

# Les temps des « beautiful readers »

Non seulement le livre n'est pas mort,  
mais il est tendance : les créateurs de mode  
s'en inspirent, les people s'improvisent  
prescripteurs, et la Toile en raffole.

TEXTE ET PROPOS RECUEILLIS PAR REBECCA BENHAMOU

Et si les nouveaux amoureux des mots n'étaient pas là où on les attendait? Et si le gotha d'Hollywood et du luxe était en passe de devenir un porte-drapeau de la lecture? Depuis quelques années, de grandes maisons chassent sur les terres du livre. Fort d'un catalogue de 30 destinations, le célèbre *City Guide* des éditions Louis Vuitton fête cette année ses 20 ans, et *Fashion Eye*, une collection d'albums photographiques, vient tout juste de s'enrichir de 5 nouveaux titres. Le malletier, qui a ouvert une librairie éphémère dans le cadre de la foire internationale Paris Photo, du 8 au 11 novembre, publie aussi des classiques de la littérature de voyage. Comme le disait l'écrivain italien Italo Calvino : « Un classique est un livre qui n'a jamais fini de dire ce qu'il a à dire. » Preuve en est, au défilé automne-hiver de Loewe, la griffe espagnole a réédité six classiques, de Gustave Flaubert à Oscar Wilde, juste à temps pour la rentrée littéraire. Et ce n'est pas tout : après l'ouverture de son premier concept store-librairie, Book-

marc, à New York, en 2010, le designer Marc Jacobs s'est aussi improvisé libraire à Paris, Londres et Tokyo. Le créateur Manolo Blahnik, quant à lui, répète à qui veut l'entendre que John Sandoe, à Londres, est la « meilleure librairie du monde ». « Tel un objet de décoration, une œuvre d'art, ou un souvenir rapporté d'une contrée lointaine, le livre pare nos intérieurs avec style, et on lui donne de plus en plus une place de choix, analyse Audrey Kabla, auteure et fondatrice de l'agence Epykomène. C'est l'une des raisons pour lesquelles les griffes saisissent son potentiel pour mieux se raconter. Malgré la puissance du digital, les lettres offriront toujours un sentiment de légitimité, de noblesse, et d'alliance à un patrimoine culturel de prestige. » Les stars ne font pas exception à ce phénomène, et à Hollywood, les « beautiful readers » sont légion. Chacun y va de son club de lecture sur la Toile. Oprah Winfrey, Reese Witherspoon, Florence Welch, ou encore Emma Watson, qui n'a pas hésité à cacher des livres dans le métro

parisien pour le compte des @Bookfairies, des passionnés de lecture dont la page Instagram frôle les 90 000 abonnés. Et quid de [Blinddatewithabook.com](#)? Pour conquérir de nouveaux lecteurs, une librairie australienne s'est mise à vendre des livres joliment emballés dans du papier kraft, en dissimulant le nom de l'auteur et le titre, et en y ajoutant quelques mots-clés pour attiser la curiosité. Résultat, la presse adore et la Toile encore plus. Prisé par les influenceurs en quête de mises en scène raffinées, le livre est donc devenu cool. Et nombre d'auteurs jouent volontiers la carte du style. Parmi eux, il y a notamment Zadie Smith, Fatima Bhutto ou encore Chimamanda Ngozi Adichie, qui n'est autre que l'auteure préférée de Beyoncé. Et pour ceux qui en doutaient, la lecture est aussi un atout de charme. Avec plus de 1 million d'abonnés, le compte Instagram @HotDudesReading, un collectif de 13 blogueurs new-yorkais, a trouvé le « Graal » : « des types séduisants qui lisent! », claquent-ils. On ne risque pas de les contredire...

« Les livres nous font sortir de notre bulle.  
J'aime le sentiment d'évasion qu'ils procurent. »



## LILY COLE

*Mannequin, actrice, réalisatrice et libraire*

*Voilà quatre ans que vous êtes propriétaire de la librairie Claire de Rouen, à Londres. Que représente-t-elle à vos yeux ?*

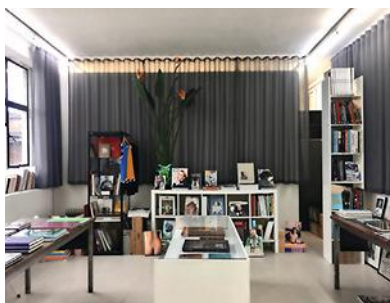
C'est un lieu que j'affectionne particulièrement. Il est situé dans le quartier de Soho et abrite une collection de livres insoupçonnable. Mon amie Lucy Moore, avec qui je travaille, en est la curatrice, depuis le décès de Claire de Rouen. Chaque fois que j'entre dans la librairie (*photo*), je trouve une nouvelle pépite. Les livres nous font sortir de notre bulle, nous font apprendre, et j'aime le sentiment d'évasion qu'ils me procurent.

