

Lettres québécoises
La revue de l'actualité littéraire



Deux paris pour une éditrice

Sébastien Lavoie

Number 146, Summer 2012

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/66620ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Lettres québécoises inc.

ISSN

0382-084X (print)

1923-239X (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Lavoie, S. (2012). Deux paris pour une éditrice. *Lettres québécoises*, (146), 58–59.

Deux paris pour une éditrice

Il y a à peine onze ans que Les Allusifs se sont installés dans notre paysage littéraire ; onze ans déjà qu'une certaine idée reçue qu'entretenait le monde de l'édition d'ici a volé en éclats.

Le pari était pour le moins audacieux, suicidaire même. Et double : faire de la novella et faire de la traduction.

Voilà longtemps que la francophonie tout entière se demande ce qu'elle a contre la nouvelle, un genre peu pratiqué et carrément déconsidéré. Peu d'auteurs osent s'afficher comme novellistes, la plupart ne s'y adonnant qu'en début de carrière, pratiquant le genre en dilettantes en attendant d'être mûrs pour écrire de « vrais » livres, des romans. Les Anglo-Saxons n'ont pas du tout le même rapport à ce genre littéraire, et c'est tant mieux pour eux...

Cette répulsion est si profondément ancrée en nous que ce n'est pas le qualificatif de « novella » (jugé trop proche du mot « nouvelle ») que Brigitte Bouchard a mis de l'avant en fondant sa maison d'édition, mais plutôt celui de « roman court ». Il s'agit cependant bien de la même chose.

Origines

On ne peut parler de destin pour décrire le parcours de Brigitte Bouchard. Née dans les années 1960 dans le Bas-du-Fleuve (ses parents y possédaient une auberge), elle est arrivée à Montréal dans la vingtaine afin de faire des études en langues (ah !, quand même...) qu'elle ne terminera jamais. Son premier emploi dans le monde de l'édition a été celui d'attachée de presse pour Les éditions de la courte échelle. C'est en travaillant ensuite à titre d'éditrice à Libre Expression qu'elle a senti naître en elle le dur désir de se lancer dans l'édition.

Elle devait, avant de prendre cette décision, pratiquer l'art du compromis, déchirée entre ses élans naturels et la nécessité de composer avec une ligne éditoriale qu'elle ne partageait pas entièrement, devant défendre des livres auxquels elle ne croyait pas totalement et, donc, envoyer de laconiques lettres de refus à des auteurs qui auraient dû connaître un meilleur sort.

Fonder sa propre maison d'édition est certes un projet emballant, mais comment arriver à se démarquer dans ce marché de l'édition hypersaturé ? se demandait alors Brigitte Bouchard ; que pouvait-elle apporter de neuf à ce milieu ? C'est alors que se révèle à elle une affection particulière pour les romans courts. *Aurélien*, *Clara*, *Mademoiselle et le Lieutenant anglais* d'Anne Hébert, *L'étranger* de Camus, les œuvres du japonais Yasunari Kawabata qui disait, voyez-vous ça, faire des « romans allusifs »...

Elle travaille aux 400 coups quand elle ouvre son jeu à André Marois, qui lui répond en lui faisant parvenir *Tête de pioche*, une œuvre refusée ailleurs parce que jugée trop courte. Le temps de le dire, elle réunit des textes de Vilma Fuentes, de Pan Bouyoucas et de Tecia Werbowski et elle fonde Les Allusifs.



BRIGITTE BOUCHARD

Le cinquième roman à y paraître marquera un tournant. Il s'agit du sombre et lyrique *Du mercure sous la langue*, de Sylvain Trudel (qui a par ailleurs une influence déterminante, aux yeux de l'éditrice, sur la politique éditoriale de la maison d'édition). Ce livre ouvre à Brigitte Bouchard les portes de la France d'une manière pour le moins inusitée. Avant la parution de celui-ci, elle avait déjà fait des démarches afin de trouver un distributeur en France, mais ceux qu'elle avait approchés l'avaient rejetée comme une mauvaise chiffonnière. Un jour, elle reçoit un coup de téléphone de la journaliste littéraire Martine Laval, qui officiait alors à *Télérama*. Celle-ci avait été emballée par sa lecture et voulait à tout prix réaliser un entretien avec l'écrivain Trudel.

