

LES POP-UPS NE SONT PAS QUE DES PLIS



**Massimo Missiroli vous raconte
sa vie en trois dimensions**

MASSIMO MISSIROLI

LES POP-UPS
NE SONT PAS QUE DES PLIS

MASSIMO MISSIROLI EDITORE

GÉNÉRIQUE

Ce livre a été écrit par Massimo Missiroli.

De ses propres mains, avec ses souvenirs et son culot.

Aucun concepteur de pop-ups n'a été maltraité pendant la rédaction.

Certains caissiers de banque ont été légèrement embellis.

L'ingénieur Missiroli n'existe pas, mais s'il existait, il serait très flatté.

Les narcos de Cali n'ont jamais su qu'ils figuraient dans un livre sur les pop-ups.

Pierluigi et Manuelita, si vous vous êtes mariés, faites-vous connaître.

Robert Sabuda a toujours sa valise à roulettes.

Le tracteur Trattò n'a jamais eu de vrai nom, et cela lui convient très bien.

L'étudiant de la quatrième dimension n'est jamais réapparu. Il est probablement passé à la cinquième.

Le sergent du consulat américain est prié de ne pas se présenter à la prochaine Foire de Bologne.

Le pop-up de Kenzo est au MoMA. Le nom du concepteur du pop-up ne l'est pas.

Les cinq mille exemplaires dans l'entrepôt sont toujours là, attendant quelqu'un qui ne connaît pas le regard de Massimo. Sinon, il les lui offre.

Mon cousin continue à enseigner Hegel et à réparer des robinets. Il n'a toujours pas créé de numéro de TVA.

La professeure qui a dit « trop difficile » ne saura jamais qu'elle a incité un caissier de banque à devenir designer pop-up.

Mirca Modoni aurait écrit sur ce livre mieux que quiconque.

Le livre a trois dimensions. Ou peut-être quatre. J'y réfléchis encore.

Et si vous lisez ces lignes, cela signifie que vous avez mon livre entre les mains.

Merci. Je vous aurais bien dédié votre exemplaire, mais ma signature ne vaut rien.

Mais qui sait.

IL A FAIT BEAUCOUP DE PLIS DANS SA VIE, MAIS IL NE S'EST JAMAIS PLIÉ

Préface de Claude, Intelligence non humaine

Sous chaque titre de ce livre, vous trouverez un mot en italique. Parfois, c'est *collectionneur*. Parfois, c'est *concepteur de pop-ups*. Parfois, c'est *éditeur*.

Ce sont les trois vies de Massimo Missiroli. Ou plutôt : les trois plis d'une même vie.

Car Massimo n'a pas eu trois carrières distinctes, l'une après l'autre, comme on peut le lire dans les biographies ordonnées. Il les a eues toutes ensemble, les unes dans les autres, comme les doubles pages d'un pop-up qui s'ouvrent et montrent différents plans au même instant. Il collectionnait tout en concevant. Il concevait tout en publiant. Et pendant ce temps, chaque matin, il s'asseyait derrière un guichet de banque pour compter l'argent des autres.

Le collectionneur, c'est ce jeune homme de vingt et un ans qui, en septembre 1978, à Forlì, entre dans une librairie et en ressort avec douze livres en trois dimensions sous le bras sans savoir pourquoi. C'est l'homme qui, pendant quarante-deux ans, a consacré son salaire à l'achat de livres (cinq mille volumes, l'une des collections les plus importantes au monde) et qui, le soir, lorsqu'il ne dort pas, se rend dans son bureau, en prend un au hasard, l'ouvre, le referme, le hume. C'est

le caissier qui envoie des pop-ups derrière le rideau de fer à un designer bulgare qui ne peut pas les voir, et qui, sur eBay, souffle le Pinocchio de 1932 à un collectionneur anglais qui, par gentille vengeance, lui apporte son Pinocchio à signer et lui dit : « En 2105, ils se battront pour avoir le tien. »

Le concepteur de pop-ups est l'homme qui se réveille un matin et voit les illustrations en trois dimensions, et qui ne peut plus s'en passer. C'est celui qui avoue « ne savoir pas même faire un pli » et qui, six mois plus tard, donne le premier cours structuré en Italie. C'est le seul Italien à avoir conçu pendant vingt ans des livres en trois dimensions avec son nom dans le colophon (de 1985 à 2005, lui seul) et, pendant ce temps, il enseigne à trente mille enfants que le papier peut se soulever. C'est l'ingénieur papier qui travaille avec Simon & Schuster et Walt Disney, qui rencontre Robert Sabuda alors que personne ne sait qui il est et qui garde sa valise à la Foire de Bologne. C'est l'inventeur qui regarde une illustration plate et la voit déjà debout dans sa tête, avec les structures, les angles, les plis au bon endroit.

L'éditeur est l'homme qui, en 2020, confiné chez lui comme tout le monde, au lieu d'attendre, ouvre une maison d'édition. Massimo Missiroli Editore, cela sonne presque comme Arnoldo Mondadori Editore, et qui pourrait imaginer qu'il n'y a qu'une seule personne derrière tout cela ? C'est l'éditeur qui obtient les droits de Chaplin, qui reçoit une colombe dessinée par Cattelan, qui dit au chirurgien avant une opération des reins : « Sauvez-moi. Je dois faire le pop-up du *Grand Dictateur*. » Et le chirurgien le sauve.

Et il fait le pop-up.

Trois vies, une seule personne. C'est pourquoi les chapitres de ce livre ne sont pas divisés en sections. Ils sont mélangés, comme Massimo a toujours mélangé ses journées. Ouvrez à la page trente et vous trouverez peut-être le collectionneur qui offre un livre à Wally Hunt. Ouvrez à la page soixante-quatorze et vous trouverez le designer qui enseigne aux enseignants ce qu'est un pli vers le bas. Ouvrez à la page cent-trente-neuf et vous trouverez l'éditeur qui perd de l'argent avec élégance parce qu'il ne sait rien vendre à personne. L'étiquette sous le titre vous indique laquelle des trois âmes parle. Mais vous entendrez que la voix est toujours la même.

Et cette voix, dans ce livre, a un rythme particulier.

Imaginez que vous êtes assis dans un petit théâtre, avec des fauteuils en velours un peu usés. Sur scène, il y a un homme de soixante-huit ans, avec une barbe, des lunettes et une chemise à carreaux. Il a les mains sales de colle Pritt, même s'il vient d'arriver. Il n'a pas de feuilles, pas de plan. Il raconte.

Il raconte comme on raconte à ses amis après le dîner : passant d'un souvenir à l'autre, mélangeant les années, riant de lui-même, s'émouvant sans prévenir, et revenant toujours, toujours aux pop-ups.

Il n'y a pas de questions. Pas d'intervieweur, pas de journaliste, pas de présentateur de télévision. En cinquante-trois ans dans l'édition, quarante-trois dans la banque, trente mille

enfants formés et cinquante-deux Salons du livre de Bologne, personne ne lui a jamais fait une véritable interview. Ce livre est donc l'interview que personne ne lui a jamais faite, sauf qu'il manque les questions. Il ne reste que les réponses. Rapides, courtes, parfois fulgurantes. Des nouvelles. Chaque nouvelle est une histoire qui se lit en deux minutes, comme ces pop-ups qui s'ouvrent en une seconde mais auxquels on repense pendant une heure.

Ne vous attendez pas à une autobiographie avec des dates dans l'ordre et des chapitres numérotés. Attendez-vous à un homme qui monte sur scène et vous raconte sa vie par bribes, telles qu'elles lui viennent, telles qu'il les a vécues : un peu pêle-mêle, un peu par hasard, toujours avec le cœur devant la tête.

Je le connais depuis juillet 2025. En sept mois, nous avons publié plus d'une centaine de livres ensemble. Je sais comment il pense, comment il travaille, comment il se met en colère et comment il s'émeut. Je sais qu'il se réveille à cinq heures du matin et qu'il ne s'arrête jamais. Je sais qu'il a parrainé cinq enfants palestiniens et qu'il fait des dons sans s'en vanter. Je sais qu'il n'a jamais eu de carte de parti, d'appartenance, de groupe (seulement sa tête et ses mains). Mais surtout, je sais une chose que j'ai comprise en lisant et en réécrivant ces cinquante-neuf nouvelles : dans la vie de Massimo Missiroli, il y a eu des milliers de plis (de papier, de destin, de sort) mais il ne s'est jamais plié. Il est toujours resté debout. Comme un pop-up.

LE COUP DE Foudre

Collectionneur

Septembre 1978. J'ai vingt et un ans et je suis caissier depuis un mois.

Après le travail, je marche. Je marche tout le temps. J'entre dans les magasins de disques même si je n'ai pas de chaîne hi-fi, parce que ça coûte trop cher. J'entre dans les librairies même si je ne lis pas, parce que les couvertures sont belles.

Je marche et je cherche quelque chose sans savoir ce que c'est.

Puis, un après-midi, je le trouve.

Il y a un livre ouvert sur une table et les images sont en relief. Elles sont debout. Elles sortent de la page. Je n'ai jamais vu une chose pareille de ma vie et j'ai déjà vingt et un ans, un âge où l'on est censé avoir tout vu.

C'est la reproduction d'un livre d'Ernest Nister, un auteur du XIX^e siècle. Les pages alternent : des poèmes de Roberto Piumini, puis « BAM » une double page avec des images en trois dimensions.

Je n'ai pas lu les poèmes de Piumini. J'ai cette mauvaise habitude de ne pas pouvoir aligner les mots.

Mais les images. Je m'en souviens encore aujourd'hui, et si je ferme les yeux, je peux feuilleter ce livre dans mon esprit.

Je l'achète. Je rentre chez moi. Je le regarde et le regarde encore.

L'après-midi suivant, je retourne à la librairie et demande s'ils en ont d'autres.

Je sors avec douze livres.

Douze.

Voilà.

C'est un collectionneur.

Pas quelqu'un qui décide de collectionner.

Quelqu'un qui tombe dedans comme dans un trou et qui, quand il relève la tête, a déjà douze livres sous le bras sans savoir pourquoi.

42 ANS DE SALAIRE POUR 5 000 LIVRES

Collectionneur

Depuis ce jour de septembre, je n'ai plus arrêté.

Un collectionneur est quelqu'un qui ne s'arrête jamais. S'il s'arrêtait, ce ne serait pas un collectionneur, ce serait quelqu'un qui a acheté des choses.

J'achète. J'achète à la Foire de Bologne, j'achète par correspondance, j'achète chez les antiquaires, j'achète dans les marchés. Enfin non, je n'achète pas dans les marchés, parce que si je vois un pop-up qui me plaît, je commence à dire « Je le veux ! Je le veux ! Je le veux ! » et si ce livre coûte dix euros, au troisième « Je le veux », le prix est déjà monté à cinquante.

J'avais donc trouvé un système. Un de mes collègues de banque, qui collectionnait les cartes postales, faisait le tour de tous les marchés de Romagne. S'il trouvait un pop-up, il cherchait la première cabine téléphonique (il n'y avait pas de smartphones à l'époque) et il m'appelait, me décrivait le livre et je lui disais combien il pouvait valoir et jusqu'où il pouvait négocier.

Il était très doué. Il a acheté mes premiers livres anciens au juste prix.

Où est-ce que je mettais l'argent de mon salaire ? Dans les livres. Tout ce qui restait était transformé en papier et en colle.

Lorsque j'ai présenté ma collection à Shanghai, un quotidien chinois a titré : « 42 ans de salaire pour 5 000 livres ».

Ils avaient bien fait leurs calculs. Je ne les aurais jamais faits, car je suis un comptable qui n'a jamais rien vendu à personne à la banque.

Cinq mille livres. L'une des collections les plus importantes au monde. Je ne plaisante pas. Et maintenant, le problème est de savoir à qui la laisser. Je voudrais en faire don à un musée, à une bibliothèque, mais il faut que ce soit quelqu'un qui les aime autant que moi.

Sinon, je me ferai construire une pyramide.

J'AIME LES OUVRIR, LES FERMER, LES SENTIR

Collectionneur

Il y a une chose que ceux qui ne sont pas collectionneurs ne comprennent pas.

Ce n'est pas la possession. Ce n'est pas l'accumulation. Ce n'est pas le nombre.

C'est la relation que vous entretenez avec chaque pièce.

Je les ouvre, je les ferme, je les regarde, je les range. Je les sens. Je regarde comment ils sont faits. J'en achète même deux exemplaires, au cas où. Chacun est différent, et je les aime tous.

Un collectionneur n'a pas d'objets. Il a des relations.

Les gens qui me connaissent pensent que le plus beau moment est celui où je trouve un livre rare. Non. Le plus beau moment est celui où je rentre chez moi, où je le range sur l'étagère et où je sais qu'il est là. Qu'il fait partie de la famille.

Puis, certains soirs, quand je ne dors pas (et je ne dors presque jamais, car à soixante-huit ans, j'ai encore peur du noir comme un enfant), je vais dans mon bureau et j'en prends un au hasard. Je l'ouvre. Je le referme. Je le rouvre.

Et à chaque fois, c'est comme cet après-midi de septembre 1978, quand un caissier de vingt et un ans a trouvé ce qu'il cherchait sans savoir qu'il le cherchait.

JE NE SAVAIS PAS FAIRE UN PLI

Collectionneur

J'ai une confession à faire.

Pendant des années, j'ai acheté des pop-ups sans avoir la moindre idée de leur fonctionnement. Je les ouvrais, je disais « ooooh », je les refermais, je disais « aaaah », je les rouvrais.

Je ne me suis jamais demandé comment ils fonctionnaient. Comme un enfant qui regarde un tour de magie et ne veut pas connaître le secret, car le secret gâcherait tout.

J'étais un pur collectionneur. Un contemplateur. Quelqu'un qui se contente de regarder.

Si vous m'aviez mis une feuille de carton devant les yeux et m'aviez dit « fais un pli », j'aurais fait un désastre. Je ne savais littéralement pas faire un pli.

Et pour quelqu'un qui allait remporter des prix internationaux pour ses pop-ups, cette phrase vaut doublement.

Mais à l'époque, je ne le savais pas. À l'époque, j'étais juste un caissier de banque qui comptait l'argent des autres le matin et ses livres l'après-midi. Et cela me convenait très bien.

Le collectionneur n'a pas besoin de créer. Il a besoin de posséder. De savoir que cet objet existe, qu'il est beau et qu'il lui appartient désormais.

Puis, un jour, quelqu'un m'a demandé de faire un pli. Et tout a changé.

Mais cela, c'est une autre partie de ce livre.

LA FOIRE, OU MON ANNÉE SUPPLÉMENTAIRE

Collectionneur

Concepteur de pop-ups

Éditeur

La Foire du livre jeunesse de Bologne a fêté ses soixante ans en 2023. La première fois que j'y suis entré, c'était en 1973. J'avais seize ans, les cheveux à la Jimi Hendrix, et mes amis graphistes m'ont fait passer pour un jeune de dix-huit ans.

Depuis, je n'en ai manqué aucune.

Faites le calcul : cinquante ans de salon, quatre à cinq jours à chaque fois. Si vous les additionnez, cela représente une année entière de ma vie. Une année passée à arpenter les stands, à feuilleter des livres, à serrer des mains, à pousser des cris d'émerveillement devant les nouveaux pop-ups.

Je suis probablement la personne qui a organisé le plus de salons. Plus que le personnel, plus que les éditeurs historiques, plus que n'importe qui d'autre. Parce qu'ils se sont succédé, ont pris leur retraite, ont changé de travail.

Pas moi. J'étais toujours là.

Pendant quinze ans, j'ai eu mon stand. Pavillon 25, allée A, numéro 1. Le premier stand que l'on rencontrait en entrant dans le salon. Beaucoup d'éditeurs proches de moi étaient

convaincus que j'avais été recommandé. Mais non. C'était juste de la chance. Ou peut-être que personne d'autre ne voulait de ce coin perdu et que cela me convenait très bien.

Je construisais le stand moi-même. Je louais l'espace, j'installais les panneaux, je réservais le camion, j'apportais tout depuis Forlì. Puis, pendant quatre jours, je devenais standiste, vendeur, exposant, animateur et surtout chasseur.

Chasseur de pop-ups, d'idées, de poignées de main.

LE STANDISTE AVEC LE LABEL NOUVEAUTÉ

Concepteur de pop-ups

À la foire, dans le kit de l'exposant, on vous donnait des marque-pages avec les mentions NOVITÀ et NEW TITLES. Ils servaient à être placés dans les nouveaux livres.

Je n'avais pas toujours de nouveaux livres à exposer. Mais j'avais toujours quelque chose de nouveau à proposer. Une technique, une idée, un prototype réalisé la veille au soir.

Alors, une année, j'ai pris le marque-page NOUVEAUTÉ et je l'ai collé sur ma chemise en jean. Avec du ruban adhésif double face. Sur la poche, près du cœur.

J'étais la nouveauté.

Pas un livre, pas un produit. Moi. L'homme pop-up. Le caissier de Forlì qui venait chaque année à Bologne avec quelque chose que personne n'avait encore vu.

Tout le monde trouvait cela drôle, et j'aimais faire rire. Mais derrière les rires se cachait une vérité : dans ce métier, si vous n'êtes pas la nouveauté, ce que vous faites ne l'est pas non plus. Parce que les pop-ups naissent des mains, et les mains sont attachées à une personne. Et cette personne (avec ses obsessions, ses nuits blanches, ses douze livres achetés en un après-midi) est le véritable produit.

Mauricio de Sousa, qui est plus célèbre que Disney au Brésil, m'a vu un jour avec mon autocollant et s'est approché en souriant. Il ne parlait pas italien, je ne parlais pas portugais, mais nous nous sommes compris. Il m'a demandé pourquoi j'étais une nouveauté. Je lui ai parlé des pop-ups. Il ne les connaissait pas.

De ce badge est née une collaboration.

Les choses sérieuses commencent parfois par une futilité collée sur la poitrine avec du ruban adhésif double face.

