



Support pédagogique de découverte de l'exposition et pistes de prolongement en classe

En quelques mots

Les *Voyages extraordinaires* de Jules Verne sont immanquablement associés aux grands livres rouges à la reliure cartonnée des éditions Hetzel. Des ouvrages prestigieux, qui sont en fait l'ultime étape d'une stratégie éditoriale complexe, à laquelle Jules Verne doit en partie son succès.

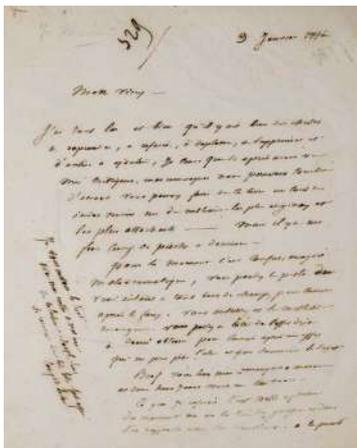
Les grandes lignes de l'exposition

Présentation de la Maison des éditions Hetzel

Pierre-Jules Hetzel (1814-1886) est attaché aux idées républicaines et aux valeurs humanistes de l'éducation pour tous. C'est pourquoi sa maison d'édition se consacre à la jeunesse. Il s'entoure des meilleurs auteurs, illustrateurs, graveurs et imprimeurs : cet ensemble de collaborateurs forme « l'écurie Hetzel ».

Avec Jean Macé, militant de l'enseignement, il lance en 1864 la revue *Le Magasin d'éducation et de récréation* où paraissent des histoires en feuilletons. C'est dans cette revue que sont publiés les récits de Jules Verne, regroupés sous le titre des *Voyages extraordinaires*.

L'écrivain et l'éditeur entretiennent une relation complexe. Hetzel intervient régulièrement dans le travail d'écriture, comme l'attestent ses « colères au crayon » portées dans la marge des manuscrits.



Lettre de Pierre-Jules Hetzel adressée à Jules Verne

datée du 9 janvier 1877

© Collection de la Bibliothèque centrale Louis Aragon

« Mon vieux, J'ai tout lu et bien qu'il y ait bien des choses à reprendre, à supprimer, à refaire, à déplacer, à supprimer et d'autres à ajouter, je crois que si après avoir vu mes critiques, mes remarques, nous pouvons tomber d'accord, vous pouvez faire de ce livre, *Un coin des Indes noires*, un de vos livres les plus originaux et les plus attachants. Mais il y a un fier coup de pioche à donner. »



Portrait photographique de Pierre-Jules Hetzel dédié à Jules Verne
vers 1870

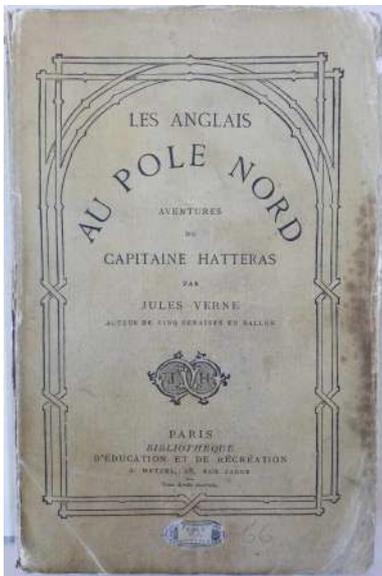
« à mon cher et bon ami Verne »

Une œuvre, plusieurs formats, différentes étapes : la stratégie éditoriale

Au XIX^e siècle, la pratique de la lecture s'intensifie et les publics se diversifient. La stratégie éditoriale d'Hetzel est adaptée à ces nouveaux usages, et la diffusion des *Voyages extraordinaires* se fait en plusieurs étapes :

- d'abord la publication en feuilleton, notamment dans le *Magasin d'éducation et de récréation*
- puis la publication intégrale dans une version au format « livre de poche » sans illustration
- enfin l'édition en grand format avec une reliure cartonnée, décorée et dorée, et des pages illustrées.

