

#iamintrovert
#readlatvian :
retour sur les
slogans qui ont fait
entrer le livre letton
sur les marchés
mondiaux

NICOLAS AUZANNEAU /
LATVIAN LITERATURE

Si rien ne va de soi, que peut l'action publique d'un pays donné pour accompagner sa littérature méconnue sur la scène des lettres internationales ? À quelles conditions des œuvres produites dans une langue négligée par les circuits éditoriaux peuvent-elles sortir de l'ombre ? La littérature lettone restant probablement la moins traduite et la moins publiée d'Europe, son cas méritera d'être observé dans les années qui viennent en prenant l'année 2018 comme une année zéro, celle d'un possible point de départ. Car si rien ne surgit jamais tout à fait de nulle part, la décision prise dès 2014 de participer à la London Book Fair 2018 sous la bannière commune « The Baltic Countries » (Estonie, Lettonie, Lituanie) pourrait faire date en particulier pour la Lettonie, tant ce choix volontariste de politique culturelle semble avoir modifié, un an après, les perceptions aussi bien à l'extérieur qu'à l'intérieur du pays.

Des perspectives se sont dégagées, un système efficace et incitatif d'aide à la traduction et à la publication est en place, des œuvres et des noms ont émergé, des partenariats et des amitiés se sont noués et, une année plus tard, on sent que la mécanique vertueuse des publications est lancée, non seulement en langue anglaise mais aussi dans d'autres langues, l'anglais jouant le rôle de lingua franca. Plus encore, la campagne de communication décalée #iamintrovert #readlatvian (je suis introverti.e, lisez letton), lancée initialement comme une bravade par une petite équipe d'artistes et de communicantes pour accrocher à l'heure décisive l'attention sur les salons, se trouve acclamée par le public, la presse et la profession, parvenant même à imposer au passage quelques stéréotypes à « l'homo lettonicus » qui désespérait de s'en voir un jour affublé.

Autant de bonnes raisons de retrouver Latvian Literature, la plateforme

de promotion du livre letton à l'international, pour un entretien. La rencontre a eu lieu à la fin du mois de février dernier à Riga dans les petits bureaux que Latvian Literature partage avec la revue culturelle en ligne Satori.lv, l'une des plus en pointe du pays. Les locaux sont submergés de caisses de livres car les semaines qui viennent s'annoncent particulièrement riches en déplacements : London Book Fair (12-14 mars) pour battre le fer encore chaud de l'opération de l'an passé, Leipziger Buchmesse (21-24 mars) pour poser quelques jalons sur le marché allemand, nouvelle terre de conquête, et enfin Fiera del Libro per Ragazzi de Bologne (1-4 avril) où de jeunes autrices et illustratrices emmenées notamment par les éditions Liels un Mazs se construisent au fil des ans une jolie réputation. Parmi les cartons, autour d'un café fumant, nous recevons Inga Bodnarjuka-Mrazauskas, la directrice exécutive de Latvian Literature, Juta Pīrāga, la coordinatrice des programmes de bourses ainsi que de l'action auprès des traducteurs, et Anete Konste, la responsable de la communication : trois jeunes femmes engagées qui semblent se délecter de l'aventure où elles sont embarquées par goût des livres, certes, mais aussi du vent et des marées contre lesquels il est si réjouissant d'aller.

Nicolas Auzanneau — Comment voyez-vous la place de la littérature lettone sur le marché européen ? Quels sont les auteurs et autrices phares de la littérature lettone contemporaine ?

Juta Pīrāga : Le premier nom à citer, c'est incontestablement celui de Nora Ikstena et son livre *Mātes piens*¹. Ikstena figurait déjà parmi les auteurs lettons les plus traduits mais avec son dernier livre, elle vient de franchir un cap. Elle a reçu de nombreux prix, les critiques dans la presse internationale sont très positives, la traduction anglaise en est déjà à son deuxième tirage. En ce qui la concerne, il y a incontestablement une demande du marché lui-même. Les droits sont vendus pour onze langues et des négociations sont en cours pour d'autres traductions, mais Nora est assez exigeante...

1 Éditions Dienas Grāmata (2015) ; le titre peut se traduire en français par « le lait de la mère ».

L'autre locomotive, c'est Jānis Jonevs dont le roman *Jelgava 94*² continue son parcours à travers le monde : la version lituanienne de son roman vient d'être présentée ces jours derniers à la foire du livre de Vilnius. C'est la dixième traduction.