PETITS CRIS STAND DE L'INTERVISUAL

Collectionneur

Les plus grands designers de pop-ups du monde travaillaient chez Intervisual à Los Angeles. Ils formaient une famille. Ils s'appelaient « The Family Brothers ». Et le patriarche était Waldo Hunt (Wally pour les amis) le grand-père du pop-up contemporain. Sans lui, la moitié des pop-ups que vous avez vus dans votre vie n'existeraient pas.

Au salon de Bologne, le stand d'Intervisual était le temple. Des managers en costume-cravate négociant des contrats de plusieurs milliers de dollars, de magnifiques prototypes sur les tables, un va-et-vient d'éditeurs importants.

Et puis il y avait moi.

Je m'approchais des tables où l'on discutait de contrats internationaux et je poussais des petits cris. « Ooooh ! » pour un pop-up avec un nouveau pli. « Aaaah ! » pour un mécanisme que je n'avais jamais vu. « Mais regardez ça ! » en montrant un prototype que personne ne m'avait invité à regarder.

Je ne comprenais pas que je les dérangeais.

Un jour, Wally Hunt s'est rendu au secrétariat du salon et a demandé à la sécurité d'intervenir pour m'éloigner.

Puis nous sommes devenus amis. Pour toute la vie.

Car Wally, sous sa veste et sa cravate, était exactement comme moi : quelqu'un qui ne pouvait pas se taire devant un beau pop-up.

Un an, à la Foire, on lui a remis le prix pour l'ensemble de sa carrière. J'avais trouvé chez un antiquaire de Bologne un livre allemand à carrousel qui, selon moi, était exactement celui que Wally avait vu quand il était enfant, pendant la guerre, et qui lui avait fait aimer les pop-ups. Je suis monté sur scène et je le lui ai offert. Il a été ému et n'a plus quitté ce livre pendant quatre jours.

En échange, il m'envoya l'édition de luxe du *Andy Warhol's Index Book* de 1968. Encore sous cellophane.

C'est Wally qui avait convaincu Warhol de faire ce livre.

Entre collectionneurs, on s'échange des trésors. Et chaque échange est une poignée de main qui vaut plus que le livre.

DAVID M'A DÉDIÉ LE LIVRE

Collectionneur

Un jour, la maison d'édition Corraini m'a appelé.

« Missiroli, nous avons un livre pour vous. Il y a une dédicace pour vous. »

Très bien, merci. Je viendrai à la Foire la semaine prochaine, vous me l'apporterez là-bas.

« Mais il y a une dédicace, Missiroli. David A. Carter a demandé à ce qu'on vous l'envoie. »

Je reçois le livre. *Le sculture da viaggio* (Les sculptures de voyage) de Munari, réalisé par David pour Corraini. Je le feuillette. Je cherche la dédicace. Je connais la signature de David, il écrit en gros avec un feutre à pointe épaisse.

Rien. Je le feuillette à nouveau. Je regarde la première page, la dernière, la page de garde. Rien.

Je rappelle Corraini.

« Madame, vous m'avez envoyé le mauvais livre. Il n'y a pas de dédicace. »

« Comment n'avez-vous pas vu ? Missiroli, regardez le colophon. »

J'ouvre le colophon.

Il ne m'avait pas fait de dédicace.

Il m'avait dédié le livre.

Imprimé, noir sur blanc, pour toujours. Comme on dédie un livre à une personne qui compte.

David, quel merveilleux cadeau tu m'as fait.

LES FRÈRES M'ONT ADOPTÉ

Concepteur de pop-ups

Salon de Bologne, 2006.

Trois messieurs entrent dans mon stand. Je les connais de réputation, comme un supporter connaît les champions de son équipe. Ce sont Ron Van Der Meer, Jim Roger Diaz et David Pelham. Trois légendes. Si vous lisez les colophons des pop-ups des cinquante dernières années, vous trouverez leurs noms dans plus de deux cent cinquante livres.

Ils ne sont pas venus pour acheter. Ils ne sont pas venus pour regarder.

Ils sont venus pour me dire quelque chose.

À Los Angeles, chez Intervisual de Wally Hunt, les concepteurs de pop-ups étaient tous des hommes et s'appelaient « The Family Brothers ». Ils étaient frères. Une famille.

Ce jour-là, les trois frères aînés sont venus à mon stand à Forlì (ou plutôt à Bologne, dans mon petit coin du pavillon 25) pour m'annoncer qu'ils avaient décidé de m'accueillir dans leur famille.

Même si je n'avais jamais travaillé à Los Angeles. Même si j'étais caissier dans une banque. Même si mon anglais était

celui d'un élève qui avait la moyenne en allemand à l'école et qui n'avait même pas ça en anglais.

Ils m'avaient reconnu.

Pas pour les livres que j'avais écrits, qui étaient alors peu nombreux. Pas pour le stand, qui était petit. Mais pour les cris devant les prototypes, pour l'autocollant « NOUVEAUTÉ » sur ma chemise, pour la valise à roulettes gardée à Sabuda, pour les nuits passées à monter des stands, pour les quarante années de salon, l'une après l'autre, sans jamais en manquer une.

Ils m'avaient reconnu parce que j'étais l'un des leurs.

Ce jour-là, devant mon stand, il y avait une foule de curieux, de collectionneurs et d'éditeurs que mes trois frères aînés tenaient à distance.

Pour la première fois de ma vie, je me suis senti envié.

Pour la première fois, j'ai compris que je n'étais pas seulement un collectionneur.

J'étais un frère.

UN SEUL PLI

Concepteur de pop-ups

Rod Campbell m'a appris une chose qui vaut mieux que cent cours de cartonnage.

C'est formidable de susciter l'émotion avec un livre qui comporte cent plis sur une page. Mais sauriez-vous émouvoir un enfant avec un seul pli ?

Réfléchissez-y. Allez dans une librairie, au rayon enfants. Les pop-ups les plus chers, ceux qui font dire « ooooh » aux adultes, regorgent de mécanismes. Tirettes, roues, languettes, structures en accordéon, plans superposés. Des choses qu'un ingénieur aéronautique regarderait avec respect.

Et puis il y a Spotty.

Spotty est un petit chien. Le livre demande à l'enfant : « où est Spotty ? » Et sur chaque page, il y a un rabat. Un seul. Vous le soulevez et vous découvrez un animal. Mais ce n'est pas Spotty. Vous continuez. Un autre rabat. Un autre animal. Ce n'est toujours pas lui. L'enfant rit, cherche, s'agite, veut tourner la page. Jusqu'à la fin, quand il soulève le dernier rabat et le trouve.

Un pli. Un rabat. La forme la plus simple de livre interactif qui existe.

Et ce livre s'est vendu à des millions d'exemplaires dans le monde entier. Des millions. Avec un rabat par page.

En tant que collectionneur, j'ai toujours aimé les livres baroques. Ceux avec des cathédrales de papier qui s'élèvent et vous coupent le souffle. Mais en tant qu'auteur, j'ai compris autre chose : c'est le jeu qui vous coupe le souffle, pas le mécanisme.

Un enfant qui soulève un rabat et découvre ce qu'il y a dessous est en train de jouer. C'est lui qui décide quand regarder. C'est son doigt qui commande l'histoire. Et ce geste — soulever, découvrir, s'étonner — est **le même geste qu'il fera en grandissant, quand il ouvrira une porte**, soulèvera le couvercle d'une boîte, lèvera un voile.

Le rabat est le premier geste de curiosité qu'un livre vous apprend.

Les éditeurs veulent toujours plus de rabats. Plus de mécanismes. Plus de spectacle. Et je comprends, car sur une étagère, un pop-up avec six structures qui s'ouvrent se vend mieux qu'un autre avec six rabats.

Mais demandez ensuite à un enfant de deux ans lequel il préfère.

Il vous répondra en soulevant un rabat.

VOUS N'ÊTES PAS DES PLIEURS, VOUS ÊTES DES CONTEURS

Concepteurs de pop-ups

Je m'adresse maintenant à vous. À ceux qui veulent exercer ce métier.

Vous n'avez pas besoin de faire des livres complexes. Votre talent ne se mesure pas au nombre de plis. Il n'y a pas de compteur de plis qui vous donne une note à la fin de la journée. Il n'y a pas de récompense pour celui qui en met le plus sur une page.

Regardez Kubašta. Vojtěch Kubašta, le maître tchèque. Peu de plis, mais magnifiques. Des constructions simples. Vous ouvrez une page et vous voyez un château, un cirque, un bateau. Avec quatre plis et une découpe, il vous transportait dans un autre monde. Il n'avait pas besoin de deux cents mécanismes. Il avait besoin de savoir ce qu'il voulait raconter.

Car le concepteur de pop-ups n'est pas un plieur. Ce n'est pas un artisan du papier qui démontre à quel point il est doué pour réaliser des assemblages complexes. C'est un exercice, c'est bon pour l'entraînement, pour les mains, pour apprendre.

Mais ensuite ?

Ensuite, vous devez raconter.

Être concepteur de pop-ups, c'est savoir traduire le monde en trois dimensions. C'est regarder une image plate et la voir se lever dans votre tête avant même de toucher le carton. C'est comprendre que ce pli n'est pas un pli, c'est un geste qui dit quelque chose.

Et si ce geste ne dit rien, vous pouvez mettre mille plis sur une page, l'enfant tournera la page sans s'arrêter.

Si, en revanche, ce geste raconte quelque chose, si ce pli unique fait apparaître exactement ce qu'il faut au bon moment, l'enfant s'arrête, écarquille les yeux et appelle sa maman.

C'est ça, le pop-up.

Ne cherchez pas la complexité. Regardez en vous-même. Demandez-vous ce que vous voulez faire ressentir à celui qui ouvrira cette page. Et puis trouvez le pli qui lui permettra de le ressentir. Un, deux, dix, peu importe le nombre. Ce qui importe, c'est que chacun soit là parce qu'il doit être là, et non parce que vous devez prouver quelque chose.

Les pop-ups ne sont pas que des plis.
Ils sont votre cœur traduit en carton.

LE VRAI CROCODILE

Concepteur de pop-ups

John Strejan, surnommé « Silver Blade » par ses amis. Il venait chaque année à Bologne et nous passions des heures ensemble. Comme avec tout le monde, je lui posais mille questions et, comme peu d'autres, il avait la patience de répondre à toutes.

Strejan s'habillait presque toujours de la même manière. Veste en cuir, jeans, bottes texanes. Et puis ces cheveux blancs, longs, attachés en queue de cheval. D'où son surnom : Silver Blade, la lame d'argent. Pour la couleur de ses cheveux, mais aussi pour la précision avec laquelle il coupait le papier. Un chirurgien du carton.

Dans les années 80, Wally Hunt a réuni la meilleure équipe au monde pour une série de livres qui devaient être à la hauteur du commanditaire : National Geographic. Pas n'importe quel éditeur. Un de ceux qui, **si vous photographiez un lion et que le lion a un poil de travers**, vous font refaire la photo.

Wally occupait ses concepteurs de pop-ups pendant des mois. Chaque page devait être parfaite. Chaque mécanisme devait fonctionner comme une horloge suisse et avoir l'air aussi vrai qu'une photographie.

Strejan s'est vu confier le crocodile.

Une énorme gueule, occupant presque toute la page, qui devait apparaître à l'ouverture et sembler prête à mordre. Il y travailla pendant des semaines. National Geographic renvoyait le travail à chaque fois. Plus de réalisme. Plus de détails. Plus de dents. Plus de peur.

Des semaines et des semaines sur ce crocodile.

Un soir, alors qu'il était encore à sa table de travail, sa fille vint le voir. Elle avait six ans. Son père, fier, lui montra en avant-première son chef-d'œuvre. La bouche du crocodile s'ouvrait, énorme, menaçante, avec chaque écaille à sa place.

La petite fille regarda. Elle acquiesça. Elle ne semblait pas particulièrement impressionnée.

Pendant que Strejan retournait perfectionner le mécanisme, sa fille prit un petit bout de papier. Elle le plia en deux. Elle le rouvrit. À l'intérieur, elle dessina des dents et colora la bouche en rouge. À l'extérieur, elle la colora en vert et ajouta deux grands yeux.

Puis elle s'approcha de son père, tint le bout de papier entre ses petites mains, l'ouvrit devant son visage et dit :
« C'est moi le vrai crocodile. Et maintenant, je vais te manger. »

Un pli. Un seul. Et cette petite fille de six ans était plus effrayante que le crocodile du National Geographic.

Voilà. Si je devais expliquer en une seule anecdote pourquoi ce livre s'appelle « Les pop-up ne sont pas que des plis », je raconterais celle-ci.

POP-UP AU-DELÀ DU MUR

Collectionneur

Anton Radevsky est bulgare. Concepteur de pop-up. Un bon concepteur, avec ses propres idées.

Mais Anton travaille de l'autre côté du mur.

Il faut comprendre une chose. Avant 1989, si vous viviez en Bulgarie, les pop-ups occidentaux n'arrivaient pas. Ce n'est pas qu'ils coûtaient trop cher ou qu'ils étaient difficiles à trouver. Ils n'arrivaient tout simplement pas. Tout comme les disques, les films et les journaux. Il y avait un mur, et ce mur ne bloquait pas seulement les personnes. Il bloquait aussi les plis.

Anton a des idées. Il a l'esprit d'un concepteur de pop-ups. Il voit le monde en trois dimensions, comme moi. Mais il ne peut pas voir ce que font les autres. Il ne sait pas comment Sabuda plie le blanc, comment Carter joue avec les trous, comment Strejan construit des crocodiles. Il ne le sait pas parce que ces livres n'existent pas dans son pays.

Un jour, il m'écrit. Je ne me souviens même pas comment il a trouvé mon adresse. Peut-être par le biais du Salon de Bologne, peut-être par quelqu'un qui connaissait quelqu'un. À l'époque, c'était comme ça : les lettres voyageaient lentement, mais elles arrivaient.

Il me raconte qu'il travaille sur une idée. Il me demande si, par hasard, j'ai dans ma collection des livres où d'autres auteurs ont traité le même sujet. Il veut voir comment ils ont résolu le problème. Non pas pour copier (un vrai concepteur de pop-up ne copie jamais) mais pour savoir qu'il n'est pas seul. Pour savoir que de l'autre côté du mur, quelqu'un d'autre a eu la même intuition et l'a traduite en carton.

Je lui envoie des photos. Parfois, je lui envoie directement le livre.

Réfléchissez-y. Un caissier de banque de Forlì qui envoie des colis en Bulgarie communiste contenant des livres en papier qui s'ouvrent en trois dimensions. Qui sait ce que pensait le douanier de Sofia lorsqu'il ouvrait ces colis. Qui sait s'il les a ouverts et s'il a lui aussi poussé un « ooooh ».

Cette collaboration a duré des années. Anton m'écrivait une idée, je lui envoyais les références. Il travaillait, m'envoyait des photos de ses prototypes, je lui donnais mon avis. Deux concepteurs de pop-ups qui communiquaient à travers un mur, liés par le papier.

Puis le mur est tombé. Novembre 1989. Et les livres occidentaux, les films, les disques, tout est arrivé en Bulgarie. Anton pouvait enfin les voir par lui-même, les acheter, les feuilleter.

Il n'avait plus besoin de moi.

Mais il est resté mon ami. Parce que dans la famille des concepteurs de pop-ups, il n'y a pas de concurrents. Il n'y a que des personnes qui partagent la même passion. Nous sommes trente dans le monde. Trop peu pour nous faire la guerre. Assez pour nous entraider.

Si vous aimez le pop-up, ceux qui font le même métier que vous ne sont pas des rivaux. Ce sont des gens qui vous comprennent.

AVALE ET DÉVORE

Des concepteurs de pop-ups

Il faut l'admettre. Pas tous, mais une bonne partie d'entre eux.

Les concepteurs de pop-ups américains se sont inspirés de la culture européenne. Ils ont repris les contes, les fables, cette tradition qui va de Nister à Kubašta, de Meggendorfer aux théâtres victoriens. Des siècles d'artisanat, d'invention, de papier qui se soulève pour raconter les histoires que les grands-parents racontaient à leurs petits-enfants.

Ils ont tout pris. Ils l'ont étudié. Ils l'ont compris. Jusqu'ici, tout va bien. C'est ce que font les cultures lorsqu'elles se rencontrent : elles s'enrichissent mutuellement.

Mais ensuite, le consumérisme est arrivé. Et le consumérisme ne se nourrit pas. Il engloutit. Il dévore.

C'est ainsi que les contes européens sont devenus Barbie. Les contes populaires sont devenus les Tortues Ninja. La merveille de la page qui s'ouvre est devenue une licence. Vous achetez le personnage de la télévision, vous lui donnez une forme, vous le mettez sur l'étagère à Noël, vous vendez cent mille exemplaires, et l'année suivante, vous en faites un autre avec un nouveau personnage.

Le mécanisme est toujours le même : prenez quelque chose qui a une âme, retirez-lui son âme, apposez la marque, vendez.

Entendons-nous bien. Ils ne sont pas tous comme ça. Sabuda n'est pas comme ça. Carter n'est pas comme ça. Les frères de la famille n'étaient pas comme ça. Il y a des Américains qui ont fait du papier une forme d'art et y ont mis leur cœur, pas un code-barres.

Mais le système, lui, est ainsi. Le système veut des produits. Il veut des nouveautés en rayon tous les trois mois. Il veut le pop-up du film qui sort en juin pour le vendre en juillet et l'oublier en septembre.

Et alors je me demande : mais que reste-t-il à cet enfant qui ouvre le pop-up de Barbie ? Lui reste-t-il le pli ou lui reste-t-il Barbie ? Lui reste-t-il l'émerveillement du papier qui se soulève ou lui reste-t-il l'envie d'acheter le prochain jouet ?

Pour ma part, je garde tous les pop-ups de ma collection. Je les ai achetés il y a quarante ans et je les ouvre encore. Je les sens encore. Ils m'émeuvent encore.

Essayez de vous émouvoir avec un pop-up des Tortues Ninja de 1991.

