

Un inconnu qui cartonne



Stephen Vizinczey
à la fin des années 1970.

Personne ne voulait du manuscrit de Stephen Vizinczey. Trente ans et trois millions d'exemplaires plus tard, *Eloge des femmes mûres* est un roman culte dans le monde entier. Raisons d'un succès

C'est sans doute la plus incroyable aventure éditoriale de ces dernières années : un roman refusé par tous les éditeurs, publié à compte d'auteur par un jeune homme convaincu qu'il est un grand écrivain... et qui se vend à 3 millions d'exemplaires dans le monde en trente ans ! L'histoire de ce livre au titre aguicheur, *Eloge des femmes mûres*, tient de l'épopée homérique. Avec son héros (Stephen Vizinczey, révolutionnaire exilé, incompris et mécomu pendant plus d'une génération), son sujet (les femmes les plus expérimentées sont les amantes les plus

voluptueuses mais nous feront souffrir cent fois plus que les jeunes délurées) et son incroyable dénouement (après une débâcle cuisante, le triomphe, partout dans le monde).

En France, *Eloge des femmes mûres* tient le haut du pavé depuis maintenant dix-huit mois : il n'a pratiquement jamais quitté les listes de meilleures ventes de livres, compte 18 réimpressions et totalise 120 000 exemplaires vendus. Et tout cela sans le secours de la presse (trois articles en tout et pour tout, et une brève mention de Bernard Pivot à la fin d'une de ses dernières émissions. Cet « oubli » de la part des critiques littéraires fait sou-

rire Samuel Brussel, l'homme qui découvrit Vizinczey : « Quand j'ai apporté le livre aux éditions du Rocher, je suis arrivé avec une brochette : elle contenait les articles publiés dans le monde entier sur *Eloge des femmes mûres*. » Il est vrai que, à l'époque, la critique française est unanimement occupée à faire l'éloge d'une autre femme mûre : une certaine Catherine M.

Comment expliquer ce surprenant succès de librairie ? Samuel Brussel se souvient : « J'ai découvert ce bouquin à minuit moins le quart, à Londres, dans une librairie de Charing Cross, alors que j'attendais mon train. Je ne connaissais pas Vizinczey, mais

j'ai été attiré par le titre. » Une attitude qui anticipe parfaitement celle du public. Car la presse a beau boudier, les lecteurs s'emparent du livre et assurent immédiatement son succès : « Il y a d'abord eu un achat d'impulsion, raconte aujourd'hui Jean-Paul Bertrand, PDG des éditions du Rocher. Intrigués par le titre, les gens ont cru qu'il s'agissait d'un roman érotique. » Le bon vieux ressort du voyeurisme, donc. Et non seulement ça marche, mais les lecteurs sont conquis : le livre déploie, sous forme romanesque, les souvenirs sentimentaux d'un vieux prof de philo qui, du temps de sa jeunesse, n'envisageait la passion amoureuse et les acrobaties intimes qu'avec des femmes d'un certain âge. Un récit amusant, un style sobre mais irréprochable, un propos anticonformiste et profond : il n'en fallait pas davantage pour qu'*Eloge des femmes mûres* devienne un classique de la littérature érotique. Contre toute attente. « En lisant le livre, dans sa version anglaise, j'ai pensé que nous pourrions peut-être en écouler 10 000 exemplaires », sourit Samuel Brussel. « Notre diffuseur, le CDE, n'y croyait pas du tout, déplore Jean-Paul Bertrand, le patron. Je comptais sur une mise en place de 6 000 exemplaires, le CDE n'en a accepté que 2 000. » Mais, après l'achat d'impulsion, vient le bouche-à-oreille. Les lecteurs recommandent le livre... quand ils ne l'utilisent pas tout simplement comme un objet de séduction : « Le plus souvent, ce sont les femmes qui l'achètent, parfois en plusieurs exemplaires », dit-on à la Fnac des Ternes, à Paris. « Une de nos clientes en a acheté dix, un par mois pendant près d'un an, elle disait les offrir à ses jeunes amants », raconte-t-on au Furet du Nord.

