FLEURUS PRESSE

90 ANS

ET TOUJOURS SON ÂME D'ENFANT !

UNIQUE HERITAGE MEDIA

FLEURUS PRESSE

UN ACTEUR INCONTOURNABLE DE LA PRESSE JEUNESSE

Spécialisé dans la presse éducative, Fleurus Presse édite une quinzaine de titres et propose des magazines de qualité pour toutes les tranches d'âge qui aident les enfants à découvrir l'envie de lire, l'appétit de comprendre et la soif de connaissance.

ABONNEZ-VOUS SUR **FLEURUSPRESSE.COM**
ET REJOIGNEZ LA TRIBU !

UNIQUE **HERITAGE** MEDIA

DE LA GAZETTE À LA TABLETTE
APPRENDRE EN S'AMUSANT

Au cœur de notre ADN, un esprit pionnier, l'envie d'inventer de nouveaux modèles et d'explorer de nouveaux horizons… En unissant Fleurus Presse, un éditeur de presse éducative fondé en 1929, à de jeunes start-up prometteuses comme Quelle Histoire, Pili Pop Labs et Wondercity, Unique Heritage Media groupe crée des ponts dynamiques entre le papier et le numérique.
Avec le rachat en 2019 de Disney Hachette Presse (rebaptisé Unique Heritage Entertainment), le groupe développe aujourd'hui une trentaine de marques fortes dans l'univers de l'édition presse, livre ou numérique : Papoum, Abricot, Pirouette, Mickey Junior, Je lis déjà !, Le Journal de Mickey, Mille et une Histoires, Picsou Magazine, Quelle Histoire, Pili Pop, Histoires vraies, Disney Princesses, Vanille, Les Petites Princesses, Sorcières, National Geograhic Kids, Le Monde des ados, la gamme Tout Comprendre et Réponse à tout !

Unique Héritage Media : Des médias pour les nouvelles tribus

Quelle Histoire (depuis 2014). Avec 1 million de livres vendus en 5 ans, la collection "Quelle Histoire" s'est imposée comme une référence sur ce segment de l'édition jeunesse. Pour que l'histoire devienne un jeu d'enfant.

Fleurus Presse (depuis 2015). Éditeur historique de presse jeunesse, dont les publications rassemblent 7 millions de lecteurs, 22 titres jeunesse pour les 2 à 15 ans et la collection de livres Mille et une Histoires.

Pili Pop Labs (depuis 2016). Plateforme d'apprentissage des langues (anglais, espagnol et français) pour les enfants de 6 à 10 ans, Pili Pop Labs propose une méthode innovante reposant sur l'écoute et la pratique orale des langues.

Wondercity (depuis 2017). City guide destiné aux parents d'enfants de 0 à 12 ans, Wondercity souffle chaque semaine ses bonnes adresses à une communauté de plus de 400 000 parents partout en France.

Unique Heritage Entertainment (depuis 2019). Éditeur des publications sous licence Disney, des magazines qui regroupent plus de 12 millions de lecteurs à travers 19 marques pour les enfants de plus de 3 ans.

Directeur de la publication : Emmanuel Mounier (Président). **Coordination éditoriale :** Sébastien Lucas (Directeur de la communication) / Mathilde Sallé de Chou / Sophie Ceugniet. **Recherches historiques :** Perles d'Histoire.
Création graphique : Unique Heritage Media / Jean-Marie Lambert. **Imprimé en France** par IPS Pacy.

PARCE QUE LES ENFANTS
ONT TOUJOURS ADORÉ LIRE

En 1930, pour la toute première fois dans un magazine français, un certain Hergé publie les planches d'une bande dessinée promise à un bel avenir : *Tintin*. Le magazine en question, lancé le 8 décembre 1929, c'est *Cœurs vaillants*. Il est le pionnier de la presse jeunesse. Dans son sillage, de nombreux titres verront le jour au sein de Fleurus Presse. De futures célébrités y feront leurs débuts prometteurs. Des dizaines de nouveaux personnages peupleront les lectures de millions de jeunes Français. La presse jeunesse grandit avec eux, et évolue avec son temps. Avec l'arrivée des tablettes et l'explosion des nouveaux contenus, elle représente aujourd'hui un enjeu culturel : et si ces pages colorées qui ont bercé notre enfance étaient en réalité un patrimoine tourné vers l'avenir ?

Fleurus Presse, l'une des plus anciennes marques de presse française, fête aujourd'hui ses 90 ans. Marque attachante, Fleurus Presse a vu passer pas moins d'un millier de collaborateurs et a permis à plusieurs grands auteurs d'émerger. Peut-être le plus célèbre d'entre eux ? Hergé, sans nul doute. Fleurus Presse, grâce à *Cœurs vaillants*, a fait connaître Tintin et Milou en France : 14 albums, sur les 22 officiellement sortis chez Casterman, ont été publiés en feuilleton ou prépubliés pour neuf d'entre eux. *Le Journal de Mickey* fête quant à lui ses 85 ans. Il a traversé l'histoire, il est devenu un morceau de l'histoire de France. Pour de très nombreux grands-parents, parents et enfants, il est un monument de la culture mondiale.

