

Article

« La commercialisation du livre de jeunesse québécois : une lueur au bout du tunnel »

Renée Rowan

Lurelu, vol. 2, n° 1, 1979, p. 3-6.

Pour citer cet article, utiliser l'adresse suivante :

<http://id.erudit.org/iderudit/13053ac>

Note : les règles d'écriture des références bibliographiques peuvent varier selon les différents domaines du savoir.

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter à l'URI <http://www.erudit.org/apropos/utilisation.html>

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche. Érudit offre des services d'édition numérique de documents scientifiques depuis 1998.

Pour communiquer avec les responsables d'Érudit : erudit@umontreal.ca

La commercialisation du livre de jeunesse québécois: une lueur au bout du tunnel

par Renée Rowan



"... Les livres ne se vendent pas parce qu'on ne les trouve pas en librairie; on ne les trouve pas en librairie parce que le public ne les demande pas; le public ne les demande pas parce qu'il ne les voit pas à l'étalage et que la publicité n'a pas éveillé sa curiosité; il n'y a pas de publicité parce que l'éditeur n'a pas d'argent pour en faire; et l'éditeur n'a pas d'argent parce que ses livres ne se vendent pas. Ron, ron, ron, trois petits tours et recommençons."

Paule Daveluy, 1967

Lorsque les responsables du bulletin *Lurelu* m'ont demandé de dresser un bilan de la situation actuelle dans le domaine de la diffusion et de la commercialisation du livre québécois pour la jeunesse, je me suis dit que les étapes déprimantes du processus si bien décrit par Paule Daveluy il y a 12 ans ne devaient plus correspondre à la réalité d'aujourd'hui. Mais tout au fond de moi-même, je n'en étais pas entièrement convaincue, l'expérience m'ayant démontré qu'il n'est pas si facile de trouver en librairie les livres d'ici. Peut-être n'avais-je pas su où m'adresser ?

Hélas, ma déception a été grande, au-delà de tout ce que j'avais pu imaginer. Voulant vérifier la première étape de ce processus, je me suis vite rendu compte à quel point les choses ont peu évolué en dépit des immenses efforts de promotion déployés depuis quelques années par Communication-Jeunesse, Le livre d'ici et quelques autres organismes. L'action doit venir de plus haut et prendre beaucoup plus d'ampleur si on veut qu'elle débouche sur des résultats concrets. Mais avant de passer aux solutions possibles, voyons un peu ce qui se passe à l'intérieur de ce cercle fermé qu'il faut à tout prix faire éclater.

Il y a un point positif, toutefois, qu'il faut tout de suite reconnaître : on ne peut plus affirmer qu'il n'y a pas de beaux livres québécois pour la jeunesse. Ce serait mentir. Depuis quelques années, souligne Communication-Jeunesse, dans la présentation de son catalogue sélectif *100 livres pour nous, 100 livres à nous*, la production d'ouvrages québécois pour la jeunesse a augmenté tant du point de vue de la qualité que de la quantité.

C'est indéniable : nous avons de bons auteurs, de bons illustrateurs; ils produisent des albums et des livres qui soutiennent avantageusement la concurrence avec la production européenne même si ce n'est pas encore en quantité suffisante. Mais où le public peut-il les trouver ?

Munie d'une liste de quatre titres parmi les livres les plus réussis : *le Loup, l'oiseau et le violoncelle*, par Christiane Duchesne, illustré par l'auteur, éditions Le Tamanoir, coll. de l'Etoile filante, 3 à 7 ans, \$2.95; *le Wapiti*, par Monique Corrievau, illustré par Mélinda Wilson, éditions Fides, coll. du Goéland, à partir de 12 ans, \$6.95; *Emilie, la baignoire à pattes*, par Bernadette Renaud, illustré par France Bédard, éditions Héritage, coll. Pour lire avec toi, 8 à 11 ans, \$2.50; *le Triste Dragon*, par Christiane Duchesne, illustré par l'auteur, éditions Héritage, coll. les Enfants du roi Cléobule, \$1.95, tous des livres de belle présentation, à prix abordable, auxquels on a fait une certaine publicité, j'ai téléphoné à 10 librairies choisies au hasard, mais en tenant compte des différents secteurs de la ville.

