

Concurrence déloyale : y a-t-il un loup dans la bergerie ?

Jean-François Crépeau

Numéro 157, printemps 2015

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/73546ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Lettres québécoises inc.

ISSN

0382-084X (imprimé)

1923-239X (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Crépeau, J.-F. (2015). Concurrence déloyale : y a-t-il un loup dans la bergerie ? *Lettres québécoises*, (157), 59–59.

Concurrence déloyale : y a-t-il un loup dans la bergerie ?

Connaissez-vous la revue *Les libraires*, le bimestriel des Librairies indépendantes du Québec (LIQ) créé en 1998 ? Ah ! non. Alors, c'est que vous ne fréquentez pas une des librairies du groupe – 90 au Québec, dans les Maritimes et en Ontario francophone – ou une des nombreuses bibliothèques publiques où on la trouve. Cela sans parler de revue. *leslibraires.ca*, un magazine numérique qui renouvelle constamment son contenu fait d'actualité, d'entrevues, de chroniques, de dossiers, etc. ; on y trouve également la version PDF de la revue.

D'hier à aujourd'hui

J'achète, depuis toujours, des livres dans une librairie. Adolescent, c'était à la Librairie René Martin, à Joliette. Aujourd'hui, c'est à la Librairie Moderne, à Saint-Jean-sur-Richelieu. J'aime le contact avec les libraires dont la profession me semble aussi menacée que les marsouins du Saint-Laurent. Ce sont généralement des gens de bons conseils, bien que tous n'aient pas l'expérience d'une Françoise Careil, l'érudite propriétaire de la Librairie du Square, une des LIQ.

Je suis ainsi devenu un fidèle lecteur de la revue *Les libraires*. J'ai suivi l'évolution de ce périodique dont l'éditeur a, petit à petit, bonifié le contenu, notamment en confiant des chroniques régulières à des professionnels tels Laurent Laplante, Stanley Péan, Elsa Pépin ou Robert Lévesque. Il a également ouvert ses pages aux libraires eux-mêmes, entre autres par la rubrique « Les libraires craquent », de brefs commentaires de lecture. On a aussi peaufiné sa présentation, tant la qualité du papier que le graphisme.

Une chose n'a cependant pas changé : *Les libraires* est toujours gratuit.

Le commerce du livre

Depuis la fondation de cette revue, le milieu du livre a connu une terrible débâcle. Cela a eu pour effet que plusieurs petites librairies ont fermé leurs portes. Pendant ce temps, les grandes surfaces vendent au rabais, et Amazon et ses semblables ne cessent de gruger des parts du marché. Hélas, rien n'annonce des lendemains plus heureux pour le commerce du livre.

Mise en valeur et promotion

Un autre joueur souffre aussi de précarité, presque d'indigence : les revues littéraires. Il faut se rappeler que la Société de développement des périodiques culturels québécois, la SODEP, compte six membres ayant pour principale mission de traiter de littérature. *Lettres québécoises* est l'une d'entre elles, la seule entièrement consacrée au corpus québécois et francophone hors Québec.

À une époque révolue, ces revues pouvaient compter sur un soutien plus important des divers paliers de gouvernement, sous forme d'appuis directs ou indirects. Des décisions politiques des dernières années, interventions sur lesquelles nous n'avons aucun contrôle,

ont eu des effets inquiétants, voire dévastateurs pour certains magazines.

On nous reproche parfois d'être des quêtés patentés, jamais satisfaits de ce que nous recevons, qui en demandent toujours plus. Pourtant, je ne connais pas d'éditeur de revue culturelle qui ait fait fortune, le vrai bonheur étant qu'à la fin de l'année la colonne des revenus et celle des dépenses s'équilibrent.

À la réduction du soutien de l'État s'est ajoutée la chute dramatique des ventes de publicités, première source de financement. Cette situation, décriée par les grands médias, est encore plus dévastatrice pour les petits joueurs dont nous sommes. Nul besoin d'être un économiste pour constater que les budgets consacrés à la publicité des entreprises, quel que soit le commerce, rétrécissent comme peau de chagrin.

Il est ainsi facile de comprendre qu'un éditeur ou un distributeur sollicité pour promouvoir ses auteurs et ses livres ne pense pas à l'écosystème culturel ou à la protection de l'environnement de l'institution littéraire dont il est aussi partie prenante. Ils pensent rentabilité, qui les en blâmerait.

La bergerie, le loup

Pourtant, je crois qu'il y a là un problème qui ressemble à un loup dans la bergerie où logent les revues littéraires, dont *Lettres québécoises*.

Ce loup que nous aimons, même s'il ressemble à s'y méprendre à la mère-grand du *Chaperon rouge*, a pour nom... *Les libraires*.

Ce magazine estime, sur son site Internet, que son « tirage moyen atteint 35 000 exemplaires par numéro, tandis que plus de 15 000 téléchargements sont effectués ». Ce sont là des résultats qui font envie. Je conçois que des éditeurs et des distributeurs considèrent que cela représente une concentration importante d'éventuels lecteurs et c'est pourquoi certains ont choisi de consacrer une large part de leur budget de publicité à la revue *Les libraires*.

Libre marché ?

Nous vivons dans une économie de marché où la concurrence est vive. Je me demande si les gens de la revue *Les libraires* réalisent qu'ils ont une longueur d'avance sur les autres périodiques culturels, d'abord parce que leur publication n'est pas vendue, mais gratuite ; puis, parce qu'elle profite d'un vaste réseau de distribution ; enfin, parce que les Librairies indépendantes, que la revue représente, sont des partenaires commerciaux des éditeurs et des distributeurs.

Puis il y a de la voix pour faire connaître le livre et la littérature, mieux c'est. Alors, loin de moi l'idée de vouloir nuire aux LIQ et à leur revue. Je cherche uniquement un moyen de coexistence entre un magazine qui est d'abord un outil de marketing et des revues dont la mission est la défense et l'illustration de la littérature et du livre.

Et si on adoptait une mesure semblable au prix unique, mort au feuilleton pour cause d'élections ? On le sait, les éditeurs reçoivent des subventions des deux paliers de gouvernement. Pourquoi alors l'État n'établit-elle pas une exigence concernant les dépenses publicitaires, au Québec du moins ? Par exemple, que 25 % des sommes allouées à ce poste budgétaire aillent aux revues culturelles, membres de la SODEP. L'intérêt du pourcentage réside dans le fait qu'on modalise les montants à payer en fonction des subventions accordées aux éditeurs. Les jeunes maisons d'édition, peu subventionnées par rapport aux anciennes, paieront ainsi moins puisque leurs dépenses en publicité sont souvent minimales, alors que les mieux nanties devront déboursier plus.

Qu'en dites-vous ? Le débat est ouvert...

jfcrepeau@lettresquebecoises.qc.ca