Zeitschrift: Versants : revue suisse des littératures romanes = Rivista svizzera delle letterature romanze = Revista suiza de literaturas románicas

Herausgeber: Collegium Romanicum (Association des romanistes suisses)

Band: 65 (2018)

Heft: 1: Fascicule français. La règle du jeu

Artikel: Vendre Voltaire : pratiques commerciales, littéraires et politiques dans les prospectus de souscription de Cramer à Beuchot

Autor: Morel, Nicolas

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-787426

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 14.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

versants

Vendre Voltaire : pratiques commerciales, littéraires et politiques dans les prospectus de souscription de Cramer à Beuchot

Nicolas Morel
Université de Berne

Abstract : Cette contribution se donne pour objectif de décrire les relations entre commerce, politique et littérature telles qu'elles se dévoilent au travers des prospectus de vente des *Œuvres complètes* de Voltaire entre 1750 et 1830. Document qui tire sa forme d'un règlement sur la presse édicté au début du XVIIIe siècle, et donc lié pour une part à la censure, le prospectus est pourtant un témoignage de l'émancipation progressive du monde de la librairie : il cache en effet bien souvent des éléments de propagande politique et philosophique. L'étude se base sur un fonds d'archives constitué par Adrien Jean Quentin Beuchot, éditeur de Voltaire sous la Restauration, conservé à la Bibliothèque nationale de France sous la cote n.a.fr. 14300. Il comporte environ soixante prospectus de vente. Le fonds permet ainsi de retracer l'évolution historique de la pratique du prospectus par différents acteurs.

Keywords: Voltaire, édition, réception, censure, commerce.

Une règle doit-elle toujours être délivrée par une institution et porter un caractère officiel ? À quelles conditions une pratique professionnelle peut-elle s'en émanciper, et comment reste-t-elle travaillée par cette règle initiale ? Ce sont là quelques-unes des données du problème posé par les prospectus d'édition des *Œuvres complètes* de Voltaire collectés par l'éditeur Adrien Jean Quentin Beuchot dans le premier tiers du XIXe siècle. Ce fonds consiste en une série d'imprimés rédigés par différents auteurs et publiés auprès de plusieurs imprimeurs entre 1750 et 1830. Entre des contraintes matérielles liées aux conditions des métiers du livre, des pressions politiques exercées par les débats autour de la liberté de la presse, les exigences des amateurs de littérature qu'il s'agit de satisfaire et l'objectif commercial des éditeurs, tout ce qui influence potentiellement le contenu de ces prospectus pose question. Plus spécifiquement, il s'agit de comprendre quelle stratégie commerciale adopter pour étreindre conjointement tous les aspects du gigantesque corpus voltairien, rendre cette collection attrayante auprès du public, et cela sans éveiller la censure, laquelle reste, de l'Ancien régime à la Restauration, un enjeu majeur des débats politiques.

Il faut bien vendre ce qui reste, au fond, même lorsqu'il s'agit des ouvrages de Voltaire, un produit. Ces prospectus répondent à cet objectif principal : ce sont, dans la grande majorité des cas, des appels à souscription destinés

DOI 10.22015/V.RSLR/65.1.8 *Versants 65:1, fascicule français, 2018, pp. 113-128.*

à appâter un client potentiel et lui donner l'envie de s'abonner prioritairement à une collection plutôt qu'à une autre, à une époque où les *Œuvres* de Voltaire s'impriment massivement (Bessire 2005) et restent, rappelons-le, relativement onéreuses[1]. On peut, sans risque de se tromper, postuler que tout ce qui est contenu dans ces petits documents, lesquels forment entre 2 et 15 pages, relève d'abord d'une stratégie commerciale. De façon étonnante, ces prospectus s'établissent pourtant pratiquement tous selon une structure identique : ils s'ouvrent d'abord sur une page de titre qui imite celle des *Œuvres complètes* de Voltaire dont ils assurent la publicité. Ensuite, une introduction plus ou moins longue rappelle la nécessité d'une nouvelle publication des *Œuvres* de Voltaire sous leur forme *complètes*. Suivent enfin les conditions de la souscription, parfois précédées de précisions relatives à l'agencement des œuvres au sein des volumes, ou encore – et c'est là ce qui nous intéresse – par des extraits de textes de Voltaire destinés, officiellement, à montrer la qualité typographique de l'édition. Dans le contexte de la Restauration notamment, à la fois troublé du point de vue politique et de l'histoire de l'édition, le choix des extraits des Œuvres de Voltaire ne saurait être anodin. S'agit-il pour autant d'y faire dire à Voltaire ce que l'éditeur ne pourrait dire lui-même ? Dans tous les cas, le prospectus de Beuchot, paru dans les dernières années de la Restauration, se distingue fondamentalement des autres prospectus. Est-ce un hasard s'il en va de même pour son édition, elle aussi porteuse d'un regard neuf sur la méthodologie éditoriale ?

L'image de Voltaire que dessine le prospectus s'adresse autant à l'organe de censure qu'à un acheteur, susceptible de se reconnaître dans le portrait dressé du patriarche. Peut-on plaire à la fois au plus grand nombre et à un public davantage lettré, plus exigeant ? Comment concilier l'apparent paradoxe marqué d'un côté par la nécessité de mettre un produit en avant d'un point de vue commercial, et d'un autre côté de ne pas éveiller la censure ? Que disent les textes légaux ? Entre contraintes politiques, concurrence économique et enjeux littéraires, lorsque plusieurs intérêts se superposent, comment identifier la règle qui reste à la base du jeu ?