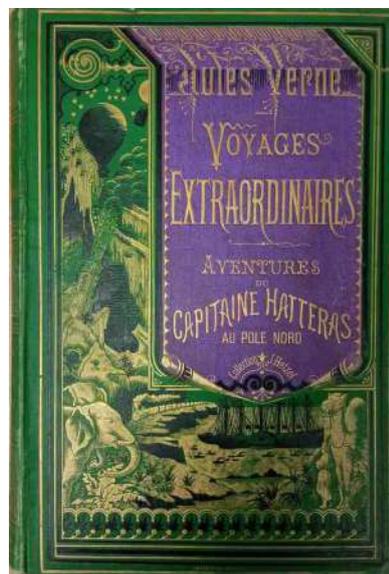
Après la conquête du lectorat français, Hetzel se consacre ensuite au marché international.



Jules Verne
Aventures du capitaine Hatteras
Éditions Hetzel, Paris, 1866

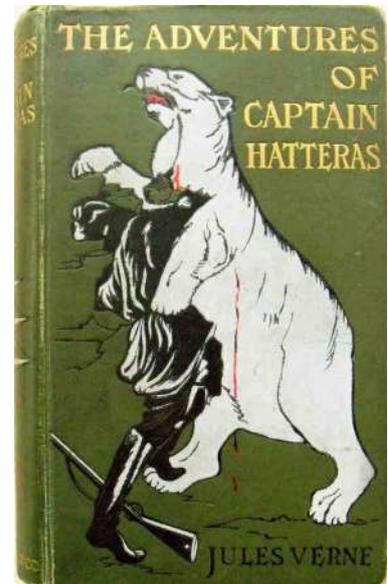
Publication en livre de poche bon marché, broché et sans illustration
Un volume accessible aux familles de classe moyenne et destiné à l'usage courant.

Prix de vente : 3 francs



Jules Verne
Voyages et aventures du capitaine Hatteras
Cartonnage « à la bannière »
Éditions Hetzel, Paris, 1875-1878

Publication en édition de luxe grand format relié, avec cartonnage richement décoré et pages illustrées. Un objet de valeur qui cible la clientèle bourgeoise et aristocratique, offert aux enfants comme cadeau d'Étrennes ou de prix scolaire
Prix de vente : 10 francs



Jules Verne
The Adventures of Captain Hatteras
Ward Lock & Co, Londres, vers 1895

Publication en langue étrangère.
Des romans traduits en anglais, allemand, italien, espagnol, portugais, russe, néerlandais, grec, hongrois, arabe, persan, suédois, tchèque, pour rayonner à l'international

Les grands formats illustrés : le livre comme objet de valeur

Les éditions en grand format sont des objets d'apparat, destinés davantage à être vus qu'à être lus. Le papier est de grande qualité et la reliure richement décorée.

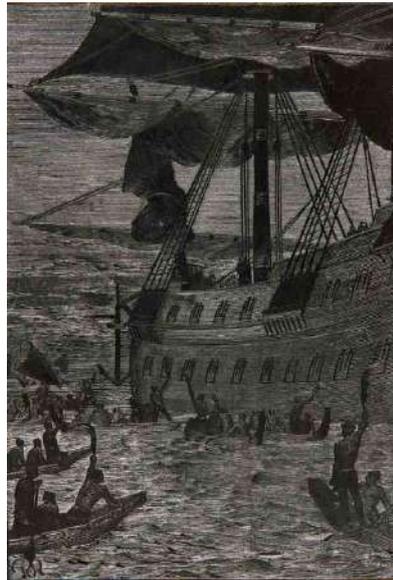
Les nombreuses illustrations leur apportent une grande valeur artistique. Leur processus de création est très maîtrisé :

- le dessinateur réalise les illustrations à partir du texte et d'informations complémentaires (fournies par Hetzel)
- le graveur transfère ces dessins sur des matrices en bois
- l'imprimeur les met sous presse au même moment que le texte

Pour l'ensemble des *Voyages extraordinaires*, sont ainsi créées environ 4 500 images.



