

# Le marketing sera le nerf de la guerre

Marie-Élisabeth Brunet

Number 118, Spring 2003

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/41366ac>

[See table of contents](#)

---

## Publisher(s)

Les Éditions l'Interligne

## ISSN

0227-227X (print)

1923-2381 (digital)

[Explore this journal](#)

---

## Cite this article

Brunet, M.-É. (2003). Le marketing sera le nerf de la guerre. *Liaison*, (118), 28–30.

# Le marketing sera le nerf de la guerre

Marie-Élisabeth Brunet

**En 2002**, les six maisons d'édition à vocation générale de l'Ontario français ont publié une soixantaine d'ouvrages. Depuis dix ans, les collections se sont multipliées; les genres et les auteurs aussi. Le travail d'édition a gagné en qualité et en professionnalisme. Et chaque maison compte maintenant des auteurs bien établis qui lui servent de carte de visite auprès non seulement des lecteurs et des acheteurs, mais aussi d'une relève qui s'annonce prometteuse.

Que réserve donc l'avenir? L'édition peut-elle continuer de se développer à ce rythme fulgurant? Dans l'ensemble, les maisons d'édition répondent que non : la vitesse de croisière est atteinte. Les années qui viennent serviront à consolider les acquis, surtout par une mise en marché plus agressive et mieux ciblée.

Attention! Consolider ne veut pas dire s'asseoir sur ses lauriers. Chez Prise de parole, la doyenne de nos maisons d'édition, denise truax est toujours à la recherche de nouveaux auteurs : «Il faut penser que des auteurs établis comme Jean Marc Dalpé, Robert Dickson ou Patrice Desbiens ne l'étaient pas du tout quand nous avons publié leurs premiers textes. Pour que la maison continue d'évoluer, il est essentiel que nous missions sur de nouvelles voix.» Les Éditions du Nordir ont créé la collection «Actes premiers» à l'intention de jeunes auteurs qui n'ont jamais publié; et l'on cherche à élargir les comités de lecture pour s'ouvrir à d'autres styles et d'autres propos. Aux Éditions du Vermillon et à L'Interligne, on compte développer les créneaux enfants et jeunesse. Pour sa part, Yvon Malette des Éditions David parle de «donner du muscle aux collections existantes» et d'installer son entreprise dans un nouvel espace physique au centre-ville d'Ottawa.

L'innovation continuera donc d'être au rendez-vous. La qualité aussi, car tous les éditeurs sans exception parlent de l'importance d'accompagner chacun de leurs auteurs, de faire une révision rigoureuse, de soigner le graphisme et la production, bref de conserver une dimension artisanale pour que chaque ouvrage ait son cachet propre et atteigne un niveau maximal de qualité. Donc, à ce chapitre, on se propose de mieux faire ce qu'on fait déjà bien.

C'est plutôt dans la mise en marché que tous les éditeurs, sans exception, comptent investir des

efforts supplémentaires au cours des prochaines années. «Le marketing, c'est le nerf de la guerre», soutient Alain Baudot des Éditions du GREF. «Nous avons de bons produits; il y en a beaucoup et pour tous les goûts; il faut les porter aux lecteurs.»

Le défi est de taille. Les points de vente en Ontario sont pratiquement inexistants; percer le marché québécois ou, pis encore, le marché européen, demande des ressources humaines et financières considérables.

## Poursuivre les initiatives communes

Dans un premier temps, on mise beaucoup sur les initiatives que mène le Regroupement des éditeurs canadiens-français. Si certains questionnent le rapport coûts/retombées du catalogue *Livres, disques, etc.*, tous sont d'avis que ce projet collectif commence à donner des résultats tangibles. «*Livres, disques* fait du bon travail, soutient Jacques Flamand. Le Vermillon vend presque autant par l'entremise de ce catalogue que par les libraires du Québec.»

«Nous sommes parfois impatients, renchérit Stefan Psenak de L'Interligne. Il faut aller au bout de telles initiatives et ne pas tirer nos conclusions après seulement un an ou deux.»

Le projet de distribution au Québec par l'entremise de Prologue fait moins l'unanimité. «Ça nous coûte cher de placer nos livres chez Prologue (le forfait est de 425 \$ par ouvrage, peu importe le genre) et comme il n'y a qu'un seul agent de distribution, la promotion auprès des libraires est insuffisante», soutient Jacques Flamand qui aimerait voir le Regroupement assumer lui-même un rôle de distributeur. C'est d'ailleurs dans le but de suppléer quelque peu les lacunes du système de distribution au Québec que Le Vermillon a, depuis un an, une attachée de presse à Montréal.

Par contre, tous les éditeurs sont d'avis que les stands communs dans le cadre des salons du livre, notamment celui de Montréal, leur donnent une visibilité et un rayonnement qu'ils ne pourraient avoir chacun de leur côté. «Il ne faut pas tout mesurer en fonction du volume des ventes, estime Yvon Malette. C'est important d'être présents et de projeter une image de succès.»



Autre initiative applaudie par les éditeurs : le Prix des lecteurs de Radio-Canada, qui en est à sa troisième année. «Ce beau projet donne aux éditeurs et aux auteurs une importante couverture médiatique, développe notre lectorat, influence les achats des bibliothèques et a des retombées importantes sur nos ventes», affirme Stefan Psenak. Comme l'ensemble de ses collègues, il souhaiterait voir les médias de l'Ontario français jouer un plus grand rôle dans la promotion de la littérature franco-ontarienne.