Entre la loi et la pratique

La question des prospectus croise tout d'abord celle des lois sur la presse, lesquelles subissent de profonds bouleversements au cours des XVIIIe et XIXe siècles. En effet, en tant que document imprimé et publié, le prospectus tombe très vite sous le coup des lois qui tentent de restreindre le pouvoir de la presse. Le contraire eût été étonnant : petit imprimé de propagande, peu

1 Le prix moyen d'une édition, sous la Restauration, reste autour des 300 francs. Celle de Beuchot vaut, par exemple, 315 francs (Beuchot 1828 : 8).

cher à la fabrication et rapidement diffusable, il s'agit d'un document au potentiel sulfureux évident. Ainsi, le *Règlement pour la librairie et imprimerie de Paris*, préparé en 1701 déjà par l'abbé Bignon, modifié puis publié à Versailles le 28 février 1723, étendu à tout le royaume en 1744, soumet déjà le prospectus au regard du censeur. Bien plus, il en fait une arme de la censure :

> [Le Roi] Veut que le Libraire ou Imprimeur ne puisse proposer aucune Souscription, qu'après en avoir préalablement obtenu l'agrément de Monsieur le Garde des Sceaux ; & qu'il distribue avec le *Prospectus* qu'il publiera, au moins une feuille d'impression de l'Ouvrage qu'il proposera par Souscription ; laquelle feuille sera imprimée des mêmes formes, caractères & papier qu'il s'engagera d'employer dans l'exécution de l'Ouvrage, qu'il sera tenu de livrer dans le temps porté par la Souscription (*Règlement* 1744 : 18-19).

Il s'agit bien de détourner le prospectus de sa fonction première. Avant tout pensé par les éditeurs en fonction de sa finalité publicitaire, le document est adressé au Garde des Sceaux lequel, en plus d'en autoriser ou non la publication, possède désormais un échantillon de l'ouvrage amené à être imprimé. Le prospectus répond d'abord à une fonction de censure préalable qui marque la ligne politique face à la presse au moins jusqu'à la fin du XIXe siècle[2]. Si Beuchot, éditeur des *Œuvres* de Voltaire sous la Restauration, peut affirmer en 1819 à l'un de ses correspondants que « ce n'est qu'aux brochures du moment, aux écrits de circonstance qu'on porte à Paris une attention sévère. Les ouvrages volumineux et déjà connus ne sont seulement pas ouverts »[3], alors il faut penser que les prospectus restent des documents surveillés.

D'ailleurs, dans un premier temps, c'est bien la loi qui impose la forme du prospectus. On retrouve en effet ici les éléments qui constituent matériellement le document : un discours publicitaire, suivi d'un exemple du texte édité, dans la forme qui le verra paraître. Les conditions de la livraison et le temps donné pour la souscription figurent également au cahier des charges des éditeurs. La continuité de cette forme dans le temps suggère bien qu'un jeu de dupe s'installe entre le pouvoir et les éditeurs. Il s'agit pour les uns de traquer les outrages au régime, pour les autres de faire passer un message derrière une forme qui respecte, du moins en apparence, les exigences légales.

« Projet » ou « programme » publié dans les journaux et distribué en librairie, le prospectus échappe progressivement au cadre juridique qui le

2 Les lois du 2 février 1810 promulguées par Napoléon sont extrêmement sévères. Elles tombent avec la promulgation de la Charte par Louis XVIII en 1814, lors de la première Restauration. Il faut pourtant attendre les lois de 1881 pour voir l'abolition de la censure (Chartier, Martin : t. 3, 694-707).

3 Beuchot, l.a.s. à Decroix, Paris, 31 janvier 1819, BnF, n.a.fr. 25135/44.

restreint. Pourtant, s'il cesse de se présenter comme un objet de censure, il demeure toujours une promesse faite à un public. Une première difficulté réside dans l'appréhension de cette transition, entre une approche essentiellement réglée par la loi, et l'interprétation pratique qu'en font les éditeurs, alors que l'objet reste fondamentalement et formellement le même. Il doit d'une part reproduire précisément les éléments techniques et formels d'un projet qui n'existe pas encore. D'autre part, sa raison d'être est de convaincre un public de la pertinence de la réalisation du projet qu'il défend. Sorte de livre avant le livre, avant-goût d'un travail de plus large étendue, il est la preuve d'une pratique professionnelle en train de se constituer en littérature. La définition de ce qu'est un prospectus évolue alors rapidement au cours du XVIIIe siècle. Le *Dictionnaire de Trévoux* de 1732 n'a ainsi pas d'entrée « Prospectus ». Il faut attendre le *Dictionnaire de l'Académie* dans sa version de 1762 pour en avoir une première définition. Celle-ci reste assez sommaire :

> Mot emprunté du latin, & que l'usage a introduit dans la Librairie, pour signifier Un programme qui se publie quelquefois avant qu'un ouvrage paroisse, & dans lequel on donne une idée de l'ouvrage, on annonce le format, le caractère, la quantité de volumes, & les conditions de la souscription, s'il y en a (488).

La dimension programmatique du prospectus est bien au centre du propos. Il s'agit pour l'éditeur, l'imprimeur ou le libraire[4] de dire ce qu'il compte faire. Ce qui est étonnant en revanche, c'est que la souscription n'est pas au centre du propos, et que la dimension financière d'une édition est à peine évoquée. Bien plus : non seulement il n'y a pas nécessairement de souscription, mais surtout on ne publie pas systématiquement de prospectus. La finalité de cet objet d'impression semble, en conséquence, devoir porter sur la seule dimension annonciatrice. S'il s'agit au final toujours de vendre, le discours se présente ici moins comme une récolte de fonds que comme une présentation d'un travail au public. Jaucourt, dans le volume XIII de *L'Encyclopédie* paru en 1765, définit un peu différemment le prospectus.

> *Prospectus, s. m.* (*Imprimerie*) : mot latin introduit dans le commerce de la Librairie, particulièrement dans celui des livres qui s'impriment par souscription. Il signifie le *projet* ou *programme* de l'ouvrage qu'on propose à souscrire, la matière qu'il traite, le format, et la quantité de feuilles et de volumes qu'il doit avoir, le caractère, le papier, soit grand, soit petit, qu'on veut employer dans l'édition ; enfin, les conditions sous lesquelles se fait la souscription, ce qui comprend principalement la remise qu'on fait aux souscripteurs, et le temps auquel l'ouvrage souscrit doit se délivrer. D. J. (500).

4 L'hésitation trahit ici une évolution du monde de la librairie et de ses acteurs (Chartier Martin 1989-1991 : t. 3, 681-693 ; Mollier 2017).