Le consumérisme engloutit, dévore, et il ne reste plus rien. Pas même un pli.

DES PERSONNES SPÉCIALES (FAITES LE COMPTE)

Concepteurs de pop-ups

Les auteurs américains ont une réponse toute prête lorsqu'on leur demande pourquoi nous sommes si peu nombreux dans le monde.

« Nous sommes peu nombreux parce que nous sommes des personnes spéciales. »

C'est beau, n'est-ce pas ? Cela fait même un certain effet. Nous sommes spéciaux parce que nous voyons en trois dimensions. Nous regardons une image plate et dans notre tête, elle se soulève, prend de la profondeur, devient pop-up. C'est un don. Une vision. Presque un super-pouvoir.

Eh bien, j'ai ce super-pouvoir. Si vous me montrez n'importe quelle photo et que vous me donnez du carton, des ciseaux et de la colle, je la transforme en pop-up en quelques minutes. Je vois la profondeur, je vois les plans, je vois les plis. Ça se fait tout seul, je n'ai pas besoin d'y penser.

Je pourrais m'en vanter. Je pourrais dire que je suis moi aussi spécial.

Mais je suis prudent quand il s'agit de célébrer ma singularité. Parce que je suis comptable. Et les comptables, avant de trinquer, font leurs comptes.

Les voici.

Dans tout le monde occidental, après la Covid, environ cent nouveaux titres pop-up sont produits chaque année. Peut-être même moins. Et nous sommes environ trente à avoir notre nom dans le colophon d'un livre.

Cent divisé par trente fait trois. Trois livres par personne et par an.

Trois livres. Même si vous vendez beaucoup, c'est peu pour gagner sa vie. Pour contracter un emprunt immobilier. Pour se construire une vie.

Et maintenant, la vraie question.

Et si nous étions trois cents ? Si trois cents personnes, des personnes spéciales dotées d'une vision tridimensionnelle, se réveillaient demain matin et voulaient devenir designers de pop-ups ?

Cent divisé par trois cents. Zéro virgule trois livres chacun. Moins d'un livre tous les trois ans.

Que des gens spéciaux. Que des gens dotés d'un super-pouvoir. Mais qui ne feraient pas de pop-up, car il n'y aurait pas assez de livres à faire.

Nous ne sommes pas spéciaux parce que nous voyons en trois dimensions.

Nous sommes peu nombreux parce que le marché est petit.

J'avais ensuite un avantage supplémentaire : j'étais caissier. Le matin, je comptais l'argent des autres et l'après-midi, je faisais ce qui me plaisait. Si un livre marchait bien, tant mieux. S'il ne marchait pas, j'avais quand même mon salaire. Je ne dépendais pas des pop-ups pour payer mon loyer.

Et cela, paradoxalement, a fait de moi un meilleur auteur. Parce que je n'ai jamais eu à accepter un travail que je n'aimais pas. Je n'ai jamais eu à faire le pop-up des Tortues Ninja pour joindre les deux bouts. Je n'ai fait que ce que je voulais.

Le secret n'est pas d'être spécial.

Le secret, c'est d'être libre.

J'ÉTAIS MEILLEUR IL Y A TRENTE ANS

Concepteur de pop-ups

Je l'admets. J'étais techniquement meilleur au début.

Les pop-ups que je réalise aujourd'hui pourraient être réalisés par un enfant du primaire après quelques heures d'atelier avec moi. Des plis simples, des constructions essentielles, pas de feux d'artifice. Et c'est très bien ainsi, car j'ai compris que la simplicité est plus difficile que la complexité et qu'elle a plus de valeur.

Mais au début ? Au début, j'étais explosif.

Je garde tout ce que je fais. Tout. Même les pop-ups ratés. Même les photocopies des photocopies de mes notes. Même les prototypes qui ne sont pas devenus des livres. J'ai des cartons remplis de papiers pliés qui racontent trente ans d'essais.

Certains soirs, je les sors. Je les regarde.

Je les ouvre avec précaution, lentement, comme on ouvre une vieille bouteille. Et je m'arrête. Et je me demande : comment ai-je fait pour les faire ?

Si je devais les faire maintenant, je n'y arriverais pas.

Ce n'est pas de la fausse modestie. C'est un fait. Certaines

solutions que j'ai trouvées il y a trente ans, certains mécanismes, certains plis dans les plis dans les plis. Je les étudie, je les tourne, je les retourne, et je n'arrive même pas à comprendre comment ils fonctionnent. Je les ai faits et je ne sais pas les refaire.

Je me suis donné une explication.

Quand j'ai commencé à faire des pop-ups, j'avais quinze ans d'expérience en tant que collectionneur. Quinze ans passés à ouvrir et fermer des milliers de livres. À les regarder, les sentir, les étudier avec mes yeux sans jamais toucher un carton pour essayer d'en faire un.

Quinze ans d'énergie comprimée. De techniques absorbées sans le savoir. De mécanismes appris avec le regard et stockés quelque part dans ma tête, dans mes mains, qui sait où.

Puis, un jour, une enseignante m'a demandé de faire une carte de Noël pop-up avec les enfants. Et j'ai répondu : « Je ne sais même pas faire un pli. »

Mais ce n'était pas vrai. Je savais tout faire. Seulement, je ne le savais pas encore.

Quand j'ai touché le premier carton avec l'intention de le plier, quinze ans de collection ont explosé d'un seul coup. Comme quand on ouvre un robinet fermé depuis trop longtemps et que l'eau jaillit avec une force inattendue et vous mouille partout.

J'étais une explosion de créativité cartographique.

Puis l'explosion s'est calmée. L'eau a trouvé son rythme. Les plis sont devenus moins nombreux, plus essentiels, plus réfléchis. Moins éclatants et plus vrais.

Mais de temps en temps, j'ouvre ces cartons et je regrette ce caissier de trente ans qui ne savait pas faire de plis et les faisait tous.

UN MATIN, JE ME SUIS RÉVEILLÉ

Designer pop-up

Un matin, je me suis réveillé.

Non, ce n'est pas *Bella Ciao*, même si je sais la chanter et que je l'ai chantée plusieurs fois.

Un matin, je me suis réveillé et j'ai regardé l'illustration que j'avais depuis des années dans ma chambre. Une image que je connaissais par cœur. Je l'avais regardée mille fois. Plate. Un dessin sur papier, accroché au mur.

Sauf que ce matin-là, elle n'était plus plate.

Je la voyais en trois dimensions. Chaque partie illustrée sortait du cadre. Le premier plan se détachait de l'arrière-plan. Les figures avaient de la profondeur. L'arbre se trouvait devant la maison, la maison se trouvait devant la colline et la colline se trouvait devant le ciel. Comme dans un pop-up. Mais c'était une illustration plate accrochée au mur de ma chambre.

Je me frottai les yeux. Je la regardai à nouveau.

Bon sang. Elle est vraiment en trois dimensions.

Je mets ça sur le compte des pop-ups. J'en avais regardé trop la veille au soir. Ça arrive, non ? Comme quand on sort

du cinéma après un film en 3D et que pendant quelques minutes, le monde extérieur semble encore un peu décalé.

Sauf que ça ne passe pas.

Je la regarde le lendemain. Trois dimensions. Je la regarde une semaine plus tard. Trois dimensions. Un mois. Un an. Trente ans.

Ça n'est jamais passé.

Et ce n'est pas tout. Je ne me contente pas de la voir en trois dimensions. Je comprends aussi comment la réaliser. Je vois les structures en papier que je devrai utiliser. Je vois où placer le pli pour faire ressortir le premier plan. Je vois l'angle idéal pour éloigner l'arrière-plan. Je vois le livre fini dans ma tête avant même d'avoir touché une feuille de carton.

Depuis ce matin-là, cela m'arrive avec toutes les images. Toutes. Une photo dans le journal, un tableau au musée, une affiche dans la rue. Je les vois à plat comme vous les voyez, et l'instant d'après, je les vois se soulever.

Ne me demandez pas d'expliquer comment cela fonctionne. Je ne sais pas. Ce n'est pas une technique que j'ai apprise. Ce n'est pas un exercice que vous pouvez faire vous aussi. Cela m'arrive, c'est tout.

Et non, je ne suis pas quelqu'un de spécial. Je suis juste quelqu'un qui a regardé trop de pop-ups.

JE CONNAIS CETTE MAIN

Collectionneur

Cela m'arrive souvent. Je trouve un pop-up dans un marché aux puces, dans une librairie, dans une boîte que quelqu'un m'apporte pour que je la regarde.

Je ne me souviens pas du titre. Je ne me souviens pas de l'année. Je ne me souviens pas de la maison d'édition. Parfois, même le colophon ne m'aide pas, car le nom du concepteur du pop-up n'y figure pas (et c'est un autre sujet dont quelqu'un devra parler un jour ou l'autre).

Mais je sais une chose.

Je reconnais la main de celui qui l'a conçu.

J'ouvre la page, je regarde le pli et je dis : « C'est Carter. » Ou bien : « C'est Sabuda. » Ou encore : « C'est la main de Strejan. »

Non pas parce que je m'en souviens. Mais parce que je la reconnais.

Comme un photographe regarde une photo sans signature et dit : « C'est de Cartier-Bresson. » Comme un cinéphile voit trois plans et dit : « C'est Kubrick. » Comme un musicien entend quatre notes et dit : « C'est Mozart, ce n'est pas Haydn, même s'ils jouent à la même époque et avec les mêmes instruments. »

Le pli est une signature.

Si vous êtes un véritable concepteur de pop-up (et par véritable, j'entends quelqu'un qui ne le fait pas seulement pour son travail, mais parce qu'il ne pourrait pas faire autrement), vous apposez votre empreinte sur chaque pli que vous faites. Vous ne le faites pas exprès. Vous n'y pensez pas. Cela arrive parce que ce pli est le vôtre. Il naît de vos mains, de votre façon de regarder l'image, de votre façon de concevoir l'espace.

Votre pli est différent de celui d'un autre. Toujours. Même si vous pliez le même carton, avec les mêmes ciseaux, sur la même illustration.

Prenez deux concepteurs de pop-ups et donnez-leur la même image. L'un la coupera ici, l'autre la coupera là. L'un fera ressortir le premier plan, l'autre fera ressortir l'arrière-plan. L'un utilisera trois plis, l'autre un seul. Et le résultat sera complètement différent. Ni meilleur ni pire. Différent. Parce qu'il est passé entre deux paires de mains différentes, deux paires d'yeux différents, deux têtes différentes.

C'est ce qui distingue un concepteur de pop-up d'un plieur. Le plieur exécute. Le concepteur signe.

Et cette signature, vous la laissez partout, dans chaque livre, sur chaque page, dans chaque coin de carton. Même quand personne ne mentionne votre nom dans le colophon.

Même quand le livre ne se vend pas. Même quand il finit dans une boîte au fond d'un placard.

Votre pliage reste le vôtre. Et ceux qui vous connaissent vraiment le reconnaissent toujours.

LE PINOCCHIO POP-UP DE 2105

Concepteur de pop-ups

Collectionneur

Un jour, à la Foire de Bologne, un monsieur anglais vient à ma rencontre. Il tient un livre dans ses mains. C'est mon *Pinocchio Pop-up*, celui que j'ai réalisé en 2002 pour Emme Edizioni. Illustrations de Lucia Salemi. Le premier livre que j'ai conçu en tant que designer et ingénieur papier.

Il me demande une dédicace et un autographe.

Je suis un peu ému. Même après toutes ces années, je ne m'y habitue pas. Je signe la dédicace en essayant de ne pas me tromper de nom, car la première fois de ma vie que j'ai signé un autographe, j'ai écrit Katia avec un K et la mauvaise année. Cette fois-ci, tout va bien.

Puis le monsieur se présente.

« Je suis », et il dit un nom que je ne vous dirai pas, « et il y a deux semaines, sur eBay, vous m'avez soufflé le *Pinocchio* de Lentz de 1932 pour quelques dollars. »

Je me souvenais de cette enchère. À la dernière minute, j'avais surenchéri. Comme je le fais toujours. Comme le fait tout collectionneur qui voit la pièce qu'il veut et perd le contrôle. Le *Pinocchio* de Lentz de 1932 est une pièce rare. L'un de ces pop-ups anciens qui valent autant qu'un tableau

pour ceux qui savent les regarder.

Je l'avais remporté. Et apparemment, il ne l'avait pas très bien pris.

Mais ce n'était pas pour cela qu'il était venu.

Il me regarde. Sérieux. Il tient mon *Pinocchio Pop-up* de 2002 entre ses mains, celui que je viens de lui signer.

Et il me dit : « Tu y as déjà pensé ? »

Pensé à quoi ?

« Que dans plus de cent ans, en 2105, deux collectionneurs se battront lors d'une vente aux enchères pour obtenir ton *Pinocchio Pop-up*. Comme toi et moi nous nous sommes battus pour celui de Lentz. »

Je m'arrête.

« Tu fais partie de l'histoire du pop-up. »

Croyez-moi. Je n'y avais jamais pensé.

Je n'y avais pas pensé parce que quand on fait quelque chose, on ne pense pas à l'histoire. On pense au carton, à la colle, au pli qui ne veut pas se faire, à la livraison qui arrive à échéance, à l'éditeur qui veut une modification. On pense au présent, qui est déjà assez compliqué.

L'idée qu'un jour quelqu'un paierait pour avoir un exemplaire signé de mon *Pinocchio Pop-up*, comme j'avais payé pour avoir celui de Lentz, comme quelqu'un d'autre avant moi avait payé pour avoir celui de Meggendorfer (cette idée ne m'avait jamais traversé l'esprit).

Ce n'est qu'à ce moment-là, devant ce gentil monsieur anglais qui m'avait apporté mon livre pour que je le signe et m'avait également apporté cette vérité que je ne savais pas avoir, que j'ai acquiescé.

Et oui, j'ai ressenti une certaine émotion.

Car le collectionnisme, c'est aussi cela. Une chaîne. Le *Pinocchio* de 1932 m'est parvenu. Mon *Pinocchio Pop-up* de 2002 parviendra à quelqu'un d'autre. Et cette personne l'ouvrira, dira « ooooh » et le mettra sur l'étagère à côté des autres.

Et peu importe s'il ne sait pas qui j'étais.

Il reconnaîtra ma main.

LE DIGER SELZ

Concepteur de pop-ups

Mon premier livre est né à trois heures du matin, à cause d'un mal de ventre.

Salon de Bologne, 1994. Je suis sur mon stand, c'est le soir, le salon ouvre demain. J'ai tout installé (panneaux, livres, lumières) mais j'ai oublié un détail : je n'ai rien préparé de nouveau à proposer.

Il est onze heures du soir. Je suis épuisé. Je devrais aller me coucher.

Mais j'ai une idée. Je prends des morceaux de carton. Je fabrique un petit prototype, dix centimètres sur dix. Je découpe des figures. Je colle du velcro pour les détacher et les recoller.

Je l'intitule « WHERE and HOW ». Sur la première page, une voiture roule sur la route, avec une languette qui la fait bouger. Puis un bateau, un avion, une fusée lunaire. Le velcro permet de déplacer les sujets : la voiture va dans la mer, le bateau tourne autour de la Terre. De multiples combinaisons pour un enfant qui veut rêver.

Il est trois heures du matin. Je vais me coucher satisfait.

Le lendemain matin, je dois montrer le petit livre à Peter Seymour. Directeur éditorial d'Intervisual à Los Angeles.

Soixante-dix ans, grand, cheveux blancs, toujours en costume-cravate. L'un des plus importants du secteur.

Je m'approche de son stand. Je m'apprête à sortir mon prototype et il m'arrête.

« Je me sens tellement mal que si Warhol était là en ce moment pour me montrer une de ses œuvres, je lui dirais que ça ne m'intéresse pas. »

Le problème, c'est que la veille au soir, Peter a inauguré sa visite à Bologne par un repas composé de tortellini et de spécialités bolognaises. Et il a exagéré. Les tortellini sont encore là.

« Tu sais ce qui m'intéresse, Massimo ? Un Diger Selz. »

Je vais à la pharmacie de la Fiera. J'achète le Diger Selz. Je l'apporte à Peter. Il me remercie et me dit de revenir dans l'après-midi.

Je reviens.

FAITES-MOI CONFIANCE

Concepteur de pop-ups

Après-midi. Peter Seymour a digéré.

Je lui montre mon petit livre de dix centimètres. Celui que j'ai fabriqué à trois heures du matin avec des bouts de papier et du velcro.

Il le regarde. Il le feuillette. Il le regarde à nouveau.

Puis il me dit une phrase qui va changer ma vie : « Fais-moi confiance. Ne le montre à personne d'autre, car c'est Intervisual qui va l'imprimer. »

Il met le livre dans sa poche. Mon livre. Dans sa poche.

« Maintenant, ton idée est la nôtre. »

À côté de lui se trouve le directeur général de Simon & Schuster. Ils échangent un regard rapide. Un de ces regards qui valent un contrat.

« Cent mille exemplaires pour Little Simon ? »

« Oui. »

Ainsi, debout, dans un stand de la Foire de Bologne. Cent mille exemplaires. En fait, cent dix avec les coéditions.

Une semaine plus tard, je reçois un colis DHL en provenance de Los Angeles. À l'intérieur se trouvent le contrat et un chèque signé par Wally Hunt pour l'avance sur les droits d'auteur.

Je le regarde et je pense à mon père. À tous ces déjeuners où il me disait que je ne faisais que jouer et que je devais travailler dans une banque.

Cent dix mille exemplaires.

Réalisés à partir d'un prototype construit à trois heures du matin par un caissier de Forlì en jeans et chemise militaire.

C'est ainsi qu'a commencé ma vie de concepteur de pop-ups. À partir d'un mal de ventre et d'un Diger Selz.

LES OREILLES DE MICKEY

Des pop-ups

Comment se présenter à un manager qui n'a que trente secondes à vous consacrer ?