Cette petite enquête faite pendant la période des Fêtes, donc au temps des étrennes, alors que le choix sur les tablettes devrait être grand, a donné lieu à des résultats aussi inattendus que décevants (voir tableau).

Sur les dix librairies consultées, une seule, Renaud-Bray, avait tous les titres demandés; six n'en avaient aucun ! Deux, la librairie Hugo et la librairie Monet, en avaient trois tandis que Leméac en avait deux.

Un auteur québécois, qui s'est rendu à la librairie Garneau quelques jours avant Noël pour voir comment se vendaient ses livres, m'affirme n'avoir vu que deux titres québécois parmi les livres d'enfant offerts à la clientèle.

Rares sont les librairies qui ont un étalage privilégié de livres d'ici : ces derniers sont généralement noyés à travers la production européenne qui est beaucoup plus importante que la nôtre. Si le client n'est pas familier avec certains titres ou auteurs, n'ayant pas de point de repère, il va au hasard. A la librairie Renaud-Bray, tous les ouvrages québécois pour la jeunesse sont regroupés sur un même meuble, ce qui mérite d'être souligné.

Rares aussi sont les libraires compétents qui proposent des titres : la plupart n'ont aucune formation ni connaissance pédagogique. Au cours des appels téléphoniques et des visites dans les librairies pour les besoins de cet article, je n'en ai rencontré que trois ou quatre de véritablement intéressés ou mieux formés que les autres.



Dans une librairie seulement, mon interlocuteur a fait un effort pour me proposer autre chose que les titres réclamés : "Je n'ai pas *le Wapiti*, mais nous avons *la Petite Fille du printemps* du même auteur dans la même collection." Ailleurs, on s'est contenté de raccrocher le téléphone ou de me suggérer de tenter ma chance chez Fides ou à la librairie Dussault. On ne m'a pas offert de faire venir les ouvrages demandés, sauf à la librairie Hugo où *le Loup, l'oiseau et le violoncelle* n'était pas disponible.

Autre fait assez étonnant : je n'ai trouvé le catalogue de Communication-Jeunesse que dans deux librairies - Renaud-Bray et Hugo - qui en avaient un certain nombre à l'intention de leur clientèle. Pourtant, Communication-Jeunesse a adressé un exemplaire de *100 livres pour nous, 100 livres à nous* à toutes les librairies agréées du Québec leur suggérant de faire venir le nombre d'exemplaires dont elles avaient besoin. Soulignons que ce catalogue est gratuit grâce à une subvention du Conseil des Arts du Canada.

Peut-être qu'au moment de mon appel, tous les catalogues étaient déjà épuisés en librairie. Je voudrais bien le croire, mais plusieurs parmi les personnes qui m'ont répondu ont dit ne pas être au courant de cette publication ou en avoir vaguement entendu parler.

Cette situation s'explique d'autant plus mal que de l'avis même de la présidente de l'Association des libraires du Québec, Mme Louise Fortier, ce catalogue de Communication-Jeunesse, la première initiative québécoise du genre, constitue un outil de travail extraordinaire pour le libraire.

"Auparavant, dit-elle, on connaissait assez mal la production québécoise et on ne savait pas où s'adresser pour commander les livres d'ici. Maintenant, il n'y a plus d'excuse."

"Ce catalogue sélectif de Communication-Jeunesse, note la coordonnatrice du projet, Mme Henriette Major, est un effort pour essayer de compenser les difficultés dans le domaine de la distribution. Nous l'avons fait pour le public en général, mais en pensant en particulier aux problèmes des libraires."

A la fin du catalogue, on trouve non seulement un index des auteurs et des illustrateurs, mais aussi des maisons d'édition et de distribution ainsi que leurs adresses.