Cette seconde définition démontre une autre approche de la pratique de la souscription : ce qui n'était que virtuel dans le *Dictionnaire de l'Académie* paru en 1762 semble autrement plus institué dans *L'Encyclopédie*. La définition de Jaucourt aborde même clairement des points qui relèvent du domaine publicitaire, avec la question du rabais offert aux souscripteurs. Dans ce contexte, la question de la souscription est tout sauf anodine : en rappelant la généralisation de la pratique, Jaucourt suggère qu'une partie du développement de la presse se joue aussi sur des critères économiques. La souscription fait partie intégrante de ce processus, puisqu'elle permet de réunir de l'argent en vue de la création d'un projet. S'il semble plus attaché à cet aspect, c'est sans doute aussi en raison de la nature de l'ouvrage auquel il est en train de contribuer, lequel dépend évidemment de la générosité durable des souscripteurs. On assiste ici au progrès du monde de l'édition.

Deux hypothèses expliquent le lien entre commerce, politique et prospectus dans le cadre restreint des éditions des *Œuvres complètes* de Voltaire au tournant des XVIIIe et XIXe siècles. Tout d'abord, l'explication historique, laquelle se dessinerait tout au long des évolutions techniques et structurelles du monde de l'imprimerie et de l'édition, d'une pratique de luxe, destinée à un marché de niche, jusqu'à son extension vers un système d'entreprise qui préfigure une approche de nature capitaliste (Mollier 2017). Ensuite, il faut rappeler que toutes les maisons d'édition et toutes les imprimeries ne se valent pas, du moins d'un point de vue des moyens à disposition. S'engager à publier une entreprise aussi volumineuse que peuvent l'être les *Œuvres* de Voltaire dans leur configuration d'*Œuvres complètes* nécessite une assise financière solide, tant les fournitures, papier et encre notamment, coûtent cher (Darnton 1992 : 249). Autrement dit, si à première vue il s'agit dans les deux cas de vendre, la différence entre les deux définitions trahit un développement historique du prospectus vers la promotion discrète du discours philosophique. Dans un cas il s'agit simplement de se présenter, dans l'autre de rendre possible la réalisation du projet. Davantage qu'une promesse, le prospectus serait alors une condition de la réalisation de l'entreprise littéraire. Ceci explique-t-il l'intérêt pour des publications plus polémiques ?

Une pratique commerciale

Hasard ou coïncidence, le fonds des *Papiers Voltaire* de Beuchot traduit bel et bien une évolution dans le temps dans la façon dont les acteurs du monde du livre envisagent le prospectus. Ainsi le premier prospectus du point de vue de la chronologie – celui des Cramer pour une édition du *Recueil complet des Œuvres de Monsieur de Voltaire* qui date vraisemblablement de mars 1756 (Bengesco 1889 : t. 4, 53-59) – décrit abondamment le contenu de chacun des 10 volumes ; les améliorations par rapport aux autres projets ;

la forme de l'édition, et notamment l'hésitation des imprimeurs entre l'in-12 et l'in-8°[5], la division des volumes et le prix de la collection, « 2 livres 10 sols argent de France soit 1 livre 10. Sols argent courant de Genève » (Cramer [1756] : 1-8)[6]. Il ne s'agit toutefois pas d'un appel à souscription. Le document de 7 pages in-8° commence pourtant par mettre l'accent sur ce qui la distingue des autres projets d'édition, le rapport direct avec Voltaire :

> Depuis longtems Mr. de Voltaire désirait d'être enfin une fois imprimé à son gré : Dans cette vûe, il a fait une exacte & pénible révision de tous ses Ouvrages ; & cette révision a occasionné de très grands changements. Outre les pièces déjà connues, aux quelles Mr. de Voltaire a fait des corrections, & des améliorations, il en donne aujourd'hui un grand nombre que l'on ne connait point encore. Il nous a fait la grace de nous confier ses manuscrits, & nous sommes les seuls a qui il les a confié (Cramer [1756] : 1).

L'accent sur la présence de la plume de Voltaire et sur le recours à des matériaux inédits n'est pas sans rappeler l'effervescence qui entoure encore aujourd'hui la recherche de ses manuscrits. Dès les premières lignes de leur prospectus, Gabriel et Philibert Cramer insistent sur ce qui fonde le caractère exceptionnel de leur édition, par rapport aux autres. L'objectif publicitaire, aussi fondé dans les faits soit-il, et même si Voltaire ne paraît de prime abord pas enchanté de se trouver mis en avant de la sorte[7], s'en tient au cadre légal et évite d'évoquer les textes sulfureux[8]. Rappelons toutefois que le prospectus paraît à Genève. Il est donc soumis à une autorité différente. La prudence des Cramer nous invite toutefois à penser que la censure ne s'y applique pas avec davantage de souplesse.

5 « Quoique le format in-douze eut été peut-être plus au gout de tout le monde que le format octavo, nous avons été obligé de préférer celui-ci, parce que l'on n'aime point qu'un vers fasse jamais deux lignes ; et que le plus grand nombre des acheteurs aurait été mécontent, si l'on s'était servi d'un plus petit caractère », p. 5.

6 Se trouve dans les « Papiers Beuchot », BnF, n.a.fr. 14300, f°70-73.

7 « J'ay vu l'avis que vous avez publié sans me le communiquer. Je crains que l'annonce de la préface de la Henriade ne déplaise à l'auguste auteur qui m'honore souvent de son souvenir. Entre les rois et les prêtres il faut marcher un peu serré. Il y a dans cet avis une faute qui donne une idée peu avantageuse de l'exactitude de votre presse. Vous avez mis *on peu* pour *ont pu* » (Voltaire aux Cramer, Montriond [Lausanne], 18 mars 1756, D6795).