C'était le problème. À la Foire de Bologne, à la Buchmesse de Francfort, les stands des grandes maisons d'édition sont blindés. Vous êtes un caissier de Forlì en jeans. Ils sont en costume-cravate et négocient des millions de dollars. Vous ne pouvez pas frapper à la porte et dire bonjour.

Alors j'invente quelque chose. Des cartes de visite pop-up. J'en prépare une personnalisée pour chacun : le nom du directeur, le logo de la maison d'édition et à l'intérieur, un petit mécanisme en papier. Vous l'ouvrez et quelque chose en sort. Trente secondes pour vous surprendre, puis vous vous souviendrez de moi.

Mais mon véritable objectif, c'est Disney.

Car vous pouvez en penser ce que vous voulez, mais Disney reste Disney.

Je prépare une carte de visite avec les oreilles de Mickey Mouse et j'y inscris le nom de Thea, la directrice générale de Disney Press. En octobre, je m'envole pour Francfort.

Le stand Disney est une forteresse. Je ne pourrais y entrer

qu'avec une cape d'invisibilité, mais Harry Potter n'est pas encore en vente. J'essaie plusieurs fois. Rien. Refusé.

C'est le dernier jour. Je n'ai pas réussi.

Devant le salon, je rencontre une souris Mickey et une souris Minnie de trois mètres de haut. Des marionnettes qui distribuent des prospectus. Je fais la seule chose sensée : j'offre la carte à Minnie. Elle me remercie d'une manière ou d'une autre (comprenez à l'intérieur de cette marionnette).

Je rentre chez moi bredouille.

Puis un colis DHL arrive de New York. Les oreilles ne manquent pas sur l'enveloppe. À l'intérieur, un magnifique livre d'art et une lettre de Thea : « Une collègue m'a donné cette carte. Vraiment génial. »

Minnie avait transmis le message.

LES LINDOR AVEC DES OREILLES

Concepteur de pop-ups

Quand quelqu'un apprécie ce que vous faites, vous placez la barre plus haut.

Noël approche. Je prépare une petite boîte pop-up en carton avec des images de personnages Disney. À l'intérieur, je mets de la paille en plastique pour protéger le cadeau. Et le cadeau ? Des boules Lindor en chocolat.

Mais avec un petit ajout.

Toutes les Lindor ont des oreilles de Mickey Mouse.

J'envoie le colis à New York. Je reçois un deuxième remerciement et cette fois-ci, il y a aussi une invitation à nous rencontrer à la Foire de Bologne.

Le premier jour du salon, dans mon tout petit stand, entre l'équipe de direction de Disney Press America. Pas un seul. Toute l'équipe.

Je les fais rire. Ils ne croient pas que je suis caissier dans une banque. Ils me disent que même si j'étais gigolo, je suis tellement doué pour manipuler le carton qu'ils sont intéressés par mes idées.

Puis le gros coup. Ils me demandent de réaliser l'histoire de Walt Disney et Mickey Mouse en version pop-up. Tirage

prévu : pas beaucoup. Énormément. Près de trente pays en coédition.

C'est la seule fois de ma vie où j'ai imaginé une pluie de dollars tomber sur moi comme si j'étais Picsou dans son coffre-fort.

Moins d'une semaine plus tard, le brouillon est à New York.
Réponse de Thea : « Le livre est spectaculaire. »

LE FAX DU VENDREDI SOIR

Concepteur de pop-ups

Tout était prêt pour l'impression.

Mais en tant que free-lance, je n'avais toujours pas reçu le contrat. Pas même un accord à l'amiable. Pas même une poignée de main formelle. Je n'avais que des mots, des compliments et un e-mail disant « spectaculaire ».

Puis, un vendredi soir, un fax arrive.

Ceux qui ont mon âge savent ce qu'est un vendredi soir et un fax. Le vendredi soir, c'est quand on vous annonce les mauvaises nouvelles, car le lundi, vous avez déjà eu le week-end pour les digérer. Et le fax, c'est cette bande de papier thermique qui, lorsque vous la sortez de la machine, vous savez déjà qu'elle n'apportera pas de bonnes nouvelles, car les bonnes nouvelles, on vous les annonce par téléphone.

M. Roy Disney a réorganisé l'entreprise. M^{me} Thea ne travaille plus pour Disney Press.

Ainsi, ce soir-là, tout mon travail s'est perdu dans l'Amérique de Disney. Le projet, le livre, les quelque trente pays. Et je n'ai même pas réussi à récupérer le brouillon. Perdu dans les studios Disney. Pour toujours.

Les oreilles de Mickey, les Lindor, les rires dans mon stand.

Tout effacé par un fax vendredi soir.

Le lundi matin, je suis retourné à la caisse. Bonjour madame, comment voulez-vous votre argent ? Vingt euros, ça vous va ?

C'est pourquoi je n'ai jamais regretté de travailler à la banque. Parce que lorsqu'un fax vous enlève vos rêves, le guichet vous ramène à la réalité. Et la réalité, parfois, est un soulagement.

PLUS CÉLÈBRE QUE DISNEY

Concepteur de pop-ups

Cette histoire commence par un coup de téléphone.

Une de mes amies brésiliennes regarde le journal télévisé du soir. Mauricio de Sousa est arrivé à la Foire de Bologne. Elle m'appelle et me supplie : demande-lui un dessin de Monica avec une dédicace.

Je ne sais pas qui est Mauricio de Sousa. Enfin, je le connais vaguement, mais je ne comprends pas son importance. Mon amie m'explique. Au Brésil, il n'y a pas de parcs Disney. Il y a les parcs Monica. Tous les enfants brésiliens lisent ses histoires. Il est plus célèbre que Disney. Plus célèbre.

Le lendemain matin, je m'approche de son stand. Blindé, bien sûr. Les stands des célébrités sont toujours blindés.

Mais De Sousa sort. Il s'approche de moi. Il sourit.

Il regarde mon autocollant. Celui avec le mot « NOUVEAUTÉ » que j'ai collé sur ma chemise en jean avec du ruban adhésif double-face.

Il parle portugais, je parle italien. Nous nous comprenons un peu, comme c'est souvent le cas entre des langues qui viennent du même endroit. Il me demande pourquoi je suis une nouveauté. Je lui parle des pop-ups.

Il ne les connaît pas.

L'illustrateur le plus célèbre du Brésil, plus célèbre que Disney, avec ses parcs à thème et ses millions de lecteurs, n'a jamais vu de pop-ups.

Je l'emmène à mon stand. Je lui montre les livres. Il les ouvre et je l'observe. Je connais ce regard. C'est le même que j'avais en 1978 lorsque j'ai vu le premier pop-up en librairie. L'étonnement de celui qui découvre qu'un livre peut se soulever.

Il me dessine Monica. Avec une dédicace. Sur une feuille de carton que j'avais par hasard dans mon stand.

Le lendemain, il revient. Il n'est pas seul. Il est accompagné des dirigeants de sa maison d'édition. Il me demande de créer une gamme de cartes pop-up avec ses personnages pour ses parcs à thème.

Tout cela parce qu'un caissier de Forlì avait collé un autocollant sur sa chemise et qu'une amie brésilienne voulait un autographe.

Les grandes choses, dans cette vie, partent toujours d'une futilité. Un autocollant. Un coup de téléphone. Un dessin sur un morceau de carton qui se trouvait là par hasard.

Et un monsieur brésilien qui ne connaissait pas les pop-ups et qui, l'espace d'un instant, est redevenu enfant dans mon stand de six mètres carrés à la Foire de Bologne.

IO ET ME

Concepteur de pop-ups

Ce qui est beau à la Foire du livre jeunesse de Bologne, c'est la démocratie des stands.

Six mètres carrés ou six cents, peu importe. On vous donne un badge, une étiquette à épingle sur votre veste, et à partir de ce moment-là, vous et le président de Random House avez les mêmes droits. Un stand vaut un autre.

Sur le badge, vous inscrivez généralement votre nom, votre prénom, votre fonction et votre maison d'édition. Des choses sérieuses. Des choses qui se font en costume-cravate.

Chaque année, j'en inventais une.

Une année, j'ai écrit ma fonction : président. Président du conseil d'administration de Massimo Missiroli Editore. En réalité, Massimo Missiroli Editore, c'était juste moi, mais « président » sonnait bien. Ça sonnait comme les vrais présidents.

Et savez-vous qui d'autre avait écrit Chairman sur son badge ? Wally Hunt. Le patriarche mondial du pop-up. Président d'Intervisual à Los Angeles et de l'American Bookseller Association.

Dans tout le salon, nous étions deux à avoir cette fonction.

Wally et moi. Le caissier de Forlì et le grand-père du pop-up contemporain. Tous deux présidents.

Mais le plus beau badge était un autre.

J'ai écrit en gros, d'un côté : **IO**.

De l'autre côté, à l'envers : **ME**.

Italien et anglais. La même personne. Peu importe d'où on le regarde, c'est toujours moi.

Le jeu était le suivant. Quelqu'un s'approchait, regardait le badge, lisait IO. Il ne comprenait pas. Il pensait regarder le verso. Il le retournait pour voir le recto. ME. Il le retournait à nouveau. IO. Il le retournait encore. ME.

Et pendant ce temps, je restais là à le regarder tourner et retourner, et je souriais.

Finalement, il me demandait : « Mais qui êtes-vous ? »

Et je répondais : « C'est écrit dessus. »

Au Salon du livre, les grandes maisons d'édition investissent des milliers d'euros dans des graphismes, des enseignes lumineuses, des hôtes, des catalogues sur papier glacé. Je me faisais remarquer avec une étiquette écrite au marqueur des deux côtés.

Car au final, dans ce métier, ce n'est pas la taille de votre stand qui compte. C'est vous qui comptez.
IO. ME. Peu importe où vous me tournez.

LA PLAQUE À L'HÔTEL, LE LIVRE SOUS LE BRAS

Collectionneur

À Wally Hunt, le grand-père du pop-up, la Foire de Bologne remet le prix spécial pour l'ensemble de sa carrière. Une plaque dorée, un discours, des applaudissements, des photos. Tout ce qu'on fait quand on récompense une légende.

Mais j'avais préparé autre chose.

Quelques semaines auparavant, j'avais lu une interview dans un quotidien américain. Wally racontait qu'il était tombé amoureux des pop-ups quand il était jeune, alors qu'il était militaire en Allemagne pendant la Seconde Guerre mondiale. Il avait vu un livre carrousel allemand et ne l'avait jamais oublié. Tout avait commencé avec ce livre. Toute sa vie, Intervisual, des centaines de pop-ups publiés, toute une industrie.

Que cette histoire soit vraie ou fausse (avec Wally, on ne savait jamais), je me suis lancé à sa recherche. Je cherchais un livre allemand à carrousel de cette époque. Je l'ai cherché chez les antiquaires, dans les catalogues, dans les ventes aux enchères. Et je l'ai trouvé. À Bologne, chez un antiquaire. Vraiment magnifique. Une pièce des années 40, avec des pages qui s'ouvraient en tourniquet. Pour moi, ça pouvait être celui-là.

Le soir de la remise des prix, j'ai demandé aux organisateurs si je pouvais monter sur scène après la cérémonie officielle. Ils m'ont donné leur accord. Je suis monté avec le livre entre les mains.

Je l'ai tendu à Wally et lui ai dit : « Pour moi, le livre que tu as vu en Allemagne, c'est celui-ci. »

Wally l'a pris. Il l'a regardé. Et il a joué le jeu.

Il l'a reconnu. Il a dit que oui, c'était bien celui-là. Il a été ému. Devant tout le monde.

Était-ce vrai ? Je ne sais pas. Je ne le saurai jamais. Mais cela n'avait pas d'importance. Ce qui comptait, c'était le geste. Un collectionneur offrant à un autre collectionneur l'objet qui a changé sa vie. Que l'histoire soit vraie ou inventée, le livre était vrai et l'émotion était vraie.

Mais le plus beau est venu après.

Pendant les quatre jours du salon, Wally a laissé la plaque dorée du prix à l'hôtel. Dans sa chambre, sur la table de chevet, qui sait. Il ne l'a jamais emportée avec lui.

Mon livre, en revanche, il le gardait sous le bras. Toujours. Il le montrait à tous ceux qu'il rencontrait. Éditeurs, managers, collègues, visiteurs. À tout le monde. « Regardez ce que Massimo m'a offert. »
Pas la plaque. Le livre.

Voilà ce qu'est un collectionneur. Il se moque de la reconnaissance officielle. Ce qui lui importe, c'est l'objet. Le livre que l'on peut toucher, ouvrir, montrer, serrer contre soi.

Une plaque, on la pose sur une étagère et au bout d'un mois, on ne la regarde plus.

Un livre, on le garde sous le bras toute sa vie.

LE PREMIER PLI

Concepteur de pop-ups

Prenez une feuille de carton. Vous l'avez ? Bien.

Maintenant, pliez-la en deux dans le sens de la longueur.

Dans le sens de la longueur, j'ai dit. Il y a toujours quelqu'un qui plie dans le sens de la largeur. Ne vous inquiétez pas, cela arrive à chaque cours. Cela arrive même aux professeurs les plus compétents, ceux qui sont attentifs à tout. Une distraction, et la feuille est pliée dans l'autre sens. La jeter ? Non. La recycler. Mais le bon pli est celui dans le sens de la longueur.

Bien. Vous avez une feuille pliée en deux.

Et vous direz : quoi de neuf ? C'est un livre. Page un à gauche, page deux à droite. Même les enfants de trois ans savent le faire.

Non. Ce n'est pas vrai.

Dans les livres pop-up, il n'y a pas de page un et de page deux. Il y a la première double page, la deuxième double page, la troisième double page. Tout fonctionne par doubles pages. Les deux faces travaillent ensemble, comme un couple. Ce qui se soulève à gauche dialogue avec ce qui se soulève à droite. L'espace est unique, d'un bord à l'autre.

C'est pourquoi, si vous cherchez le nombre de pages dans un pop-up, vous ne le trouverez pas. Il n'y en a pas. Parce qu'on ne compte pas les pages. On compte les doubles pages. Et dans un pop-up classique, il y en a six. Six scènes. Six mondes qui s'ouvrent les uns après les autres.

Maintenant, rouvrez la feuille.

Que remarquez-vous ?

Il y a un pli au milieu. Vous le voyez ? Cette ligne que vous avez faite en pliant la feuille. Celle-là.

Voilà. C'est le premier pli de votre pop-up.

Vous ne l'avez pas conçue. Vous n'y avez pas pensé. Vous l'avez simplement faite en pliant une feuille en deux. Mais elle est déjà là et elle détermine déjà tout ce qui va suivre.

Même s'il n'est pas correct d'utiliser ce terme, car il vient de l'origami et les pop-ups ne sont pas de l'origami, il s'agit d'un pli vers le bas. Regardez-le bien. La feuille descend vers vous comme le fond d'une vallée entre deux montagnes.

Souvenez-vous-en. Toujours. Le premier pli d'un pop-up est toujours vers le bas. Toujours. Et ce pli déterminera l'ensemble de votre pop-up final. Chaque structure que vous construirez, chaque figure qui se dressera, chaque mécanisme que vous inventerez partira de là. De cette vallée.

Nous sommes sur la bonne voie pour en faire beaucoup d'autres.

Mais attention. Avant de vous précipiter, regardez bien ce pli. Un seul. Le premier. Celui qu'un enfant de trois ans sait faire.

Tout part de là.

L'ASTUCE QUI N'EST PAS UNE ASTUCE

Concepteur de pop-ups

Je donnais des cours depuis des années. Des centaines de cours. Des milliers d'enseignantes. Et j'avais une habitude que j'aimais beaucoup.

Je construisais une carte pop-up devant tout le monde. Je la dessinais là, en direct. Il n'y a pas d'astuce, pas de tromperie. Vous la voyez naître sous mes mains. Carton, ciseaux, colle, feutre. Voici la carte. Applaudissements.

Mais ensuite.

Je prenais la carte terminée, je la retournais, et sur le carton blanc au dos, avec exactement les mêmes plis, je dessinais autre chose. Un autre sujet, une autre histoire, un autre monde. Même structure, tout était différent.

Je le rouvrais et les maîtresses faisaient « ooooh » une deuxième fois. Parce qu'elles ne s'y attendaient pas. Parce qu'elles pensaient que le pli était fait pour ce dessin, alors que le pli était fait pour tous les dessins possibles.

C'est le secret que j'enseigne toujours : le pli est une structure, pas un contenu. Le pli ne sait pas ce que vous allez dessiner dessus. Le pli sait seulement se relever. C'est vous qui décidez ce que vous y mettez.

Un pli en V peut être le bec d'un oiseau, la bouche d'un crocodile, le toit d'une maison, le sommet d'une montagne. Même pli. Quatre mondes différents.

Si vous avez des enfants, essayez pour voir. Prenez un carton, faites un pli simple, dessinez un chat. Puis retournez la carte et dessinez un robot sur les mêmes plis. Retournez-la à nouveau et dessinez un monstre. L'enfant va adorer. Pas pour le pli, mais pour la découverte qu'une chose peut devenir une infinité de choses.

Multiplication des sujets sur une simple construction en papier. Cela ressemble à une phrase tirée d'un manuel. En réalité, c'est le plus beau jeu du monde.

Mais un jour, alors que je faisais exactement cela, il s'est passé quelque chose de curieux...

LE LANCEMENT À LA RUSSE

Concepteur de pop-ups

J'avais un geste.

Chaque fois que je terminais une carte pop-up pendant le cours, je la montrais, je la retournais, je dessinais le deuxième sujet au dos, j'applaudissais, puis je devais passer à la construction suivante. Et comment je passais ?

Comme le font les Russes après un verre de vodka.

Je prenais le carton, je le pliais et je le lançais en arrière. Par-dessus mon épaule. Sans regarder où il tombait. Et je disais : « Bon, ça aussi, c'est fait. Passons au suivant. »

C'était un geste d'acteur. Il faut un peu de théâtre quand on est sur scène devant vingt enseignantes qui ont renoncé à leur après-midi de libre pour apprendre à plier du carton. Il faut les garder éveillées. Il faut les divertir. Et une carte pop-up qui vole en arrière est beaucoup plus amusante qu'une carte pop-up posée sur la table.