Les enfants adorent jouer, apprendre et se cultiver. Mais pas n'importe comment ! Grâce à vous tous, nous allons continuer à être ce que nous avons toujours été : innovants et créatifs, pour le plus grand plaisir de nos lecteurs ! Pour la simple et bonne raison que les enfants ont toujours adoré lire… et que personne n'a le droit de priver un enfant du plaisir immense que procure la lecture.

Emmanuel Mounier

Président Unique Heritage Media

LES ORIGINES DE FLEURUS PRESSE

ENTRE MISSION ÉDUCATIVE ET VOCATION SPIRITUELLE

La déchristianisation de la France dans les classes populaires va entraîner, en réaction, la création de l'Union des œuvres ouvrières catholiques de France et la naissance de* Cœurs vaillants, *un journal éducatif destiné aux jeunes catholiques.

Le XIXe siècle est marqué par l'émergence d'un monde ouvrier de moins en moins pratiquant et aux conditions de vie difficiles. En réponse à ce mouvement de détachement de la foi et de la pratique religieuse, un catholicisme social émerge, multipliant les œuvres charitables et patronages, des mouvements de jeunesse dans l'esprit du scoutisme destinés aux enfants défavorisés. En 1871, soixante-quinze prêtres décident de les regrouper en créant l'Union des œuvres ouvrières catholiques de France, future Union des œuvres catholiques de France (UOCF). Ainsi débute l'histoire de Fleurus Presse.

"Après avoir été localisé les 6 premières années aux 80-82 rue de l'Université, le siège social de Fleurus déménage en 1935 au 31 rue de Fleurus dans le 6e arrondissement de Paris."

Les patronages et œuvres de jeunesse proposent des activités sportives et éducatives dans un but de formation morale, physique et sociale. Ils se développent en général dans les milieux populaires et allient les jeux collectifs (sport, projections de films) à la formation spirituelle et chrétienne.

A la fin de la Première Guerre mondiale, alors que le mouvement s'essouffle, l'abbé Gabriel Bard, devenu secrétaire général de l'Union, s'engage à lui donner un nouvel élan. Pour y parvenir, l'une de ses principales idées est de créer un journal dédié aux patronages. Il est rapidement rejoint par l'abbé Gaston Courtois, chargé plus spécifiquement des problématiques de l'enfance.

Ensemble, ils créent la revue *Cœurs vaillants*, dont le héros est un enfant joueur, bon, serviable, en harmonie avec les valeurs du christianisme. Le 20 octobre 1928, les 1 500 premiers exemplaires du journal paraissent dans le Nord, le Pas-de-Calais et la région parisienne.

***Cœurs vaillants* n° 1**
8 décembre 1929
© Fleurus Presse

***Cœurs vaillants* n° 36**
10 août 1930
© Fleurus Presse

***Cœurs vaillants* n° 52**
23 décembre 1934
© Fleurus Presse

***Cœurs vaillants* n° 40**
6 octobre 1940
© Fleurus Presse

***Cœurs vaillants* n° 1**
8 décembre 1929
© Fleurus Presse

***Cœurs vaillants* n° 5**
14 décembre 1929
© Fleurus Presse

"CŒURS VAILLANTS" UN JOURNAL QUI OUVRE LA VOIE

La parution du premier numéro de *Cœurs vaillants* au niveau national est retenue comme l'acte de naissance de Fleurus Presse. Le 8 décembre 1929, 80 000 exemplaires du mythique journal atterrissent entre les mains des jeunes Français. Il est l'un des pionniers d'une presse jeunesse en pleine émergence.

Au moment de sa création, plusieurs titres sont évoqués : *Gavroche, Cœur vaillant, L'Intrépide, Hardi les gars, Dédé, Copino, Cœur d'or, Le Décidé, L'Entreprenant, Le Bon Petit Diable, Luron, Gai Luron.*
Cœurs vaillants est finalement choisi, au pluriel, pour faire référence à ses jeunes lecteurs, et non au journal en lui-même. Sa devise en ancien français empruntée à Jacques Cœur, *« A vaillans cuers riens impossible »*, sera rapidement traduite en français moderne : *« À cœur vaillant, rien d'impossible »*.

Au départ, le journal n'est pas distribué en kiosque, mais vendu à la fin de la messe ou dans les patronages. Chaque numéro tient sur une grande feuille de papier pliée en quatre qu'il faut découper au coupe-papier. Sur ses huit pages, l'hebdomadaire propose plus de texte que *Le Monde des ados* d'aujourd'hui. (48 pages) !

Cœurs vaillants rencontre rapidement un franc succès. Dès 1933, il atteint 42 000 abonnés et certains directeurs de patronage fondent des mouvements de jeunesse homonymes. Ces initiatives sont le point de départ du mouvement "Cœurs vaillants-Âmes vaillantes", créé en 1936 à la demande de monseigneur Courbe, secrétaire général de l'Action catholique, qui souhaite que l'Union organise un grand mouvement chrétien autour du journal.