8 « Mais ce qui vous surprendra (et que ceci soit dit entre nous) c'est que vous y trouverez une pièce qu'on vous fit lire, il y a quelque temps, c'est un Poëme sur la Religion naturelle ; le titre fait sentir que cet ouvrage n'est pas d'un chrétien, et je crois que l'auteur a mieux rempli son but que votre abbé n'a rempli le sien sur l'immatérialité de l'âme. Personne ne sait que cet ouvrage sera inséré dans cette nouvelle édition ; les Cramers, qui ont débité un petit avis4 sur cette édition n'en parlent pas, et je vous prie en grâce de n'en rien dire à personne afin de ne pas inspirer de curiosité aux fanatiques et aux prêtres toujours prêts à courir sur ceux qui ont la réputation de vouloir leur cogner sur les doigts. Est-il possible que notre philosophe ne sente point le tort que cet ouvrage peut lui faire ? » (Collini à Sébastien Dupont, Montriond [Lausanne], 21 mars 1756, D6797).

La définition du prospectus reste pourtant fondamentalement marquée par une nuance : en effet le document est-il davantage orienté par celui qui le produit, ou vers celui qui est censé le recevoir ? La question est de savoir si sa fonction descriptive a trait au contenu, comme c'est le cas dans le prospectus des Cramer, lequel correspond à une première définition que donne le *Trésor de la langue française* : « Brochure, imprimé publié avant la parution d'un livre, d'un périodique, d'une collection et destiné à en faire connaître le contenu, le format, le prix, etc. ». Ou si elle déborde vers une présentation de celui qui le produit, comme c'est le cas dans d'autres exemples de prospectus plus tardifs, lesquels tendent, notamment sous la Restauration, vers une seconde définition que l'on retrouve dans le même dictionnaire : « Imprimé faisant connaître les conditions d'une opération industrielle ou commerciale, les services offerts par un établissement, une entreprise » (TLF). Cette nuance reste plus généralement propre au XIXe siècle, mais elle existe déjà avant. Il n'est pas rare en effet de trouver, à la fin des prospectus, l'annonce d'autres titres publiés par l'imprimeur ou le libraire-éditeur. Il s'agit alors, dans la plupart des cas, de mettre en avant l'activité de la maison d'édition dans son ensemble. Les frères Cramer utilisaient déjà le canal du prospectus pour vanter la diversité de leur travail : « Les mêmes libraires ont un assortiment très considérable de livres Français, Latin & autres, de tous les pays et en toutes facultés », suivi de l'annonce de trois ouvrages sous presse, loin des polémiques voltairiennes[9].

Ces annonces se rattachent parfois à une dimension militante. C'est le cas du libraire Desoër, premier éditeur de la Restauration des *Œuvres complètes* de Voltaire. En pleine polémique avec les Vicaires de Paris, lesquels ont publié un *Mandement* critiquant vertement son entreprise (Mandement 1817), il ajoute au prospectus de son « Voltaire » une *Notice des livres de fonds*, qui s'ouvre sur l'annonce d'une réédition de la Bible qu'il vante en ces termes : « Il n'existe qu'un très petit nombre d'éditions françaises de la Bible d'un format portatif, et pas une seule qui réunisse à la modération du prix la perfection de l'exécution »[10]. Publier une édition de la Bible en parallèle aux *Œuvres complètes* de Voltaire peut à la fois être compris comme une façon de donner le change aux intérêts religieux et comme un moyen d'établir une comparaison entre les deux titres. Mais au-delà de cette provocation, par laquelle il parvient à désamorcer les critiques à l'encontre de son entreprise,

9 Les trois ouvrages sont : Johannis Voet, *Commentarius in Pandectas,* 2 tomes, in-f°, « Jolie édition, copiée sur celle d'Hollande » ; *Ciceronis opera omnia*, tome 4, « Très belle édition ; à laquelle l'on ajoute les remarques de M. l'Abbé Facciolati Docteur de Padoue, qui a fait toute sa vie une étude particulière des ouvrages de Cicéron » ; *Corpus Juris civilis romani*, 2 vol. in-f°, « Edition magnifique, corrigée avec le plus grand soin, par un très habile homme, et imprimée d'une manière qui fait honneur à la fabrique de ces pays-ci » (Cramer [1756] : 8).

10 Correspond à « Papiers Beuchot », BnF, n.a.fr. 14300, f°95v.

l'éditeur prend bien soin de mettre en avant la qualité de son travail. Aussi la position polémique de l'éditeur n'est-elle jamais très éloignée de ses intérêts commerciaux.

Cette pratique rappelle que l'industrialisation du monde du livre est un processus qui naît avant le XIXe siècle. D'ailleurs, tous les prospectus profitent de l'annonce de l'édition des *Œuvre*s de Voltaire pour glisser un mot sur leur maîtrise technique ou sur l'étendue de leur catalogue, qui nous pousse parfois à interroger la question de la réelle finalité du message ainsi publié. S'agit-il toujours de vendre Voltaire ? La question se pose d'autant plus au XIXe siècle que les ouvrages du patriarche sont libres de droits. Certains libraires profitent-ils de l'appel d'air créé par un auteur célèbre pour attirer le chaland et lui vendre une partie moins immédiatement attractive de leur fonds de librairie ? Un prospectus illustre particulièrement cette question, tant il n'aborde que des questions liées à la qualité de l'impression : un appel à souscription datant de 1825 qui vante les mérites d'une édition des Œuvres complètes de Voltaire et de celles de Rousseau, chacune en un seul volume in-8°, publiée chez Jules Didot aîné. Le prospectus met exclusivement en avant l'expérience de l'éditeur – « Les éditions successives et les plus estimées des œuvres de Voltaire et de Rousseau, imprimées dans sa maison, sont pour notre entreprise des précédents favorables » –, les caractères « fondus exprès pour les deux ouvrages », tout comme le papier, lui aussi « fait exprès », et d'une manière générale « l'habileté et les soins » (Didot 1825 : 1)[11] de l'éditeur et imprimeur. Quant au contenu même des ouvrages imprimés, soit, tout de même, les *Œuvres de Voltaire*, nul besoin d'y consacrer plus d'une mention :

> Il serait superflu d'ajouter un panégyrique d'éditeur au Prospectus des ouvrages du philosophe de Genève et du patriarche de Ferney [...]. Les réimpressions multipliées de leurs Œuvres n'ont pas répondu aux demandes des lecteurs et au besoin d'un commerce qui s'étend maintenant d'un bout du monde à l'autre. [...] Les bibliophiles et les gens de lettres reconnaîtront les avantages d'un format qui, réunissant dans un petit nombre de pages près de 200 volumes, permet aux uns le transport facile d'une bibliothèque complète, et rend aux autres les recherches moins longues et pénibles (1).