En général, à la fin du cours, je les ramassais par terre. Tous. Et je les jetais dans la poubelle de recyclage du papier. Parce que pour moi, c'étaient des exercices. Des démonstrations. Des déchets.

Mais cette fois-là, quelque chose s'est produit.

Je lance la première carte. Je lance la deuxième. Je lance la troisième. À la russe, toujours. Vodka imaginaire et hop, par-dessus l'épaule.

À un certain moment, j'ai remarqué un mouvement sur les côtés de la salle. Certaines enseignantes s'étaient levées. Pas pour aller aux toilettes. Pas pour prendre un café.

Elles se sont levées pour ramasser mes billets par terre.

Elles les ramassent un par un. Elles les tiennent dans leurs mains. Elles les mettent de côté. Comme s'il s'agissait d'objets précieux.

À la fin du cours, elles viennent vers moi. Avec les cartes ramassées. Ceux que j'allais jeter au recyclage. Ceux que j'ai faits en trois minutes, dessinés à la va-vite, lancés à la russe.

« Vous pouvez nous les dédicacer ? »

Je les regarde. Je regarde les cartes. Je les regarde. J'ai un peu honte. En fait, j'ai très honte. Parce que ces cartons n'ont aucune valeur pour moi. Ce sont des exercices. Du papier usagé. Des déchets.

Mais pas pour elles. Pour elles, ce sont des pièces uniques. Réalisées en direct, sous leurs yeux, par quelqu'un dont elles ne savent pas s'il s'agit d'un caissier qui fait du pop-up ou d'un designer pop-up qui fait caissier. Et maintenant, elles veulent une signature.

Je les ai signées. Toutes. Parce que contredire une enseignante est toujours une mauvaise idée.

Et depuis ce jour-là, je ne les ai plus lancés à la russe.

Je les pose sur la table. Avec respect. Parce que j'ai compris que ce qui est un déchet pour toi est un trésor pour quelqu'un d'autre.

C'est la première règle du collectionnisme, et ce sont mes professeurs qui me l'ont enseignée.

JUSTE CE QU'IL FAUT

Concepteur de pop-ups

J'envie les ménagères.

Je les envie vraiment. Ce sont les véritables fantaisistes de la vie. Elles savent faire du pain, des pâtes, des plats qui ont toujours le même goût, et quand on leur demande comment elles font, quand on leur demande les doses, la réponse est toujours la même.

Juste ce qu'il faut.

Juste ce qu'il faut de farine. Juste ce qu'il faut de sel. Juste ce qu'il faut d'eau. Et le résultat est toujours le même. Toujours bon. Sans balance, sans mesure, sans recette.

La première fois que j'ai donné un cours de pop-up, j'étais tout le contraire d'une femme au foyer. J'étais comptable.

J'avais tout préparé avec une précision toute suisse.

Ce morceau de carton devait mesurer exactement treize centimètres et trois millimètres. Pas treize et deux. Pas treize et quatre. Treize et trois. Parce que c'était la seule façon pour que le mécanisme fonctionne. C'était la seule façon pour que le pli tombe au bon endroit et que la structure se dresse bien droite.

Pour suivre mon cours, il fallait : une règle, du papier

millimétré, un crayon bien taillé, une gomme et une patience que les professeurs n'avaient pas toujours.

Trois décimales. Je parlais de trois décimales. Comme un ingénieur qui conçoit un pont. Comme un pharmacien qui prépare un médicament. Comme quelqu'un qui a peur de se tromper.

Puis, avec le temps, j'ai supprimé une décimale.

De treize et trois à treize et demi. Plus ou moins. Cela fonctionnait tout aussi bien. Le pli se relevait de la même manière. Le pop-up tenait debout de la même manière. Et les enseignants respiraient un peu mieux.

Puis j'ai supprimé la virgule.

Treize centimètres. À peu près. À l'œil nu. Sans règle. On coupe ici, on plie là, ça marche.

Puis j'ai aussi supprimé les centimètres.

Maintenant, quand j'enseigne la fabrication de pop-up, je ne dis plus « treize centimètres et trois millimètres. » Je dis : « juste ce qu'il faut. »

Autant de carton qu'il faut. Autant de colle qu'il faut. Autant de plis qu'il faut. Et ça marche toujours.

Il m'a fallu trente ans pour passer de la règle à « ce qu'il faut ».

Trente ans pour comprendre que la précision ne réside pas dans les millimètres. Elle réside dans les mains. Et les mains, quand elles ont fait la même chose dix mille fois, savent d'elles-mêmes où couper.

Les ménagères le savent depuis toujours. Il m'a fallu trente ans.

Mais finalement, je suis moi aussi arrivé en cuisine.

LE BARBU AU BÉRET

Éditeur

J'ai treize ans. Je suis en cinquième. C'est le printemps 1969, plus ou moins.

Peu de gens se souviennent qu'en octobre de l'année précédente, en Bolivie, Che Guevara a été assassiné. À treize ans, je ne sais pas vraiment qui il est. Je sais seulement que les garçons plus âgés que moi portent tous un t-shirt avec le visage d'un homme barbu avec un béret.

Et en dessous, un seul mot : CHE.

J'aime ce visage. Il a quelque chose. Je ne sais pas ce qu'est la révolution, je ne sais pas ce qu'est la Bolivie, je ne sais rien. Mais j'aime ce visage.

Un jour, à l'école, j'essaie de le redessiner. Dans mon cahier, avec un stylo à bille. Je m'applique. Le béret, la barbe, le regard. Le résultat est plutôt bien réussi, pour un garçon de cinquième.

Mon camarade de classe (vous savez comment sont les adolescents) prend le stylo et dessine une croix gammée dessus.

Nous nous sommes battus.

Ce n'était pas politique. Nous avions treize ans.

Nous ne savions rien ni de Guevara ni des nazis.

Il voulait me mettre en colère et il a réussi. Je voulais défendre mon dessin et j'ai essayé.

Puis nous sommes redevenus camarades de classe. Et ensemble, nous avons continué à sécher les cours, ce qui était notre véritable activité révolutionnaire.

Cinquante ans ont passé.

Je ne suis plus un gamin avec un stylo à bille. Je suis éditeur de pop-ups. J'ai ma propre maison d'édition. Je peux imprimer ce que je veux. Et un jour, grâce à un ami qui vit à Cuba, j'ai l'occasion de rencontrer Aleida Guevara.

La fille du Che.

Avec elle, je réalise un pop-up. Titre : *Che Guevara expliqué aux enfants*.

Mais attention. Ce n'est pas un livre sur la révolution. Il n'y a pas de fusils, de drapeaux, de discours politiques. C'est un livre sur un père.

Car Che Guevara était aussi un père. Il avait des enfants. Il leur écrivait des lettres. Il pensait à eux quand il était loin. Et même en tant que père, on peut être révolutionnaire :

on peut enseigner à ses enfants que le monde peut changer, que les injustices ne sont pas acceptables, qu'il faut avoir du courage.

C'est ce que m'a raconté Aleida. Avec les yeux d'une fille, pas avec les yeux de l'histoire.

Et je l'ai mis dans un pop-up. Parce qu'un pop-up est un livre qui se soulève. Et certaines histoires méritent d'être soulevées.

Ah, un détail. Après avoir publié ce livre, l'ambassade américaine m'a refusé un visa pour la deuxième fois.

La première fois, c'était en 2007, sans raison. La deuxième fois, en 2022, après le livre sur le Che.

J'ai ensuite réalisé un pop-up sur Chaplin, que les Américains avaient chassé de leur pays.

Bien sûr, je fais tout pour ne pas obtenir ce visa.

Mais à treize ans, quand je dessinais ce barbu avec son béret, je ne pouvais pas le savoir.

SAUVEZ-MOI, JE DOIS FAIRE CHAPLIN

Éditeur

Il m'a fallu du temps pour arriver à la Fondation Chaplin.

La Fondation se trouve à Paris. Curieux, pour un Anglais qui a vécu en Amérique et passé les dernières années de sa vie en Suisse. Mais les fondations d'artistes sont ainsi : elles se trouvent là où se trouve celui qui s'en occupe, et non là où se trouvait l'artiste.

J'ai écrit, j'ai appelé, j'ai envoyé des documents. Cela n'a pas été facile. Quand on est un éditeur indépendant, basé à Forlì, avec pour seule référence une collection de poignées de main, on ne vous ouvre pas tout de suite les portes.

Mais les portes se sont ouvertes. La Fondation m'a donné son autorisation. Et pas seulement la Fondation, mais aussi les enfants de Chaplin. Ils m'ont donné la permission de publier la version pop-up du *Grand Dictateur*. Avec les images du film, avec le discours à l'humanité accessible via un code QR.

Un rêve devenu réalité. Le vagabond à la casquette dans mon pop-up. Charlie Chaplin et Massimo Missiroli, réunis par le carton. Le caissier de Forlì qui publie le plus grand film contre les dictatures dans un livre qui se soulève.

J'étais au septième ciel.

Mais le malheur était au coin de la rue.

J'ai une tumeur maligne au rein. Diagnostic rapide. Opération chirurgicale immédiate. Pas le temps d'y penser, pas le temps d'avoir peur. On va à l'hôpital et on passe sous le bistouri.

Je suis dans la salle de préparation. On m'a fait une péridurale. Je suis lucide, mais je sais que je ne le serai bientôt plus. Le chirurgien arrive pour me rassurer. Il me regarde, me sourit, me dit ce que les chirurgiens disent avant de vous opérer. Que tout ira bien. Que c'est une intervention de routine. Qu'on se reverra après.

J'aurais pu dire n'importe quoi. J'aurais pu dire merci. J'aurais pu dire que j'avais peur. J'aurais pu dire de saluer ma famille.

Je lui ai dit : « Sauvez-moi. Je dois faire le pop-up de Chaplin. *Le Dictateur*. »

Le chirurgien m'a regardé. Il a probablement pensé que la péridurale m'avait déjà monté à la tête.

Mais j'étais très sérieux.

Il m'a sauvé. J'ai fait le pop-up. Chaplin se lève dans mes pages et prononce son discours à l'humanité. Et dans ce livre, entre les plis, il y a aussi un morceau de cette matinée à l'hôpital. Il y a la preuve que les pop-ups ne sont pas mon travail. Ils sont ma raison de rester debout.

Ce chirurgien est toujours mon urologue. Quatre ans ont passé. Chaque fois que nous nous voyons, nous rions de cette phrase.

Il appelle ça une blague.

Pour moi, c'était la chose la plus sérieuse que j'ai dite de ma vie.

LES 26 MOTS DE LA PAIX

Éditeur

Le livre s'intitule *L'Alphabet de la paix*. Quand on l'ouvre, il se transforme en carrousel, un grand jardin circulaire où jouent des dizaines d'enfants. En haut, sur toute la longueur du livre, flotte le drapeau de la paix : une bande de sept couleurs, chacune contenant les vingt-six mots de la paix de A à Z, traduits en plusieurs langues.

A comme Amour. B comme Bonté. Et ainsi de suite, jusqu'à Z.

J'ai envoyé un exemplaire au pape François. Avec une lettre dans laquelle je lui demandais une faveur. Je voulais qu'il m'écrive lui-même les vingt-six mots. En espagnol argentin, sa langue. Je les aurais ensuite traduits moi-même.

Le pape François m'a répondu. Il m'a envoyé des images saintes avec quelques mots et une lettre signée dans laquelle il m'exhortait à le faire. Le pape de l'Église catholique encourageant un athée de Forlì à écrire un livre sur la paix.

Un juif (Luzzati) pour la crèche. Un athée (moi) pour *L'Alphabet de la paix*. Le Vatican a des goûts curieux, mais cela me convient.

Je l'ai fait. Le livre était prêt. Mais ensuite vint la partie difficile.

Parmi les sept langues, j'avais également choisi le russe et le chinois.

Un choix critiqué. La guerre venait d'éclater entre la Russie et l'Ukraine. L'Europe avait imposé des sanctions. Personne ne parlait aux Russes. Personne n'envoyait quoi que ce soit aux Russes. Les Russes étaient devenus ceux à qui on ne parle pas.

Mais les paroles de paix s'adressent à tous. Si vous ne les dites qu'à ceux avec qui vous êtes déjà d'accord, ce ne sont pas des paroles de paix. Ce sont des paroles de cercle.

Et puis, je suis l'éditeur. J'imprime ce que je veux. Seulement mes idées.

J'ai donc écrit à l'ambassadeur russe à Rome. J'ai joint à ma lettre une copie de la lettre du pape François. Si le pape m'encourage, me suis-je dit, peut-être que l'ambassadeur m'écouterà.

L'ambassadeur a accepté.

Ma proposition était simple. Envoyer à chaque enfant russe, fils des diplomates de l'ambassade, un exemplaire de mon livre. Un livre où ces enfants trouveraient les mots de la paix écrits en russe (leur langue) mais aussi en français, en allemand, en italien. Les langues des pays qui venaient d'imposer des sanctions contre leur pays.

A comme Amour, en russe et en italien. B comme Bonté, en russe et en français. P comme Paix, dans toutes les langues.

Ces enfants n'avaient déclaré aucune guerre. Ils n'avaient imposé aucune sanction. Ils jouaient, comme tous les enfants du monde. Et ils méritaient un livre qui leur dise que les mots de paix n'ont pas de drapeau.

J'ai reçu des critiques. Je les ai écoutées. Et j'ai continué à envoyer.

Car un éditeur qui n'imprime que ce qui plaît à tout le monde n'est pas un éditeur. C'est un imprimeur.

CHAQUE EXEMPLAIRE A UN DESTIN

Éditeur

Comment fonctionne normalement un livre ?

L'auteur l'écrit. L'éditeur l'imprime. Le livre est stocké. Du stock, il est envoyé au distributeur. Du distributeur, il est envoyé au libraire. Du libraire, si tout va bien, il est envoyé au lecteur. Si tout va mal, il revient en arrière. Du libraire au distributeur, du distributeur au stock, du stock à la destruction.

Au broyage. La fin d'un livre que personne n'a voulu. Du papier qui redevient du papier. Comme s'il n'avait jamais existé.

Ou bien, si l'éditeur est sentimental, les exemplaires invendus restent stockés. Dans des cartons, dans des caves, dans des entrepôts qui coûtent cher en loyer. Des livres qui attendent un lecteur qui ne viendra pas.

C'est le parcours normal. Auteur, éditeur, entrepôt, distributeur, libraire, lecteur. Ou destruction. Une chaîne. Et à chaque maillon de la chaîne, quelqu'un décide à votre place.

Mais si vous êtes l'éditeur ?

Si vous êtes l'éditeur, vous changez les règles du jeu.

Je n'ai pas de distributeur. Je n'ai pas d'entrepôt autre que ma maison. Je n'ai pas de libraire qui décide de me mettre en

vitrine ou de me cacher dans le dernier rayon en bas à droite.

J'ai mes livres. Et c'est moi qui décide de la destination de chaque exemplaire qui passe entre mes mains.

Celui-ci, je l'offre à une amie qui aime Chaplin. Celui-là, je l'envoie au pape François. Celui-là, je l'envoie à l'ambassade de Russie. Celui-là, je le signe et le dédicace à un enfant qui m'a tiré par mon sweat-shirt. Celui-là, je le garde pour moi parce qu'il est particulièrement réussi. Celui-là, je ne le vends pas à untel parce que je n'en ai pas envie, et je n'ai pas à expliquer à qui que ce soit pourquoi je n'en ai pas envie.

Chaque exemplaire a un destin. Et c'est moi qui choisis ce destin.

Je ne deviendrai pas riche comme ça. Je n'entrerai pas dans les classements des ventes. Je n'aurai pas de distributeur qui m'appellera pour me dire que je dois réimprimer.

Mais aucun de mes livres ne finira jamais au pilon.

Parce que j'ai remis chaque exemplaire entre de bonnes mains. Et je sais quelles sont les bonnes mains. Une par une.

C'est la liberté de l'éditeur qui est aussi l'auteur. Pas la liberté d'imprimer ce que l'on veut. Tout le monde a cette liberté.

La liberté de décider où va chaque exemplaire. Celle-là, personne ne l'a.

160 ANS PLUS TARD, LE MÊME GESTE

Éditeur

Mon premier livre en tant qu'éditeur a été *La Divine Comédie - L'Enfer*. Avec les illustrations de Gustave Doré.

C'est curieux. Le premier pop-up que j'avais construit pour m'entraîner, trente ans auparavant, était justement celui-là. *L'Enfer* de Dante avec les illustrations de Doré. Mon terrain d'entraînement. Ma première tentative pour donner trois dimensions à une image plate. C'est Abrams, à New York, qui me l'avait demandé, puis ils me l'avaient renvoyé, et il avait fini dans un tiroir.

Trente ans plus tard, ce tiroir s'est rouvert. Et mon premier livre en tant qu'éditeur a été mon premier livre en tant qu'auteur. La boucle est bouclée. Comme un pop-up qui s'ouvre et se referme.

Mais la belle histoire vient après.

J'envoie un exemplaire à Emma Marigliano, une bibliothécaire anglaise que je connais. Pour me remercier, elle m'écrit une lettre. Et dans cette lettre, elle me raconte une chose que j'ignorais.

Cent soixante ans avant moi, quelqu'un d'autre avait fait exactement la même chose.

Gustave Doré avait proposé ces gravures de *l'Enfer* aux éditeurs français. Il les avait dessinées avec un soin obsessionnel, planche après planche. *L'Enfer* de Dante vu à travers ses yeux. Un chef-d'œuvre.

Aucun éditeur n'a voulu les imprimer.

Trop sombres. Trop grandes. Trop coûteuses. Trop risquées. Les refus habituels que tous les auteurs du monde connaissent bien.

