





# Le cahier de vacances est toujours à la page

PHOTO © PHILIPPE DEPOULPOUET

Depuis sa création, dans la Creuse, en 1933, par Roger Magnard, un papetier visionnaire, il fait plancher les écoliers français pendant l'été. Un incroyable succès pour les maisons d'édition, qui en vendent près de 5 millions d'exemplaires chaque année.

PAR CLÉMENTINE LEVASSEUR.

**E**n ce jour de mai 1933, Roger Magnard, représentant en papeterie âgé de 28 ans, se désespère. Les vacances estivales arrivent. Comme chaque année, les ventes de cahiers vont s'effondrer. Il lui faut trouver un moyen de faire vivre son commerce pendant cette période creuse. Attablé pour le dîner dans sa maison de Guéret, dans la Creuse, l'homme, dont les cheveux bruns gominés et les lunettes rondes lui donnent un air sévère, se morfond quand Suzanne, son épouse institutrice, lui sert un pot-au-feu. Cherchant à le distraire, elle lui explique qu'elle compte donner des exercices à ses élèves les plus en difficulté, pendant les congés. L'objectif est qu'ils conservent leurs acquis jusqu'à la rentrée. Cette conversation donne une idée au papetier : et si ces devoirs, à faire en juillet et en août, pour préparer l'arrivée dans la classe supérieure, faisaient l'objet d'une publication à part entière ? Roger Magnard ne le sait pas encore, mais il vient d'inventer les cahiers de vacances, qui font travailler les petits Français depuis près d'un siècle. Chaque mois de mai, leur présence massive en magasin, entre les serviettes de plage et les tubes de crème solaire, annonce l'arrivée de l'été.

### Jeux, découpages et lots à gagner

Retour dans la Creuse, dans les années 1930. Alors que, à cette époque, les manuels scolaires sont imprimés en noir et blanc, en petits caractères, dans une mise en page austère, Roger Magnard fait un choix radicalement opposé. Il veut que ses livrets séduisent les bambins. Pendant plusieurs semaines, aidé par un ami instituteur débordant d'imagination, il se creuse la tête pour mettre au point des exercices ludiques – charades, rébus, jeux de mots, comptines... – ayant pour toile de fond les vacances.

Pendant plusieurs semaines, Roger Magnard (troisième en partant de la droite) et un ami instituteur travaillent à créer des exercices amusants.



« Visionnaire, il a également eu l'idée d'un cahier grand format, aéré et agréable à lire, dans lequel les enfants pouvaient écrire directement les réponses, colorier les illustrations, faire des découpages », raconte Isabelle Magnard, sa petite-fille, actuellement directrice générale adjointe du pôle éducation chez Albin Michel, qui a racheté la maison d'édition familiale en 1995. Pour inciter les écoliers à s'atteler à la tâche, les deux hommes réfléchissent à des personnages qui pourraient être leurs petits copains. Tandis qu'Élisabeth et Louis, les aînés de Roger, passent embrasser leur papa en plein travail, celui-ci a une révélation : ses enfants seront les deux héros de ses créations, baptisés de leurs surnoms, « Babette » et « Loulou ».

Mais comment donner envie aux marmots de faire des devoirs, alors qu'ils ne sont pas obligatoires, et que tant d'autres activités amusantes les attendent dehors ? Magnard pense à un système de récompenses, bien plus enthousiasmant que les « bons points » distribués à l'école : un concours avec des lots extraordinaires. À la fin des vacances, les enfants seront invités à envoyer leurs fascicules à la maison d'édition. Ceux remplis avec soin et ne comportant pas de faute seront récompensés par des cadeaux : vélos, canoës, encyclopédies...

À l'époque, les supermarchés n'existent pas. Pour distribuer et faire connaître son produit, Roger Magnard missionne les meilleurs ambassadeurs aux yeux des parents : les professeurs. « Ils passaient à la papeterie pour embarquer un stock, le vendaient à leurs élèves et reversaient l'argent à mon grand-père », indique sa descendante. Proposés uniquement dans la Creuse lors de leur lancement en 1933, ces cahiers connaissent un succès fou. Alors que le jeune éditeur espérait seulement rentrer dans ses frais en en écoulant 7 000 exemplaires la première année, il en vend 50 000 ! Enthousiasmé par cet excellent démarrage, le représentant en papeterie fonde les éditions Magnard en 1936. Les chiffres augmentent chaque année, jusqu'à atteindre 300 000 ventes en 1938. Mais la période faste est de courte durée. En 1939, le début de la seconde guerre mondiale douche les rêves de grandeur de Magnard. La pénurie de papier rend très difficiles les impressions. Surtout, en 1942, l'éditeur est convoqué par les services de la censure du régime de Vichy. Dans un petit bureau sombre, deux policiers en costume l'assomment de questions. En lui braquant une lampe dans les yeux, ils cherchent à lui faire avouer son soutien au camp ennemi. En cause ? Dans ses carnets, les écoliers doivent colorier l'Union Jack, le drapeau britan-

« LES PROFS VENDAIENT  
LES LIVRETS AUX ÉLÈVES  
ET REVERSAIENT L'ARGENT  
À MON GRAND-PÈRE »

Isabelle Magnard, petite-fille du créateur du cahier ludique

nique, et apprendre *Liberté*, de Paul Éluard, un poème d'amour devenu un hymne à la résistance. Le couperet tombe. Ses publications sont interdites.