Le libraire sait maintenant ce qui existe et où il peut se le procurer, mais ça ne règle pas entièrement son problème, surtout s'il est un petit libraire ne disposant pas d'un personnel nombreux et si, par surcroît, il n'a pas trop envie de faire d'effort pour promouvoir le livre québécois.

L'un des grands problèmes de la commercialisation du livre d'ici est en effet celui de la distribution et des nombreuses sources d'approvisionnement. Quand l'idée du catalogue de

Communication-Jeunesse a été lancée, le directeur de Périodica, M. Benoît Baril, s'est livré à une petite étude qui montre bien l'acuité du problème.

Au moment de la première sélection, 311 livres ont été retenus qui représentaient 45 éditeurs et 42 sources d'approvisionnement. Si on ne tient compte que du choix final, donc des 100 titres de ce catalogue sélectif, cela veut dire 21 éditeurs et 17 maisons de distribution.

En d'autres mots, un libraire qui voudrait avoir tous les livres indiqués dans le catalogue devrait entreprendre des démarches auprès de 17 fournisseurs. Ce qui signifie autant d'appels téléphoniques ou de lettres pour placer la commande, de factures, de réceptions de colis et de paiements à la fin du mois. Toutes ces démarches constituent un sérieux handicap, particulièrement pour le petit libraire, alors que pour la production européenne, les choses sont beaucoup plus simples.

Il y a en effet des agences de distribution comme Socadis, le groupe Gallimard, le groupe Flammarion, le groupe Bordas-Dunod qui représentent à eux quatre plusieurs centaines d'éditeurs et des milliers de titres. Ainsi, par exemple, d'une seule source, le groupe Bordas-Dunod, 40 000 titres sont disponibles venant d'au-delà de 75 éditeurs.

Non seulement les démarches se trouvent ainsi facilitées, mais ces agences font une publicité agressive, ont des représentants qui font le tour des librairies, voient ce qu'il y a sur les tablettes et prennent les commandes. Nos éditeurs ne disposent pas de ces moyens.

Sans être une excuse, cette situation explique le comportement de nos libraires les moins motivés. C'est en effet demander à des commerçants - car un libraire est un commerçant et il faut que ses affaires marchent - de faire des efforts inouïs pour avoir constamment dans son magasin les 100 titres de notre meilleure production du livre québécois pour la jeunesse.

Pour Benoît Baril, comme pour plusieurs autres dans ce domaine, la solution est du côté d'un regroupement, de la mise sur pied d'un réseau de distribution, mais aucune de nos maisons d'édition n'est capable de prendre l'initiative d'améliorer la situation pour l'ensemble.

"Je ne veux pas que l'Etat prenne la chose en main, dit-il, mais qu'il favorise l'organisation d'une structure qui soit au service de l'ensemble des petits et moyens éditeurs. Il faudrait que ce soit aussi facile pour un libraire de vendre des livres canadiens pour la jeunesse que ça l'est de vendre des livres français et belges. Aucun libraire n'a de problème avec la production européenne parce qu'il est en constante relation avec les sources de distribution qui sont peu nombreuses.



Libraires	Titres des livres			
	<i>Le loup, l'oiseau et le violoncelle</i>	<i>Le Wapiti</i>	<i>Emilie, la baignoire à pattes</i>	<i>Le triste dragon</i>
Librairie Garneau, complexe Desjardins	NON	NON	NON	NON
Librairie Le Sagittaire, Place Longueuil	NON	NON	NON	NON
Librairie Gutenberg, rue Saint-Denis	NON	NON	NON	NON
Librairie Leméac, rue Laurier (ouest)	NON	OUI	NON	OUI
Librairie Hugo, centre commercial Wilderton, rue Van Horne	NON	OUI	OUI	OUI
Librairie Renaud-Bray, chemin de la Côte-des-Neiges	OUI	OUI	OUI	OUI
Librairie Bertrand, Place Ville-Marie	NON	NON	NON	NON
Librairie Monet, rue de Salaberry	OUI	OUI	OUI	NON
Librairie Pointe-aux-Trembles, rue Notre-Dame (est)	NON	NON	NON	NON
Librairie Du Scorpion, centre commercial Langelier	NON	NON	NON	NON