Inga Bodnarjuka-Mrazauskas : J'ai le sentiment qu'après notre participation à la foire de Londres en 2018, nous sommes déjà beaucoup plus visibles qu'il y a trois ans. Je n'irais pas jusqu'à dire que nous sommes parfaitement identifiés partout et par tous, mais il est évident qu'on a appris à nous connaître. Nous ne sommes plus dans la situation où il nous fallait supplier pour être invités. C'est notamment le cas au Royaume-Uni, où des festivals qui nous prenaient de haut viennent aujourd'hui nous chercher... Là comme partout, la condition primordiale, c'est que les auteurs et autrices invités puissent présenter une œuvre récemment publiée dans la langue du pays concerné...

Anete Konste : Sans oublier que la popularité d'un livre en Lettonie ne garantit pas le succès ailleurs dans le monde.

N. A. : **Quelle est selon vous la place de la promotion de la littérature lettone à l'étranger dans le contexte plus large de la politique culturelle actuelle ?**

I. B.-M. : Les éléments de politique culturelle sont importants, certes, mais ce qui est essentiel, dans une situation comme la nôtre, c'est la capacité d'une équipe à fonctionner. Je crois que ce que notre petite équipe a été capable de réaliser ces dernières années est tout à fait remarquable. C'est en expliquant pourquoi et comment nous travaillons que nous avons peu à peu réussi à inscrire cette action de promotion internationale de la littérature aussi bien dans la stratégie que dans la déclaration de politique générale du ministère de la Culture. Il est très important aussi que la littérature ait retrouvé sa place après la liquidation du Centre de littérature lettone en 2015

2 Éditions Mansards (2013) ; traduit en français par Nicolas Auzanneau sous le titre *Metal* aux éditions Gaïa (2016).

pour cause de mauvaise administration. Mais rien n'est acquis ! De 2016 à 2019, notre budget était garanti pour préparer la foire de Londres et sa suite, mais ce financement est arrivé à son terme et, si nous ne sommes pas capables de convaincre nos autorités, nous allons retrouver un niveau de financement correspondant à celui d'avant 2015, soit six fois inférieur à celui d'aujourd'hui. Et dans ces conditions, nous n'aurons qu'à mettre la clé sous la porte...

La littérature représente la plus faible part du budget du *Valsts kultūrkapitāla fonds* (fondation de financement public, qui est le principal instrument de subvention de la culture en Lettonie). Cela peut sembler paradoxal pour un pays comme le nôtre où la langue et la culture ont joué un rôle aussi essentiel dans la construction de l'identité nationale puis dans le mouvement d'indépendance dans les années 1980. Ce poids financier est sans commune mesure avec la place que la langue occupe dans le débat public. Il semble que le lien ne s'est pas encore établi entre le soin que l'on a de sa langue et de sa littérature au niveau national et leur promotion sur la scène internationale.

A. K. : En même temps, il ne faut pas s'imaginer que les décisions de politique culturelle se prennent de manière verticale. La Lettonie s'est assurée une réputation internationale de premier plan dans le domaine de la musique classique et de l'opéra : cela n'aurait jamais été possible sans l'action de personnalités comme Andrejs Žagars, par exemple, qui vient de nous quitter... C'est parce qu'il se passait quelque chose dans ce domaine que la priorité politique s'est imposée.

N. A. : Vous exercez donc aussi un travail de « lobbying » ?

J. P. : Oui, c'est très important, car le risque existe que tout le travail et l'énergie qui ont été investis ces dernières années soient perdus pour des motifs budgétaires. Avec un budget divisé par six, notre activité devrait tout bonnement s'interrompre.

N. A. : Peut-être pourriez-vous nous expliquer ce qu'est cette plateforme, *Latvian Literature* ? Quelle est son histoire et comment fonctionne-t-elle ?

J. P. : La plateforme Latvian literature a été fondée au début de l'année 2016. Son objectif principal était de préparer la participation de la Lettonie à la foire de Londres en 2018. À ce moment-là, aucune structure n'était en mesure d'assumer seule l'ensemble des tâches relatives à la promotion des exportations du livre letton. Le ministère de la Culture ne savait pas à quelle structure attribuer les financements qui avaient été votés à cet effet. C'est à ce moment-là que les trois principales organisations concernées par ce projet, à savoir l'Union des écrivains de Lettonie, la Maison des traducteurs et des écrivains de Ventspils et l'Association des éditeurs de Lettonie se sont entendues pour créer cette plateforme commune – l'idée étant de présenter un interlocuteur unique à l'extérieur. Il s'agissait d'une solution de crise après la pénible crise du Centre de littérature lettone qui avait tenu plus ou moins ce rôle pendant plusieurs années. Vu de l'extérieur, il s'agit donc d'une seule et même organisation mais, du point de vue administratif, nous dépendons directement de la Maison des traducteurs et des écrivains de Ventspils, donc du ministère de la Culture.

