse, Mermoud fournit à cette lectrice les coordonnées de Jean Amrouche, lui conseillant d'écrire directement à l'écrivain.

[23] Le slogan publicitaire de la Guilde, « Choix d'auteurs contemporains et classiques », insiste d'ailleurs sur la visée éducationnelle du club, qui sélectionne les meilleurs ouvrages pour son lectorat *via* un comité de lecture, composé initialement d'éditeurs et écrivains suisses. Au moment du lancement de la Guilde, le *Bulletin* mentionnait en première page les noms des personnes qui y siégeaient : Albert Mermoud, Henry-Louis Mermod, Gustave Roud et Charles-Ferdinand Ramuz. Ce comité constituait une occasion pour la Guilde d'asseoir son identité en tant que maison d'édition suisse dès sa naissance. Par la suite, avec l'expansion du club de livres, des directeurs et directrices de collections ont été affectés à la sélection d'ouvrages (dont notamment Dominique Aury, responsable de la collection de classiques à la Guilde, qui s'occupait également du *Bulletin*). Avec la croissance progressive de l'équipe éditoriale, sa composition n'a plus fait l'objet d'une telle mise en avant dans les *Bulletins*.

Published in : GLINOER, Anthony (dir.), *Les maisons d'édition francophones au prisme de leurs archives*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813004130, doi : 10.17184/eac.9782813004130

Cette mission d'expansion des horizons culturels d'un public peu averti, menée sans concession quitte à renoncer au profit, transparaît assez clairement dans une lettre de Mermoud à un certain A. Sabatier, employé de la maison Albin Michel. Dans cette lettre est négocié le forfait que la Guilde paiera à Albin Michel pour commercialiser le *Journal d'un intellectuel en chômage* de Denis de Rougemont, édité de façon quasi simultanée par les deux maisons. Alors qu'Albert Mermoud propose une indemnité de 3 000 francs français, Sabatier en demande 5 000, ce à quoi Mermoud répond :

> « […] la question indemnité me paraît un peu plus dûre [*sic*] à accepter. Je ne veux toutefois pas "marchander" la somme que vous exigez, car nous ne sommes pas des commerçants et nous n'avons pour but que d'élargir le marché du livre.
>
> Vous savez d'autre part que j'étais prêt à faire des sacrifices pour publier un ouvrage de Denis de Rougemont. Toutefois je vous demande en toute simplicité s'il n'est pas possible de nous entendre sur une somme de Fr. français 4 000.-, qui représente le prix par nous payé pour des chefs-d'œuvre comme *Le Grand Meaulnes* d'Alain Fournier et *Le Typhon* de Joseph Conrad.
>
> […] Dois-je enfin insister sur le fait que notre édition ne constituera aucun manque à gagner pour vous. Nous nous adressons en effet à un public généralement réfractaire à la lecture, qui par surcroît a besoin d'être conseillé, guidé et qui sans aucun doute n'irait jamais, dans la grande généralité, acheter en librairie un ouvrage du genre de ceux que nous éditons.
>
> D'ailleurs toutes les expériences que nous avons faites avec vos confrères, et notamment avec le *Derborence* de Ramuz et les *Vraies richesses* de Giono parus avant l'édition française, ont été absolument concluantes et n'ont fait, au contraire, que renforcer la demande des ouvrages de librairies, en raison de la publicité désintéressée que nous faisons dans notre bulletin mensuel et dans la presse favorable à notre mouvement[24] ».

Cette lettre est éclairante pour plusieurs raisons. Bien qu'elle ne relève pas d'un discours public, elle n'en expose pas moins la posture éditoriale de la Guilde face à une autre maison d'édition. En premier lieu, elle dévoile le souci de donner une place de choix à un auteur romand, pour qui Mermoud est prêt à payer un prix de coédition à la hauteur d'écrivains renommés internationalement. Ensuite, elle instrumentalise le manque de connaissances du lectorat de la Guilde en termes de littérature pour se positionner non en tant que concurrente, mais en tant qu'alliée d'Albin Michel. Enfin, elle met en exergue ce qui, précisément, singularise le club de livres sur le marché éditorial, à savoir son statut d'association sans but lucratif.

