

Littérature

À la recherche d'entrepreneurs pour diffuser nos livres

Luc Comeau

Number 61, March 1991

Que vaut la création sans diffusion?

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/42432ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Les Éditions l'Interligne

ISSN

0227-227X (print)

1923-2381 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this document

Comeau, L. (1991). Littérature : à la recherche d'entrepreneurs pour diffuser nos livres. *Liaison*, (61), 32–34.



Photo : Jules Villemare

À la recherche d'entrepreneurs pour diffuser nos livres

propos recueillis par Luc Comeau

L'industrie du livre en Ontario français a fait de grands pas au cours des vingt dernières années, mais elle se bute toujours au défi de la diffusion. Malgré la qualité des œuvres publiées, la plupart d'entre elles sont lues par très peu de gens. La maison d'édition Prise de Parole, sise à Sudbury, a connu une croissance parallèle à celle de la production littéraire franco-ontarienne. Aujourd'hui, elle est bien établie mais doit relever un défi propre à toutes les maisons d'édition : celui de la diffusion de ses produits. À ce sujet, Denise Truax-Leith, directrice de Prise de Parole et ancienne rédactrice de LIAISON, répond aux questions du magazine culturel de l'Ontario français.

Liaison : Les livres publiés à Prise de Parole et ailleurs en Ontario français sont-ils diffusés en grand nombre?

denise : Oui et non. Il y a plusieurs marchés pour les livres d'une maison d'édition comme Prise de Parole. Mais le marché qui est le plus difficile à rejoindre, c'est celui de l'Ontario français. C'est plus facile de vendre nos livres au Québec parce qu'il y existe un réseau de distribution : des libraires, des points de vente plus structurés, ce qui n'est pas le cas en Ontario. C'est plus facile de trouver des livres de Prise de Parole à Montréal que n'importe où ailleurs, sauf à Ottawa.

Liaison : Circulent-ils vraiment auprès de la population franco-ontarienne?

denise : À cause de l'inexistence presque totale de points de vente en Ontario, c'est sûr que les livres de Prise de Parole ne circulent pas vraiment auprès de la population. Les gens de Kapuskasing ou de Welland ne peuvent pas songer à acheter nos livres parce qu'ils ne les voient nulle part. Par contre, il y a une partie de la population franco-ontarienne qui a un bon accès à nos livres : les élèves du secondaire. Notre réseau d'abonnés aide aussi, mais ce n'est pas non plus la réponse à tous nos pro-

blèmes. On ne peut pas s'attendre à ce que plus qu'un petit pourcentage soit abonné. De toute façon, c'est pas tout le monde qui veut lire tous nos livres. Il y en a qui préfèrent notre poésie, d'autres optent pour nos romans. On a donc des morceaux de notre marché, mais on est loin d'avoir accès à l'ensemble de notre marché.

Liaison : Est-ce que vous faites votre propre promotion et distribution?

denise : On fait en général notre promotion et mise en marché, mais on ne fait pas notre distribution. On a un distributeur pour le marché scolaire, soit le Centre franco-ontarien de ressources pédagogiques à Ottawa, et un autre pour le marché des libraires au Québec, incluant la région d'Ottawa. C'est cependant nous qui identifions les différents marchés pour chacun de nos titres, puis nous prenons les moyens pour nous assurer que le livre en question va rejoindre ces marchés : publicité, émissions, critiques ou chroniqueurs. Cette responsabilité nous incombe, mais nous n'avons malheureusement pas encore quelqu'un à temps plein pour s'en occuper.

Liaison : Pourrait-on envisager un Ontario français où il y aurait plus de points de vente?

denise : Je pense qu'on devrait les avoir. Je trouve anormal que Sudbury, avec son pourcentage de francophones, n'ait pas de librairie. Diverses initiatives ont été tentées dans le passé, mais je ne sais pas vraiment pourquoi elles n'ont pas réussi. Ce que je sais, par contre, c'est que si les gens ne voient pas les livres, ils ne les achèteront pas. Pour qu'un point de vente marche, il faut que les gens aient l'habitude régulière de s'y rendre pour bouquiner. C'est comme ça que les gens achètent des livres.

Pour pallier à ce problème, il va falloir doter l'Ontario français d'un ensemble de points de vente. Il faudrait peut-être jumeler les points de vente du livre, du disque et de la vidéo. Ça prendrait des

entrepreneurs franco-ontariens qui voudraient mettre sur pied ce genre de points de vente. Ça pourrait marcher, pas la première ou la deuxième année, mais probablement la troisième ou la quatrième année, parce qu'on part de zéro. Les gens ne sont pas habitués à consommer des produits culturels francophones, que ce soit du Québec, d'ici ou d'ailleurs.