Gaston Courtois (1897-1970)

L'abbé Courtois est considéré comme le père fondateur de Fleurus Presse. Ordonné prêtre en 1925 puis nommé directeur de l'Union des œuvres catholiques de France en 1929, il est à l'origine du premier journal du groupe, Cœurs vaillants, dont le pendant féminin, intitulé Âmes vaillantes, verra le jour au milieu des années 1930.

LES PIONNIERS DE LA PRESSE JEUNESSE

La naissance du journal Cœurs vaillants *s'inscrit dans le grand mouvement de développement de la presse jeunesse, lancé au milieu du XIX^e^ siècle. Du* Journal d'éducation *à la* Semaine de Suzette, *ce nouveau créneau agite le monde de l'édition.*

Un nouveau segment de presse qui suscite les convoitises

En même temps qu'émerge le siècle des Lumières dans la seconde moitié du XVIII^e^ siècle, une nouvelle ère s'ouvre pour la jeunesse. *Le Journal d'éducation*, premier périodique pour jeunes, paraît en juillet 1768… six ans seulement après la publication de l'*Émile*, le fameux manuel d'éducation de Jean-Jacques Rousseau. La presse jeunesse française est née.

Le mensuel s'adresse à l'élite de demain. Dans chaque numéro, les lecteurs peuvent ainsi découvrir des histoires à la vocation morale et instructive pour parfaire leur éducation intellectuelle sur des sujets aussi divers que les sciences, les langues, l'histoire, la géographie ou la religion. Pour son fondateur, M. Leroux, issu du milieu de l'éducation et non de la presse, son journal doit constituer un prolongement de l'école. Pour lui, *« c'est dans la jeunesse, et même dans l'enfance, qu'il faut jeter les fondements de l'homme futur, du prince et du citoyen, du militaire et du ministre des autels, du magistrat et de toutes les personnes destinées à des emplois importants, ou à tenir un rang distingué dans la société. »*

Ce n'est qu'un siècle plus tard que l'idée de distraire les enfants s'impose. Si leur objectif demeure l'instruction des jeunes générations, bon nombre de publications proposent désormais une partie récréative agrémentée de dessins, de rébus, de charades et de jeux. Pour séduire leur lectorat, certains titres font désormais appel à de grands écrivains à qui ils demandent d'adapter des histoires ou d'écrire des articles qui soient accessibles à la jeunesse et l'ouvrent sur le monde extérieur.

À partir de 1859, la Comtesse de Ségur publie ses histoires dans *La Semaine des enfants*. Les lecteurs y découvrent en avant-première *Les Mémoires d'un âne* ou les péripéties de Charlot dans *Un bon petit diable*. Trois ans plus tard, naît *Magasin d'éducation et de récréation*, premier grand journal qui lancera notamment Jules Verne et marquera le début de la bataille des grands éditeurs. Dans les années qui suivent, groupes de presse et maisons d'édition s'engouffrent dans la brèche de la presse jeunesse et créent une foule de titres.

« C'est dans la jeunesse, et même dans l'enfance, qu'il faut jeter les fondements de l'homme futur, du prince et du citoyen, du militaire et du ministre des autels, du magistrat et de toutes les personnes destinées à des emplois importants, ou à tenir un rang distingué dans la société. »

La Semaine des enfants, 1857
© Hachette

Mémoires d'un âne, Comtesse de Ségur, 1860
© Hachette

Magasin d'éducation et de récréation, Jules Verne, 1888
© Hetzel

***La Semaine de Suzette* n° 44**
28 novembre 1912
© Ed. Henri Gautier

"Bécassine" ou les débuts de la presse "genrée"

Jusqu'au début du XX^e^ siècle, la presse jeunesse demeure mixte. En 1905, la première parution de *La Semaine de Suzette*, avec sa célèbre héroïne Bécassine, marque un tournant vers une presse genrée. Et le succès ne se fait pas attendre. Dès son lancement, la revue, destinée aux jeunes filles issues de familles aisées, atteint les 100 000 exemplaires !

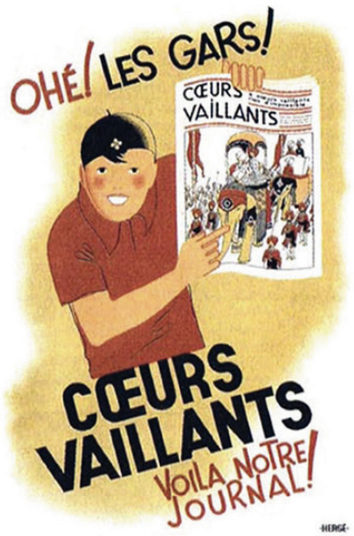
Pourtant, rien ne prédisait un avenir aussi brillant à ce personnage un peu pataud… L'histoire, initialement prévue pour remplir une page du premier numéro restée blanche en raison de la défection d'un auteur malade – ou, selon une autre version, d'un annonceur publicitaire – fut écrite par Jacqueline Rivière, la rédactrice en chef du magazine, et dessinée par Joseph Pinchon. Elle relate une bévue réellement commise par la servante bretonne de l'auteur. Dans le numéro suivant, la jeune fille ronde et naïve disparaît pour réapparaître six mois plus tard, en première page du n° 23, à la demande des jeunes lectrices.