N. A. : **Vous êtes donc une structure mixte qui associe public et privé. On voit aussi sur votre site internet que vous comptez dans votre équipe trois « agents littéraires » ?**

J. P. : C'est vrai, mais il ne s'agit pas d'agents littéraires au sens propre. On devrait plutôt parler à leur sujet de « chargés de projet ». Leur mission consiste essentiellement à développer des relations et des contacts privilégiés avec les éditeurs de certaines zones géographiques déterminées et à tenter d'identifier avec eux des auteurs et des autrices correspondant à leur projet éditorial. Ils ne sont pas liés à des maisons spécifiques et ne perçoivent aucun pourcentage sur les contrats de cession de droits.

I. B.-M. : C'est un choix très pragmatique que nous avons fait, partant du constat que les éditeurs lettons ne savaient pas comment s'y prendre avec les cessions de droits à l'international, et de surcroît, qu'ils n'avaient pas nécessairement d'intérêt pour cette activité. La plupart d'entre eux considèrent plus avantageux d'acheter des droits que d'en vendre. Nous avons constaté que bon nombre

d'entre eux n'avaient qu'une idée très vague des échanges avec les éditeurs internationaux, ils arrivaient à leurs rendez-vous sans préparation avec des livres pas vraiment sélectionnés...

A. K. : C'est ça, avec le plus de livres possible : plus il y en a, mieux c'est !

I. B.-M. : C'est un problème auquel nous sommes encore confrontés. Nous organisons des rendez-vous avec des éditeurs étrangers pour parler d'un ou de plusieurs livres bien ciblés qui peuvent les intéresser, et les éditeurs arrivent au rendez-vous avec toutes sortes de bouquins n'ayant rien à voir avec l'objet de la rencontre, en se disant : « On ne sait jamais, qui ne tente rien n'a rien ! »

A. K. : C'est aussi une dimension de la relation que nous essayons d'avoir avec les éditeurs. Nous tentons de réfléchir avec eux à la meilleure manière de présenter leur travail, leur catalogue, sachant que, aujourd'hui, on voit bien plus clairement qu'avant ce qui marche et ce qui ne marche pas.

J. P. : On essaye autant que possible de former et de préparer les éditeurs à leurs rencontres avec des partenaires étrangers. Ce qu'il faut dire aussi, c'est qu'au moment où nous avons repris en main ce projet, nous nous étions fixé l'objectif très ambitieux de présenter vingt-cinq nouveaux titres de littérature lettone traduits en anglais. Et il est apparu évident que, physiquement, les éditeurs lettons n'auraient jamais la capacité de faire eux-mêmes le travail de prospection et de promotion nécessaire. C'est ainsi que nous avons imaginé ce système de « responsables sectoriels » que nous avons appelés « agents » pour pouvoir être le plus efficaces possible.

I. B.-M. : Au bout du compte, l'objectif des vingt-cinq titres a été non seulement atteint, mais largement dépassé, puisque nous avons porté à terme une quarantaine de projets.

N. A. : Est-ce que des auteurs ou autrices de Lettonie sont représentés par des agents littéraires au sens strict ?

J. P. : À ma connaissance, la seule dans ce cas, c'est Inga Žolude, qui travaille avec l'agence Astier-Pécher.

I. B.-M. : Oui, mais il faut bien insister sur une chose : le fait qu'Inga Žolude soit représentée par un agent ne nous interdit nullement de promouvoir son travail au même titre que celui de tous les autres auteurs lettons. De la même façon, pour le livre de Valentīna Freimane³ initialement écrit et publié en letton, c'est la version allemande revue et corrigée qui est devenue l'édition de référence, et les droits appartiennent désormais à son éditeur allemand. Cela ne nous empêche pas de promouvoir ce livre partout où nous allons, et de contribuer ainsi à la prospérité de l'édition allemande ! Blague à part, nous considérons que c'est tout à fait normal, que cela fait partie de notre travail de diplomatie culturelle. Nous sommes là pour faire connaître les auteurs lettons, quels que soient leur statut ou leur position.