Liaison : S'il y avait des librairies un peu partout en Ontario, est-ce que les francophones les fréquenteraient?

denise : Oui. Il y a sûrement un 10, 15 ou 20 % de la population qui automatiquement s'y rendrait à toutes les semaines ou quinze jours. Pour d'autres, ça prendrait plus de temps. Il faudrait développer l'habitude. Moi, j'ai vécu à Ottawa et je sais ce que c'est que d'aller se promener dans une librairie une fois par semaine pour vérifier les nouveautés et faire des choix. J'ai encore des livres que je n'ai pas encore lu tellement j'aime bouquiner.

Liaison : Est-ce que Prise de Parole a une stratégie d'ensemble pour augmenter le taux de diffusion de ses ouvrages?

denise : On a plutôt plusieurs stratégies parce que la diffusion n'est pas une seule entité. Chacun des livres a un ensemble de marchés, donc une stratégie d'ensemble consiste à individualiser notre mise en marché et de la pousser davantage. Pour les livres qui sont davantage « grand public », on songe à faire quelque chose qui a été peu fait à Prise de Parole jusqu'ici, soit des tournées d'auteurs.

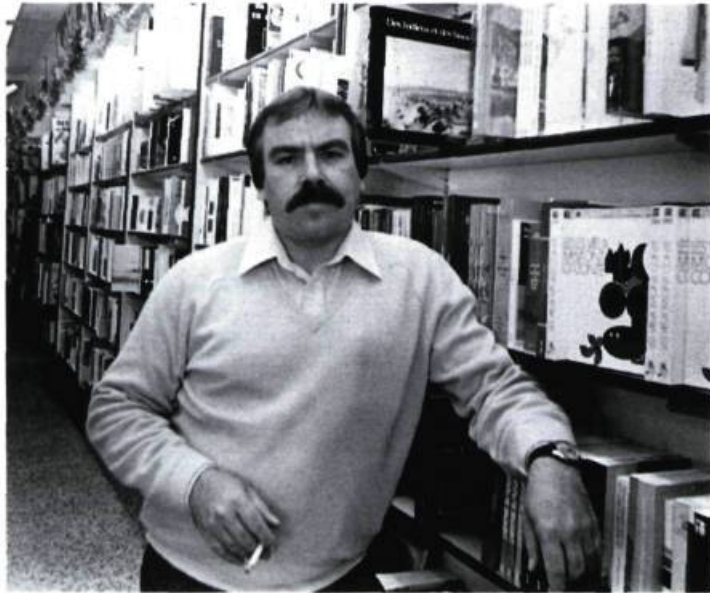
Liaison : Quels sont les marchés les plus prometteurs pour la littérature franco-ontarienne?

denise : On n'a pas encore assez de statistiques. On sait qu'on vend beaucoup sur le marché scolaire franco-ontarien, mais c'est quoi beaucoup? On s'est donné comme projet de comptabiliser les ventes pour chaque marché, et même en fonction du temps de parution, afin de connaître la courbe de vente dans les premiers six mois et de

On s'est donné une voix mais on ne l'entend pas. La parole est là, mais faute de canaux, elle ne se rend pas.

déterminer le nombre de ventes nécessaires pour entraîner un effet multiplicateur. Pour le moment, on n'a pas l'information qui permet de voir à quel point on perce les marchés. On n'a pas encore assez joué du coude pour déterminer si on atteint les limites d'un marché.

Liaison : Parmi la population franco-ontarienne qui lit régulièrement et qui fréquente des librairies, quel potentiel existe-t-il pour Prise de Parole?



Pierre Lévesque dans sa Librairie Trillium à Ottawa

denise : Difficile à chiffrer. Chose certaine, si on compte 15% de cette population, on ne peut pas prétendre que c'est avec ça qu'on va assurer un avenir financier. C'est important de rejoindre ces gens-là, c'est important de faire connaître les auteurs qu'on publie aussi largement que possible. On vise donc l'ensemble des marchés et la tâche serait plus facile s'il y avait un réseau de librairies en Ontario. Pour le moment, les maisons littéraires sont un peu des bâtisseurs et des éditeurs. Bâtisseurs de conscience face à l'importance des points de vente, mais cela dépasse notre champ de compétence. On souhaite vivement voir des points de vente, mais on ne peut pas les créer nous-mêmes. Par contre, on peut lancer l'idée assez de fois pour qu'un entrepreneur la saisisse. On reste pris dans une espèce de vacuum; c'est plus facile d'augmenter les ventes au Québec qu'en Ontario en ce moment.