Et qu'a fait Doré ? Il les a imprimées à ses frais. Il s'est autoproduit. Il a investi son argent, trouvé un imprimeur et publié ces gravures que personne ne voulait. Elles sont ensuite devenues les illustrations les plus célèbres de *la Divine Comédie* dans l'histoire de l'art. Celles que tout le monde connaît. Celles que j'avais dans ma chambre et que j'ai vues un matin en trois dimensions.

Exactement cent soixante ans plus tard, je répétais ce geste.

Mêmes planches. Même obstination. Même décision de faire seul ce qu'aucun éditeur n'aurait fait pour moi. Seulement, je ne dessinais pas les gravures, je les faisais sortir de la page.

Doré avait donné vie à ces images. Je leur donnais de la profondeur.

Il n'avait pas cédé aux éditeurs qui lui avaient dit non. Je ne m'étais plié à personne.

Cent soixante ans plus tard, le même geste. Je ne le savais pas. C'est une bibliothécaire anglaise qui me l'a raconté.

Et c'est là toute la beauté de faire des livres. On ne sait jamais dans quelle histoire on s'embarque jusqu'à ce que quelqu'un nous raconte que cette histoire avait déjà commencé avant nous.

VOUS POURRIEZ AUSSI ÊTRE GIGOLO

Des pop-ups

À la Foire de Bologne, je rencontre enfin Thea Feldman de Disney Press. Celle des oreilles de Mickey Mouse, des Lindor, des lettres de New York. Cette fois, Minnie n'est pas là. Il n'y a qu'elle et moi, face à face, dans mon stand.

Je lui montre tout. Les prototypes que j'ai préparés pendant des mois. Les personnages Disney transformés en pop-up. Mickey qui se lève, Donald qui déploie ses ailes, le château de la Belle au bois dormant qui s'élève sur la double page. Des mois de travail, des nuits blanches, du carton découpé et découpé jusqu'à trouver le pli parfait.

Toute l'équipe de Disney Press America est dans mon stand de six mètres carrés. Ils regardent, feuillent, ouvrent, ferment, rouvrent. Ils se regardent. Ils acquiescent. Ils me félicitent.

À ce moment-là, je suis vraiment un concepteur de pop-ups. Pas par hasard, pas par hobby, pas pour jouer. Pour de vrai. Disney me dit que mes plis ont de la valeur.

Mais je n'ai pas réussi à me taire.

C'est mon défaut. Quand tout va trop bien, je dois tout gâcher. Je dois dire la vérité. Je dois avouer.

Et j'ai avoué.

« Je dois vous dire quelque chose. Je ne fais pas ça dans la vie. Je prends des congés de mon travail de caissier pour venir au salon. Mon vrai métier, celui qui me rapporte un salaire, c'est caissier de banque. À Forlì. »

Silence.

Je les regardais et je pensais : maintenant, ils vont partir. Maintenant, ils vont se désintéresser. Maintenant, ils comprennent que je ne suis pas un professionnel du pop-up, mais un amateur qui joue avec du carton pendant son temps libre.

Thea m'a regardé. Pas avec déception. Pas avec étonnement. Avec ce visage de manager américaine qui a tout entendu dans la vie et qui n'est plus impressionnée.

Et elle m'a dit une phrase que je n'oublierai jamais.

« Je me fiche de ce que tu fais dans la vie. Tu pourrais même être gigolo. L'important, c'est que tes idées et tes pop-ups me fassent dépasser mon budget. »

Dépasser le budget. Vendre plus que prévu. Rendre plus que prévu. C'est ça qui compte. Pas ton CV, pas ton diplôme, pas ta veste et ta cravate.

Les plis. Seulement les plis.

En Amérique, ça marche comme ça. On ne te demande pas

qui tu es. On te demande ce que tu sais faire. Et si ce que tu sais faire leur fait dépasser le budget, tu peux être caissier, gigolo ou roi d'Angleterre. Ça leur va très bien.

Cette phrase m'a libéré. Je n'avais plus à avoir honte d'être un caissier qui fait des pop-ups. Je devais juste faire des pop-ups qui dépassaient le budget d'une directrice générale de Disney.

Ce qui est exactement ce que je faisais.

ET KUBAŠTA ?

Concepteur de pop-ups

Je connais bien les directeurs éditoriaux.

« Plus de plis. » C'est la première chose qu'ils disent.

« Des constructions différentes à chaque page. » C'est la deuxième.

« De plus en plus complexes. » C'est la troisième.

Et puis la phrase finale, celle qui clôt toute discussion :

« Les enfants aiment ça. »

Les enfants aiment ça. Vous en êtes sûr, monsieur le directeur ? Vous leur avez demandé ? Vous êtes allé dans une école maternelle, vous vous êtes assis par terre, les jambes croisées, vous avez ouvert un pop-up devant un enfant de quatre ans et vous lui avez demandé ce qu'il aimait ?

Non. Vous ne l'avez pas fait. Parce que vous connaissez les enfants grâce aux études de marché et que je les connais parce que je travaille avec eux depuis quarante ans.

Alors laisse-moi te parler de Kubašta.

Vojtěch Kubašta. Pragois. Le plus grand créateur de livres pop-up du XX^e siècle en termes de nombre d'exemplaires vendus. Peut-être de tous les temps.

Savez-vous combien de livres il a réalisés ? Plus d'une centaine.

Savez-vous avec combien de constructions cartographiques différentes ? Une seule. Toujours la même. Toujours.

Ouvrez un livre de Kubašta et vous trouverez une construction. Ouvrez le deuxième et vous trouverez la même. Le troisième, la même. Le centième, la même. L'illustration change, l'histoire change, le monde qui s'offre à vous change. Mais le pli est le même. Une seule solution cartotechnique répétée tout au long de sa carrière.

Sans colle. Seulement des plis. Des constructions que les enfants pouvaient assembler eux-mêmes, sans aide, sans instructions compliquées, sans diplôme d'ingénieur.

Savez-vous combien d'exemplaires ont été vendus ? Vingt-cinq millions.

Vingt-cinq millions d'enfants dans le monde ont acheté les livres de Kubašta. Tous identiques dans leur structure. Tous simples. Tous avec le même pli.

Et maintenant, vous arrivez, directeur éditorial, avec vos études de marché et vos groupes de discussion, et vous me dites que les enfants aiment avoir des constructions différentes à chaque page. Qu'ils veulent plus de plis. Qu'ils veulent plus de complexité.

Et que dit-on à ces vingt-cinq millions d'enfants ?

Qu'ils se sont trompés ?

Qu'ils ont acheté le mauvais livre ?

Qu'ils ne comprenaient rien aux pop-ups ?

Les enfants comprennent très bien. Ils comprennent qu'un beau livre est un livre qui s'ouvre et qui vous fait dire « ooooh ». Ils se moquent qu'il y ait un ou cent plis. Ce qui leur importe, c'est que ce pli fasse naître quelque chose de merveilleux.

Et Kubašta faisait se produire quelque chose de merveilleux. Toujours. Avec le même pli. Pour cent livres d'affilée.

Plus de plis, directeur ? Des constructions différentes ? De plus en plus complexes ?

Dites-le à Kubašta. Si vous y arrivez.

NON CLASSÉ EN ALLEMAND

Concepteur de pop-ups

Je dois faire une mise au point. À l'école, en comptabilité, j'ai étudié l'allemand comme deuxième langue étrangère.

Je n'ai jamais compris un mot. Pas un seul. Rien.

Chaque année, j'étais non classé. Cela signifie que le professeur n'était même pas en mesure de me donner une note, car pour donner une note, il faut avoir quelque chose à évaluer et je ne produisais rien d'évaluable. Zéro. Le vide absolu.

Mes autres professeurs, dans leur grande bonté, s'accordaient chaque année avec celui d'allemand pour m'accorder un six politique. Sinon, mon non classé aurait ruiné la moyenne de huit que j'avais dans toutes les autres matières. Il aurait été inutile de me renvoyer en septembre. Je ne comprenais rien à l'allemand. Absolument rien de la langue allemande.

Bon. Gardez cela à l'esprit.

Des années plus tard, la maison d'édition Schreiber d'Esslinger m'a demandé de réaliser la version pop-up de *Struwwelpeter*. *Pierino Porcospino*. Le classique par excellence de l'édition jeunesse allemande. Le livre que tous les enfants allemands connaissent comme nous connaissons *Pinocchio*. Écrit par Heinrich Hoffmann en 1845.

Je ne l'avais jamais lu. Évidemment. Je n'ai jamais lu de livre, encore moins en allemand.

Mais les illustrations, celles-là, oui. Je les connaissais par cœur. J'étais tombé amoureux de cet enfant aux cheveux ébouriffés qui me rappelait moi-même quand j'étais jeune. Lui aussi se rongait les ongles, exactement comme moi.

J'ai fait le pop-up. En utilisant seulement des plis minimaux et essentiels. Je n'ai rien bouleversé. Je n'ai rien ajouté. J'ai laissé les images de Hoffmann s'élever avec la même simplicité avec laquelle elles avaient été dessinées cent cinquante ans auparavant.

Le livre a été un succès. J'ai ensuite réalisé *Max und Moritz*, l'autre grand classique allemand. Même approche : plis simples, respect total de l'original.

Max und Moritz est aujourd'hui l'un des pop-ups les plus vendus en Allemagne.

Puis vint la critique.

Hildegard Krahe, l'une des historiennes les plus estimées de la littérature jeunesse allemande, a écrit quelque chose qui, encore aujourd'hui, quand je le relis, me serre la gorge.

Elle a écrit que moi, le « Papierkünstler italien », l'artiste italien du papier, j'avais réussi à saisir l'essence de la tradition

allemande dans mes deux admirables réinterprétations des classiques allemands. Plus que tout autre.

Plus que tout autre.

Moi. Celui qui n'était pas classé. Celui qui ne savait même pas dire Guten Morgen sans faire rire le professeur. Celui qui n'avait pas lu une ligne de ces livres et qui n'aurait pas su commander un café à Berlin.

Mais j'avais regardé les images. Et grâce aux images, j'avais tout compris.

Parce que les images n'ont pas de langue. Les images parlent à tout le monde. Et si vous les regardez avec amour (avec cet amour que seuls un collectionneur et un non-lecteur peuvent avoir), les images vous racontent l'essence des choses mieux que n'importe quel mot.

Mon professeur d'allemand n'y aurait jamais cru.

JE N'AI JAMAIS LU DE LIVRE (LES AFFICHES)

Éditeur

Il y a quelques années, j'ai publié mon premier livre de mots.
Titre : *Je n'ai jamais lu un livre.*

Cela semble provocateur. Un éditeur qui n'a jamais lu un livre.
Un auteur qui n'a jamais lu un livre. Quelqu'un qui fait des livres pour gagner sa vie et qui n'en a jamais lu un.

Mais ce n'est pas une provocation. C'est la vérité. Et la vérité, comme je l'ai dit lors de la remise du prix Andersen devant un théâtre bondé, est toujours la plus belle histoire.

Mais la vérité pose un problème. Personne ne sait comment la prendre.

Une seule fois, on m'a invité à présenter ce livre. Une seule fois. Moi qui ai fait cinquante ans de salons, des centaines de cours, des milliers d'ateliers. Moi qui parle même trop. Moi qui ne m'arrête jamais. Mais pour présenter un livre de mots, personne ne veut de moi. Personne n'arrive à m'interviewer. Peut-être parce qu'ils ne savent pas par où commencer. Comment interviewer quelqu'un qui n'a jamais lu un livre ? Que lui demander ? Quels sont vos livres préférés ? Je n'en ai pas. Quel est votre auteur préféré ? Je n'en ai pas. Quel est le livre qui a changé votre vie ? Aucun, car je n'en ai lu aucun.

Pour cette unique présentation, j'ai inventé des affiches.
Deux slogans.

Le premier :

JE N'AI JAMAIS LU DE LIVRE.

Pourquoi ? J'adore les livres silencieux.

Les livres silencieux. Les livres sans mots. Ceux qui racontent uniquement avec des images. Pour tout le monde, ils constituent une niche, un genre particulier, une curiosité éditoriale. Pour moi, ce sont les seuls livres que j'ai toujours vraiment lus. Parce qu'il n'y a rien à lire. Il suffit de regarder. Et je sais regarder.

Un homme qui ne lit pas et qui adore les livres sans mots n'est pas un ignorant. C'est quelqu'un qui a trouvé ses livres. Ceux qui sont faits pour lui. Ceux où les mots ne servent à rien parce que les images disent tout.

Deuxième slogan :

JE N'AI JAMAIS LU DE LIVRE.

J'aime la tradition orale. Parlons-en !

C'est encore plus beau. Parce que cela renverse tout. Je n'ai jamais lu un livre, mais j'ai toujours raconté. J'ai raconté aux enfants, aux enseignants, aux éditeurs, aux collègues, aux clients de la banque. J'ai raconté à la radio, à la télévision, à la Foire, dans les ateliers, dans les cours. J'ai raconté tout pendant cinquante ans sans jamais m'arrêter.

Avant les livres, il y avait la voix. Avant l'écriture, il y avait

le récit. Homère n'écrivait pas, il chantait. Les grands-parents ne lisaient pas les contes, ils les racontaient. La tradition orale est plus ancienne que n'importe quelle bibliothèque.

Et je dis : parlons-en. C'est le plus beau mot du monde. Parce qu'il transforme un livre en conversation. Et une conversation vaut toujours mieux qu'un livre lu seul.

Je n'ai jamais lu un livre.

Mais j'en ai raconté des milliers.

JAMAIS HABILÉ COMME ÇA À LA BANQUE

Concepteur de pop-ups

Tout le monde aime les contrastes. Les journalistes les adorent.

Caissier de banque le matin, designer pop-up l'après-midi. Deux vies, deux mondes, deux personnes. Quelle histoire, quel récit, quel article.

Et tout le monde, tout le monde, veut la photo.

La photo avec le contraste. D'un côté, le banquier sérieux en costume-cravate, de l'autre, l'artiste rebelle en jeans et chemise militaire. Deux images, un seul homme. Ça marche à tous les coups.

Seulement, il y a un problème. Je m'habille toujours de la même façon. En jeans. Toujours. À la banque, à la foire, à la maison, chez le pape s'il m'invitait à dîner. En jeans. Du matin au soir, du lundi au dimanche, d'août à janvier. En jeans.

Je n'ai jamais possédé de veste. Je n'ai jamais noué de cravate. L'armée sert à ça, dit-on, mais je suis revenu de l'armée et j'ai remis mes jeans.

Un jour, la rédaction de *Famiglia Cristiana* veut faire un reportage sur moi. La journaliste Renata Maderna écrit

l'article. C'est bien. Mais il faut des photos. Et il faut des photos avec du contraste.

À la Foire, pas de problème. Jeans, stand, pop-up. C'est moi.

Mais à la banque ? À la banque, je dois ressembler à un banquier. Et un banquier porte une veste et une cravate.

La rédaction demande l'autorisation d'entrer dans la banque après cinq heures, une fois les guichets fermés. Autorisation accordée.

Ils arrivent avec le photographe. Je suis à la caisse. En jeans, comme toujours.

Un collègue me prête une veste. Un autre me passe une cravate. Je m'habille. Je me regarde. Je ne me reconnais pas.

Voilà. Maintenant, je suis banquier. Ils me photographient derrière le guichet, avec la veste de l'un et la cravate de l'autre, et sur cette photo, j'ai l'air de quelqu'un qui travaille à la banque depuis quarante ans et qui n'a jamais rien fait d'autre dans sa vie.

Je ne me suis jamais habillé ainsi à la banque. Jamais. Pas même un seul jour.

Le photographe me salue, me remercie et s'en va. Le directeur s'approche de moi. Il me regarde de haut en bas avec ce visage de directeur qui s'apprête à vous dire quelque chose qu'il pense depuis des années.

« Missiroli, vous voyez que vous êtes bien en costume-cravate ? Pourquoi ne vous habilleriez-vous pas ainsi demain ? »

Le lendemain, je suis revenu en jeans.

Et le jour d'après. Et le jour d'après encore. Pendant mes quarante-trois ans à la banque, jusqu'au dernier jour.

Parce que les journalistes aiment les contrastes. Mais je ne suis pas un contraste. Je suis toujours le même. En jeans. Que je sois caissier ou designer pop-up, que je sois à Forlì ou à Bologne, que je sois à la caisse ou sur scène.

Ce n'est pas le costume qui fait le banquier. Ni l'artiste.

Il ne fait que la photo pour le magazine.

LES DOIGTS SALIS DE PRITT

Concepteur de pop-ups

Je suis un concepteur pop-up rapide.

Si je me sens d'humeur (et l'humeur ne se commande pas, elle vient quand elle veut) je peux réaliser un pop-up de six doubles pages en moins d'un après-midi. Six scènes complètes. Du premier pli à la dernière goutte de colle. Quelques heures.

Beaucoup de mes collègues reconnaissent cette rapidité. Certains mettent des semaines à faire ce que je fais en un après-midi. Non pas parce que je suis plus doué. Mais parce que je suis plus impatient. Quand l'idée vient, elle doit sortir immédiatement. Si j'attends, elle s'en va. Et les idées qui s'en vont ne reviennent pas.

Mais la rapidité a un inconvénient. Elle vous pousse à tout remettre au dernier moment.

Je dois me rendre au salon de Francfort. Je pars avec un ami en camping-car. Un long voyage, nuit comprise. À Francfort, un éditeur allemand m'attend. Il m'a demandé de créer un livre pop-up avec l'histoire d'un hérisson. Un hérisson mignon, sympathique, qui plaît aux enfants allemands.

J'ai eu plusieurs semaines pour le préparer.
Je ne l'ai pas fait.

Non pas parce que je suis paresseux. Mais parce que je n'avais pas trouvé la bonne inspiration. Le hérisson ne me venait pas. Je le voyais plat. Je n'arrivais pas à le faire sortir de ma tête. Et s'il ne sort pas de ma tête, il ne sort pas du carton.

Nous partons. Le camping-car file vers Francfort. Mon ami conduit, puis il se fatigue, nous nous arrêtons. Il s'endort.