N. A. : **Peut-être pourriez-vous nous parler à présent de la foire en elle-même, de votre stratégie, et de votre analyse une année plus tard – j'ai suivi de loin le développement du projet, et j'ai le sentiment qu'on peut parler de succès, non ?**

A. K. : Il y avait plusieurs difficultés à résoudre assez vite : la première, c'était le côté flou de notre identité en tant qu'organisation : une « plateforme » sans statut propre créée dans l'urgence pour représenter trois structures très différentes ; la seconde, c'était notre « produit » lui-même : il nous fallait pouvoir expliquer à la société – c'est-à-dire au contribuable letton – ce que nous allions faire avec son argent et pourquoi c'était important. Et ce n'était pas très évident, puisqu'il s'agissait d'une manifestation à laquelle personne ne pourrait se rendre et qui n'aurait pas vraiment de résultats visibles – contrairement à la Biennale de Venise où il y a toujours au moins un petit film à montrer et où quelques personnes peuvent trouver un intérêt à aller se balader. À Londres, pour le visiteur lambda, il n'y a rien à faire, rien à voir. Ça n'est pas très marrant...

3 *Ardievu, Atlantīda!* (Atēna, Rīga 2010).

I. B.-M. : Et il fallait aussi faire comprendre que seuls quelques écrivains allaient être invités à participer !

A. K. : Oui, encore une difficulté supplémentaire à résoudre avec les acteurs du monde littéraire. Contrairement à ce qui avait pu être la pratique par le passé, lors d'expériences antérieures, comme à Francfort ou à Göteborg, où le projet consistait en gros à mettre tous les écrivains lettons dans un bus ou un avion pour les emmener en excursion. Là, le but et les méthodes de travail étaient différents, et charge à nous d'en faire comprendre les raisons – une tâche hautement sensible...

J. P. : Une autre difficulté encore tenait au fait que la Lettonie n'était pas invitée seule mais avec les deux autres pays baltes (la Lituanie et l'Estonie), il fallait trouver la bonne manière d'être dans cet ensemble tout en mettant en valeur la singularité de notre littérature.

I. B.-M. : Oui, ce travail de différenciation, il a surtout fallu le mener avec nos partenaires du British Council et de la London Book Fair qui ne s'embarrassaient guère de nos différences et qui, d'un bout à l'autre du projet, nous ont allégrement pris les uns pour les autres ! Le fait que nous voulions être ensemble dans une même opération tout en insistant en permanence sur nos spécificités les dépassait un peu.

N. A. : **La décision d'une invitation commune pour les pays baltes à la foire de Londres en 2018 avait été prise en 2014, mais il ne s'agissait pas d'un salon ordinaire : il fallait lancer un processus de travail permettant de présenter assez de livres sur la table à l'heure dite. Comment s'est déroulé ce processus de préparation ?**

I. B.-M. : En 2016, lorsqu'on a commencé à travailler, on n'avait aucune expérience à laquelle se raccrocher, et les quelques informations qu'on avait pu recueillir auprès des collègues invités aux éditions précédentes étaient bien maigres, car dans ce secteur, les bons conseils se partagent peu. Nous avons donc deux objectifs majeurs : pouvoir présenter au moins vingt-cinq titres en anglais, on

l'a dit, et mettre sur pied un « programme culturel », avec un certain nombre d'auteurs et d'autrices qui soient non seulement capables de s'exprimer en anglais sans interprètes, mais aussi de ne pas perdre leurs moyens en public. Et donc, à ce moment-là, il y avait une alternative : ou bien on se fiait aux consultants en marketing habituels qui nous disaient d'envoyer tout le monde en cours d'anglais et dans des formations en communication...

A. K. : ...et là, on s'est dit que si on envoyait des poètes de la trempe d'Inga Gaile dans ce type de programme, on courrait à la catastrophe...