Rapidement, d'autre titres féminins suivront, comme *Bernadette* et *Lisette*, fondés respectivement en 1914 et 1921 par La Bonne Presse, l'ancêtre de Bayard Presse. Plus tard, Fleurus créera également son propre titre, *Âmes vaillantes*, en écho au mythique *Cœurs vaillants* qui lança la maison de presse. En parallèle, les garçons aussi découvrent leurs propres parution avec *L'Écho du Noël*, un hebdomadaire à destination des jeunes garçons des classes populaires ou, plus tard, *Le Sanctuaire*, le magazine des enfants de chœur.

***Bécassine,* 1905**
La Semaine de Suzette
© Ed. Henri Gautier

FLEURUS PRESSE **ATTRACTEUR DE TALENTS**

Hergé, Maurice Cuvillier, Bourgeon, Cabu, Florence Cestac, Charb, Dupuy et Berberian, Tignous… Depuis 90 ans, Fleurus Presse a réuni des illustrateurs de renom et des auteurs de talent, dont certains ont collaboré des décennies durant pour ses magazines.



Affiche *Cœurs vaillants*, 1935
© Hergé / Fleurus Presse

Georges Remi dit Hergé, 1934
© Moulinsart
Tous droits réservés

Cabu

Cœurs vaillants a été la première tribune de Cabu, qui avait gagné un concours organisé par les stylos Météore en novembre 1951. Le dessin, réalisé quand Cabu avait 13 ans et signé K bu, est paru dans la revue publicitaire *Publimondial*, sans doute en 1952. Il n'est jamais paru dans *Cœurs vaillants*.

© Charb, *Le Monde des ados* (2001)

Charb

Stéphane Charbonnier, dit Charb, avait croqué l'actualité de *L'Hebdo des juniors*, puis du *Monde des ados* de 2000 à 2010. Il a produit une centaine de dessins permettant aux jeunes lecteurs de découvrir son point de vue, souvent caustique, sur ce qui se passait dans le monde. Sa rapidité, toujours, impressionnait la rédaction. *« Je l'appelais à 9 heures et j'avais son dessin une heure après. Il savait immédiatement comment parler aux ados »*, raconte Gérard Dhôtel, ancien rédacteur en chef du *Monde des ados*.

Avec Hergé, vingt années d'aventures

Entre 1929 et 1949, Hergé éditera dans* Cœurs vaillants *et* Âmes vaillantes *de nombreuses aventures de Tintin et Milou, Quick et Flupke, ou encore Jo, Zette et Jocko.

Si les aventures de Tintin et Milou sont tout d'abord publiées dans *Le Petit Vingtième*, le supplément jeunesse du journal belge *Le XX^e^ Siècle*, c'est le magazine *Cœurs vaillants* qui, le premier, fera découvrir l'univers d'Hergé aux jeunes Français. Georges Remi, de son vrai nom, débute sa collaboration avec le journal le 3 août 1930, en réalisant les dessins de l'histoire *Le Triomphe de l'Aigle rouge*.

Dès le 26 octobre 1930 (n° 47), le journaliste intrépide et son fidèle compagnon font leur entrée au sommaire de l'hebdomadaire catholique avec *Tintin au pays des Soviets*. Une version "remaniée" par l'abbé Gaston Courtois qui n'appréciait pas particulièrement les "histoires à ballons" (bandes dessinées), mal vues par les éditeurs et les parents qui les accusaient d'appauvrir le vocabulaire. Hergé, ne souhaitant pas adopter le style habituel qui voulait que les images soient commentées d'un texte, laissa à l'abbé le soin d'ajouter des textes explicatifs (parfois étonnants) sous les cases de *Tintin au pays des Soviets*.

Malgré ces ajustements, Gaston Courtois interpelle rapidement l'auteur sur le personnage de Tintin, au mode de vie peu traditionnel, qui semble dépourvu de famille et qu'on ne voit jamais travailler assis à son bureau : *« Vous savez, votre Tintin, ce n'est pas mal, on l'aime bien. Mais voilà, il ne gagne pas sa vie, il n'a pas de parents, il ne mange pas, il ne dort pas. Ce n'est pas très logique. Ne pourriez-vous pas créer un petit personnage dont le papa travaille, qui a une maman, une petite sœur, un petit animal familier ? »*

C'est ainsi qu'Hergé invente Jo et Zette, les enfants de M. et Mme Legrand, accompagnés du malicieux chimpanzé Jocko. Les aventures de Jo, Zette et Jocko débutent en première page de *Cœurs vaillants* le 19 janvier 1936. Interrompue par la Seconde Guerre mondiale, la série ne reprend que le 30 décembre 1953 dans *Le Journal de Tintin*, avec *Jo et Zette au pays du Maharadjah*.