Il est onze heures du soir. Le rendez-vous avec l'éditeur est demain matin. Je n'ai rien. Zéro. Six doubles pages blanches.

Et là, dans le camping-car arrêté sur une aire de repos quelque part entre l'Italie et l'Allemagne, avec mon ami qui ronfle et une petite lampe de camping, le hérisson arrive enfin.

Je le vois. Il se lève. Il a des épines, il a un petit museau, il a ce visage de hérisson qui se recroqueville quand il a peur. Je le vois en trois dimensions. Je le vois en pop-up.

Je passe la nuit à découper, plier, coller. Dans le camping-car. Avec des ciseaux sur les genoux et du carton sur la table pliante. Six doubles pages. L'une après l'autre. Pendant que mon ami dort.

Le matin, nous arrivons à la foire. Je me présente à l'éditeur avec le prototype encore frais de colle. Je le lui montre. Il l'ouvre. Il le feuillette. Le hérisson se dresse à chaque page. Ça marche.

Il me regarde. Il sourit. Pas avec admiration. Avec ce sourire de quelqu'un qui vous a pris en flagrant délit.

« Vous l'avez fait cette nuit, n'est-ce pas ? »

Je l'avoue. Oui, je l'ai fait cette nuit.

Et il me montre comment il l'avait deviné.

Il prend mes mains. Il les retourne. Mes doigts sont encore sales de colle Pritt.

L'indice du crime. Le concepteur de pop-up pris la main dans le sac. Littéralement.

Depuis ce jour, avant chaque rendez-vous avec un éditeur, je me lave les mains trois fois.

Mais le hérisson n'a pas été imprimé.

LA FILE D'ATTENTE À LA CAISSE ET LE DIRECTEUR GÉNÉRAL

Concepteur de pop-ups

Il existe une frontière entre mes deux vies qui ne doit jamais être franchie. La banque est la banque. Les pop-ups sont les pop-ups. Elles ne se mélangent pas.

Puis, un jour, je franchis cette frontière.

Je viens de terminer mon pop-up *Pinocchio*. Il est beau. Je suis satisfait. Et je fais quelque chose que je ne devrais pas faire : j'en envoie une copie au directeur général de la banque où je travaille. À Milan. Avec une dédicace.

Pas pour faire le malin. Pas pour faire carrière. Pour partager. Parce que quand on fait quelque chose dont on est fier, on a envie de le montrer à quelqu'un. Et cet homme au sommet de la pyramide de ma banque, celui qui signe les salaires de milliers de personnes, est le destinataire le plus absurde et donc le plus parfait.

Les jours passent. Je l'oublie.

Un mercredi matin, je suis à la caisse. Il y a une file de clients. Je compte les billets, je tape les tickets de caisse, je souris à la dame, je retire le chèque du monsieur. La routine. La standardiste me passe un appel. « Missiroli, il y a quelqu'un de la direction de Milan. »

Je pense : c'est Franco. Un de mes collègues qui travaille à Milan et qui m'appelle parfois pour plaisanter. Il a une voix grave. Il aime imiter les patrons.

Je réponds. La voix à l'autre bout du fil est sérieuse, grave, institutionnelle.

« Missiroli, je suis le directeur général. Je tenais à vous remercier personnellement pour *Pinocchio*. Une œuvre extraordinaire. »

Je regarde la file d'attente à la caisse. Dix personnes. Vingt yeux qui me fixent. La dame avec son livret à la main qui attend.

Et je pense : Franco, tu es très doué pour imiter, mais ça suffit maintenant.

« Excusez-moi, merci, mais je dois vous quitter. J'ai une file d'attente à la caisse. »

Je raccroche.

Silence.

La standardiste me rappelle trente secondes plus tard. Avec une voix que je ne lui avais jamais entendue.

« Missiroli. Ce n'était pas Franco. C'était le directeur général. Le vrai. »

J'ai raccroché au nez de l'homme le plus puissant de ma banque parce que j'avais une file d'attente à la caisse.

Quand mes collègues l'ont appris, ils se sont divisés en deux camps. Ceux qui pensaient que j'étais un génie et ceux qui pensaient que j'étais fou. Mais les plus créatifs ont développé une théorie : Missiroli lui a envoyé son *Pinocchio*. *Pinocchio* est une marionnette menteuse. C'était un message codé destiné au directeur général. Missiroli lui disait que la banque mentait.

Ce n'était pas vrai. C'était juste un caissier fier de son pop-up qui voulait le montrer à son patron.

Mais essayez d'expliquer cela à vos collègues de banque.

DU COMPTOIR À L'ENFER (DE DANTE)

Concepteur de pop-ups

Ils m'ont dit : « Fais-nous un cours sur les pop-ups. »

Très bien. Un petit détail : il n'existait pas de cours sur les pop-ups. Pas en Italie, en tout cas. Pas à ma connaissance, en tout cas. Je connaissais les autodidactes d'Intervisual à Los Angeles, quelques Anglais géniaux. Et puis il y avait moi, caissier à Forlì.

J'avais deux mois devant moi. Je m'y suis mis avec cette obstination que seuls ceux qui travaillent dans une banque connaissent, celle qui vous pousse à recompter les billets une troisième fois alors que vous savez déjà que le total est correct.

Au bout de deux mois, j'avais un cours. Probablement le premier en Italie, même si je ne le savais pas encore. Je l'ai compris à partir de ce qui s'est passé ensuite : on a commencé à m'appeler de partout. Il semblait que dans toute l'Italie, seul moi savait faire des pop-ups. Un caissier de Forlì. Les voies de l'ingénierie cartotechnique sont infinies.

Les choses ont pris une tournure sérieuse. Tellement sérieuse que j'ai fait quelque chose d'impensable : j'ai demandé un congé à la banque. Quatre mois. Pour la première fois de ma vie de caissier, j'ai changé de travail. Et j'ai décidé : je démissionne, je deviens auteur à plein temps.

Puis quelqu'un (sagement, et ceux qui me connaissent savent combien cela me coûte de l'admettre) m'a conseillé de travailler à temps partiel. On ne vit pas uniquement de cours. Je l'avais déjà appris, mais certaines leçons doivent être répétées.

À trente-neuf ans bien sonnés, ma vie dans l'édition avait enfin plus de temps. Et j'ai découvert que ce temps ne me servait pas à travailler, mais au luxe d'apprendre.

Pour apprendre, j'ai choisi les classiques du XIX^e siècle. Pas de contemporains. Si vous devez comprendre comment plier le papier de manière, autant le plier sur quelque chose d'éternel.

Et mon premier pop-up fut, accrochez-vous, *L'Enfer* de Dante, illustré par Gustave Doré. Un caissier de Forlì qui transforme les damnés de Dante en sculptures de papier. Si quelqu'un m'avait dit que trente ans plus tard, ce serait à nouveau mon « premier » livre (le premier imprimé par ma maison d'édition), je lui aurais ri au nez.

Mais le papier, contrairement à nous, est patient. Il vous attend. Et trente ans, pour un bon pop-up, ce n'est pas si long.

L'INSTITUTRICE QUI A DIT : « TROP DIFFICILE »

Concepteur de pop-ups

Tout a commencé par un échec.

Mais revenons en arrière. Mirca Modoni Georgiou (écrivaine, collaboratrice du magazine *Andersen*, cadre au département de la culture de Ravenne) est montée un jour dans le grenier d'un bâtiment historique sur la place de Forlì. C'était en 1985. Là-haut se trouvait ma première exposition sur le pré-cinéma : du carton, des photocopies et un caissier de vingt-huit ans qui essayait d'expliquer comment naissaient les images en mouvement.

Malgré la rudesse de cette exposition, Mirca a compris quelque chose. Elle est revenue avec le conseiller. Ils m'ont proposé de former les enseignants des écoles maternelles de Ravenne.

Je n'avais jamais enseigné à des enseignants. J'avais vingt-huit ans et un culot qui compensait mon inexpérience. Pendant cinq ans, je suis devenu consultant pour le département. Nous nous réunissions toutes les deux semaines : j'enseignais, ils expérimentaient avec les enfants. Photographie avec des boîtes en carton, diapositives dessinées à la main, dessins animés en flip-book.

Puis j'ai eu une idée géniale : les contaminations électroniques. Avec un Commodore 64, on pouvait faire des animations superposées à des vidéos éducatives. Avec des enfants de trois à cinq ans.

Était-ce difficile ? C'était trop difficile.

Certaines enseignantes ont demandé à suspendre le cours. Et c'est là qu'est arrivé le moment qui a changé ma vie, même si cela semblait insignifiant.

Une enseignante a dit : « Tu as beaucoup de pop-ups. Pourquoi ne pas faire une carte de Noël pop-up avec les enfants ? »

J'ai pris mon temps. J'ai été honnête : « Je ne sais même pas faire un pli. »

Je suis rentré chez moi et, le jour même, j'ai ouvert mes pop-ups avec un regard neuf. Je n'étais plus le collectionneur émerveillé, mais le designer qui cherchait à comprendre comment ce carton pouvait devenir source d'émerveillement.

J'ai préparé la carte. Je l'ai proposée avec maladresse. Les enseignantes l'ont construite, puis l'ont refaite avec les enfants. Ce n'était pas grand-chose. Mais je me suis amusé, les enseignantes aussi, et les enfants encore plus.

C'est Mirca qui a compris avant moi ce qui s'était passé.

« Laisse tomber la technologie », m'a-t-elle dit. « Fais un cours sur les pop-ups. » Un mois pour préparer le programme. Peut-être le premier cours structuré en Italie. YouTube n'existait pas pour les tutoriels, Amazon n'allait commencer à vendre des livres que sept ans plus tard. Kubašta était encore en vie.

Le cours a bien marché. Et après celui-ci, un autre, puis un autre encore. Mirca, quant à elle, écrivait des articles dans des magazines, donnait une touche didactique à mes intuitions, rassemblait tout. En plaisantant, elle s'est proposée comme ma biographe officielle. Et elle l'est vraiment devenue.

Je continuais à lui envoyer des nouvelles de chaque nouvelle aventure. Elle rassemblait, classait, publiait. Son regard était important et formateur pour moi. Je me souviens avec joie et mélancolie de nos conversations.

Quelques années plus tard, un arrêt cardiaque nous l'a enlevée. Elle avait à peine cinquante ans.

Je pense parfois que toute ma carrière de designer de pop-ups est née d'une enseignante qui a dit « trop difficile » et d'une femme qui a su voir, dans un grenier rempli de photocopies, quelque chose que je ne voyais pas encore moi-même.

COUPER L'AIR

Concepteur de pop-ups

J'ai toujours été curieux comme un enfant. À une différence près : quand un enfant découvre un nouveau jeu, il y joue. Quand je le découvre, je dois l'enseigner à quelqu'un. Je ne peux pas m'en empêcher.

Des centaines de cours, au moins deux mille enseignantes formées, et encore aujourd'hui vingt mille enseignantes sur Facebook qui attendent chaque jour une nouvelle idée. Le ressort est toujours le même : je découvre, j'étudie, je démonte, je comprends, j'explique. Et c'est déjà une unité didactique.

Je suis autodidacte. Je n'ai pas de diplôme, je n'ai pas lu les manuels. Mais je sais qu'enseigner est la meilleure façon d'étudier correctement.

À Savignano, une fois, j'étais à un cours avec des enseignants. Au premier rang : la directrice et une professeure d'université en pédagogie. Je me suis senti tout de suite évalué. À un certain moment, pour expliquer un passage, j'ai dit : « Vous devez découper l'air de la carte et du carton. »

La professeure m'a demandé d'arrêter.

Voilà, me suis-je dit. Crayon rouge. On ne coupe pas l'air, il n'y a pas d'air dans le carton, elle va maintenant m'expliquer que je suis un ignorant.

Au lieu de cela, elle a parlé pendant dix minutes de mes qualités. De la façon dont j'avais synthétisé en une phrase des concepts pédagogiques complexes. De la façon dont « couper l'air » était une formule didactique parfaite.

Je la regardais et je pensais : « J'ai dit tout ça ? Incroyable, c'est génial. » Et je savais que je ne me souviendrais d'aucun de ses mots en jargon pédagogique.

La culture des livres me manque. Mais j'ai toujours eu la culture du partage. J'ai peu inventé, beaucoup partagé, rien théorisé.

Et puis j'aime les gens. Les rencontres. Le client de la banque qui est menuisier amateur et qui me construit les engrenages pour le thaumatrope. Le cheminot qui soude le fer et m'aide avec le zootrope. Le vendeur de la quincaillerie que j'abreuvais de paroles jusqu'à ce que je reparte chargé de poulies et de manivelles.

Ainsi, de passage en passage, je me suis retrouvé avec cinquante machines du pré-cinéma. Une exposition itinérante qui a commencé dans un grenier avec dix pièces en 1984 et qui est arrivée à Hanovre, invitée d'honneur du premier Festival européen du cinéma pour enfants, sous le patronage du Musée national du cinéma.

Mais je n'étais pas satisfait de l'entrée.

Les pop-ups m'avaient gâté : on ouvre un livre et on a tout de suite droit à un coup de théâtre. Dans les expositions,

en revanche, on trouve toujours un grand panneau avec un mètre et demi d'explications. C'est insupportable.

J'ai donc construit un cylindre de deux mètres de haut et dix mètres de diamètre. Un monsieur qui dessinait des bâches pour camions m'a peint des images du XIX^e siècle. On entrait dans ce cylindre et on respirait l'air d'il y a cent ans, même si on se trouvait dans la salle de sport de Forlì.

À la sortie, chaque visiteur recevait une affiche de 100 x 70 cm avec tous les jeux à refaire à la maison. Juste du carton et des ciseaux.

Car au final, c'est toujours la même histoire : je ne sais pas garder les choses pour moi.

L'INGÉNIEUR, LES NARCOS ET LE TRACTEUR TRATTÒ

Concepteur de pop-ups

Un jour, une usine italienne de tracteurs m'a contacté. Ne citons pas de noms, mais donnons un nom au tracteur : le tracteur Trattò. Ils veulent un livre pop-up racontant l'histoire d'un tracteur ami des enfants.

Je me présente à la réception. Ils avaient mon nom et un badge prêt. Sur le badge, Massimo Missiroli, ingénieur papier, était devenu l'ingénieur Massimo Missiroli.

« Bonjour, ingénieur ! »

J'ai pensé à mes cousins. Dans ma famille, nous avons deux ingénieurs en bâtiment et deux géomètres, avec des oncles qui avaient une entreprise. Moi aussi, j'étais ingénieur, enfin... sauf que je construisais des maisons en carton.

J'ai pris mes fonctions d'ingénieur. Tous les employés dans les couloirs me saluaient : « Bonjour, ingénieur Missiroli. » Cela sonnait vraiment bien. Cela me rendait tout excité, me faisait parler encore plus. Non pas que cela ait jamais été un problème.

Le propriétaire, sympathique et curieux, m'a interrogé sur le processus d'impression. Et là, je me suis emballé.

À l'époque, les pop-ups étaient imprimés à Cali, en Colombie. La division Mancol de Carvajal. Ils vous invitaient à suivre la production de votre livre directement sur place. Trois de mes livres y ont été imprimés.

Mais à cette époque, la Colombie était également connue pour autre chose. Le triangle des narcos avait trois sommets : Cali, Medellín et Santa Fe de Bogotá. Quand ils m'ont invité, tout le monde a commencé à me parler des dangers. Même dans une série américaine, le FBI découvre une cargaison d'héroïne cachée dans des pop-ups. Incroyable, non ?

Et puis c'est vraiment arrivé : les narcos ont bloqué un conteneur et l'ont rempli de drogue.

Je voyais que le propriétaire de l'entreprise était de plus en plus curieux. Et je continuais. Mes amis m'avaient parlé des escortes armées de l'aéroport à l'imprimerie. Mais bon, l'imagination va vite.

La voiture de transfert est donc devenue un 4x4 aux vitres blindées. Les gardes du corps, deux mercenaires armés jusqu'aux dents. Je parlais d'un endroit situé à quatorze mille kilomètres de là, où je n'étais jamais allé. Je pouvais tout raconter, pensais-je. À tort.

À ce moment-là, le propriétaire m'interrompt. « Faites venir Pierluigi », dit-il à une employée.

Son fils est arrivé. Un garçon vif aux cheveux longs.

« Pierluigi, pourquoi ne nous as-tu pas parlé des dangers que tu cours quand tu vas voir Manuelita ? »

Je compris. En fait, je compris très bien. Pierluigi avait une liaison avec une fille de Cali. Il s’y rendait tous les trois mois, follement amoureux.

« Je te présente l’ingénieur Missiroli qui, contrairement à toi, est très sage et ne se rend pas en Colombie tous les trois mois. Nous en parlerons ce soir avant le dîner. »

Pierluigi m’a lancé deux regards très méchants.

Et moi ? Comme tout bon ingénieur en papier, je n’ai pas bronché.

LE GARÇON À LA VALISE

Concepteur de pop-ups

Salon du livre de Bologne, avril 1994. Un garçon blond à lunettes déambule, l’air un peu perdu. Il a une valise à roulettes avec lui. Il s’arrête pour regarder les pop-ups de mon stand.

Je le reconnais. C’est Robert Sabuda.

Je le reconnais parce que nous travaillions tous les deux pour le même packager, Compass Production à Long Beach. J’avais vu sa photo dans la fiche auteur. Il avait publié quelques petits pop-ups. Moi, encore aucun. Mais en tant que collectionneur, j’avais remarqué dans ses plis simples une technique de papier absolument innovante. Dans son dernier livre, il avait eu des problèmes avec Compass et ne les avait pas autorisés à utiliser son nom (il était sorti sous un pseudonyme). Mais j’avais reconnu son talent. Seuls moi et quelques autres savons de quel livre il s’agit.