« Ne vous donnez pas cette peine, lui a répondu en substance l'éditrice, mes livres ne sont pas distribués dans votre pays. » La journaliste ne s'est pas laissé démonter et a entrepris de mettre en contact Brigitte Bouchard avec un distributeur français, Alterdis. Une fois l'article publié dans *Télérama*, la carrière française des Allusifs était lancée et le succès de Sylvain Trudel est, encore à ce jour, le plus grand succès de l'éditeur (*ex aequo*, dirons-nous, avec *Cochon d'Allemand* de Knud Romer). Depuis, presque chaque parution fait les manchettes françaises, que ce soit dans *Libération*, *Le Monde* ou *Les Inrockuptibles*. Les Allusifs réalisent 80 % de leur chiffre d'affaires dans l'Hexagone.

Traductions très fidèles

Si le premier pari des Allusifs était audacieux, le second tenait du suicide : se livrer à des traductions. Brigitte Bouchard ne savait apparemment pas que le centre du monde francophone est Paris et que, dans la tête de tous les francophones, un auteur étranger doit être validé impérativement par la Ville lumière s'il veut trouver un écho ailleurs... Ce dont Brigitte Bouchard était consciente, cependant, c'était du peu d'intérêt des Québécois pour les auteurs d'ailleurs (autres que français et états-uniens, bien sûr). C'est un manque de curiosité qu'elle entendait attaquer de front. Et, de fait, son catalogue compte près de 80 % de traductions.

Celles-ci ne sont jamais des traductions de l'anglais, la course aux auteurs anglo-saxons comptant déjà trop de joueurs, trop de gros joueurs, mais elle pêche aux quatre coins de l'Occident avec une affection particulière pour les auteurs hispanophones, serbes et pour ceux de l'Europe du Nord. Interrogée sur son parti pris pro-occidental, elle m'a avoué avoir bon espoir de faire quelques percées du côté chinois. À suivre, donc.

Mais, pratiquement, comment trouve-t-elle ces perles rares qui se retrouvent dans son catalogue ? Comment sait-elle que ce livre serbe convient à sa ligne éditoriale, puisqu'elle ne parle pas le serbe ? Tout d'abord, cette tête chercheuse voyage énormément, visite plusieurs salons du livre. Au fil du temps, elle a tissé des liens avec d'autres éditeurs qui viennent ponctuellement lui faire des propositions ; les traducteurs auxquels s'est attachée la maison font les leurs, les auteurs découverts (Brigitte Bouchard cite particulièrement Roberto

LES ALLUSIFS

Bolaño) parlent à leur tour de leurs découvertes et les agents littéraires ne manquent pas de se manifester. Quand l'un d'eux réussit à titiller Brigitte Bouchard, elle commande une traduction d'une vingtaine de pages, puis donne son feu vert, s'il y a lieu.

Les Allusifs travaillent beaucoup sur leurs traductions, Brigitte Bouchard n'hésitant pas parfois à requérir les services de deux artisans pour que le travail soit jugé satisfaisant. Et le Québec n'étant pas si grand que cela, elle doit parfois faire appel à son carnet européen pour trouver des personnes compétentes. Ainsi, pour continuer avec l'exemple serbe, elle n'a jamais trouvé ici quiconque capable d'effectuer le travail. Et ce n'est pas faute d'avoir cherché.