4 Se démarquer de la concurrence

C'est en effet le terrain sur lequel elle opère qui distingue avant tout la Guilde des autres maisons d'édition qui lui sont contemporaines, puisque, nous l'avons dit, elle

[24] Lettre d'Albert Mermoud à A. Sabatier, 14 juillet 1937, Fonds de la Guilde du Livre, Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne, Lausanne.

Published in : GLINOER, Anthony (dir.), *Les maisons d'édition francophones au prisme de leurs archives*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813004130, doi : 10.17184/eac.9782813004130

mise sur un circuit de distribution tout à fait particulier, la vente par correspondance, dont la publicité se fait essentiellement par le bouche-à-oreille[25]. Mermoud va même jusqu'à affirmer que ce mode de fonctionnement nourrit le succès de ses collègues, parce qu'il attise l'appétit d'un lectorat peu averti à la recherche de nouvelles lectures. Pourtant, la « publicité désintéressée » pour les ouvrages d'autres maisons d'édition évoquée par l'éditeur dans sa lettre à Sabatier n'est pas réellement sans apport pour la Guilde, puisqu'elle contribue à montrer à ses lecteurs les liens que le club entretient avec les entreprises concurrentes et, par là même, à asseoir son statut de maison-réseau au sein du paysage éditorial de l'époque.

Outre sa posture « commercialement désintéressée », la Guilde se positionne en tant que maison d'édition entièrement dépolitisée[26], ce qui autorise une grande liberté dans la constitution du catalogue, dont les seuls fils conducteurs ouvertement revendiqués sont le désir de proposer un choix d'œuvres diversifié ainsi qu'une grande qualité des ouvrages publiés. Dans les adresses aux lecteurs imprimées dans le *Bulletin*, cette notion de qualité, aussi bien d'un point de vue littéraire qu'en termes de présentation matérielle, domine le discours publicitaire de la Guilde et la différencie de ses concurrents, à l'instar, écrit Mermoud dans une lettre, d'« une édition "Rencontre[27]" qui axe toute sa publicité sur la question du prix et cela manifestement dirigé contre la Guilde qui n'envisage pas, présentement du moins, d'imprimer des livres sur du papier à contenance de bois pour allécher le public profane en ces questions[28] ». Si le lectorat de la Guilde ne possède pas d'amples connaissances en matière de littérature, il n'en est pas moins sensible, selon Mermoud, à la qualité d'exécution de l'objet-livre.

Cette notion d'une haute qualité littéraire et plastique était systématiquement accompagnée d'une promesse de prix aussi bas que possible sécurisés par les ventes de livres au prix de revient. La correspondance conservée dans les archives montre que Mermoud refusait effectivement de faire des concessions en ce sens. L'exportation de la Guilde au-delà des frontières suisses a d'ailleurs demandé des sacrifices en faveur du maintien d'un prix de revient suffisamment bas : dans une lettre à Jacques Prévert, Mermoud décrit la disparité entre les coûts de production des livres pour enfants en Suisse (3,75 à 4 francs suisses) et ceux des livres sur le marché international (1,90 à 2 francs suisses), ce qui a obligé l'éditeur à se tourner vers un fabricant de typons

[25] Les Éditions Clairefontaine, fondées par Mermoud en parallèle au club pour atteindre un public « occasionnel », dérogent à cette règle puisqu'elles servent à diffuser les ouvrages parus à la Guilde qui ont remporté un succès commercial. Cependant, les bénéfices réalisés grâce aux ouvrages Clairefontaine sont réinjectés directement dans la Guilde, qui écoule tout surplus budgétaire en cadeaux aux abonnés.

[26] Malgré ces affirmations, les auteurs de certains ouvrages publiés par la Guilde — notamment des portraits de pays, dont les thématiques touchaient souvent à l'histoire des territoires représentés — ont décidé d'adopter une position politique, de concert avec l'éditeur qui en assumait la « responsabilité solidaire » (Lettre d'Albert Mermoud à Pierre Seghers, 21 août 1956, Fonds de la Guilde du Livre, Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne, Lausanne). C'était notamment le cas de l'album *Algérie*, que Jean Amrouche a insisté pour ouvrir par une dédicace « À la mémoire de Zohra, Hafid et Mohammed Reggui, coupables de révolte contre l'humiliation et la misère, assassinés à Guelma dans la nuit du 17 au 18 mai 1945 », ce qui a conduit Pierre Seghers, distributeur des Éditions Clairefontaine en France, à demander à Mermoud de faire sauter la page en question de l'édition qu'il se chargeait de diffuser (Lettre de Pierre Seghers à Albert Mermoud, 23 août 1956, Fonds de la Guilde du Livre, Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne, Lausanne).