*Parmi vos récentes lectures, quel est le livre qui vous a le plus marquée ?*

*Une chambre à soi*, de Virginia Woolf. L'auteure utilise une langue très poétique et imagée pour aborder des questions profondes et politiques, de façon complexe et nuancée.

*A l'occasion du bicentenaire de la mort d'Emily Brontë, vous avez réalisé un court-métrage\*, inspiré du roman Les Hauts de Hurlevent...*

J'ai lu ce livre pour la première fois à l'école, et j'ai toujours autant de plaisir à m'y replonger. Ma relation avec les personnages et les grands thèmes abordés dans ce livre a changé. J'y découvre un monde aussi bigarré que réaliste, et de nouvelles densités, auxquelles je n'avais pas prêté attention auparavant. Réaliser un film inspiré d'un classique était donc un véritable challenge. J'avais déjà signé deux documentaires, mais la fiction, c'est un tout autre exercice. Il faut construire méticuleusement une histoire et la mettre en valeur en collaborant avec une équipe de créatifs (musique, lumière, décors...) et d'acteurs. C'est une forme d'artisanat. ▀



Claire de Rouen, 4 Herald Street, Londres.



## AUDREY SIOURD

*Photographe et cofondatrice de la maison d'édition musicale Volume sonore*

▸ *Votre série Instagram « Les Liseuses » expose des femmes lisant dans le métro. Quel est votre rapport à la lecture ?*

Il s'agit d'un moment privilégié que l'on s'offre, une parenthèse dans laquelle le temps est suspendu et qui permet de se transporter ailleurs, de voyager. Elle confère le pouvoir de s'isoler et de s'évader, même dans l'urgence et le brouhaha des transports. C'est un sujet qui parle à tout le monde, car il est ancré dans le quotidien.

*Parlez-nous de Volume sonore, que vous avez lancée avec le producteur Ali Mesbahi.*

Cette maison a pour vocation, entre autres, de mener à bien des projets qui conjuguent musique, art et littérature. Début 2019, nous sortirons un album composé de 12 lectures, lues à voix haute par des personnalités (Augustin Trapenard, Olivia de Lamberterie, Tobie Nathan, Molecule, *photo ci-contre...*), et mises en musique. Cet album a pour ambition de créer des concentrés de plaisir : chaque texte correspond à un univers sonore et musical bien précis (pop, électro, scratch, country...). Aujourd'hui, les pratiques de lecture se diversifient et poussent les mots « hors du livre » : au théâtre, dans la rue, en public, dans les musées... La lecture, ça se vit !

*Pour attirer de nouveaux lecteurs, faut-il rendre l'expérience de lecture plus « sensorielle » ?*

Pourquoi pas ? Il faut décloisonner la littérature, développer de nouvelles pratiques. Le livre n'est pas figé : c'est une matière bien vivante que l'on peut adapter, lire, écouter, mais aussi goûter, sentir et discuter.

[www.instagram.com/adureysiourd](http://www.instagram.com/adureysiourd)

« Aujourd'hui, les pratiques se diversifient et poussent les mots "hors du livre" : au théâtre, dans la rue, en public, dans les musées... »



« L'alliance entre style et littérature, mode et culture est notre credo.  
L'élégance à la française passe aussi par les mots. »



## CHRYSOLINE DE GASTINES

*Directrice artistique  
et cofondatrice de Balzac Paris*

***Votre marque de prêt-à-porter a pris le nom d'un illustre écrivain français. Pourquoi?***

Peu avant de lancer notre griffe en 2011, nous avons lu le *Traité de la vie élégante*, un essai d'Honoré de Balzac publié en 1830 dans la revue *La Mode*, et ce fut une révélation! Nous avons eu le sentiment de trouver notre credo : l'alliance entre style et littérature, entre mode et culture. L'élégance à la française passe aussi par les mots.

***A ce jour, vous avez près de 160 000 abonnés sur Instagram. Dans quelle mesure la littérature infuse-t-elle votre ligne de vêtements?***

Nous avons choisi, par exemple, de mettre en lumière sur nos sweats les noms de trois couples d'auteurs qui nous tiennent à cœur : Alfred de Musset et George Sand, Jean-Paul Sartre et Simone de Beauvoir, Honoré de Balzac et Frances-Sarah Guidoboni-Visconti. Nous proposons aussi des questionnaires mi-amoureux mi-littéraire pour savoir quel couple vous correspond le mieux. C'est en attisant la curiosité pour de grands auteurs, via la mode, qu'on peut encourager les gens à relire les classiques.