“Nous ne sommes pas sortis du bois”, affirme M. Baril qui, même après le sommet socio-économique sur les industries culturelles de décembre dernier, n’entrevoit aucune solution rapide. Ce problème de la distribution ne se limite pas qu’au livre pour la jeunesse : il est celui de tout le fonds québécois de la production littéraire, mais il est encore plus aigu pour le premier. Il se double, en outre, d’un autre problème : celui des remises accordées par l’éditeur au libraire. Celles-ci sont beaucoup plus importantes pour le livre européen que pour le livre canadien.

Parmi les autres situations qui empêchent le livre d’ici d’être rentable, la présidente de Communication-Jeunesse, Mme Cécile Gagnon, note l’absence d’une politique d’achat des livres d’ici dans les écoles et les bibliothèques municipales.

Les participants au sommet socio-économique sur les industries culturelles ont identifié, parmi les facteurs qui contribuent le plus à rendre inaccessibles à la fois l’écrivain et le livre, les politiques pédagogiques du ministère de l’Éducation qui ne favorisent nullement le contact de l’écrivain et l’utilisation du livre chez les jeunes (rapport des ateliers, 5 décembre 1978).

Pour promouvoir et développer le goût de la lecture chez les jeunes, ils ont recommandé que le ministère de l’Éducation maintienne et intensifie le développement des services de biblio-

thèques élémentaires et secondaires en leur assurant un personnel qualifié, en leur accordant les budgets nécessaires au développement et à la diffusion des collections pour la jeunesse et en accordant une priorité à l’acquisition et à la diffusion de la production québécoise pour la jeunesse.

Ils ont également réclamé que les bibliothèques scolaires fermées au cours des dernières années soient rouvertes pour répondre à ces objectifs et que le ministère de l’Éducation revienne à sa politique de distribution de livres comme prix de fin d’année.

Où en sont ces recommandations ? Il est encore trop tôt pour le savoir, mais on peut toutefois affirmer qu’il y a actuellement, au ministère de l’Éducation, une volonté d’agir.

Le service des programmes est à mettre au point un guide pédagogique de l’utilisation de la littérature enfantine en classe de français au primaire, guide en trois parties dont l’une est une sélection critique de livres québécois pour la jeunesse accompagnée de suggestions d’activités pédagogiques.

Ce fascicule, remarque Michelle Provost, agent de développement au service des programmes, aidera les enseignants non seulement à connaître le livre québécois pour enfant, mais à l’utiliser en classe. Un des grands problèmes, c’est que les enseignants ne connaissent pas le livre de jeunesse d’ici.



Ce guide sera dans les écoles en septembre prochain : il accompagnera le nouveau programme de français. C'est la première fois qu'une équipe travaille spécifiquement à un corpus québécois du livre pour enfant.

Mentionnons en outre la parution, dans la livraison d'août-septembre 1978 d'*Informeq*, publication du ministère de l'Éducation, d'une directive concernant l'achat de livres de lecture pour les écoles primaires. "Il ne faudrait pas, peut-on lire à l'article 3.6, exclure de nos tablettes les productions françaises d'origine internationale, mais nous croyons pertinent d'encourager la production québécoise. Le livre québécois a l'avantage de présenter un univers plus proche de la réalité vécue par l'enfant."

Ce plan de développement de l'enseignement des langues pour l'année scolaire 1978-1979, volet du français, qui s'applique à toutes les écoles primaires de 250 élèves et moins, prévoit pour l'achat de livres de lecture des montants de \$1 000 pour les écoles de 200 à 250 élèves; \$700 pour les écoles de 100 à 200 élèves et \$500 pour les écoles de moins de 100 élèves. De ce million, note Michelle Provost, il reste environ \$50 000; 170 commissions scolaires se sont prévaluées de ce budget. D'autres budgets sont prévus pour l'achat de livres de lecture au primaire et au secondaire, mais ils ne sont pas encore votés par le Conseil du trésor.