Véritable monument typographique dressé à la gloire de Voltaire, cette édition étonne par sa forme : un volume de près de 5000 pages, au sein desquelles le texte se déploie sur deux colonnes. Le prospectus vante d'abord les qualités techniques de l'imprimeur, puis rappelle, dans un second temps, le pouvoir que prend progressivement le monde de l'imprimerie. Il y a davantage de lecteurs à satisfaire, et donc de livres à publier. Mais le geste de l'édi-

11 « Papiers Beuchot », BnF, n.a.fr. 14300, f°110v.

teur va plus loin. Après tout, ce n'est pas tant Voltaire que la construction d'une certaine image de ce dernier, par l'édition de ses *Œuvres* qui importe. Le Voltaire en un volume massif permet de conjuguer cet aspect tout en faisant briller le typographe, lui qui possède l'art d'édifier ce monument que sont les *Œuvres de Voltaire*.

Enjeux littéraires : dire Voltaire et vendre Voltaire

Le second processus, toujours du point de vue de la chronologie, que conserve Beuchot reprend bien ces deux éléments : publicité pour l'œuvre et pour l'entreprise éditoriale dans son ensemble figurent en effet au premier chef du prospectus de l'édition de Kehl daté de janvier 1781. Le document s'ouvre d'ailleurs sur une large description des caractères de Baskerville, censés donner à l'édition le luxe typographique que mérite son sujet[12]. Après tout, cette acquisition n'est-elle pas indiquée avant tout autre caractéristique de l'édition, y compris celle qui concerne les manuscrits de Voltaire ? L'auteur, Beaumarchais, amplifie pourtant la portée du discours et transpose déjà l'objet du discours vers une perspective qui s'avère également militante. Ce prospectus poursuit en effet un double objectif : non seulement présenter les détails techniques de l'édition, ainsi que les modalités de la souscription[13], mais surtout dévoiler une certaine image de Voltaire.

La méthodologie éditoriale explicitée ici rappelle l'intérêt pour maintenir vivante la mémoire de Voltaire. Le prospectus légitime l'édition de Kehl par le lien direct qu'elle noue avec le patriarche, notamment grâce à l'édition de la correspondance (Gil 2011 : 156) ou par la référence à des manuscrits inédits[14]. L'inédit joue peut-être aussi sur une sorte d'effet de manque et excite, par la nouveauté qu'il promet, le souvenir encore vif du plaisir de découvrir les écrits de Voltaire. En parallèle à la mise en place d'un véritable outil de promotion d'une entreprise commerciale, une rhétorique de Voltaire en

12 « Les Types du célèbre Baskerville, son Art de lisser le papier, le Secret de son encre, et ses autres principes et procédés relatifs à la Fonderie, à la Papeterie et à l'imprimerie, viennent d'être transmis à une Société de Gens de Lettres et de riches Amateurs des Beaux-Arts » ([Beaumarchais 1781] : 1, correspond à « Papiers Beuchot », BnF, n.a.fr. 14300, f°8v.)

13 Un document de 12 pages intitulé « Motifs et plan de la répartition de deux cents mille livres, entre les souscripteurs de l'édition in-8°, des Œuvres complètes de M. de Voltaire avec les caractères de Baskerville » décrit spécialement et avec précision ce procédé nouveaux et complexe mis en place sous l'égide de Beaumarchais, « Papiers Beuchot », BnF, n.a.fr. 14300, f°20-25.

14 « La nouvelle Édition sera composée des Œuvres connues, corrigées par l'Auteur, accompagnées des Variantes, Notes, et Fragments principaux tirés de ses Portefeuilles ; de sa Vie, avec les Anecdotes qui y ont rapport ; de ses Œuvres posthumes ; d'un choix de ses Lettres, avec des notes historiques ; et d'une Table générale et raisonnée des Matières » ([Beaumarchais] : 2).

homme militant se trouve promue à travers le prospectus. « Notre dessein, en acquérant l'exclusive propriété des Portefeuilles de M. de Voltaire, a été d'élever au plus beau Génie de la Littérature Française, un Monument digne de lui, de sa Nation, et de son Siècle ». Aussi n'est-il plus simplement question de vendre une collection, mais bien un « monument » littéraire à la gloire du grand homme. Le prospectus, derrière des considérations matérielles et techniques liées au mode d'impression et de distribution, cache un message qui influence déjà la réception de Voltaire et de son œuvre.

Pour l'édition de Kehl, un troisième volet du prospectus s'ouvre sur un « avis aux personnes qui ont des écrits particuliers, des pièces fugitives ou des lettres de M. de Voltaire ». Il se poursuit par une reproduction de quelques pages destinées officiellement à montrer la qualité typographique du produit. On retrouve là la conformité avec la loi sur l'édition de 1723. Le document comporte même quatre exemples, chacun tenant sur une page : un pour les « préfaces » de Voltaire, un de la partie en prose de l'édition, un exemple des œuvres en vers, et un, enfin, pour les variantes. Les exemples n'ont évidemment pas été choisis au hasard, et permettent d'accéder aux véritables enjeux soulevés par les éditeurs. Dès les premières lignes, c'est tout le programme voltairien défendu par les éditeurs de Kehl qui est affiché :

> Votre Majesté sait quel esprit m'animait en composant cet ouvrage. L'amour du genre humain & l'horreur du fanatisme, deux vertus qui sont faites pour être toujours auprès de votre trône, ont conduit ma plume. J'ai toujours pensé que la Tragédie ne doit pas être un simple spectacle, qui touche le cœur sans le corriger. Qu'importent au genre humain les passions & les malheurs d'un héros de l'antiquité, s'ils ne servent pas à nous instruire ? (2)

