

1. Voir note 2 de la page 21.

l'on confond volontiers expertise et goût de la tradition, beaucoup plus rares (p. 180). » Ça fait toujours plaisir. Cela dit, je ne pense pas que les professionnels anglais et américains aient été particulièrement flattés d'avoir inspiré un ouvrage pareil. Il est des gens qui, comme cela, se recommandent de vous, on ne sait trop pourquoi<sup>1</sup>.

À la vue de ces quelques extraits et de cet exemple, il y a vraiment de quoi s'interroger. Car enfin, ce livre a été publié par l'Afnor, un organisme on ne peut plus officiel. Comment des sociétés comme celles mentionnées page 13 (note 1) – dont la Fédération française de l'imprimerie et des industries graphiques – ont pu faire appel à une telle personne que, dans certains milieux à la mode, on appelait « monsieur PAO »? J'ai peut-être la réponse. Un de mes collaborateurs me posa un jour la question suivante : « À ton avis, aujourd'hui il vaut mieux être compétent ou savoir se vendre ? »

L'auteur ne doute de rien : « J'aurais pu utiliser des outils de haut de gamme, plus performants ou plus complets, j'ai préféré, pour rendre l'expérience plus probante, travailler avec la boîte à outils la plus banale, la plus courante (p. 174). » Dommage, car je crois qu'on a manqué quelque chose.

Dès la sortie de ce livre, j'ai rendu visite à l'auteur, non pour lui « passer un savon », mais pour essayer de comprendre. L'homme est à la hauteur de son œuvre. Il consacre pas moins de six pages à expliquer comment ce livre a été fabriqué : « Ce livre a été entièrement réalisé en P.A.O. Il ne pouvait en être autrement et je l'ai écrit, composé et mis en page avec des outils disponibles dans le commerce et largement diffusés (p. 174)<sup>2</sup> », ce qui, suite à mes observations, ne l'a pas empêché d'en rejeter la faute sur la secrétaire d'édition de l'Afnor. Il faut bien un bouc émissaire, non.

Comme je l'ai déjà indiqué, ce livre est sorti début 1988. Dans le même temps, Les Éditions d'Organisation publiaient celui d'Alain Leterrier, *La plaquette publicitaire (conception • réalisation)*, dans la collection « Précis de communication écrite ». Voyons la critique qu'en fait Bernard Girard dans la revue *L'Intégrée*, n° 7, novembre-décembre 1987, dont, rappelons-le, il était rédacteur en chef<sup>3</sup>.

« La plaquette publicitaire est l'un des ouvrages que l'on est le plus souvent amené à réaliser dans les entreprises. C'est ce qui aurait fait tout l'intérêt du livre que vient de publier, aux Editions de l'Organisation, Alain Leterrier dans la série "Précis de communication" qu'il dirige, s'il l'avait écrit en respectant la première règle de toute rédaction publicitaire : penser au lecteur. Mais, comme beaucoup trop de professionnels qui se sont frottés à la publicité, il ne peut rien faire sans ouvrir sa valise à mots savants. »

« - **la conception** [...] nous donne quelques exemples de ce charabia "sémio-typographique" (néologisme inventé pour la circonstance) qu'affectionnent si souvent les amateurs de beaux caractères : "Les concepts président à la distribution et insistent pour qu'une unité demeure. Ils sont cachés" (tant mieux pour eux, à force d'insister, ils pourraient prendre des claques!). »

Côté mots savants et charabia, je ne tirerai qu'un seul exemple du livre de Bernard Girard : « L'exemple de la qualité de l'impression est significatif. Mesurée à l'aune de ce que produisent les imprimantes installées dans les centres informatiques, la qualité

2. Suit une liste de dix produits. Il y en a qui ont les moyens.

3. N'y a-t-il pas là un problème de déontologie ? Car enfin, faire la critique d'un livre qui n'est pas encore paru est pour le moins curieux.

des imprimés réalisés sur des imprimantes laser est remarquable (p. 16). » En dehors du fait que je ne pense pas que le mot *aune* soit l'unité de mesure la plus appropriée ici, combien connaissent ce mot ? Quand on souffre soi-même du syndrome de l'E.F.C. (étalage fébrile des connaissances), on ne le reproche pas aux autres.

