

STYLE

Reliure

Beau comme un bouquin

Couverture métallique, format hors normes, pages accordéon, on en passe et des plus surprenants. On les appelle les livres-objets. Le but ? Surprendre le lecteur pour mieux le séduire. Des géants de l'édition comme Taschen et Phaidon redoublent d'imagination pour concevoir de petits bijoux. Attention, pièces de collection...



CHAMPION TOUTES
CATÉGORIES POUR
L'INSTANT
«Sumo», un livre
de 30 kg édité par
Taschen et vendu
avec son lutrin
métallique conçu
par Philippe
Starck.

«La clientèle branchée est friande de livres-objets, même si le concept n'est pas nouveau.»

«C e n'est pas un livre, c'est un monument de papier. Le plus mégalomane de tous les temps, le plus grand, le plus costaud.» Dixit l'hebdomadaire *Der Spiegel* à propos de *Goat* (Greatest of All Time), l'album consacré au champion de boxe Mohammed Ali et publié ce printemps par l'Allemand Taschen.

Il est vrai que cet ouvrage «poids lourd» a de quoi faire parler de lui. Avec ses 800 pages, ses 3.000 photographies, un poids de 34 kilos, une édition limitée à 1.000 exemplaires et contenant une œuvre d'art du plasticien star Jeff Koons, le tout pour un prix de vente de € 7.500, voilà une entreprise qui sort de l'ordinaire ! La souscription, lancée en octobre dernier, semble remplir toutes les attentes de l'éditeur germanique qui a déjà engrangé, dit-on, plusieurs centaines de commandes.

Produits de luxe

A 44 ans, Benedikt Taschen, qui a fait fortune en démocratisant il y a 20 ans le secteur du livre d'art, est un habitué de ce que l'on appelle les livres-objets, cette frange étroite de l'édition haut de gamme qui parie sur une présentation atypique des ouvrages. Il y a cinq ans, le même Taschen avait fait grand bruit avec la sortie de *Sumo*, une monographie sur le photographe Helmut Newton. Tant par sa taille (70 cm x 50 cm) que par sa masse (30 kilos), le bien nommé n'était pas passé inaperçu. Cerise sur le gâteau marketing, compte tenu de son poids, *Sumo* était livré avec son lutrin en métal poli spécialement conçu pour l'occasion par le designer Philippe Starck.

Bien qu' uniques dans leur genre, ces ouvrages XXL ne sont pas les seuls livres-objets proposés par Taschen. Dans son catalogue fleurissent d'autres références du même acabit. Un ouvrage sur l'artiste Giger est livré avec un hologramme d'un mètre de haut, un autre sur le photographe érotico-fétichiste Eric Kroll est présenté dans un coffret noir avec un accessoire en caoutchouc, celui sur l'architecte Richard Meier inclut des tirages photographiques originaux. Leurs prix varient de € 750 à € 2.500. Hormis leur côté onéreux, tous ces livres, proposés en tirages limités, ont en commun d'être considérés comme de véritables pièces de collection.

D'autres titres de la maison, à moins de € 200, surfent sur cette mode d'ouvrages personnalisés à l'extrême. Editeur à succès, Taschen entend se démarquer de la concurrence par la production ponctuelle d'ouvrages singuliers, fonctionnant comme des produits de luxe et d'appel. Ici, pas question de miser sur des bénéfices mirifiques, mais plutôt de se positionner comme un éditeur inventif et qualitatif.

Pour Richard Schlagman, PDG providentiel de l'anglais Phaidon, 1^{er} éditeur au monde de livres d'art, la mise en page est l'une des clefs essentielles de la réussite d'un livre, au même titre qu'un prix de vente attractif. Loin d'être le seul souci des directeurs artistiques, la maquette selon Schlagman est un argument de séduction décisif. Joignant le geste à la paro-