[27] La société coopérative des Éditions Rencontre est née en 1950 à Lausanne et empruntait son mode de fonctionnement, fondé sur un abonnement, au modèle de la Guilde.

[28] Lettre d'Albert Mermoud à Marianne Olivieri-Ramuz, 14 novembre 1951, Fonds de la Guilde du Livre, Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne, Lausanne.

Published in : GLINOER, Anthony (dir.), *Les maisons d'édition francophones au prisme de leurs archives*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813004130, doi : 10.17184/eac.9782813004130

(clichés) allemand et un imprimeur yougoslave, « qui dispose maintenant de machines ultra-modernes et de prix extrêmement bas en raison du niveau de vie des ouvriers dans ce pays[29] ». Le maintien d'une offre stable pour les abonnés de la Guilde s'est ainsi fait, au fur et à mesure du succès de l'entreprise, au prix d'une délocalisation de la production, qui allait à l'encontre de l'ancrage lausannois de la marque « Guilde ».

Mais c'est justement dans la conjonction d'une communication orientée vers la grande qualité d'exécution et les prix réduits que le club trouve son originalité. En effet, ces deux points d'accroche ne vont pas naturellement de pair dans le monde littéraire et éditorial du XX^{e} siècle, qui, selon Matthieu Letourneux « valoris[e] des modèles d'exigence fondés sur la rareté et le refus d'une trop grande accessibilité[30] ». Les notions de « *highbrow* » et « *lowbrow* » s'attachent à des manifestations matérielles spécifiques dans la culture de consommation ; au même titre, les campagnes publicitaires insistantes cherchant à maximiser les ventes d'un produit culturel peuvent paraître dissonantes dans un milieu où la notion de commerce demeure relativement taboue. Pourtant, la Guilde parvenait à contourner une potentielle méfiance lectoriale vis-à-vis d'un discours publicitaire trop explicite, notamment en soulignant régulièrement son fonctionnement sans but lucratif dans les pages du *Bulletin* et en rappelant que la vente de livres est précisément ce qui permet au club de continuer à proposer des ouvrages de qualité sans devoir œuvrer dans le sens du bénéfice.

Ainsi, la Guilde n'était pas étrangère aux campagnes de recrutement et de vente massives. Une bonne partie des campagnes promotionnelles du club de livres reposaient sur les ventes saisonnières, telles que les livres d'étrennes qui, entrant dans la catégorie du « beau livre », constituaient des cadeaux idéaux pendant les périodes de fêtes. Mais c'est la façon dont la Guilde a su mettre à profit la période estivale, connue pour être un temps mort en termes de ventes de livres[31], que réside sa vraie force en matière de publicité. Les albums photographiques se prêtaient particulièrement bien à ces stratégies commerciales : 62 % des albums « grand format[32] » publiés par la Guilde sont en effet des portraits de pays ou de villes, livres dont la thématique seule évoque les loisirs et le voyage et qui ont fait partie des meilleures ventes du club[33]. Une lecture de contrats de photographes et écrivains impliqués dans leur conception montre que ces albums étaient consciemment élaborés en vue des campagnes d'été, lors desquelles

[29] Lettre d'Albert Mermoud à Jacques Prévert, 23 novembre 1965, Fonds de la Guilde du Livre, Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne, Lausanne.

[30] Letourneux, Matthieu (2021), « *Best-seller*, consommation et idéologie », *in* Bessard-Banquy, Olivier ; Ducas, Sylvie ; Gefen, Alexandre (dir.), *Best-sellers. L'industrie du succès*, Armand Colin, Paris, p. 106.

[31] « Le numéro [du *Bulletin*] d'août 1939 fait écho aux avertissements des techniciens *selon lesquels l'été est morte-saison en édition* » ; Auteur inconnu (1956), « Les guildes heureuses ont une histoire », *op. cit.*, p. 91.