Liaison : Est-ce que cette situation est comparable à celle des autres produits culturels en Ontario?

denise : Oui. On a autant de difficultés que le Théâtre du Nouvel-Ontario, par exemple. Eux aussi sont des bâtisseurs. Ils n'ont pas de salle de spectacle et nous n'avons pas de points de vente. De part et d'autre, nous n'avons pas de réseau de médias provinciaux pour faire parler de nos produits culturels. Nous avons le même problème de société, c'est-à-dire l'accès de cette société à un ensemble d'éléments qui va la nourrir. Je suis originaire de Sturgeon Falls, où on n'a jamais eu de librairie et peu de spectacles; ça fait vingt ans que je suis partie de Sturgeon et c'est toujours pareil. Ceux qui se retrouvent à Sturgeon aujourd'hui et qui ont 20 ans sont dans la même situation. Il n'y a pas plus de possibilités de diffusion. On a fait un pas en avant, il est vrai, puisqu'il existe une littérature et un théâtre, mais les gens qui grandissent en Ontario aujourd'hui ne sont pas vraiment plus conscients de cela et ça ne les touche pas beaucoup plus que dans mon temps lorsque théâtre et littérature d'ici n'existaient à peu près pas.

On s'est donné une voix mais on ne l'entend pas. La parole est là, mais faute de canaux, elle ne se rend pas. Vu la situation particulière des Franco-Ontariennes et des Franco-Ontariens, vu leur petit nombre, vu leur manque de structure de réseaux et d'achat, la communication ne se fait pas. On a autant de misère à rejoindre la population que la population a de la misère à entendre parler de nous.

Liaison : Est-ce que ce même problème se reproduit dans les autres communautés franco-phones hors Québec?

denise : Oui. Exception faite de l'Acadie du Nouveau-Brunswick, qui a l'avantage d'avoir une population plus concentrée, c'est difficile partout. Tout le monde vit les mêmes problèmes, à des degrés différents cependant.

Liaison : Comment alors envisager l'avenir de la diffusion et de la mise en marché des livres franco-ontariens?

denise : L'avenir de la littérature est assuré en ce sens que l'Ontario français a maintenant un corpus littéraire, des auteurs, des manuscrits en grand nombre. Toutefois, je ne suis pas très optimiste en ce qui concerne les prochaines années. Au niveau du marché et de

la viabilité des petites maisons d'éditions au Canada, ce n'est pas rose. Le contexte économique actuel est très difficile et, pour la première fois, les livres sont désormais taxés avec la TPS. Je crois que ça va prendre toute notre énergie et nos nouvelles percées pour nous maintenir à flots au cours des prochaines années.

Liaison : Est-ce que Prise de Parole est rentabilisable?

denise : On entreprend présentement un questionnement fondamental, non pas pour abandonner la mission littéraire de Prise de Parole, bien au contraire, mais pour chercher la clef de l'épanouissement... et il semble bien qu'elle réside dans la production de manuels scolaires. La réflexion vise à agrandir la maison pour qu'elle ait deux volets. On a publié des manuels scolaires au cours des dix dernières années et on pense à structurer davantage ce secteur-là, en se disant que les revenus sont plus grands dans ce secteur et que cela nous permettra à long terme de maintenir une production littéraire.

Liaison : La question de la rentabilisation semble préoccupante dans le contexte économique, politique et constitutionnel incertain qui prévaut à l'heure actuelle. Si jamais le financement des arts au Canada était réduit, est-ce que Prise de Parole pourrait tenir le coup?

denise : Non, probablement pas. Pas plus que la plupart des maisons d'édition au Canada. L'édition canadienne est subventionnée au déficit par titre. Il est entendu que si on publie de la littérature au Canada, dont la destination première est le marché canadien, que ce soit en anglais ou en français, on le fait à déficit. C'est un acquis du marché canadien. Par contre, on se perçoit comme une entreprise, sachant bien qu'on est dans la *business* de la littérature. C'est important pour nous qu'un livre soit le meilleur possible, qu'il coûte le moins cher possible, qu'on fasse la mise en marché la plus agressive possible et qu'on augmente nos ventes. Dans ce sens-là, notre obligation est la même que n'importe quelle autre *business*. Sauf qu'on travaille, comme beaucoup d'autres, dans une industrie où il n'y a pas de profit à faire. C'est une industrie qui est importante pour l'âme, donc il faut le faire et on va continuer à le faire.