Jules Verne
Robur-le-Conquérant
Dessin original de Léon Benett pour
l'illustration du frontispice
1886



Jules Verne
Histoire des grands voyages et des grands voyageurs
Matrice de bois gravé
Vers 1879



Jules Verne
Histoire des grands voyages et des grands voyageurs
Volume illustré
Éditions Hetzel, Paris, 1879

Le système promotionnel des affiches d'Étrennes

Hetzel profite des fêtes de fin d'année pour lancer de nouvelles publications. C'est un événement commercial important, annoncé par des affiches promotionnelles diffusées en grand nombre dans les librairies : les affiches d'Étrennes.

Richement illustrées, ces affiches sont un véritable catalogue des titres disponibles à la vente. En tant qu'auteur phare de la maison d'éditions, Jules Verne y occupe souvent une place de choix, car Hetzel mise sur son succès et sa notoriété.



Léon Benett
Dessin préparatoire de l'affiche pour les
Étrennes de 1882 des éditions Hetzel
Vers 1881



Léon Benett
Affiche pour les Étrennes de 1882 des éditions
Hetzel
Imprimerie Amand, Amsterdam, 1881



Globe terrestre promotionnel
Librairie Girard et Boitte, Paris
Vers 1886

La maison d'éditions Hetzel lance en 1886 une opération promotionnelle : tout acheteur des trois tomes de *Histoire des grands voyages et des grands voyageurs* de Jules Verne, reçoit en cadeau un globe terrestre.

[>> Télécharger les visuels](#)

Pistes d'exploitation pédagogique

1/ Illustration originale de *Robur-le-Conquérant*

> Demander aux élèves de buller cette image en imaginant les paroles des personnages.

2/ Affiches de Léon Benett

A l'oral :

> Demander aux élèves de définir les termes « *éducation et récréation* ». Pourquoi, selon vous, ces deux mots ont-ils été mis ensemble ?

> Comparer l'affiche avec et sans texte. Quel(s) effets cela produit-il ? Pourquoi ?
Selon vous la 2ème version (avec le texte) est-elle efficace ?

(*Évoquer les différences entre les techniques publicitaires de la fin du XIX^e siècle et celles d'aujourd'hui*)

3/ Globe promotionnel :

A l'oral :

- > Pourquoi cet objet a-t-il été créé ?
- > Pourquoi les publicitaires ont-ils choisi cet objet précisément ?
- > Cette technique publicitaire est-elle encore utilisée aujourd'hui ? Comment ces objets sont-ils nommés ? (*goodies/objets publicitaires*).

Prolongements en classe

- > Imaginez un autre objet promotionnel qui pourrait donner envie aux gens d'acheter ou d'offrir les livres de Jules Verne. Vous devez le décrire, créer un schéma et le légender.
(Travail qui peut être fait en lien avec le professeur d'arts plastiques, de technologie et/ou le professeur documentaliste)
- > En classe, imaginer une première page de couverture et une quatrième de couverture d'un des romans de Jules Verne. *(étudié en classe ou inconnu)*
- > Dans l'idée de « l'objet livre » proposé par Hetzel, créer une boîte de lecture en groupe ou de façon individuelle. *(La boîte devra rendre compte de la lecture et représenter l'univers du livre)*
- > En lien avec le cours d'arts plastiques : choisir un extrait d'un roman de Jules Verne et l'illustrer grâce à la technique de la gravure.
- > En lien avec le(s) professeur(s) documentaliste(s) : créer en groupe une affiche promotionnelle pour donner envie à vos camarades de lire un des romans de Jules Verne. Ces affiches peuvent être présentées au CDI et un concours peut être organisé pour que la meilleure affiche soit élue puis publiée sur le site de l'établissement.