[32] Ou 52 portraits de pays et de villes pour 84 albums photographiques « grand format » au total. Voir Scibiorska, Marcela, « Des "livres de photographies grand public" : les stratégies éditoriales derrière les portraits de pays dans la Guilde du Livre », *in* Lécole-Solnychkine, Sophie ; Martens, David ; Montier, Jean-Pierre (dir.), *Portraits de pays. Textes, images, sons*, à paraître.

[33] *Paris des rêves* d'Izis a été le *best-seller* du club pendant de nombreuses années. Pour inciter l'éditeur à préparer une édition allemande du volume, Mermoud vante ainsi ses mérites : « C'est LE livre sur Paris qui est le plus apprécié de tous ceux qui ont fait un séjour dans la prestigieuse capitale ou ont l'intention de le faire. Chaque photo est commentée par un écrivain de premier plan et c'est, comme le titre l'indique, à une rêverie d'un lieu d'élection que convie ce livre. Chose curieuse, nous n'avons jamais prospecté les éditeurs étrangers, sans doute parce que le succès du livre se suffit à lui-même, mais c'est là une erreur que je compte réparer le plus vite possible » ; Lettre de Mermoud à Josef Keller, 17 avril 1963, Fonds de la Guilde du Livre, Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne, Lausanne.

Published in : GLINOER, Anthony (dir.), *Les maisons d'édition francophones au prisme de leurs archives*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813004130, doi : 10.17184/eac.9782813004130

ils étaient lancés à des prix avantageux qui montaient à partir d'octobre[34]. Ces campagnes ont connu un tel succès que les distributeurs français n'acceptaient de diffuser les ouvrages Clairefontaine qu'après leur fin, comme l'affirme Albert Mermoud dans une lettre à Jean Amrouche, « en raison de la trop grande disproportion de prix[35] », ce qui permet de supposer que, malgré les assurances de Mermoud que son club ne représente aucune menace sur le marché pour les éditeurs qui empruntent les circuits de vente et distribution habituels, la Guilde a fini par s'imposer comme un réel acteur sur la scène de l'édition francophone du XX^{e} siècle, en tant qu'entreprise concurrente, mais aussi en tant que partenaire dont il fallait tenir compte.

Conclusion

Qu'apporte une lecture des archives de la Guilde du Livre ? Premièrement, elle montre l'évolution d'une petite entreprise, excroissance de la Büchergilde Gutenberg, qui a progressivement pris une place significative sur le marché éditorial de son temps en tissant des réseaux qui englobaient éditeurs, auteurs et lecteurs. Un regard sur la correspondance d'Albert Mermoud met aussi en lumière les stratégies mobilisées par l'éditeur pour se positionner face à sa concurrence, en invoquant son désintérêt pour le profit économique pour conclure des partenariats qui ont largement contribué à son succès. Plutôt frappant est également le peu de documents relatifs aux aspects commerciaux de l'entreprise présents dans le Fonds de la Guilde. Or, Mermoud lui-même siégeant à la tête du « comité de propagande » du club, l'on pourrait raisonnablement s'attendre à y trouver de la documentation en rapport avec le versant promotionnel de la Guilde.

Ceci n'est pas pour dire que la Guilde ne s'adonnait pas à la publicité. Les archives révèlent qu'à la parution de livres originaux les auteurs participaient à des causeries à la radio ; des dossiers de presse étaient envoyés aux journaux susceptibles de rédiger des critiques favorables, et des lettres lumineuses sur la façade des bureaux de la Guilde ont même été commandées à l'occasion de la sortie de l'album photographique *Paradis terrestre* de Colette et du photographe Izis[36]. Mais, en termes de gestion commerciale, la promotion faite pour les ouvrages Clairefontaine et celle entourant le club de livres lui-même semblent avoir été deux choses séparées. Alors que la Guilde fonctionne grâce aux abonnements de ses lecteurs, on pourrait imaginer qu'une publicité cherchant à gagner un lectorat externe y soit d'usage ; pourtant, les campagnes de recrutement de la Guilde passent essentiellement par le canal interne du *Bulletin*, reposant sur les

[34]En témoigne l'article 6 du contrat entre la Guilde et Jean Amrouche (21 janvier 1955, Fonds de la Guilde du Livre, Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne, Lausanne) concernant le volume *Algérie* : « La Guilde du Livre fera figurer l'ouvrage sur l'Algérie dans sa série à grand format 220x280. Au surplus, ce livre entrera dans le système de vente dit des "Livres d'été" à prix spécial durant les mois de juillet, août et sptembre [*sic*] 1955. À partir du 1er octobre, il fera partie de la catégorie d'ouvrages à 12 francs ».