La suite est affaire de subtil dosage publicitaire. Avant les vacances de l'été 2001, les ventes plafonnent à 20 000 exemplaires. C'est déjà un beau succès. Mais Jean-Paul Bertrand veut croire que la carrière du livre n'est pas terminée. Il imagine alors une campagne de publicité discrète mais d'une efficacité redoutable. « Plutôt qu'une campagne classique, j'ai préféré acheter 300 millimètres à la Une du *Monde* cinq fois de suite, puis, sous forme de rappel, une fois par mois », explique-t-il. Le compteur grimpe : 35 000 exemplaires en octobre. « A cette époque, je n'avais plus les moyens de faire une publicité traditionnelle, j'ai donc acheté des petits carrés, moins chers, toujours dans *Le Monde*. » Sur la publicité, on peut voir la reproduction de la jaquette et ce bandeau : « 3 millions de lecteurs dans le monde ». Coût total de l'opération : 65 000 euros, soit un quart du budget annuel des éditions du Rocher. Dans cette maison de taille modeste, c'est du jamais-vu. « La publicité ne sert pas à lancer un livre, conclut Jean-Paul Bertrand, mais à accompagner un succès : mieux vaut communiquer sur un livre qui se vend déjà plutôt que sur des titres qui ne décollent pas. » L'investissement reste pourtant des plus rentables. Car les éditions du Rocher viennent de vendre les droits d'*Eloge des femmes mûres* à deux collections de poche – fait exceptionnel – et pour un montant que l'on dit faramineux mais que les parties entendent bien garder secret.

Le secret, justement, fait partie de la vie quotidienne de l'auteur, ce Stephen Vizinczey qui refuse la plupart des interviews (lorsqu'il ne les an-

nule pas au dernier moment), méprise les critiques (« des tâcherons paresseux qui n'ont pas la moindre idée de ce qu'est l'art ou le travail ») et exaspère jusqu'à ses éditeurs. « Il est un peu spécial, tempère Samuel Brussel. Avec lui, il faut être zen et répondre à ses multiples demandes. » C'est d'ailleurs pour ne pas avoir eu la patience d'accepter les incessantes sautes d'humeur du gaillard que les éditions Lattès passèrent à côté de la mine d'or voilà une quinzaine d'années : à l'époque, Lattès découvre le livre en anglais, le fait traduire, signe un contrat... qu'il renvoie à la figure de cet auteur trop exi-

geant. Même scénario en Italie, où, après avoir envisagé la publication, on préfère renoncer, abandonnant Vizinczey à sa misanthropie. « Il faut dire que Stephen veut avoir le contrôle sur tout : jaquette, couverture, police de caractères, publicité... et il téléphone trois fois par jour tous les jours », raconte Brussel, qui ajoute, sincèrement ravi : « A part ça, il est adorable. Cette attitude est un signe de défiance : il s'est fait rouler sur les droits de son livre lorsqu'il est paru pour la première fois et, depuis, il fait attention. » La première fois ? C'était en 1965, au Canada. Stephen Vizinczey avait 32 ans et sortait d'une longue dépression. Il avait débarqué de Hongrie quelques années plus tôt, avec 50 mots d'anglais à son vocabulaire et plus de souvenirs que de rêves. Les souvenirs de l'insurrection de 1956, à Budapest, noyée dans le sang par les chars soviétiques. Il était alors l'élève du philosophe marxiste Georg Lukacs et se destinait à la poésie. L'écriture d'*Eloge...* lui a sans doute sauvé la vie, même si aucun éditeur n'accepta le manuscrit et qu'il dut dilapider ses maigres économies pour en faire un livre. Bide total. Jusqu'à ce qu'il envoie l'objet aux deux écrivains qu'il admirait le plus, Anthony Burgess et Graham Greene. Greene, enthousiaste, fit publier le livre chez un grand éditeur anglais. Ce fut le début d'une carrière fulgurante. Stephen Vizinczey, sur le fond et sur la forme, est ainsi la preuve absolue qu'on peut désespérer de tout sauf de la littérature. ● François Busnel

Eloge des femmes mûres, par Stephen Vizinczey, Anatolia/Ed. du Rocher, 250 p., 19,06 €.

A lire également du même auteur : *Vérités et mensonges en littérature* (Anatolia/Ed. du Rocher).



« Intrigués par le titre, les gens ont cru qu'il s'agissait d'un roman érotique »