Ce n'est pas encore l'idéal souhaité, mais au niveau des écoles, c'est en bonne voie, affirme cet agent de développement.

Du côté du ministère des Affaires culturelles, il y a également plusieurs projets dans l'air. Le directeur du service de l'aide à la publication, M. Rolland Sasseville, révèle en effet que, pour l'Année internationale de l'enfant, le ministère prévoit une vaste campagne de promotion du livre québécois pour la jeunesse qui impliquera Communication-Jeunesse, l'Association pour l'avancement des sciences et des techniques de la documentation et l'Association des libraires du Québec.

Ce projet d'envergure, prévu pour le printemps et qui s'étalera sur une période de huit semaines, utilisera le réseau des bibliothèques publiques et scolaires. Une troupe de théâtre se promènera à travers toutes les régions du Québec pour présenter, en collaboration avec les bibliothèques publiques de l'endroit, dans des écoles désignées, les principaux personnages de nos livres pour la jeunesse. Pour appuyer cette campagne, le MAC distribuera des milliers d'affiches représentant ces mêmes personnages.

On profitera également de l'occasion pour susciter des visites d'auteurs dans le plus d'endroits possible - librairies, écoles, bibliothèques, à la radio et à la télévision - pour les faire connaître des enfants d'abord, mais aussi du grand public.

Le budget pour cette campagne de promotion est d'environ \$130 000. Des sommes d'argent sont également prévues pour

l'achat massif de livres québécois pour la jeunesse destinés aux bibliothèques publiques.

Le ministère étudie un autre programme qui permettrait d'aider à la publication de quatre ouvrages de littérature de jeunesse choisis par voie de jury parmi les meilleurs. On ne connaît pas encore la date de ce concours, mais cela devrait se faire au cours de 1979-1980.

Mentionnons enfin que, pour la première fois, le MAC participera à la foire internationale du livre d'enfant tenue à Bologne.

Parmi les organismes qui travaillent à la promotion du livre pour la jeunesse, il ne faut pas négliger le travail fait depuis plus de trois ans par Le livre d'ici.

Ce dernier publie, chaque semaine, de Montréal, une page d'information de la production littéraire québécoise destinée aux journaux hebdomadaires de la province, aux bibliothèques publiques, aux libraires agréés, aux commissions scolaires, aux cégeps et autres. Il prépare également une émission hebdomadaire de radio de 15 minutes. On y fait état des parutions nouvelles aussi bien du livre pour adulte que pour enfant. Cet organisme, sans but lucratif, est financé par le Conseil des Arts du Canada.

Celui-ci, depuis deux ans, a donné un sérieux coup de barre pour promouvoir la littérature pour la jeunesse.

"A l'intérieur de nos programmes d'aide à l'édition, note M. Luc Jutras, du service des lettres et de l'édition, nous y avons consacré, en 1977-1978, \$95 000 et, en 1978-1979, une somme équivalente. De ces montants, \$45 000 par année environ sont allés au Québec. Ces argents ont été répartis entre les éditeurs intéressés à promouvoir et à favoriser l'édition de livres de jeunesse : 10 à 15 titres ont pu en bénéficier. On ne peut le dire de façon précise, les statistiques officielles n'étant pas encore disponibles."

Communication-Jeunesse a reçu, en 1978, à diverses têtes de chapitre, plusieurs subventions du Conseil des Arts, soit plus de \$41 000.

"Si nous voulons avoir des lecteurs, il faut commencer par les jeunes. Nous sommes très sympathiques à l'action menée par Communication-Jeunesse", note M. Jutras.

Ce tour d'horizon, forcément incomplet, décourageant et encourageant tout à la fois, permet tout de même d'entrevoir la fin du tunnel. Tant d'efforts conjugués ne peuvent rester vains. "Je suis optimiste, confie Luc Jutras. Il s'agit d'avoir la collaboration de tout le monde, ce qui n'est jamais très facile, mais ça commence à bouger." □