[35]Lettre d'Albert Mermoud à Jean Amrouche, 15 octobre 1956, Fonds de la Guilde du Livre, Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne, Lausanne.

[36]Plus étonnant encore, des documents attestent une participation ponctuelle de la Guilde à la publicité d'autrui, lorsqu'une telle participation était sollicitée. Ainsi, Mermoud n'a pas hésité à vendre des clichés d'albums photographiques, notamment à la société pharmaceutique indienne Dumex Private Limited, associée à la Compagnie de l'Asie de l'Est, ou encore à la Société française des pétroles.

Published in : GLINOER, Anthony (dir.), *Les maisons d'édition francophones au prisme de leurs archives*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813004130, doi : 10.17184/eac.9782813004130

recommandations des lecteurs fondées sur la qualité des produits proposés, ainsi que, dans certains cas, sur des offres alléchantes.

Un regard global sur les archives de la Guilde permet peut-être de saisir l'esprit dans lequel tournait l'entreprise d'Albert Mermoud. Le Fonds a en effet été classé uniquement par dossiers littéraires, ce qui a rendu la recherche sur les stratégies commerciales de la Guilde particulièrement laborieuse. Chaque classeur est relatif à la mise sur pied, diffusion et, parfois, traduction d'une œuvre, et peut éventuellement contenir des documents en rapport avec les aspects financiers liés à la production et à la vente du volume en question ; mais aucun dossier général portant sur les stratégies publicitaires n'est stocké dans le Fonds. Or, un échange avec les archivistes de la Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne m'a confirmé que cette organisation particulière était bien le résultat du travail d'Albert Mermoud, dont les archives n'ont pas été réarrangées depuis le moment de leur dépôt en 1980.

Peut-on déduire de ce système de classement qu'une place de choix était effectivement faite à la littérature, plutôt qu'aux affaires, au sein de la Guilde ? L'organisation des archives par dossiers littéraires génère certainement l'effet d'une anthologie de la production culturelle guildienne, plutôt que d'un bilan de son succès économique. Quoi qu'il en soit, une lecture de la correspondance de Mermoud autour de ses projets éditoriaux révèle les fondations d'une maison construite avec une réelle mission à l'esprit, maintenue jusqu'à la fin de l'existence du club, dont le succès est dû à sa capacité à chercher et guider un lectorat oublié de tous, à adapter son offre aux sensibilités de son public tout en créant un lieu d'échanges pour nombre d'acteurs de la scène culturelle du XX^{e} siècle.

Bibliographie

Sources

Auteur inconnu (1956), « Les guildes heureuses ont une histoire », *Bulletin de la Guilde du Livre*, No 3, Lausanne, p. 91.

Fonds de la Guilde du Livre, Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne, Lausanne.

Mermoud, Albert (1936), « Ce qu'est la guilde du livre », *Bulletin de la Guilde du Livre*, No 1, Lausanne, p. 4.

Ouvrages et articles

Letourneux, Matthieu (2021), « *Best-seller*, consommation et idéologie », *in* Bessard-Banquy, Olivier ; Ducas, Sylvie ; Gefen, Alexandre (dir.), *Best-sellers. L'industrie du succès*, Armand Colin, Paris.

Pittier, Jacques-Michel ; Zahnd, René (1987), *Albert Mermoud et la Guilde du Livre, une histoire d'amour*, Slatkine, Genève, 1987.

Scibiorska, Marcela (à paraître), « Des "livres de photographies grand public" : les stratégies éditoriales derrière les portraits de pays dans la Guilde du Livre », *in* Lécole-Solnychkine, Sophie ; Martens, David ; Montier, Jean-Pierre (dir.), *Portraits de pays. Textes, images, sons.*

Published in : GLINOER, Anthony (dir.), *Les maisons d'édition francophones au prisme de leurs archives*, Editions des archives contemporaines, ISBN : 9782813004130, doi : 10.17184/eac.9782813004130