Ce texte, qui est publié dans l'édition comme une lettre de Voltaire à Frédéric II datée de Rotterdam le 20 janvier 1742, figure en tête d'un dossier de lettres qui précèdent et servent de préface à la tragédie de *Mahomet* dans l'édition de Kehl. Le propos est ici éminemment philosophique, puisque l'éditeur rappelle que la littérature, et en conséquence ceux qui l'éditent, a toujours été assujettie à une exigence morale. Les autres extraits sont du même genre : un extrait de *Mémnon* qui invite à se départir des dogmes pour être sage, un extrait de *La Henriade* qui loue le système politique anglais et une variante des *Satires* qui dépeint Abraham en prophète manipulateur. Heureux temps où la publicité était au service de la philosophie…

Beuchot, éditeur savant, et l'art détourné du prospectus

Plus tard, Beuchot, considéré comme le successeur de Condorcet, Beaumarchais et Decroix en tant qu'éditeur de référence de l'œuvre de Voltaire, confirme que la partie commerciale de l'édition n'est jamais très éloignée de sa partie littéraire :

> Il était impossible de ne pas condescendre à l'impertinence des libraires. Le nombre de personnes capables d'apprécier le travail n'est pas assez considérable pour faire les frais d'une édition. La masse veut jouir et promptement. Le spéculateur veut la rentrée de ses fonds. Je concilierai tout cela avec les exigences des connaisseurs autant que je pourrai. Je mourrai presqu'au monde pendant les quatre ans que durera l'entreprise. Je veux tenir tout ce que j'ai promis. Il ne faut pas attendre davantage de moi[15].

Beuchot fait cette remarque à l'un de ses correspondants, au moment de la parution de son prospectus. Elle éclaire les conditions de création et de réception du « Voltaire de Beuchot ». Elle confirme tout d'abord que le rôle des libraires commerciaux, des « spéculateurs » comme les nomme ici Beuchot, va au-delà de simples prérogatives techniques et influence jusqu'au contenu de l'édition : ne faut-il pas rendre Voltaire sulfureux, pour mieux le vendre ? L'impertinence des libraires que dénonce Beuchot trahit sa propre position d'éditeur. Contrairement à ses éditeurs commerciaux qui veulent avant tout des sous, quitte à orienter l'œuvre de Voltaire, Beuchot cherche, de son côté, à proposer une édition qui soit dépourvue d'orientation politique. Il se caractérise par sa droiture et son honnêteté intellectuelle (Paillard 2011 : 122). Deux discours au moins tendent, d'après Beuchot, à se superposer dans son propre prospectus, les deux ont vocation publicitaire : l'un cherche à répondre à ce besoin d'impertinence qui assure la rentabilité du projet, l'autre se veut plus savant et en assure la crédibilité. Deux publics différents sont ciblés, a priori pas par les mêmes personnes : la partie commerciale de l'édition – les libraires – vise la « masse », Beuchot, quant à lui, veut satisfaire « les connaisseurs ». La forme du prospectus, par rapport à celui de l'édition dite de Kehl, s'en trouve complètement remaniée.

Tout d'abord, le prospectus ne s'ouvre pas sur des considérations matérielles. Celles-ci sont rejetées en toute fin de prospectus, et sont même imprimées en caractères plus petits. Beuchot débute au contraire son prospectus par le récit d'une anecdote qui rappelle que la dimension sulfureuse attribuée aux Œuvres de Voltaire trouve un ancrage historique bien avant la Restauration :

15 Beuchot, l.a.s. à Cayrol, 4 novembre 1828, IMV MS 34-25.

> Lorsqu'en 1768 parut la première livraison de l'édition in-4° des œuvres du philosophe de Ferney, Fréron, qui avait souscrit, disait : *Il est probable qu'enfin, enfin, ce sera la dernière édition de M. de Voltaire*. Les conjectures de Fréron ont été démenties plus de vingt fois et le seront encore (Beuchot 1828 : 1).

C'est sans doute là que se trouve une part de cette « impertinence des libraires » à laquelle il a bien fallu « condescendre ». Rappeler Fréron, c'est en effet renvoyer les polémiques à l'encontre de Voltaire à un autre temps. Le faire à partir d'une prédiction aussi démentie par les faits que celle de la fin des Œuvres de *Voltaire* (Bessire 2005 : 185), c'est insister sur le ridicule et la vanité des combats contre les écrits du patriarche. En définitive, Beuchot ne dessine-t-il pas ici une approche de l'histoire comme mouvement inéluctable contre lequel il est vain de vouloir lutter ? Dans tous les cas, la référence à Fréron lui permet d'évoquer discrètement les attaques qui tentent d'influencer la censure sous la Restauration, pour mieux les évacuer et passer à ce qui l'intéresse vraiment : le travail éditorial. En effet, entre ce paragraphe et les conditions de souscription indiquées en dernière page, Beuchot décrit avec précision et tout au long des 8 pages de son prospectus la nouveauté de son travail éditorial : inédit, retour aux premières éditions, variantes, nouveaux classements, système de note repensé, tout ce qui est de nature à satisfaire ces fameux connaisseurs, curieux de connaître le contenu d'une édition à laquelle il « travaille depuis plus de dix ans » (Beuchot 1828 : 1). Cette nouvelle méthodologie éditoriale paraît bien aller de pair avec le renouveau de la forme du prospectus opéré par Beuchot. Soucieux d'apporter la preuve de l'originalité de son travail, l'éditeur en démontrerait déjà l'étendue de fait, et en ferait un argument de vente aux yeux des souscripteurs. Ce prospectus moins axé sur la présentation des conditions de souscriptions – lesquelles, rappelons-le, ne figurent qu'en petits caractères à la fin du document – que sur la description précise de son renouvellement méthodologique témoigne alors aussi du rôle que Beuchot entend jouer au sein du processus de publication :

> Madame Perronneau et M. Hunout me contestent aujourd'hui le titre d'éditeur des Œuvres de Voltaire en cinquante volumes in-12. Si par éditeur, on entend le chef commercial, le propriétaire de l'entreprise, ce n'est pas moi qui le suis. Mais si ce mot désigne le chef littéraire, le directeur, l'ordonnateur, l'auteur du travail littéraire à faire pour l'édition, personne ne peut me disputer cette qualité. L'éditeur, dit le *Dictionnaire de l'académie*, est celui qui prend soin de revoir et de faire imprimer l'ouvrage d'autrui. Ce titre appartient donc à l'homme de lettres (Beuchot 1821 : 4).