***Quid du volet événementiel de Balzac Paris?***

Plus que du prêt-à-porter, nous aspirons à créer un art de vivre, une manière de penser. Ces derniers mois, nous

avons organisé un atelier d'écriture avec l'auteure Fanny Augier (*photo en haut*), et un club de lecture, en partenariat avec le site The Archivists. Notre prochain rendez-vous? L'ouverture de notre maison de famille, à Paris, dans le quartier du Marais, du 4 au 9 décembre, où nous mettrons une bibliothèque à la disposition du clan Balzac Paris – l'objectif étant que chacun apporte un livre de son choix, et reparte avec l'un de nos ouvrages, tout en débattant de ses préférences de lecture dans notre salon de thé, ouvert pour l'occasion. La preuve qu'on peut être amoureux des belles lettres tout en aimant les belles choses! ▀

Balzac Paris, 47, rue Raynouard, Paris (XVI<sup>e</sup>).

« Les livres sont un tremplin idéal pour parler de food, de cinéma, de culture. »



## SEB EMINA

Rédacteur en chef de The Happy Reader

► *Lancer un magazine (papier) littéraire en 2018, c'est un sacré challenge!*

En effet, nous avons fait le pari de lancer des réflexions profondes sur la lecture, tout en décomplexant le rapport aux livres et en apportant une touche de légèreté. Nous voulions prouver qu'il était possible de conjuguer un contenu de qualité, des plumes aguerries, et un design très moderne et tendance. Né à Londres de la collaboration entre le groupe Penguin et l'équipe éditoriale de *Fantastic Man*, *THR* s'inspire de la littérature mais ne lui est pas exclusivement consacré. Les livres sont un tremplin idéal pour parler aussi de food, de cinéma, de culture...

*Chaque numéro comporte deux parties. La première met en lumière une célébrité. L'autre, un grand classique de la littérature...*

Notre but était de publier un long entretien avec une personnalité issue du monde des arts et de la culture, qui soit, bien entendu, un lecteur assidu. Kristin Scott Thomas, Ethan Hawke, Aziz Ansari... Chacun nourrit le débat d'une façon singulière et surprenante, et tous partagent cette passion pour les mots. Quant au classique, nous le considérons comme une porte d'entrée vers d'autres sujets de société, en résonance avec le monde contemporain. Finalement, ce magazine n'est rien d'autre

qu'un joyeux club de lecture! C'est un travail sérieux, que l'on fait sans se prendre au sérieux.

*Vous faites aussi le pari du magazine papier. Pourquoi?*

Le numérique apportera un contenu supplémentaire, mais il ne supplantera pas le papier. Le tout-digital, je n'y crois pas. Pour réenchanter l'« objet livre », il faut le célébrer. Et pourquoi ne pas en faire aussi un bel objet? Lire ne doit pas être un devoir, mais un plaisir! Ceux qui ont compris la différence sont tous de grands lecteurs.

[www.thehappyreader.com](http://www.thehappyreader.com)

# MARIE-PACIFIQUE ZELTNER & VALENTINE SPINELLI

*Cofondatrices du site The Archivists*

*Vous êtes agent et scout littéraire le jour, photographe et blogueuse la nuit?*

En quelque sorte! Nous travaillons toutes les deux dans le monde de l'édition et, passionnées de déco, nous cherchions une façon d'aborder le livre autrement. Nous avons pris la bibliothèque comme point de départ, car il y a un effet miroir entre le lecteur et son « chez soi ». Bien plus qu'un simple meuble, elle est le témoin muet des événements de la vie, des déménagements, des ruptures amoureuses...

*Pourquoi avoir mêlé décoration d'intérieur et littérature?*

Parce qu'en entrant chez un lecteur, en découvrant son monde, en analysant ses rituels de lecture, ses fétichismes bibliophiles, on peut voir bien des choses. Une bibliothèque, ce n'est pas simplement un objet décoratif ou une technique de rangement. C'est une façon de mettre en scène les lectures qui nous ont construits et accompagnés, c'est une image de soi que l'on projette. Finalement, ça en dit long sur chacun d'entre nous.

*Pourquoi le livre est-il si tendance sur les réseaux sociaux?*

Le livre est une valeur refuge, un objet à la fois rassurant, cosy et ouvert sur le monde. Un plaisir simple, somme toute. Et Instagram est le royaume des « petits riens du quotidien ». Résultat, cette esthétique douillette s'y prête assez bien. C'est aussi un signe fort de distinction, un marqueur d'intériorité, d'identité, de profondeur et de densité personnelle. Un lecteur, ça dénote. Le livre rend donc sympathique... mais aussi beau et intelligent! ▀

[www.thearchivistsblog.com](http://www.thearchivistsblog.com)



« Une bibliothèque n'est pas un simple objet décoratif ; elle en dit long sur chacun d'entre nous. »