***Cœurs vaillants* n° 16**
17 avril 1938
© Fleurus Presse

Zoom sur le bélinographe

Les planches de L'Île noire, parues le 17 avril 1938 dans le n° 16 de Cœurs vaillants, sont les premières de l'histoire de Fleurus à être envoyées depuis la Belgique par bélinographe, l'ancêtre du fax. Inventé par Édouard Belin en 1907, il permet de transmettre des images à distance et se montrera particulièrement utile aux reporters de guerre.

Elle croque les ados

Florence Cestac, autrice de BD, a reçu le grand prix du Festival international de BD d'Angoulême en 2000. Elle a dessiné pour *Le Monde des ados* pendant quinze ans. Elle a imaginé les aventures des "ADOS-rables" Laura et Ludo, qui étaient publiées dans chaque numéro, et illustré avec humour et décalage les moments de bonheur et de désespoir des ados dans la rubrique "C'est perso". Ses dessins sont toujours présents dans les hors série "Ado" du *Monde des ados*.

***Les Ados Laura et Ludo*, 2006**
© Florence Cestac / Dargaud

FLEURUS PRESSE FOURNISSEUR DE CURIOSITÉ DEPUIS 1929

90 ANS ET TOUJOURS SON ÂME D'ENFANT

Âmes vaillantes n° 1
8 décembre 1937
© Fleurus Presse

1940

Perquisitions et mises sous scellés

À la suite de la publication de *Cœurs vaillants*, Fleurus Presse enrichit sa gamme et devient un acteur incontournable de la presse jeunesse. *Âmes vaillantes* voit le jour le 8 décembre 1937, huit ans jour pour jour après *Cœurs vaillants*… et quelques mois avant le début de la Seconde Guerre mondiale. Il répond à une demande réelle des jeunes filles, qui lisaient souvent le journal de leurs frères et souhaitaient pouvoir, elles aussi, profiter d'une publication qui leur soit adressée.

Les deux magazines, auparavant uniquement distribués dans les patronages et à la sortie des messes, font leur apparition dans les kiosques de gare en 1938. Une stratégie payante puisque dès l'année suivante, *Cœurs vaillants* dépasse les 150 000 exemplaires par semaine, et *Âmes vaillantes*, qui n'a que deux ans d'existence, atteint les 57 000 exemplaires par semaine. Mais le déclenchement de la Seconde Guerre mondiale va venir bouleverser cette belle dynamique…

Malgré le début de la guerre et les nouvelles restrictions, les deux journaux continuent de paraître. Le nombre de pages de chaque numéro diminue cependant rapidement. Dès le 21 septembre 1939, la revue *Âmes vaillantes* passe de douze à huit pages. À la mi-juin 1940 paraissent les derniers numéros parisiens des deux titres. Dans la foulée, l'occupant perquisitionne les bureaux à Paris et pose des scellés.

La rédaction des deux magazines déménage alors à Clermont-Ferrand, où elle s'installe dans une école maternelle. Les deux titres sont regroupés en un seul : *Cœurs Vaillants-Âmes Vaillantes*, aussi appelé "série spéciale". Entre le 14 juillet et le 25 août 1940, cinq numéros de quatre à six pages en noir et blanc et d'assez mauvaise qualité sont publiés. C'est vraisemblablement le seul journal pour les enfants publié en France à cette époque.

Sylvain et Sylvette Coeurs vaillants n°9
31 août 1941
© Fleurus Presse

1941

Le 31 août 1941, dans le n°9 de *Cœurs vaillants-Âmes vaillantes*, les lecteurs découvrent deux jeunes personnages "à grosses têtes" vivant dans une forêt : le dessinateur Maurice Cuvillier vient de donner vie à Sylvain et Sylvette. À quelques rares interruptions, ils poursuivront leurs aventures dans les publications de Fleurus de février 1947 (*Fripounet et Marisette*) à 1986.

1945-1946

"Cœurs vaillants" tient le cap dans la tourmente

Cœurs vaillants reparaît le 1er juin 1945, pour quatre numéros seulement, avant d'être provisoirement interdit en octobre 1945. À l'instar des autres revues ayant continué de paraître sous l'Occupation, une enquête est ouverte pour déterminer s'il y a eu ou non "fait de collaboration".

En attendant de recevoir le précieux sésame, les héros de *Cœurs vaillants* et *Âmes vaillantes* trouvent refuge dans les pages du supplément hebdomadaire du journal catholique rennais *La Voix de l'Ouest*. Pour contenter l'ensemble des lecteurs, un accord est trouvé : une semaine *Cœurs vaillants* sera publié sous le titre *Tintin et Milou*, la semaine suivante, ce sont les *Âmes vaillantes* qui seront à l'honneur sous le titre *Perlin et Pinpin*. Enfin, la troisième semaine sortira le supplément *Fripounet et Marisette*, dédié aux jeunes ruraux.