C'est bien son « travail littéraire » que Beuchot cherche avant tout à mettre en avant dans son prospectus. « Homme de lettres » avant tout, il

paraît surtout attaché à convaincre un cercle d'acheteurs lettrés et intéressés par la qualité intrinsèque de l'édition. L'aspect militant de la vie de Voltaire, tout comme les données strictement commerciales, se retrouvent ici relégués au second plan. D'ailleurs, contrairement à l'édition de Kehl, et à toutes les éditions parues sous la Restauration, on ne trouve pas non plus d'extraits de texte de Voltaire à la fin du prospectus publié par Beuchot, en 1828. Il faut revenir à un projet présenté sans doute avant que la participation de Beuchot ne soit officielle, pour retrouver la trace d'un prospectus tout à fait traditionnel publié par les libraires Lefèvre, Werdet et Lequien.

Ce prospectus reprend des propos analogues à tous les autres prospectus abordés ici et vante la rapidité d'exécution et la ponctualité dans la livraison. La beauté du papier, la finesse du caractère ainsi que la réputation de l'imprimeur sont également mentionnées. Quant aux textes choisis pour rendre compte de la qualité typographique, ils sont au nombre de deux : une pièce de la *Correspondance* et un extrait de *La Henriade*. La page de la *Correspondance* est intéressante, surtout si l'on sait que les éditeurs affirment déjà vouloir intégrer Voltaire à la collection des « classiques ». Il s'agit d'une lettre à Amelot dans laquelle Voltaire défend son rôle auprès du Roi de Prusse comme celui d'un ambassadeur au service de la France. C'est un Voltaire au service du roi qui est mis en avant. D'autant plus que l'extrait de *La Henriade* est tiré du chant VI, moment du premier triomphe d'Henri IV sur ses ennemis allemands et anglais. Preuve d'une volonté de masquer les éléments polémiques derrière une forme en apparence inoffensive, *La Henriade* est d'ailleurs le principal réservoir à partir duquel on extrait des citations pour vendre Voltaire. Elle figure dans les prospectus des éditions Renouard (1819-1823, 66 vol. in-8°), Delangle (1824-1834, 95 vol. in-8°), Verdière (1825, 75 vol. in-8°), Jules Didot (1825, 1 vol. in-8°), ou encore Lefèvre (1828-1834, 50 vol. in-8°). Il s'agit, dans chacun des exemples choisis, de faire l'éloge des bonnes monarchies. S'agit-il de neutraliser le pouvoir des censeurs, ou de rendre Voltaire présentable à un lectorat plus large ?

La question se pose également avec le prospectus de Beuchot. De façon plus subtile, ce dernier insère également, dans la description de sa méthodologie éditoriale, des fragments de textes qu'il a pu corriger grâce à ses recherches et qui sont autant d'extraits des Œuvres de Voltaire. Là non plus, les passages choisis ne sont pas anodins : l'accent mis sur les combats de Voltaire ne serait-il donc pas uniquement le fait des éditeurs commerciaux ?

> On n'a guère donné jusqu'à présent que les variantes des ouvrages en vers : il serait ridicule non moins qu'impossible de recueillir toutes les variantes de tous les ouvrages en prose ; mais il en est qu'on ne peut se dispenser de reproduire comme le véritable texte de l'auteur. Par exemple, dans les *Pensées sur l'administration publique*, on lit aujourd'hui : « Un sultan qui, sans forme de justice et sans justice, emprisonne ou fait périr des citoyens, est un voleur

Versants 65:1, fascicule français, 2018, pp. 113-128.

> de grand chemin qu'on appelle votre hautesse. » La circonspection des éditeurs, sous un gouvernement absolu, les avait engagés à altérer le texte que, sous un gouvernement constitutionnel, je reproduirai conforme à l'édition de 1754, où il y a : « Un prince qui, sans forme de justice et sans justice, emprisonne ou fait périr des citoyens, est un voleur de grand chemin qu'on appelle votre majesté » (Beuchot 1828 : 3).

Militantisme dissimulé par l'éditeur savant, concession accordée à la volonté de ses libraires, ou les deux, reste que la modification présentée se comprend difficilement en dehors d'un plaidoyer en faveur d'une monarchie constitutionnelle, qui, rappelons-le, est encore mise à mal en 1828, sous le règne de Charles X. Beuchot s'efforce en tout cas de concilier une exigence de rentabilité, laquelle passe par l'affirmation d'une dimension politique, avec un travail éditorial qui le démarque aux yeux des hommes de lettres. D'ailleurs, ces connaisseurs, qui sont-ils ? On peut estimer qu'il s'agit d'un cercle relativement restreint, constitué de bourgeois savants, souvent bibliophiles, et qui gravitent autour des sociétés littéraires, des académies savantes ou des bibliothèques à Paris et en province. L'aveu qu'il fait à son correspond Cayrol, légitimiste convaincu, démontre sans doute qu'il sait devoir ménager plusieurs lectorats. Beuchot évolue de ce fait entre trois conceptions radicalement opposées de l'édition. Il faut s'allier les libéraux sans s'aliéner les partisans du roi. Est-ce un signe que le public a lui aussi changé entre la fin du XVIIIe siècle et la fin de la Restauration ? Sans doute, et avec lui le rapport à Voltaire et la réception de son œuvre. Malgré cette contrainte liée à la nécessité de vendre, Beuchot, de son côté, cherche à suivre une véritable intention éditoriale. Il ne s'agit en définitive pas tant de mettre un certain Voltaire en lumière pour l'utiliser dans le champ politique que d'accomplir un travail sur ses œuvres qui présente aux « personnes capables d[e l]'apprécier » les différentes facettes qui constituent l'image de Voltaire.

