

Regroupement des éditeurs **Vers une plus grande visibilité québécoise**

Paul-François Sylvestre

Number 64, November 1991

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/42487ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Les Éditions l'Interligne

ISSN

0227-227X (print)

1923-2381 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Sylvestre, P.-F. (1991). Regroupement des éditeurs : vers une plus grande visibilité québécoise. *Liaison*, (64), 9–9.

Regroupement des éditeurs

Vers une plus grande visibilité québécoise

par Paul-François Sylvestre

Il existe, dans les communautés francophones hors Québec, pas moins de onze éditeurs de livres et cinq éditeurs de périodiques. Individuellement, aucun éditeur a les moyens d'étendre son marché au vaste public québécois. Pourtant, le Québec jouit d'habitudes de consommation littéraire et d'infra-structures commerciales solidement établies qui en font un débouché capital pour n'importe quel éditeur franco-canadien.

Face à cette situation, le Regroupement des éditeurs acadiens et canadiens-français a commandé une étude qui les invite à engager une action concertée en vue d'accroître significativement leur présence et leur visibilité sur le marché québécois. Une entrée en force sur ce marché est jusqu'à ce jour demeurée une affaire plus ponctuelle (selon les titres qui s'y prêtaient) que stratégique (selon un plan de commercialisation). Il n'en reste pas moins que, dans le cas de deux ou trois éditeurs, le Québec assure déjà entre 40 et 50 % de leurs ventes auprès du grand public. Un tel acquis repose en partie sur des présences aux salons du livre québécois, sur des tournées promotionnelles et sur des efforts publicitaires.

«Le chiffre d'affaires des éditeurs canadiens-français et acadiens, pour les années 1989-1990 et 1990-1991, démontre une nette augmentation qui, bien sûr, n'est pas entièrement imputable aux projets de promotion conjoints entrepris par les membres du

Regroupement, mais qui témoigne sans contredit de l'impact de ces initiatives», selon Denise Truax-Leith, directrice générale des éditions *Prise de Parole*, à Sudbury. Et la voix de la concertation semble encore la meilleure à suivre. D'où la proposition faite par le Regroupement au Programme d'aide au développement de l'industrie de l'édition, du ministère des Communications du Canada.

Cette proposition, pour laquelle le Regroupement a obtenu une subvention de 26 400 \$, s'appuie sur la nécessité de concentrer toute stratégie autour d'une cible bien particulière, soit le milieu des professionnels québécois du livre: libraires et acheteurs institutionnels. Un projet d'action bien précis a été défini; il s'élabore autour de trois axes. Il s'agit d'abord d'établir une représentation directe des maisons d'édition au Québec, puis de nouer des liens plus étroits avec les professionnels et les différents intervenants du milieu de l'édition québécoise et, enfin, de coordonner une opération promotionnelle du type «grand public» pour appuyer la distribution du produit acadien et canadien-français au Québec.

Certains éditeurs sont déjà représentés à titre individuel au Québec: les Éditions d'Acadie avec *Prologue*, les éditions *Prise de Parole* avec *Raffin*, les Éditions du *Vermillon* et les Éditions du *Blé* avec *Québec Livres* et la revue *LIAISON* avec *Diffusion Parallèle*. Mais dans chaque cas, l'éditeur représente une

miette dans l'assiette du diffuseur. Ce qui est désormais prévu, c'est l'embauche d'un représentant attiré pour une période d'un an, le temps de faire au moins trois tournées pour promouvoir les nouveautés des éditeurs, de même que leur fonds général.

Quant aux rencontres avec les professionnels du livre au Québec, il est prévu d'en tenir une à Montréal, à Québec et dans l'Outaouais pour réunir, autour des éditeurs franco-canadiens, les libraires, les acheteurs institutionnels, les diffuseurs et les représentants des médias. Occasion rêvée pour présenter la production littéraire de l'heure et établir des liens avec toute une gamme d'intervenants peu souvent en contact avec l'édition acadienne, franco-ontarienne, fransaskoise ou franco-manitobaine.

Enfin, l'opération promotionnelle pourrait prendre la forme d'une Semaine de l'édition hors Québec. Concrètement, il s'agirait d'une vaste campagne de visibilité publique avec une trentaine de joueurs clés parmi les libraires et les bibliothèques. On songe déjà à des concours de vitrines, des séances de signatures, des lancements, des affiches, des signets et des achats publicitaires collectifs.

Tous ces éléments du projet coopératif des éditeurs acadiens et canadiens-français convergent pour consolider leurs liens avec les professionnels québécois du livre et pour assurer à ce partenariat une base plus qualitative et plus durable.



Illustration : Jonathan Leduc