Pendant ce temps-là, des éditeurs liés au Parti communiste français en profitent pour lancer *Vaillant*, leur propre journal jeunesse, jouant sur la confusion avec *Cœurs vaillants*. À sa sortie, l'UOCF riposte avec le slogan : *« Un Vaillant sans cœur n'est pas un Cœur vaillant ! »*. Imprimé sur des milliers de tracts, il réclame la (re)parution de *Cœurs vaillants*.

En mai 1946, c'est chose faite. *Cœurs vaillants* poursuit alors sa collaboration avec Hergé jusqu'en 1949, et change de nom en 1963 pour *J2 Jeunes*, avant d'être rebaptisé *Formule 1* jusqu'à son ultime parution en 1981.

Le Journal de Mickey n° 1
21 octobre 1934
© Le Journal de Mickey

1949

La BD, un "mauvais genre" dans le collimateur de la loi

La parution du premier *Journal de Mickey*, le 21 octobre 1934, ouvre la voie au déferlement de bandes dessinées venues de Grande-Bretagne, d'Italie, de Yougoslavie, mais surtout des États-Unis. Cette nouvelle mode est vue d'un mauvais œil par de nombreux éditeurs, en particulier dans les milieux chrétiens. On lui reproche de promouvoir la violence et le vice, menant à une dépravation des jeunes générations.

Pour répondre aux inquiétudes liées à cette "américanisation", une loi sur les publications dédiées à la jeunesse est adoptée le 16 juillet 1949. Protectionniste et opposée aux bandes dessinées étrangères, elle favorise la presse catholique française, et impose un cadre à la presse jeunesse, définissant ce qui, à aucun titre, ne doit *« démoraliser l'enfance ou la jeunesse »*.

La loi, toujours en vigueur mais mise à jour en 2011, précisait alors que les journaux s'adressant aux enfants et aux adolescents ne devaient pas comporter de contenus *« présentant sous un jour favorable le banditisme, le mensonge, le vol, la paresse, la lâcheté, la haine, la débauche, ou tous les actes qualifiés de crimes ou délits de nature à démoraliser l'enfance et la jeunesse »*.

De son côté, à cette époque, Fleurus ne perd pas de vue son objectif d'instruire religieusement ses jeunes lecteurs. Sous l'impulsion de l'abbé Courtois, une centaine de livres de la collection « Belles histoires et belles vies » sont publiés entre 1947 et 1972. On y présente de façon *« bien informée et documentée »* et avec des *« illustrations le plus souvent réalistes »* la vie des saints dans une collection *« populaire, de grande diffusion, d'un prix modeste »* qui restera au catalogue jusqu'en 1987 !

Tintin et Milou
© Hergé / Moulinsart
Tous droits réservés

1949

Tintin prend son envol

En 1949, après vingt ans de collaboration, Hergé quitte *Cœurs vaillants*. La raison ? le père de Tintin est mécontent du traitement apporté à ses dernières planches du *Temple du soleil* parues dans le magazine, dont la colorisation et la mise en page ne lui conviennent pas.Durant toutes ces années de partenariat avec Fleurus Presse, Hergé aura édité quatorze aventures de Tintin et Milou dans *Cœurs vaillants*, dont certains avant leur publication sous forme d'album chez Casterman.

Mais l'aventure du journaliste intrépide ne s'arrête pas là, bien au contraire ! Le 28 octobre 1949, *Le Journal de Tintin* paraît pour la première fois en France. Non sans difficulté : pendant près de deux ans, l'abbé Courtois a fait tout son possible pour faire capoter le projet d'implantation du périodique belge en France. En effet, il craignait que ce dernier ne fasse une concurrence déloyale à *Cœurs vaillants*, qui jusqu'alors publiait en exclusivité les aventures de Tintin. En 1949, Hergé et Tintin prennent définitivement leur indépendance.

1942-1943

Guerre et clandestinité

Malgré un premier décret allemand interdisant les revues en zone nord et la raréfaction du papier, l'UOCF continue de faire paraître des brochures : *Âmes vaillantes* est remplacé par *Sourire et Vaillance*, et *Cœurs vaillants* par *Belles Histoires de vaillance*. En zone sud, les publications se maintiennent malgré de lourdes contraintes comme l'obligation, dès 1943, d'acheter le papier au marché noir.

Finalement, le premier décret d'interdiction n'étant pas assez précis, l'occupant en fait paraître un second en décembre 1942, incluant l'interdiction de toute brochure ou fascicule. Mais le mot "images" n'étant pas cité, l'UOCF profite de la faille et publie *Belles Images de vaillance*, sous forme d'images d'Épinal.

