

## Guillaume Musso, Marc Lévy : les secrets du carton en librairie

Parus à une semaine d'intervalle, les romans de Guillaume Musso et de Marc Lévy caracolent en tête des ventes avec des chiffres vertigineux. "7 Ans après" devance "Si c'était à refaire" dans le top des ventes, mais tous deux sont les symboles d'une nouvelle littérature française "à l'américaine".

Avec Laurence Demurger

### **Atlantico : A chaque sortie, les romans de Marc Lévy et Guillaume Musso affolent les chiffres de l'édition. Quel est selon vous le secret des deux Français, qui captivent les lecteurs de page en page ?**

**Laurence Demurger :** A l'origine, Marc Lévy a été lancé avec un gros coup marketing. Son premier roman a été présenté en précisant que Steven Spielberg en avait acheté les droits...

### **On a aussi parlé de « page turning »... A quoi cela correspond-il ?**

C'est l'art de mener le récit. C'est un talent bien américain. Il s'agit de commencer l'histoire rapidement. Cette rapidité donne envie de savoir la suite et de lire le roman de bout en bout. **On rentre immédiatement dans l'histoire, sans frein stylistique, et ensuite on suit les personnages qui font rêver les lecteurs** et auxquels ils peuvent facilement s'identifier. Il ne s'agit pas de héros ordinaires pris par des problèmes de chômage, d'alcool ou d'approche de la trentaine.

Je ne crois pas qu'il ait de modèle ou de théoricien, mais il me semble qu'il existe des cours d'écriture dans les facultés de lettres aux Etats-Unis.

Je ne pense pas que Guillaume Musso ou Marc Lévy utilisent ce procédé – ou alors c'est inconscient - et que ce qu'ils écrivent réponde à un impératif marketing. Marc Lévy ne se dit pas qu'il y a une recette pour faire un livre qui se vende. En revanche, ils s'illustrent tous deux dans un type de roman qui crée l'adhésion des lecteurs, car ils leur promettent une histoire. Et ils le font avec un talent certain, manifestement, puisqu'ils sont suivis et que les lecteurs sont pris... **Ce n'est pas forcément un art du rebondissement, c'est l'art de raconter.**

### **Quelle est justement cette « promesse d'histoire » ?**

Le lecteur veut voyager. Il attend une histoire qui le transporte hors de son quotidien. Au moment où ils ont commencé, c'était totalement à rebrousse-poil de ce que faisaient d'autres auteurs français. **Au lieu de faire des romans portés sur l'introspection, qui se regardent le nombril, ils ont une approche un peu plus « américaine ».** Pour eux, il s'agit de tenir une promesse de plaisir ; de faire partager un moment d'évasion, une parenthèse dans un quotidien qui n'est pas toujours très drôle...

**Dans leur approche, l'histoire, la façon de la mener et l'imagination priment sur la recherche littéraire.** C'est cela qui plaît au plus grand nombre, car c'est le gage d'une lecture assez facile avec la promesse d'une « petite aération ».

### **Peut-on, pour autant, résumer ce style à une écriture journalistique avec un lexique de 500 mots ?**

Non, je n'irais pas jusque-là. C'est une écriture plutôt fluide dans laquelle on ne butte pas sur les phrases en se demandant ce que l'auteur a voulu dire ! C'est clair. Je ne dis pas que c'est « sujet-verbe-complément » avec un langage appauvri, mais en tout cas, ce ne sont pas des stylistes. Et ils se revendiquent d'ailleurs comme tels.

### **Au-delà d'un phénoménal succès marketing, pensez-vous que ces écrivains à succès aient modifié le roman français ou qu'ils créent une école ? Entreront-ils dans le Lagarde et Michard ?**

Je n'en suis pas sûre. Les modes changent. Je ne crois pas qu'ils feront « école » au sens collectif du terme. Mais ils sont, cependant, suivis par certains auteurs qui essaient d'écrire dans la même veine, comme Thierry Cohen, par exemple, sans connaître le même succès.

*Propos recueillis par Antoine de Tournemire*