I. B.-M. : ...ou bien on imaginait un processus d'« accroissement de nos capacités » plus naturel – avec des rencontres, des conférences, des séminaires, des voyages d'études, des ateliers avec des éditeurs, des directeurs de revues... Et puis aussi, quelque temps avant la foire, des voyages de presse en collaboration avec l'Institut de Lettonie, en partant de l'idée qu'il ne suffirait pas d'aller à Londres pour que les journaux parlent de nous, mais qu'il fallait qu'un lien soit établi au préalable. Et ça s'est plutôt révélé payant. Plus généralement, faire venir nos partenaires en Lettonie a été essentiel. De la même façon, nous avons organisé des ateliers de traduction aussi bien pour la prose que pour la poésie en associant des auteurs et des traducteurs. Cela a permis d'améliorer la qualité des travaux, de provoquer des rencontres, et très concrètement aussi d'obtenir des échantillons à proposer aux éditeurs. Nous avons aussi organisé une conférence sur les questions liées au design et à l'édition, ce qui nous a donné l'occasion de parler plus généralement de l'édition et des grandes tendances contemporaines. Je ne saurais pas vraiment expliquer la situation actuelle en Lettonie, car elle assez paradoxale : d'un côté, les éditeurs semblent se satisfaire de leur situation et, de l'autre, ils voudraient bien se lancer sur la scène internationale. Ces aspirations paraissent un peu contradictoires. Les éditeurs vont dans des salons et autres manifestations internationales mais, de manière générale, ils ne sont pas très avides de nouveauté et ne vont pas nécessairement chercher par eux-mêmes à découvrir de nouvelles choses. Et à un certain point, lorsqu'on parle et qu'on travaille avec eux, on se rend compte qu'il y a quelque chose qui manque...

N. A. : Vous avez donc l'ambition d'influencer la production locale pour accroître l'audience des auteurs à l'international ?

I. B.-M. : Absolument. C'est quelque chose que nous avons déjà compris à l'époque du Centre de littérature lettone, ce devait être en 2014 : nous avons décidé d'envoyer des éditeurs spécialisés dans la littérature de jeunesse au Salon du livre de Bologne en prenant en charge la totalité de leurs frais. Ils avaient tous très envie d'aller voir, mais à l'exception de Liels un Mazs, ils n'avaient jamais franchi le cap. Dans le même temps, nous avons aussi lancé une coopération avec l'académie des Beaux-Arts et nous avons aussi financé un certain nombre de voyages pour de futurs illustrateurs. Deux années plus tard, on constatait déjà que la production locale commençait à changer. Avec notre conférence sur le design et l'édition, l'intention principale était bien d'importer de nouvelles tendances. Il y en avait aussi une autre, plus secrète, qui consistait à susciter des rencontres avec des éditeurs à qui nous voulions proposer des livres ou avec des professionnels de l'édition susceptibles de nous être utiles plus tard – qui, sans une invitation formelle de ce type, n'auraient jamais prêté attention à nous. On les fait venir en Lettonie, on les dorlote, ils partagent avec nous leur expérience, ils rencontrent des étudiants et ils nous font profiter de leurs contacts... Jusqu'à présent, c'est comme ça que ça a fonctionné. Même chose pour les ateliers de traduction : nous avons cherché à inviter des intervenants – éditeurs ou responsables de collections – qui nous semblaient intéressants. Car tu peux être sûr que si quelqu'un vient passer une semaine ici à travailler avec des traducteurs, il ne sera question que de littérature lettone du matin au soir et il en restera forcément quelque chose. Tu vois, c'est comme ça qu'on travaille, mais surtout ne dis rien aux Estoniens ou aux Lituaniens !

N. A. : On peut donc dire que votre travail s'est joué à deux niveaux : le premier, le plus visible avec la campagne #iamintrovert #readlatvian, les actions de com' décalées ou les bandes dessinées rigolotes pour attirer l'attention des médias, et le second, avec les éditeurs, les relations de partenariat à long terme, qui agissent sur la production éditoriale elle-même ?

J. P. : C'est exactement ça.

N. A. : Parlons maintenant de la foire de Londres, il y a un an tout juste...

J. P. : Je ne suis pas sûre de me souvenir exactement, tellement c'était intense...

A. K. : On était vraiment comme des zombies...

J. P. : Les résultats sont arrivés dès le second semestre de 2017. À ce moment-là, on a commencé à sentir que ça allait marcher, qu'on serait prêtes. Avant cela, il y avait toujours un doute, et des âmes charitables pour remettre sur le tapis leur « solution de repli » qui nous servait en fait d'épouvantail, à savoir publier au dernier moment quelques bouquins en anglais, ici en Lettonie. Notre effort a alors consisté à associer le plus possible les partenaires britanniques à chacune de nos actions, que ce soient des éditeurs, des revues, des festivals ou autres... Nous avons pris confiance, les livres ont commencé à arriver, et pour les quatre jours de la foire, nous avons pu offrir un programme vraiment riche. Tout était prêt, et on a pu effectivement fonctionner comme des zombies, se laisser porter...