Non, ce pays n'est pas pour les gagnantes

La traduction est donc le nerf de la guerre pour Les Allusifs, ce qui n'est pas pour lui faciliter l'existence. C'est qu'en ces terres les éditeurs ont besoin, pour surnager, d'un minimum d'aide de la part de l'État. Or, toute la structure de l'aide aux éditeurs est à l'évidence bâtie sur une prémisse voulant que ce que font nos auteurs et nos éditeurs est sans grand intérêt puisqu'il faut — sans égard à la qualité des œuvres produites — publier canadien pour être subventionné. Dans ce contexte, Les Allusifs se retrouvent avec un désavantage par rapport aux autres éditeurs nationaux et le pays se prive ainsi d'une contribution qui pourrait lézarder — certes bien timidement — le monopole de la métropole culturelle francophone sur les traductions. Disons que ce n'est pas demain la veille que je lirai une version française non argotique de *On the road*...

Il y a quelque chose de gênant à constater que ce ne sont que les États français et les pays originaires des auteurs qui appuient les efforts de traduction des Allusifs. Ce pays aura-t-il l'éditrice à l'usure? La dernière

collection inaugurée par la maison d'édition, qui porte sur les peurs, n'est ouverte qu'aux textes écrits directement en français...

L'essentiel, dans une entrevue, c'est de poser toutes les questions, surtout celles qui nous paraissent stupides: «J'ai entendu des gens dire que vous vous cachiez d'être Québécoise, que vous jugiez qu'en révélant aux Européens votre québécutude, vous admettriez une tare quelconque; que vous alliez jusqu'à ne pas mettre votre adresse dans vos livres afin de ne rien révéler...»

Brigitte Bouchard ne s'étonne pas de la question et commence par me répondre que l'adresse de sa maison d'édition, alors sa maison tout court, a déjà bel et bien été imprimée mais qu'elle a cessé la pratique après être tombée nez à nez avec des étrangers qui cherchaient les locaux des Allusifs près de sa chambre à coucher... Depuis, la native du Bas-du-Fleuve ferme ses portes à clé et utilise une case postale. Pour ce qui est du reste, rares sont les articles français du dossier de presse qui font l'impasse sur l'accent *canadien* de Brigitte Bouchard. Et sa nationalité lui donne une aura américanisée qui vaut à son regard d'être vu comme frais, dépoussiéré (ce qui est par ailleurs assez vrai...). De plus, elle note qu'être à la tête de la seule maison d'édition québécoise à avoir pignon sur rue à Paris lui a peut-être apporté ces amitiés solides et indéfectibles qu'elle revendique de l'autre côté de l'Atlantique; les éditeurs français étant à l'usage beaucoup plus amènes et serviables que leurs homologues québécois...

Depuis un peu plus d'un an, Brigitte Bouchard s'est libérée de l'emprise des chiffres (la commercialisation, la fabrication, la presse, la gestion et l'administration) en s'associant à Leméac afin de pouvoir se concentrer sur ce qu'elle aime et maîtrise le mieux, les lettres. Nul doute que les lectures inspirantes que Brigitte Bouchard continuera à nous proposer nous inciteront collectivement à nous dépasser.

«Nous taisons son nom comme un vilain secret de famille. C'est parce qu'il représente un épisode gênant et honteux de notre histoire, une sorte de défaite collective. [...] La mort de Pierre Laporte est une tache dans notre album de famille.»

Nathalie Petrowski,
La Presse,
12 octobre 2000

Jean-Charles Panneton
PIERRE LAPORTE

Sous la gouverne de Jos D. Bégin, le parti a été le premier à appliquer une démarche de marketing à sa propagande.

À l'aide de nombreux objets et documents de l'époque, chacune des élections entre 1936 et 1956 est examinée au regard de l'arsenal des stratégies et des moyens de communication.

Alain Lavigne
DUPLESSIS
PIÈCE MANQUANTE D'UNE LÉGENDE
L'invention du marketing politique

CES LIVRES SONT AUSSI DISPONIBLES EN FORMAT NUMÉRIQUE

SEPTENTRION . Q.C. CA
LA RÉFÉRENCE EN HISTOIRE AU QUÉBEC

Canada Council for the Arts / Conseil des Arts du Canada

Twitter Facebook