« Une chose est sûre en tout cas : ce n'est pas un correcteur, à en juger par le nombre de fautes qu'il a laissées dans son livre – mais a-t-il, comme l'auteur de ces lignes, fait l'expérience de la PAO ?... »

On croit rêver. Déjà, dans cet article, monsieur Girard pourrait respecter le logo des entreprises. Ainsi, ce ne sont pas les *Editions de l'Organisation* mais *Les Éditions d'Organisation* qui ont publié ce livre. Le nom de la collection : « Précis de communication écrite », devient « Précis de communication »... En dehors de son guide, passons sur les nombreuses fautes de son article. Comme le disait J. Brel, il y a des gens qui « s'écoutent pousser les cheveux ».

Puis les insultes reprennent de plus belle : « Découpé en six grandes parties, d'une présentation claire [tout de même] (c'est bien le moins pour un auteur qui se dit "typographe-conseil", sans que l'on sache vraiment s'il dessine des caractères ou s'il aide ses clients à choisir des maquettes. [...]). » Sans commentaire!

L'auteur termine : « On peut gagner sa vie en réalisant des plaquettes publicitaires, il est inutile d'essayer d'en tirer argument pour faire de la théorie, de la sémiologie ou de la philosophie : le sujet est trop mince. A vouloir trop le gonfler, on fait tomber le livre des mains du lecteur le mieux disposé. C'est dommage. »

On peut ne pas aimer le style d'Alain Leterrier mais n'en pas moins reconnaître sa compétence professionnelle. Qu'une personne comme monsieur Girard, dont l'incompétence est évidente, puisse s'exprimer sur un sujet qui le dépasse...<sup>1</sup>, ce n'est pas tolérable, surtout lorsque les propos qu'il tient deviennent insultants.

Par souci d'objectivité, je ne peux passer sous silence la plaquette que le Groupement des métiers de l'imprimerie fit diffuser fin 1989 : *Imprimer*, par Michel Encausse<sup>2</sup>. Je reproduis p. 19, la page 4 de couverture telle qu'elle a été composée.

Tout y est : alinéa au premier paragraphe, coquilles et fautes d'orthographe, erreurs de syntaxe, absence de coupures logiques, sémantiques, du texte, etc. Et là, croyez-moi, ils se sont appliqués, car à l'intérieur c'est autre chose!

Comme pour le cas précédent, j'ai cherché à comprendre. Je me suis donc adressé directement au GMI. J'ai eu au téléphone quelqu'un du métier qui m'a expliqué que si l'ouvrage était sorti ainsi, c'était volontaire, pour bien montrer aux gens la qualité qu'il était possible d'obtenir avec les outils de micro-édition. Il m'a précisé que son plus gros client était l'école Estienne. Curieuse conception de la pédagogie. Qui plus est, n'est-ce pas confondre les outils avec les hommes ? Car, dès cette époque, des professionnels utilisaient ces nouveaux matériels<sup>3</sup> sans pour autant faire n'importe quoi.

Quelle différence avec cet imprimeur qui, dès le début, s'est intéressé aux nouvelles technologies pour répondre aux besoins de ses clients. Un jour il m'a dit : « Vous savez, mes clients ne veulent plus payer. Du moment que ce soit imprimé, cela leur suffit.

1. Lorsqu'en 1992 j'ai pris connaissance de la norme Afnor NF Z11-001 : « Présentation des lettres », j'en ai profité pour adresser un dossier à cet organisme. À ce jour, je n'ai toujours pas reçu de réponse. Il est quand même incroyable que l'Afnor publie des modèles de lettres qui ne sont pas conformes et qui ne suivent pas les recommandations de la norme, sans parler d'ouvrages comme celui de Bernard Girard. Une constante chez les éditeurs d'outils ou de livres informatiques qui proposent des feuilles de styles, etc.