Seuls deux numéros paraîtront avant l'intervention de la Gestapo en mars 1943. La police allemande arrête les abbés Georges Maussion et Jean Pihan qui faisaient fonctionner la rédaction de Paris. À Lyon, une autre "descente" oblige les équipes à déménager de nouveau, quittant le boulevard Gambetta pour la campagne. Au mois d'août 1944, faute de papier, la parution des magazines est arrêtée.

Belles Histoires de vaillance
© Fleurus Presse

ANNÉES 50/70

Des lecteurs de plus en plus jeunes

Au tournant des années 1950, Fleurus Presse part à la rencontre de lecteurs de plus en plus jeunes. La revue *Perlin et Pinpin*, publiée à partir de 1956, est la première à s'adresser aux enfants de moins de 8 ans. Le succès est immédiat avec 150 000 exemplaires diffusés chaque semaine dès 1957, et perdure jusque dans les années 1990.

La naissance du maillage de la presse jeunesse va engendrer une petite révolution dans ce secteur, et la multiplication des titres destinés aux petits lecteurs. Fleurus Presse est le premier éditeur à instaurer un chaînage entre ses publications, pour s'adapter à chaque tranche d'âge et suivre ses lecteurs de la petite enfance à l'adolescence. En 1964, le groupe va encore plus loins en rachetant *Christiane*, magazine chrétien dédié aux jeunes femmes de 15 à 20 ans.

Perlin et Pinpin n° 1
Octobre 1956
© Fleurus Presse

Juju - Papoum
© Fleurus Presse

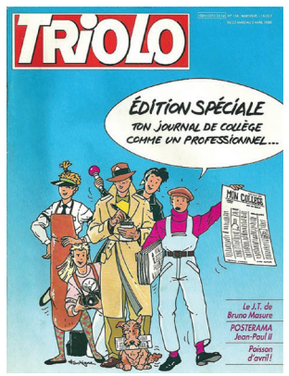
ANNÉES 80

Une transition nécessaire

Alors que les années 1950 à 1970 constituent l'âge d'or de la presse jeunesse avec l'émergence de nombreux concurrents aux parutions de Fleurus Presse *(Vaillant, Tarzan, Donald, Le Journal de Tintin, Okapi, Picsou Magazine, Pomme d'Api…)*, les années 1980 sont plus difficiles. Et Fleurus Presse n'y échappe pas. Le nombre de titres est en décroissance et l'offre se resserre autour des titres historiques. De six journaux en 1980, on passe à trois en 1987.

Jusqu'alors, la diffusion des revues de Fleurus Presse reposait principalement sur le bénévolat, qui disparaît sensiblement dans les années 1980. Il devient donc nécessaire de réinventer les formules de vente et le système de distribution, et d'établir une stratégie commerciale innovante.

En 1986, Fleurus Presse prend son indépendance par rapport à l'UOCF et devient une société commerciale. C'est une année charnière pour le groupe qui passe successivement sous le contrôle de différents actionnaires majoritaires et assiste au divorce entre les actuels Fleurus Presse et Fleurus Éditions. Enfin, en 1989, Fleurus Presse devient une filiale de Télérama. À la fin de cette même année, Fleurus Presse compte 200 000 abonnées et 50 000 ventes en kiosque. Son lectorat est alors évalué à plus de 600 000 lecteurs.



Triolo n° 158,
23 mars 1988
© Fleurus Presse

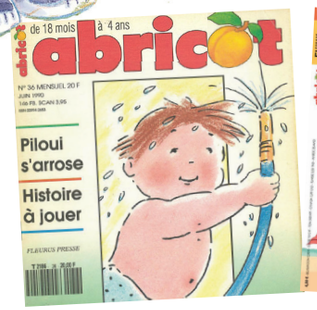
ANNÉES 90

Le "maillage" par tranche d'âge… et par thème

Fini la devise de Tintin, *« Le journal de 7 à 77 ans »*. Fleurus Presse continue la politique du chaînage, publiant un journal pour chaque tranche d'âge. À la fin des années 1980, le groupe reprend à Nathan le titre *Abricot*, destiné aux 3-5 ans, et lance *Je lis déjà !* pour les 6-10 ans. Les deux titres ont aujourd'hui 30 ans et sont toujours au catalogue de Fleurus Presse !

C'est également le cas de la majeure partie des titres lancés dans la décennie suivante. *Je lis des histoires vraies* (8-12 ans) paraît en octobre 1992, *Fripounet* et *Triolo* s'associent pour former *Infos-Junior* en 1993. Le magazine deviendra successivement *L'Hebdo des juniors* puis *Le Monde des ados*. En 1995, *Papoum* (1-3 ans), l'un des premiers "journaux pour les bébés", est lancé. Quatre ans plus tard, les 3-7 ans découvrent *Mille et une Histoires* et les fillettes de 8 à 12 ans s'abonnent aux *P'tites Sorcières*. Enfin, en 2003, *Les P'tites Princesses* (5-8 ans) et *Pirouette* (4-8 ans) viennent compléter la gamme.