A. K. : Il y avait des événements professionnels dans le cadre même de la foire, mais il y en avait aussi beaucoup d'autres en ville, à l'extérieur, dans des librairies, des églises...

N. A. : Et du coup, vous avez pu comparer avec ce que faisaient les deux autres pays invités, vous avez eu des échos ?

A. K. : Évidemment ! On était les meilleures, bien sûr !

J. P. : C'est là qu'on a pu voir l'intérêt de ne pas nous être limitées au strict travail de « renforcement des capacités » mais d'avoir aussi une action plus visible avec les hashtags #iamintrovert #readlatvian...

N. A. : Vous pouvez dire deux mots de cette campagne ? Quel était le concept ?

A. K. : Au départ, nous n'avions aucunement l'intention de lancer une campagne de com' en tant que telle. On était allées se balader à la foire l'année précédente et on avait constaté qu'il ne se passait rien, qu'il n'y avait rien à faire... en bref, que c'était assez assommant.

J. P. : Oui, c'est une foire purement professionnelle, il n'y a pas de public, on ne peut rien acheter...

A. K. : Et du coup, on s'est dit que ce serait assez facile de se faire remarquer ! Il fallait trouver une idée permettant d'attirer l'attention sur notre stand. On avait vu qu'il suffisait parfois que quelqu'un organise une loterie débile pour qu'aussitôt deux cents personnes se bousculent pour rafler quelques stylos. J'ai pensé qu'Una Rozenbauma (jeune et brillante publicitaire) serait la personne idoine, qu'elle saurait nous proposer quelques idées marrantes. Elle a analysé nos points forts, nos points faibles, et bien évidemment, notre point faible c'était de trouver assez d'auteurs capables de s'exprimer en public et en anglais ! Pour elle, il fallait transformer nos défauts en atouts : les écrivains n'avaient nullement à jouer les pop stars, il fallait les prendre comme ils sont et jouer avec leur image... Partant de là, on a rédigé un « manifeste de la littérature introvertie », on a créé une bande dessinée avec le dessinateur Reinis Petersons mettant en scène un couple d'écrivains lettons introvertis, et, dans la foulée, on a imaginé toutes sortes d'actions et d'activités. Pour maintenir le lien avec l'opinion, on a aussi lancé quelques opérations en Lettonie : des menus composés par des écrivains dans certains restaurants et le brassage d'une bière spéciale reprenant pour son habillage les personnages de la bande dessinée. Cette année, on va réutiliser (ce sera la dernière fois) la même idée en proposant à Londres un espace étanche de silence où les visiteurs pourront s'extraire du brouhaha de la foire, se retrouver face à eux-mêmes, s'isoler et par la même occasion recharger leur téléphone portable – une demande récurrente sur les stands. Nos personnages et les divers visuels ont

été déclinés sur différents supports, sur des affiches dans les toilettes du salon...

N. A. : Quels sont vos plans pour la suite ?

I. B.-M. : Nous avons proposé au ministère de la Culture de préparer une candidature de la Lettonie comme invitée d'honneur à la foire de Francfort d'ici cinq ou six ans. Après plusieurs années de destinations exotiques, la foire se réoriente vers l'Europe. Le marché allemand est notre nouvel objectif et nous avons déjà lancé un programme de travail inspiré de ce que nous avons fait pour le Royaume-Uni, à savoir des visites de presse et des ateliers associant éditeurs, traducteurs et auteurs. Huit ou neuf traducteurs travaillent régulièrement pour l'allemand et ils étaient ravis de pouvoir rencontrer directement des éditeurs et de leur faire des propositions – une méthode à laquelle ils n'étaient pas habitués mais qui leur a bien plu, semble-t-il.

J. P. : Pour lancer ce genre de mécanisme, il nous faut une certaine « masse critique » de traducteurs, ce qui n'est pas le cas pour l'Espagne ou la France – tu es bien placé pour le savoir... Le travail avec les traducteurs nous semble absolument essentiel et, pour cela, nous tâchons de faire au moins deux choses : maintenir le principe d'une rencontre annuelle à Riga de tous les traducteurs et de toutes les traductrices pour faire le point sur les publications récentes, permettre des échanges d'informations et de contacts, et organiser, en fonction de la demande et des priorités du moment, des ateliers de traduction de prose ou de poésie. Nous sommes aussi prêtes à répondre à des demandes spécifiques, car dans notre situation, on doit vraiment faire du sur mesure...