Le statut du prospectus a beau rester toujours soumis à sa vocation première, vendre, il n'en est pas pour autant suspect. La pratique du prospectus évolue rapidement entre le début du XVIIIe siècle et la fin de la Restauration. D'un objet essentiellement descriptif et codifié, né pour le besoin de l'imprimerie et accaparé par la censure, il devient un espace de liberté pour les libraires et éditeurs. Petits textes complexes, les prospectus doivent satisfaire à des contraintes commerciales, c'est-à-dire un public qu'il s'agit de convaincre, une visée informative qu'il faut assurer et une norme pratique durable, le tout dans un cadre légal en constante évolution. Ce sont en réalité de vraies œuvres littéraires. C'est même sans doute en raison de la rigidité apparente du cadre qui les contient et de cette exigence de rentabilité qu'ils ne peuvent qu'être le lieu d'un jeu avec le contenu. Les prospectus de l'édition dite de Kehl, des Cramer ou celui de l'édition de Beuchot ont beau être intrinsèquement et formellement très différents, s'ils ne renvoient, en fin de

compte, pas la même image de Voltaire, ils en disent davantage que ce qui est immédiatement visible. Ce jeu avec la forme accompagne enfin l'évolution du monde de la librairie et la séparation entre éditeurs commerciaux et éditeurs savants qui devient effective au cours du XIXe siècle, et qui atteste que le monde éditorial n'est pas dépourvu de talent ni d'ambition littéraire.

Bibliographie

Archives et manuscrits

[Beaumarchais], *Édition des Œuvres de M. de Voltaire. Avec les Caractères de Baskerville*. [Kehl, Société Littéraire-Typographique, 1781]

[Beaumarchais], *Motifs et Plan de la répartition de deux cent mille livres, entre les souscripteurs de l'édition in-octavo des Œuvres de M. de Voltaire. Avec les Caractères de Baskerville.* [Kehl, Société Littéraire-Typographique, 1781]

Beuchot, Adrien, *Recueil de pièces ayant trait à ses démêlés avec Mme Perronneau au sujet de l'*édition des *Œuvres complètes de Voltaire*, Paris, Fain, 1820-1821, 11 pièces en 1 vol. in-12.

Bibliothèque de Genève, Musée Voltaire, MS 34 : *Lettres à Cayrol*.

Bibliothèque nationale de France (BnF), nouvelles acquisitions françaises (n.a.fr.), 14300 : *Papiers Adrien Beuchot. XIV Prospectus d'éditions de Voltaire du XVIIIe et surtout du début de XIXe siècle.*

Bibliothèque nationale de France (BnF), nouvelles acquisitions françaises (n.a.fr.), 25135 : *Papiers Adrien Beuchot XVIIIe XIXe s. : II-IV. Lettres adressées à Adrien Beuchot.*

Cramer, Gabriel et Philibert, *Avis sur la première édition du* « Recueil complet des Œuvres de Monsieur de Voltaire », Genève, 1756.

Mandement de Messieurs les vicaires généraux du chapitre métropolitain de Paris, le siège vacant, pour le saint temps de carême, Paris, Adrien Le Clere, 1817.

Œuvres complètes de Voltaire. Nouvelle édition collationnée sur des éditions originales, avec notes, préfaces, avertissements, etc. par M. Beuchot. Prospectus. Paris, Lefèvre, Werdet et Lequien, 1828.

Littérature secondaire

Bengesco, Georges, *Voltaire : bibliographie de ses œuvres*, t. I-IV, Paris, E. Perrin, 1882-1885.

Bessire, François, « "Un vaste incendie qui va dévorer des cités et des provinces": les éditions d'œuvres complètes de Voltaire sous la Restauration », *Repenser la Restauration*, Jean-Yves Mollier, Martine Reid, Jean-Claude Yon (dir.), Paris, Nouveau Monde éditions, 2005, pp. 185-196.

Cave, Christophe et Simon Davies (dir.), *Les « Vies de Voltaire » : discours et représentations biographiques, XVIIIe-XXIe siècles*, Oxford, Voltaire Foundation, SVEC, 2008/4.

Chartier, Roger et Henri-Jean Martin, *Histoire de l'édition française*, [Paris], Fayard, 4 vol. 1989-1991.

Gil, Linda, « De l'homme à l'éloge : contribution à l'édification du mythe du "patriarche" par Condorcet : l'édition de Kehl et la "Vie de Voltaire" », *Revue Voltaire*, 11, 2011, pp. 153-166.

Darnton, Robert, *Gens de lettres – Gens du livre*, trad. Marie-Alyx Revellat, Paris, Éditions Odile Jacob, 1992.

Lilti, Antoine, *Figures publiques : l'invention de la célébrité 1750-1850*, Paris, Fayard, 2014.

Lyons, Martyn, *Le Triomphe du livre : une histoire sociologique de la lecture dans la France du XIXe* siècle, traduit de l'anglais, [sl.,] Promodis, Éditions du cercle de la librairie, 1987.

Mollier, Jean-Yves, *Une autre histoire de l'édition française*, Paris, La Fabrique, 2015.

Paillard, Christophe, « Que signifie être "voltairien" au XIXe siècle ? : Beuchot et Cayrol, éditeurs de Voltaire », *Revue Voltaire*, 10, 2010, pp. 121-143.

Parinet, Elisabeth, *Une histoire de l'édition à l'époque contemporaine : XIXe-XXe siècle*, Paris, Éditions du Seuil, 1992.

—. « Auteurs et éditeurs de littérature au XIXe siècle », *Revue d'histoire littéraire de la France*, 107/4, 2007, pp. 791-801.

Règlement pour la librairie et imprimerie de Paris, Paris, Imprimerie royale, 1744, Titre 3, article XIX, pp. 18-19.

Trousson, Raymond, *Visages de Voltaire (XVIIIe-XIXe siècles)*, Paris, Honoré Champion, 2001.

—. *Voltaire : mémoire de la critique. 1778-1878*, Paris, PUPS, 2008.

Vaillant, Alain, « Pour une histoire de la communication littéraire », *Revue d'histoire littéraire de la France*, 103/3, 2003, pp. 549-562.