

doit ensuite être soutenu par des publicités et obtenir des articles dans la presse ou à la télévision. Enfin, l'écrivain doit faire le tour du pays pour présenter son œuvre dans les librairies ou à l'occasion de débats. « *Le "book tour" est un exercice très américain, explique BHL. En France, je n'accompagne pas mes livres, je ne vais même pas au Salon du livre...* »

Beaucoup de gens ont été mobilisés chez Random House, de l'aveu de Will Murphy. Dès qu'elle a pris la décision de le publier Random House a fait rencontrer BHL à une vingtaine de personnes. Rien n'est laissé au hasard. Avant d'être publié dans sa forme actuelle, une grande partie du livre était parue en plusieurs fois dans le magazine « Atlantic Monthly ». Dès ce moment-là, Random House, qui a signé avec BHL, achète le droit d'accéder à tous les emails de lecteurs d'« Atlantic », les épiluche pour en tirer des idées de marketing... Plusieurs mois avant la publication du livre, « *c'était faire preuve d'un esprit de méthode, d'une agressivité commerciale, assez bizarres pour les Français* », s'extasie BHL.

Imposer son propre style

Avec son « *A nous deux les Etats-Unis !* », l'ambitieux Bernard-Henri Lévy représenté aux Etats-Unis par François-Marie Samuelson, celui qui en France a fait monter les enchères sur Houellebecq fait un quitte ou double. Si le pari est gagné aux Etats-Unis, le succès en France sera plus facile.

Mais l'inverse est vrai aussi. Or BHL vendrait entre 70.000 pour les titres difficiles et 200.000 livres pour les œuvres plus grand public comme « *Qui a tué Daniel Pearl ?* » (qui l'a fait connaître outre-Atlantique). Le risque est partagé par Grasset. Détenteur des droits sur les livres de BHL, l'éditeur a accepté cette opération et publiera la version française en mars. Dans le reste de l'édition parisienne, on suit sûrement avec intérêt ce lancement, avec peut-être une certaine irritation à l'idée que d'autres écrivains vendeurs commencent la publication de leurs œuvres par les marchés anglo-saxons. Pour BHL, ce qui compte, c'est de prendre part au débat intellectuel américain. « *Que le livre marche me fait plaisir biensûr, mais l'essentiel pour moi est de débattre aux Etats-Unis avec mes pairs, explique-t-il. On a quand même le sentiment de ne plus être très loin de l'épicentre de la plupart des grandes questions qui nous intéressent tous.* »

Avec « *American Vertigo* », BHL explique s'être très vite démarqué du projet tocquevillien pour adopter une démarche plus proche de « *Mythologies* », un recueil de réflexions sur la France des années 1950 écrit par Roland Barthes. « *Domage, peut-être, car les lecteurs américains seront surtout attirés par le nom de Tocqueville, célèbre ici* », note l'éditeur new-yorkais. Mais si BHL veut finir comme Tocqueville par être plus célèbre aux Etats-Unis qu'en France, il lui faut imposer son propre style.

NICOLAS MADELAINE