2. Précisons que ce n'est pas le texte de l'auteur qui est en cause ici.

3. Comme le dit un « proverbe » américain : « Rank Xerox invente, Apple commercialise, IBM fait les bénéfices. » Si Apple a favorisé l'émergence de ce qu'on a appelé « Desktop Publishing », PAO, micro-édition, et que sais-je encore, il faut bien reconnaître que pendant plusieurs années, les seuls outils vraiment professionnels n'étaient disponibles que sur plate-forme PC (PagePlanner, TPO/SuperPage, Archetype, MagnaPage, etc., et, encore aujourd'hui : 3B2).

Vous serez certainement amené un jour ou l'autre, à travailler avec un imprimeur, qui fera, vos invitations, vos cartes de visite, vos faire-parts etc.....

Vous écrirez peut-être un livre ou des poèmes que vous serez désireux de faire éditer.

Ou, plus simplement, pour votre activité professionnelle, vous êtes couramment en relation avec le monde de l'impression et de l'édition.

*Alors ce livre vous intéresse.*

Il vous fera gagner sûrement du temps et quelquefois de l'argent car, en vous exposant, de façon claire et concise, les différentes techniques d'impression, avec leurs avantages et leurs servitudes, il vous permettra, pour un travail donné, de vous adresser au professionnel le mieux qualifié.

L'imprimerie, de nos jours, englobe de nombreuses activités, dans des domaines très variés : mécanique, électronique, photographique et aussi artistique.

La connaissance des diverses opérations nécessaires à la réalisation d'un imprimé, même le plus simple, permet au "client" d'adapter, dans la mesure du possible, ses désirs aux impératifs techniques, et par là même, en facilitant la tâche de son fournisseur, *de gagner du temps et souvent de l'argent.*

Mais un client, ça s'éduque. Il faut être patient. Une fois le contact établi, que la confiance règne, je leur montre nos réalisations faites dans les règles de l'art. À partir de ce moment, ils ne veulent plus que cette qualité. »

Après avoir dressé ce tableau, certains penseront que j'ai une bien triste vision des choses. Absolument pas. La lucidité n'a jamais été un signe de désespoir. Si tel était le cas, quel intérêt aurais-je eu à écrire ce rapport ?

Toutefois, ne rêvons pas. La situation ne va pas changer comme par enchantement, par un coup de baguette magique. Fernand Baudin a raison : « il y a de moins en moins de typographes. Donc, de moins en moins de gens susceptibles d'en parler en connaissance de cause. Et carrément plus personne pour l'enseigner. »

N'exagérons rien. Certains professionnels peuvent encore l'enseigner. Encore faut-il que ce soit possible, qu'il y ait une demande

1. Au sujet de la composition, disons un mot sur les cadences syndicales. Autrefois, le prix du mille de signes était calculé sur la base de 6 000 à 7 000 signes/heure. Quand on faisait remarquer à cette élite – qui n'a plus d'élite que le nom – que les dactylographes tapaient beaucoup plus vite que les typos, ces derniers justifiaient cette lenteur en invoquant le prétexte qu'ils avaient à saisir non seulement du texte mais également des codes. La belle affaire! J'ai connu un typo qui, lui aussi, avait des codes à saisir, dont la vitesse de frappe dépassait les 20 000 signes à l'heure. (Par la suite, il a dû se mettre aux cadences syndicales, mais passons sur ce triste épisode.) Un cas isolé? Certainement pas. Ma vitesse de frappe était semblable à la sienne, ce dont je n'étais pas particulièrement fier avant de connaître ce milieu. En effet, je tapais deux fois moins vite que la championne du monde en dactylographie – à l'époque une Allemande – qui détenait le double record de la vitesse et du sans-faute (742 signes/minute pour la vitesse; 687 signes/minute pour le sans-faute). Ce concours international était organisé chaque année par IBM. Comme pour la lecture, où ce sont les personnes cultivées qui lisent le plus vite, ceux qui commettent le moins d'erreurs de frappe sont également ceux qui tapent le plus vite.

dans les entreprises. Malheureusement, l'époque est à la seule gestion, au seul rendement, pas à la qualité.