Au tournant du siècle, Fleurus consolide son offre en développant des gammes thématiques : au-delà d'une offre adaptée à chaque tranche d'âge, le groupe propose également un maillage par sujet. Ainsi, la gamme "filles" accompagne les lectrices de 3 à 12 ans avec trois titres : *Les P'tites Sorcières* (8-12 ans), *Les P'tites Princesses* (5-8 ans), puis *Les P'tites Filles à la vanille* (3-5 ans) à partir de 2006. Le même procédé sera développé dans les années 2010 sur les gammes sciences et innovation, avec *Comment ça marche ?* et *Tout Comprendre*, puis sur l'histoire avec *Quelle Histoire Mag* et *Histoires vraies*.



Abricot n° 36
Juin 1990
Abricot n° 335
Septembre 2017
© Fleurus Presse

2015

Unique Heritage Media à la conquête de nouvelles tribus

En 2014, on dénombre en France près de 300 magazines jeunesse pour plus de 9 millions de lecteurs. En mai 2015, Unique Heritage Media (UHM), groupe de médias et d'édition dédié à la jeunesse et à son entourage, rachète Fleurus Presse à la Financière des Loisirs. Producteur, éditeur et diffuseur, UHM s'engage à créer des contenus innovants, sur le fond comme sur la forme, avec un seul credo : apprendre en s'amusant.

À la faveur de cette nouvelle collaboration, Fleurus Presse se lance dans un grand chantier de rénovation de l'ensemble de sa gamme et lance deux nouveaux magazines. Le premier numéro de *Quelle Histoire Mag* paraît en 2016, décliné de la collection de livres des éditions Quelle Histoire (filiale d'UHM), et la version française du très célèbre *National Geographic Kids* voit le jour en 2017, en association avec National Geographic.

Graphisme attrayant, outils numériques et interactifs et approche complice… En quelques années seulement, UHM s'affirme comme une référence de "l'edutainement", à la croisée du ludique et de l'éducatif. Son offre s'adresse à un jeune public et à son entourage (familles traditionnelles ou recomposées), mais aussi, plus largement, à tous ceux qui accompagnent l'apprentissage des connaissances (écoles, bibliothèques, ludothèques et éducateurs). Ce sont ces cercles, proches ou élargis – les "nouvelles tribus" – qu'Unique Heritage Media souhaite rassembler avec des contenus pour tous ceux qui ont le goût de la découverte. Aujourd'hui, Fleurus Presse compte 300 000 abonnés et plus de 6 millions de lecteurs.

Le Monde des ados

2002

Fleurus Presse, filiale du groupe Le Monde

Nouveau siècle, nouvel actionnaire… et pas des moindres ! En 2002, Le Monde prend part à hauteur de 30 % au capital du Groupe PVC Télérama, dont Fleurus Presse est une filiale. L'année suivante, il devient actionnaire majoritaire avec 56 % des parts. *L'Hebdo-Le Monde des ados* (ancien *Hebdo des juniors*) devient alors tout naturellement *Le Monde des ados* en 2005.

Si le mariage est de courte de durée – un plan de restructuration du groupe Le Monde l'obligeant rapidement à se séparer de sa branche jeunesse en 2009 –, *Le Monde des ados* n'en a pas moins conservé son appellation, gage d'information généraliste de qualité pour les jeunes à partir de 10 ans.

2019

Mickey, Picsou et compagnie rejoignent la tribu !

En octobre 2019, la tribu accueille un nouveau membre : Unique Heritage Media officialise le rachat de Disney Hachette Presse (DHP), auprès de ses deux actionnaires historiques : The Walt Disney Company France et le groupe Lagardère. À cette occasion, l'entreprise est rebaptisée Unique Heritage Entertainment. Le groupe édite de nombreux magazines jeunesse comme *Picsou Magazine*, *Mickey Junior* ou *Disney Princesses*, mais aussi et surtout le mythique *Journal de Mickey*, plus ancien titre jeunesse encore en activité aujourd'hui.

Entre *Le Journal de Mickey*, créé le 21 octobre 1934, et Fleurus Presse, dont le premier titre *(Cœurs vaillants)* a vu le jour le 8 décembre 1929, UHM se positionne plus que jamais comme un acteur historique et incontournable de la presse jeunesse. Grâce à cette famille élargie, *« UHM continue à développer sa dynamique de croissance, avec l'objectif de promouvoir la lecture comme axe de développement pour la jeunesse, tout en l'enrichissant de nouvelles formes de médias »*, se réjouit Emmanuel Mounier, président et fondateur du groupe.

Fidèle à son ambition d'offrir des supports pour apprendre en s'amusant, UHM combine désormais "edutainment", avec des contenus intelligents à la croisée du ludique et de l'éducatif et "entertainment", parce que, comme le rappelle la devise de Unique Heritage Entertainment (ex-DHP), *« rire fait aussi grandir ! »*.

Le Journal de Mickey, Picsou Magazine, Disney Princesses
© DHP / Unique Heritage Entertainment