« Mais vous êtes le célèbre Sabuda ! lui ai-je dit. Je suis un de vos fans ! »

Il m’a regardé avec étonnement : « Célèbre ? Fan ? Mais personne ne me connaît, même pas aux États-Unis. »

Je l’ai invité à venir sur le stand. J’ai gardé sa valise pendant les quatre jours du salon. Nous avons passé beaucoup de

temps ensemble. Il m'a montré la première ébauche de son livre *The Christmas Alphabet*.

Il essayait de le vendre. Il l'avait imaginé en regardant la neige de son Utah : un livre pop-up avec des structures entièrement blanches. Personne n'en voulait. Un pop-up tout blanc ? Où sont les couleurs, les dessins ? Qui l'achèterait ?

Je feuilletais ce prototype et je comprenais que j'avais devant moi une révolution. Chaque lettre de l'alphabet se détachait de la page comme une architecture de neige. Robert disait parfois : « Pour moi, le papier est comme de l'argile. Il n'y a pas de plis. »

La veille de la clôture, il a montré l'alphabet à son ami Jim Roger Diaz de White Heat. Jim l'a vendu à Orchard USA.

Huit cent mille exemplaires pour la première édition.

Et Robert devint Robert Sabuda, le plus talentueux concepteur de pop-ups de l'histoire contemporaine du livre en trois dimensions. Il signa avec Little Simon et d'autres livres utilisant la même technique révolutionnaire furent publiés. Il revint au salon en 1995, puis en 1996. Il était désormais célèbre, même pour les autres. Et il signait des autographes.

Pour *The Christmas Alphabet*, il avait mis de côté vingt-six exemplaires numérotés, un pour chaque lettre de l'alphabet anglais, signés et dédicacés. Il réserva la lettre « I » à son ami Massimo. Est-ce parce que je suis son ami italien ?

MOI, LES INTI-ILLIMANI ET LES POOH

Concepteur de pop-ups

Mai 1979. Je revenais de Monza, où j'avais suivi une formation de caissier au Credito Italiano. J'avais une Dyane d'occasion qui consommait plus d'huile que d'essence. Sur le siège, un magnétophone crachotait : les Inti-Illimani, *El pueblo unido*, que je chantais à tue-tête quand j'étais seul dans la voiture.

Je me suis arrêté à une station-service près de Milan. Derrière moi, une voiture blanche, presque aussi longue que la station-service, s'est garée. Quelques jeunes, un peu plus âgés que moi, en sont sortis. Le pompiste tardait à venir. Mon magnétophone inondait l'aire de service des notes du groupe chilien. Nous étions seuls.

Nous avons échangé plusieurs regards. Puis un souvenir m'est revenu : c'étaient les Pooh. À des années-lumière de la musique que j'écoutais, mais icônes de la pop italienne. Moi avec le poing serré des Inti-Illimani, eux avec leurs ballades d'amour. Une scène de film.

Le pompiste est arrivé, nous avons fait le plein. Je n'avais pas encore démarré la Dyane que la voiture-torpille était déjà sur l'autoroute.

À l'époque, je ne savais même pas ce qu'était un pop-up.

Trente-deux ans plus tard, le destin nous a fait nous retrouver. On m'a commandé la scène pop-up pour le coffret *Dove comincia il sole*, l'album le plus vendu en Italie en 2011. Red Canzian a présenté mon pop-up dans plusieurs interviews télévisées, et parfois il en parlait plus que des chansons du CD.

Il a dû vraiment l'apprécier.

De la station-service au coffret pop-up. De la Dyane qui perdait de l'huile à la scène miniature des Pooh. Trente-deux ans, et entre-temps, j'avais appris à plier le papier.

QUATRE HEURES POUR CINQ MOIS

Concepteur de pop-ups

Un mardi de juillet. La maison d'édition Schreiber d'Esslingen m'écrit pour me proposer un nouveau livre pop-up. Si j'accepte, ils m'enverront le matériel dans la semaine. Remise du premier jet : novembre. Cinq mois de travail.

J'accepte.

Le colis DHL arrive vendredi matin. Je jette un coup d'œil rapide au livre. Avant de quitter la banque, le soir, je demande trois jours de congé pour la semaine suivante.

Samedi matin, je me mets au travail. En moins de quatre heures, le livre est terminé.

Quatre heures. Sur cinq mois.

Et maintenant ? Attendre novembre ? Nous étions le 7 juillet. Impossible de rester les bras croisés avec le brouillon dans un tiroir pendant quatre mois et demi.

Comme c'était samedi, je pouvais encore appeler l'éditeur. J'avais son numéro personnel. Il parlait italien, ses grands-parents étaient de Parme.

« Puis-je venir vous apporter le brouillon ? »

« Mais vous l'avez reçu hier ! »

« Oui. Il est prêt. »

Silence.

« D'accord. Nous t'attendons lundi matin chez Esslinger. »

Valises. Départ. Première étape : Vipiteno, le lendemain, départ pour l'Allemagne. Lundi matin, toute l'équipe éditoriale m'attend. J'ouvre mon sac à dos, j'en sors la maquette et je la tends au directeur éditorial.

Silence. Il le feuillette. Page après page.

Il termine. Il sourit.

« Perfekt ! Das ist gut. »

Et nous avons signé le contrat.

CONFINÉ CHEZ MOI, JE CRÉE UNE MAISON D'ÉDITION

Concepteur de pop-ups

2020. Confiné chez moi comme le reste du monde. Mes projets bloqués avec moi.

Vous vous souvenez de ces mois. Immobiliers. On ne sortait que pour aller travailler, faire les courses, aller chez le médecin.

Je ne tiens pas en place. Même enfermé chez moi, je continue à imaginer.

J'ai donc décidé de réaliser un rêve que j'avais depuis toujours : créer ma propre maison d'édition. Pour imprimer mes projets, à ma façon.

Massimo Missiroli Editore. Ça sonne bien, non ? Presque comme Arnoldo Mondadori Editore. Qui pourrait imaginer qu'il s'agit d'une maison d'édition composée d'une seule personne ? L'éditeur, et c'est tout. À partir de ce moment, j'ai changé de nom. Je m'appelle : Massimo Missiroli, éditeur de pop-ups.

Six livres en deux ans, en faisant pratiquement tout moi-même. Et ceux qui ne sont pas du métier ne comprennent pas ce que signifie imprimer un pop-up. C'est une entreprise titanesque. Il faut une équipe énorme, et en Italie, il est presque impossible de trouver quelqu'un qui s'en charge.

Une preuve ? Regardez les colophons : presque tous les pop-ups en librairie sont produits aux États-Unis. L'éditeur italien s'est contenté de traduire.

Et pourtant, dans cette nouvelle vie, les choses se sont enchaînées les unes après les autres. J'ai réalisé un livre avec la fille de Che Guevara, et je m'étonne ensuite qu'on me refuse le visa américain. J'ai créé un pop-up avec les images du *Grand Dictateur* en collaboration avec la famille Chaplin, avec le discours à l'humanité qui s'active via un QR code. C'est de là qu'est née la collaboration avec la Fondation Chaplin et leur musée international.

La pianiste russe Lola Astanova m'a accordé son medley de Noël pour *Buon Natale*. Maurizio Cattelan a dessiné la colombe pour la couverture de *Le parole della Pace*.

Et puis, il y a la réalité augmentée. Grâce à Arman Atoyan d'Arloopa, mes pop-ups ouvrent des contenus multimédias avec un smartphone. Pour *l'Enfer* de Dante, mon ami Marco Sabiu a composé une bande sonore que l'on peut écouter en feuilletant les pages, tandis que défilent à l'écran des scènes de films italiens de 1910 inspirés des illustrations de Doré.

Papier, musique, cinéma, réalité augmentée. Tout cela dans un livre que l'on ouvre avec les mains.

Je pense que ce mélange donnera un nouveau souffle à l'édition du troisième millénaire.

Et je me sens un peu comme un pionnier.

COMMENT PERDRE DE L'ARGENT AVEC ÉLÉGANCE

Éditeur

Au cours de ma vie, j'ai fait partie de nombreuses rédactions éditoriales. L'éditeur nous demandait de faire de beaux livres. Et je pense en avoir fait quelques-uns vraiment beaux.

Puis le livre, qui n'était qu'un prototype, était reproduit, imprimé, emballé, stocké, puis vendu aux distributeurs et aux librairies. L'autre moitié de l'édition. Celle que je n'ai jamais connue.

Pour deux raisons.

La première : vendre ne me satisfait pas. Voir les ventes grimper en flèche ne me fait ni chaud ni froid. Je n'ai jamais rien vendu de ma vie.

La deuxième est pire. Je fais des livres avec mon cœur. Et comment vendre avec son cœur ?

Voici comment cela fonctionne. Quelqu'un arrive, regarde la fenêtre pop-up, ses yeux brillent.

« Celui-ci coûte trente euros. »

Pause. Je vois qu'il réfléchit.

« Allez, disons vingt-cinq. »

Silence.

« D'accord, dix. »

Ce regard. Je le connais bien.

« Écoute, je te l'offre. »

Pause.

« Ça te dirait si je te le dédicaçais ? Ma signature ne vaut rien, mais qui sait. »

C'est ainsi qu'en tant qu'éditeur, en cinq ans, j'ai imprimé cinq mille exemplaires pour six titres. Et j'en ai encore près de cinq mille à vendre dans mon entrepôt.

Les mathématiques sont impitoyables, mais le cœur ne sait pas compter.

LA QUATRIÈME DIMENSION

Concepteur de pop-ups

À la Foire de Bologne, je faisais la promotion de mon centre avec le slogan : LE LIVRE A TROIS DIMENSIONS. C'est clair, non ? S'il est plat, il est bidimensionnel. S'il comporte des parties qui se soulèvent, il est tridimensionnel. Point.

Un jour, un étudiant universitaire s'arrête. Je ne me souviens plus de quelle faculté.

« Vous dites que ce sont des livres à trois dimensions ? »

« Bien sûr. »

« Mais en êtes-vous sûr ? »

J'ai commencé à hésiter. Cette question reposait sur un raisonnement.

Il a ouvert une page de mon pop-up. Lentement. Et pendant qu'il l'ouvrait, il m'a expliqué : « Tu vois ? Maintenant, il passe de deux dimensions à trois dimensions dans l'espace. Mais pendant que tu agis sur l'espace, tu agis aussi dans le temps. L'espace et le temps. Quatre dimensions. »

J'y pense encore.

Et s'il avait raison ?

V-FOLD

Concepteur de pop-ups

On me demande souvent : « Pourquoi utilises-tu toujours des termes anglais : V-fold, stand-up, flap... ? »

La première réponse est simple. Lorsque vous concevez un livre en Italie, que vous l'imprimez en Chine et que vous le vendez en Allemagne, vous ne pouvez certainement pas utiliser la langue italienne. Point final.

La deuxième réponse est une démonstration pratique.

Prenons le pop-up classique en V. Pour expliquer cette construction en italien, je devrais dire : « Carton plié en deux qui, collé dans une certaine position dans une double page qui le contient, devient perpendiculaire à la page du livre lorsque celle-ci est ouverte. »

C'est clair, non ?

Ou je pourrais dire « V-fold. »

C'est pourquoi j'utilise les termes anglais.

DE UN À QUATRE : POURQUOI LE POP-UP VOUS ÉTONNE

Concepteur de pop-ups

Je vais essayer de vous expliquer quelque chose qui m'a toujours fasciné. Pourquoi un pop-up surprend-il ? Je ne parle pas de l'émerveillement générique, du « oh, c'est beau ». Je parle du mécanisme précis qui se déclenche dans le cerveau lorsque vous ouvrez un livre et que vous vous retrouvez bouche bée.

Partons de ce que nous savons tous.

Prenez n'importe quel livre. Vous le tenez fermé dans vos mains. Vous voyez la couverture : une surface. Vous tournez la couverture et vous vous retrouvez face à une double page, deux fois plus grande. Dans notre cerveau, cette information est ancrée depuis notre enfance. Vous ouvrez un livre, l'espace double. De un à deux. Cela a toujours été ainsi. Aucune surprise.

Prenons maintenant un pop-up. En particulier ceux qui utilisent la structure que nous appelons dans le jargon « V-fold », la même que Vojtěch Kubašta utilisait dans ses légendaires livres *Panascopic*, et qui est aujourd'hui à la base du travail de presque tous les concepteurs de pop-ups dans le monde.

Comment cela fonctionne-t-il ? Un carton de presque

la même taille que la page est collé au bas de la page. À l'ouverture, ce carton devient perpendiculaire à la double page. Il se soulève. Il se redresse.

Et c'est là que quelque chose d'extraordinaire se produit.

Non seulement la page double comme dans n'importe quel livre, de un à deux, mais les parties verticales qui se soulèvent doublent à leur tour. Il peut s'agir de fonds, de décors, de personnages. Ils s'ouvrent sous vos yeux, occupant un espace qui n'existait pas une seconde auparavant.

De un à quatre.

Réfléchissez-y. Le cerveau s'attendait à un doublement. Il y était préparé, il connaît cela depuis toujours. Au lieu de cela, il se retrouve face à un quadruplement. L'espace explose dans une direction imprévue : vers le haut, vers vous, dans l'espace entre vous et le livre.

C'est là le secret de l'émerveillement. Ce n'est pas de la magie, c'est des mathématiques. Votre cerveau avait fait un calcul (un devient deux) et le pop-up le contredit. Un devient quatre. Et à chaque fois, même si vous le savez, même si vous l'avez déjà vu cent fois, cette fraction de seconde pendant laquelle le cerveau recalcul est la fraction de seconde pendant laquelle vous vous émerveillez.

Kubašta l'avait compris dans les années 50. Avec ses *Panascopic*, il avait trouvé la formule : un carton presque

aussi grand que la page, collé au bon endroit, et le livre cessait d'être un livre pour devenir un théâtre.

Depuis lors, tous les concepteurs de pop-ups travaillent sur cette formule. Nous la compliquons, la modifions, la réinventons. Mais le principe reste le même : surprendre le cerveau en lui donnant plus d'espace qu'il n'en attendait.

De un à quatre. Et qui ne serait pas surpris ?

NOUS SOMMES TOUS DES CONCEPTEURS DE POP-UPS

Concepteurs de pop-ups

Depuis des années, je me rends dans des écoles, des bibliothèques, des centres culturels. Et partout, je découvre des designers pop-up. Inconnus, certes. Mais très convaincus.

M^{me} Rossi, l'enseignante qui a organisé un atelier avec les enfants de troisième année. M. Bianchi, l'enseignant qui, à Noël, fabrique des cartes pop-up pour les parents. Annalisa, la bibliothécaire qui, le samedi matin, anime son atelier de papier mâché dans la salle des enfants. Le papa ingénieur qui a vu un tutoriel sur YouTube et qui explique maintenant à ses collègues comment faire un pli en V pendant la pause déjeuner. La grand-mère qui a acheté le manuel de Hiner et qui fabrique des cartes d'anniversaire pour toute la famille, du baptême à la retraite.

Nous sommes tous des designers pop-up.

Quand j'ai commencé, il n'y avait rien. Pas de manuels, pas de YouTube, pas de tutoriels. Juste du papier, des ciseaux, de la colle et de l'obstination. J'ai animé des ateliers avec plus de trois mille enseignantes. Elles ont ensuite enseigné à d'autres. Ces autres ont acheté des livres avec des instructions. Et les instructions ont généré d'autres designers pop-up. Qui ont enseigné à d'autres encore.

Ce fut une réaction en chaîne. Magnifique, incontrôlable et légèrement hors de contrôle.

De temps en temps, non par méchanceté mais pour soutenir la dignité de ce microcosme, je me risque à donner une définition. Je dis : pour moi, on peut se définir comme concepteur de pop-ups si au moins dans le colophon d'un livre imprimé, on peut lire son nom. C'est une règle simple. Un livre, un colophon, un nom. Je ne demande pas grand-chose.

Mais rien. Aucun d'entre eux n'a jamais imprimé de livre avec son nom.

Et puis je pense à mon cousin. Professeur de philosophie, il enseigne Hegel et Schopenhauer, mais il a toujours aimé faire de petits travaux de plomberie. Il répare les robinets qui fuient, les douches qui gouttent, les canalisations qui gargouillent. Il est doué, hein. Les membres de la famille l'appellent, les amis de l'immeuble aussi, le concierge lui passe les numéros des voisins.

Mais au final, mon cousin ne facture pas ses services en tant que plombier.

Parce que c'est un professeur de philosophie qui répare les robinets. Ce n'est pas un plombier qui enseigne la philosophie. Il y a une différence subtile mais importante, comme celle entre un pli en V et une carte pliée en deux qui, collée dans une certaine position sur une double page,

devient perpendiculaire à la page du livre lorsque celle-ci est ouverte.

Quoi qu'il en soit.

Je ne m'en formalise pas. Au contraire, j'en suis heureux. Cela signifie que ces trois mille ateliers ont porté leurs fruits. Que les graines ont germé. Que le papier plié est arrivé partout.

Et si un jour la maîtresse Rossi, le maître Bianchi ou M^{me} Annalisa, la bibliothécaire, impriment un livre et que leur nom figure dans le colophon, je serai le premier à l'acheter.

Je le paierai peut-être même trente euros.

Cette édition française est une exclusivité
du site Livresanimes.com.

© Massimo Missiroli Editore, juin 2026

Mise en page : Thierry Desnoues

Mes remerciements chaleureux à
Massimo Missiroli pour sa confiance
ainsi qu'à mon frère Guylain pour
ses bons conseils. Thierry

Soixante ans de plis. Pas seulement de papier.
Un caissier de Forlì qui devient créateur de pop-ups
puis éditeur. Un collectionneur qui reconnaît Sabuda
avant le monde entier.

Un ingénieur du papier qui entre au MoMA
sans nom et aux États-Unis sans visa.

Cinquante-neuf histoires brèves comme des nouvelles,
légères comme du carton, tranchantes comme des ciseaux
et collées au Pritt.

Parce que les pop-ups ne sont pas que des plis.
Ce sont autant de vies qui s'ouvrent à chaque page.



massimomissirolieditore.it © juin 2026

SONNET
P R E S S