Pourtant, rendement et qualité ne sont pas incompatibles<sup>1</sup>. Un exemple. À l'époque où les éditions Messidor existaient encore, le typo de l'atelier de composition avait mis au point une méthode de travail et développé des outils permettant d'économiser jusqu'à 60 % du temps traditionnellement nécessaire pour sortir les épreuves en première. Partant du principe qu'il pourrait attendre longtemps que les mœurs changent (ainsi, penser qu'un auteur va se mettre au code typographique, c'est non seulement s'illusionner gravement mais un manque de maturité), il a transcrit ledit code en langage informatique. Résultat : après être passé par cette « moulinette », n'importe quel manuscrit était mis aux normes à 80-85 %.

Je pourrais également vous parler d'*@PARA*, programme de balisage automatique et de gestion de la petite typographie (ponctuation, espaces, etc.), développé par Jean-Sébastien Schlicinski et utilisé par *La documentation française*.

C'est pourquoi – que le rappeler plaise ou non –, à une époque où les individus sont un peu plus assistés chaque jour, dans l'immédiat la seule chose qu'il est raisonnable de faire, c'est de développer des outils qui permettent d'obtenir cette qualité sans que les utilisateurs aient besoin de penser, d'apprendre, etc. Parfois, l'un d'eux cherchera à comprendre et demandera à être formé.

Voilà qui devrait intéresser les gestionnaires.  
(Rappelons que dans la Marine, pour le brevet élémentaire de secrétaire militaire, il était demandé de taper 600 mots/quarter d'heure (soit 3 600 signes) avec moins de 10 fautes après quatre mois de stage.

Pour le brevet supérieur, cette vitesse passait à 800 mots/quarter d'heure. Le champion de l'école dépassait les 1 100 mots/quarter d'heure. À l'époque, les machines à écrire étaient mécaniques, type « Japy ». Il n'était pas rare que la machine ne suive pas la cadence. Alors pour les codes...)

Louis GUÉRY  
*Dictionnaire des règles typographiques*  
(CFPJ éditions)

*La règle est ce qui permet à un auteur de s'exprimer comme il l'entend.*

*L'ignorance de la règle empêche un auteur de s'exprimer comme il l'entend.*

*Déroger à la règle est impossible, puisque nul n'est tenu de lui obéir.*

Jacques DRILLON<sup>1</sup>

## INTRODUCTION

1. Jacques DRILLON, *traité de la ponctuation française*, coll. « tel », gallimard, Paris, 1991, p. 123 (ainsi composé).

2. En 1990, Richard DANIEL – du bureau « Études et normalisation des imprimés » d'IBM France – a rédigé une plaquette intitulée *Une étape vers la qualité typographique*. Il a fait appel à un certain nombre de professionnels pour vérification, dont moi. Aucune de nos remarques et suggestions n'a été prise en considération. Ce document est truffé d'erreurs. Ce qui n'a pas empêché l'auteur de nous citer en page 2 après avoir écrit ceci : « [...] ainsi qu'à ceux qui m'ont apporté leur documentation et ont leur large part de travail dans la relecture des épreuves [suivent quatre noms]. »

3. Jean-Yves DOURNON, *Dictionnaire d'orthographe et des difficultés du français*, « Le Livre de Poche », Librairie Générale Française, Paris, 1982. Rappelons que l'auteur était chef correcteur du *Livre de Poche*, et que son dictionnaire a été couronné par l'Académie française.