À la Libération, c'est un soulagement. Les éditions Magnard se relancent. Les devoirs de vacances reparaisent chaque début d'été et les concours reprennent. Avec le temps, les lots à gagner deviennent délirants. Une Renault 4 CV en 1956, puis, dans les décennies suivantes, des appareils photo, des télévisions couleur, des Solex !

Dans les années 1970, la concurrence, qui a repéré le filon, se lance à son tour. Les éditions Hachette, déjà mastodonte du secteur, créent la collection « Passeport », en 1976, imaginée par Bernard Jenner, directeur d'école primaire. « Dépoussiérant le genre, ces livrets sont plus ludiques, avec des autocollants, des cartes postales, assure Nathalie Sannier-Théret, directrice du département parascolaire et supérieur d'Hachette Éducation. Ils permettent pour la première fois de réviser chaque jour, sur une double page, les fondamentaux : maths, français, histoire... » Les codes graphiques changent. Illustrées d'enfants rieurs construisant des châteaux de sable, les couvertures de la collection adoptent également le jaune et le bleu, couleurs du soleil et de la mer. Des références toujours en cours aujourd'hui.

### Une bonne résistance au numérique

Profitant de la force de frappe des éditions Hachette, « Passeport » est lancé massivement dans les grandes surfaces, alors en plein développement. Pour la première fois, les cahiers sont proposés, dès le mois de mai, dans des présentoirs tape-à-l'œil placés en tête de rayon. Louis Magnard, le fils de Roger décédé en 1973, qui a pris la tête de la maison d'édition, est furieux : pour ne pas perdre sa position de leader, il fait gagner aux écoliers... un voyage aux Caraïbes et aux Bermudes ! Et, pour développer les ventes, il se rend dans des salons du livre à l'étranger, à la conquête du marché international. Arpentant les allées, ses livrets sous le bras, le fils Magnard déploie une énergie folle afin de convaincre des éditeurs d'acheter le concept créé par son père. Mais ceux-ci lui rient au nez. Faire travailler les enfants pendant leurs mois de repos, quelle drôle d'idée ! De fait, les devoirs estivaux tels que nous les connaissons n'existent pas hors de nos frontières.

En 1995, l'éditeur historique est finalement racheté par Albin Michel, qui souhaite renforcer son positionnement dans le secteur scolaire et parascolaire. Au début des années 2000, les concurrents déclinent le cahier de vacances en version « adultes » et, avec l'arrivée du numérique, essaient également de nouveaux formats, sur CD-ROM, puis sur Internet. Mais les éditions Magnard restent fidèles à leur projet initial et conservent la formule traditionnelle et sérieuse qui a fait leur succès.



Aujourd'hui, les albums colorés fleurissent dès le mois de mai dans les supermarchés. À gauche, l'une des premières éditions du cahier Magnard.

À raison. La déclinaison numérique des cahiers de vacances est un flop. « Encore aujourd'hui, les parents sont contents que leur progéniture se coupe des écrans, voilà pourquoi le fascicule papier continue à bien se vendre », explique Carole Strang, directrice des éditions parascolaires de Nathanaël, autre poids lourd du secteur. Surtout, au fil du temps, l'achat de ce produit s'est inscrit dans les familles comme un rituel, une madeleine de Proust, la plupart étant fidèles à la maison d'édition que les parents ont eux-mêmes connue dans leur jeunesse. Beaucoup en achètent systématiquement, lorsqu'ils préparent les valises, même s'ils ne sont pas certains qu'ils finiront remplis.

### Un chiffre d'affaires de 28 millions d'euros en 2021

L'été 2022 ne dérogera pas à la règle. Dès le mois de juin, les fascicules Magnard trônent dans les allées centrales des supermarchés. Créée en 2021 et meilleure vente des nouveautés, la collection « Vacances vertes » – écoresponsable, en papier 100 % recyclé, et qui permet de revoir le programme tout en s'initiant à la protection de l'environnement – devrait encore remporter un franc succès. Derrière son Caddie, Céline, 42 ans, hésite devant la trentaine de titres. « Ma fille Élixa, 11 ans, est très studieuse, c'est elle qui me les réclame chaque année, s'amuse cette cheffe d'entreprise. Rien ne sert d'en acheter un pour mon aîné, qui entre au lycée : il m'a assuré qu'il ne l'ouvrirait pas de l'été. » Les cahiers estivaux, eux, demeurent d'excellents élèves de l'édition. En 2021, 4,7 millions d'exemplaires ont été vendus, principalement en grande surface, pour un chiffre d'affaires de 28 millions d'euros. Près de quatre-vingt-dix ans après sa création par Roger Magnard, la recette des cahiers de vacances reste inchangée : réviser en s'amusant. ■