Et un de plus ! Comme je l'ai écrit dans la présentation, je dois beaucoup à Louis Guéry et à son *Manuel de secrétariat de rédaction*. Je ne suis d'ailleurs pas le seul. Maintenant, je n'ai pas du tout le même enthousiasme concernant son *Dictionnaire des règles typographiques*. J'ai même beaucoup de mal à penser qu'il en soit réellement l'auteur. Peut-être d'ailleurs serait-il intéressant de comparer les données de ce dictionnaire avec celles qui lui correspondent dans le manuel. Quelle part ont pris les « complices » dont il fait état dans ses *remerciements* ? Il cite René Ponot. Là encore, j'ai beaucoup de mal à admettre que l'auteur de *Techniques graphiques*, de *Qui a ramassé la plume d'oie...* ait pu laisser passer autant de coquilles et d'erreurs.

Que l'auteur se soit laissé dicter certains choix, soit ! Mais ça ne saurait les justifier<sup>2</sup>.

L'auteur écrit page II : « Tous comptes faits, je n'ai que bien peu de mérite à avoir réalisé ce dictionnaire. En effet, je n'ai rien créé ; je me suis contenté de classer par ordre alphabétique plusieurs centaines de règles typographiques préexistantes. ¶ Mon seul mérite, c'est donc d'avoir eu l'idée de ce classement alphabétique. »

Dans ce cas, pourquoi l'avoir écrit ? Car ce n'est pas le seul code qui fait appel au classement alphabétique. Il me semble que c'est également le cas du *Lexique des règles typographiques en usage à l'Imprimerie nationale*. « Quand on cherche quelque chose dans le *Lexique*, on ne la trouve pas », « On a du mal à s'y retrouver »... , me dira-t-on. Dans ce dictionnaire, c'est bien souvent le cas également. Mais il y a aussi le « Dournon »<sup>3</sup>. Il n'y a jamais de problèmes pour retrouver quoi que ce soit avec lui.

Comme René Thimonnier, je considère l'ordre alphabétique commode mais artificiel. En effet, il ne permet pas de définir des

1. Faux, le *Lexique* écrit : « seconde guerre mondiale ».

2. Parmi les aberrations qui peuvent avoir des conséquences graves en production, cet exemple tiré du *Lexique des règles typographiques*, p. 32-33. Au mot « Bibliographie : présentation typographique », il est écrit, page 32 : « Il importe que les éléments signalétiques des ouvrages soient mentionnés dans l'ordre préconisé par les normes Afnor : [...] »

3. *Éditeur*. Nom ou raison sociale, lieu et date de publication. » Or, que trouve-t-on en exemple page 33 :

– pour un ouvrage

DOMENACH (Jean-Luc) et RICHER (Philippe), *La Chine, 1949-1985*, Paris, Imprimerie nationale, coll. « Notre Siècle », 1987, 504 p.

C'est ce qui s'appelle se moquer du monde. Un jour j'ai rappelé à un auteur qu'en matière de bibliographie il existait des normes internationales. Ce dernier, bien sûr, s'est empressé de me faire parvenir quatre exemples tirés de revues techniques qui, bien entendu, n'appliquaient pas la même disposition. Je lui ai alors demandé de suivre les règles préconisées par l'Afnor, dont il trouverait le texte dans le *Lexique* de l'Imprimerie nationale. Bien mal m'en a pris. Car un auteur lira plus volontiers les exemples que l'énoncé de la règle. J'ai donc dû corriger une trentaine de pages de bibliographie, et, croyez-moi, il est des cas où il est pratiquement impossible d'automatiser le traitement. Cela dit, je ne vois pas au nom de quoi l'Imprimerie nationale se croit autorisée à ne pas suivre l'Afnor : « En l'absence de prescriptions de l'auteur, la présentation adoptée à l'Imprimerie nationale pour les travaux est la suivante : [suit l'exemple ci-dessus]. » Et, après cela, l'auteur de ce dictionnaire est étonné de ce que nous sommes « entré dans l'ère du n'importe-quoi » ? Car il ne montre pas davantage l'exemple.

3. Comme le dit un proverbe chinois : « Donne du poisson à un homme, il se nourrira un jour. Donne-lui de l'argent, il se nourrira une semaine. Apprends-lui à pêcher, il se nourrira toute sa vie. » Bien entendu, je n'envisage pas le cas des caractériels, de ceux qui sont réfractaires par principe à toute sorte de

principes, de dégager des constantes, pour les cas relevant de la même règle, etc.

Page 15, l'auteur fait une remarque qui m'a réconforté : « À mon grand étonnement j'ai constaté qu'entre ces divers ouvrages, les divergences sont beaucoup plus nombreuses que je ne le croyais. Par exemple, pour les noms patronymiques, le *Mémento typographique* dit que l'article se compose avec une minuscule lorsqu'il est précédé de la particule nobiliaire *de*, mais avec une majuscule autrement. Mais le *Code typographique* dit que l'article prend une capitale dans tous les cas. Le *Guide du typographe romand* et le *Lexique des règles typographiques* disent la même chose.

« Autre exemple : la guerre de 1939-1945 se compose : la Seconde Guerre mondiale pour le *Code typographique* et pour le *Guide du typographe romand*, mais la deuxième Guerre mondiale pour le *Mémento typographique*, et la seconde Guerre mondiale pour le *Lexique des règles typographiques*<sup>1</sup> qui, comme les autres, donnent deux capitales à la Guerre de 1914-1918 : la Grande Guerre. »

En vingt ans, c'est la première fois que j'ai entre les mains le texte d'un auteur qui confirme ces divergences entre codes<sup>2</sup>. En effet, chaque fois que je me suis exprimé sur le sujet, on m'a toujours répondu que ces divergences ne portaient que sur des questions de détail. Et non ! Et croyez-moi, elles sont beaucoup plus nombreuses que celles que l'auteur a pu relever. Car seul un classement thématique et une étude raisonnée permettent de les mettre en évidence et de ne pas se contredire entre la page X... et la page Y... comme il le craint lui-même page 270.

En fait, l'auteur confond deux ordres de réalités : l'analyse des règles et l'indexation. Les règles ne peuvent être étudiées séparément les unes des autres, elles doivent être comparées, classées, groupées, etc. L'index, lui, doit faire l'objet d'un classement alphabétique qui renvoie aux pages concernées. Et là, il ne faut pas oublier les synonymes. On n'a plus alors dans le texte principal tous ces *voir*, *voir aussi*, ni toutes ces redites qui gonflent inutilement l'ouvrage.

Comme l'a fort bien vu René Thimonnier, ce qui est important c'est moins de savoir le **comment** que le **pourquoi**. Quand on connaît le pourquoi des règles, non seulement on les mémorise mieux, mais on n'a plus de raisons de ne pas les appliquer<sup>3</sup>. À quel moment l'auteur explique-t-il ces règles ? D'ailleurs, en connaît-il les raisons lui-même ? Car, après ce qu'il écrit page 16, la question mérite d'être posée : « Il reste qu'au terme de ce travail j'ai pu également mesurer l'extrême complexité de ces règles et parfois la bizarrerie, pour ne pas dire l'illogisme, de certaines d'entre elles. ¶ Prenons, par exemple, les noms géographiques où tous les records sont battus : cap, fleuve, golfe, île, lac, mer, mont, océan, péninsule, presqu'île, rivière, etc., s'écrivent les uns avec une capitale, d'autres pas. On doit composer : le mont Blanc, le cap Vert, mais le massif du Mont-Blanc, les îles du Cap-Vert ; l'Asie centrale, mais

discipline. Un jour, un collègue étudiant me fit la remarque suivante : « Tu as raison, et alors ? C'est mon droit de te contester, même si tu as

raison. » Le jour où des mots comme *devoir* retrouveront leur juste et légitime place, les choses iront peut-être mieux.