### Percer grâce au marché scolaire

C'est d'ailleurs en Ontario que les éditeurs croient avoir les meilleures chances de faire des percées importantes. «Notre premier lectorat est en Ontario et c'est ici qu'il faut se donner une base solide», affirme Robert Yergeau du Nordir. Selon lui, la première cible d'un marketing plus agressif doit être le marché scolaire. «La littérature ne peut survivre si elle n'est pas prise en charge par son environnement scolaire. Sauf quelques exceptions, les livres de nos auteurs ne sont pas aux programmes d'études des écoles secondaires. Le personnel enseignant ne les connaît pas! Il nous faut intervenir auprès du ministère de l'Éducation, des conseils scolaires, même des facultés d'éducation car tout passe par l'école.»

Mêmes propos aux Éditions David, où l'on vient de lancer la collection «Voix didactiques» dont les deux premiers titres sont des outils pédagogiques pour faire connaître les auteurs Hélène Brodeur et Daniel Marchildon et au GREF, où Alain Baudot fait valoir que si la littérature d'ici figurait davantage aux programmes d'études, on verrait émerger une vraie critique, élément essentiel au développement d'une littérature. «Il n'y a pas de doute que le marché scolaire peut être une importante source de revenus stables pour une maison d'édition, ajoute Denise Truax, mais ce n'est pas facile d'y accéder quand les budgets des écoles ne cessent de rétrécir.»

Les réseaux de bibliothèques sont aussi une cible pour les éditeurs qui souhaiteraient notamment que les bibliothèques ontariennes soient tenues d'acheter les œuvres d'auteurs franco-ontariens.

### Atteindre de nouveaux lecteurs

Côté grand public, les éditeurs estiment essentiel d'élargir leur lectorat au cours des prochaines années. «Si on arrivait à créer 1 000 ou 2 000 lecteurs réguliers de plus en Ontario, ça aurait de l'impact», fait valoir Stefan Psenak d'Interligne. Mis à part les projets collectifs comme le catalogue *Livres, disques, etc.*, les éditeurs se proposent



affiches, **illustrations**, dépliants, catalogues, **rapports annuels**, cartes d'affaires, conception visuelle **logotypes**, papeterie, revues...

...misez créativité.

conception  
graphique

Patricia Charest Mugwaneza,  
illustratrice-graphiste de GRImage



**grimage**

255, chemin Montréal, pièce 203  
Ottawa (Ontario) K1L 6C4  
grimage@franco.ca  
Tél. : **613.745.2322**, poste 5

Un service offert par  
Théâtre Action





d'explorer plusieurs pistes. Le GREF, par exemple, s'apprête à lancer un site Web interactif où il sera possible non seulement de commander en ligne, mais aussi d'accéder à certains livres en entier. «Dans le domaine du livre, les ventes par Internet sont une voie à développer, estime Alain Baudot. Je crois qu'en offrant certains livres de façon virtuelle, on peut faire acheter des livres réels.» Jacques Flamand fait valoir l'importance de cibler de façon très pointue les lecteurs potentiels de chaque livre. «Cela peut vouloir dire se rendre dans une résidence pour personnes âgées afin de présenter un livre qui pourrait les intéresser. Évidemment, ça demande beaucoup de temps.» De son côté, Yvon Malette privilégie les activités d'animation culturelle pour développer et fidéliser le lectorat. C'est à cette fin qu'il organise les camps littéraires David, dont les prochains auront lieu à Ottawa et à Saint-Boniface, et qu'il invite annuellement les francophones de partout au Canada à soumettre des poèmes haïkus sur un thème donné qu'il réunit ensuite dans un recueil.

Au-delà du marché québécois où le livre franco-ontarien perce encore difficilement, certains éditeurs lorgnent le marché européen. «Il faudrait être plus présents en Europe», soutient Denise Truax en soulignant que les maisons d'ici publient depuis quelques années des auteurs de l'ensemble

de la Francophonie, dont certains ont des racines ou des contacts en France, en Belgique, en Suisse. Un point de vue que ne partagent pas tous les éditeurs. «Même le Québec se casse la gueule en cherchant à percer en France, affirme Robert Yergeau. Moi, je ne mettrais pas beaucoup d'œufs dans ce panier-là.»

«Il ne faut pas se faire d'illusions, nous n'avons pas accès aux réseaux de distribution européens», ajoute Yvon Malette qui voit cependant la coédition comme un moyen d'étendre le rayonnement des livres franco-ontariens au Québec et en Europe.

Finalement, c'est avec un optimisme mesuré que les éditeurs franco-ontariens envisagent l'avenir. Selon eux, la relève est au rendez-vous et la qualité des ouvrages va continuer de croître. Mais tous s'attendent à ce que leur travail demeure tout aussi exigeant. «Rien n'est jamais acquis pour un petit éditeur, conclut Jacques Flamand. On aimerait avoir de grands moyens, mais on doit plutôt tenter de faire converger de petits moyens et, surtout, avoir la foi.»

## ASSOCIATION

des AUTEURES et AUTEURS de L'ONTARIO FRANÇAIS

## Rencontres littéraires - Programmation 2003

Pour plus d'information sur les rencontres : <http://francoculture.ca/aaof>

Le 5 février 2003, Ottawa  
**Yves Breton, Michel Gaulin,  
Maurice Henrie, Michèle Matteau**

Le 8 mars 2003, Ottawa  
Centre Richelieu de Vanier, 16 h à 17 h  
Lors de la Journée internationale des femmes  
En partenariat avec le RéSAFF  
**Marguerite Andersen, Lucie Joubert**

Le 15 mars 2003, Toronto  
110, The Esplanade, 19 h  
En partenariat avec la SET  
**Marguerite Andersen, Jean M. Fahmy,  
Claudette Gravel, Aristote Kavungu,  
Lélia Young, Mireille Desjarlais-Heyneman,  
Claire Martin**

Le 16 mars 2003, Guelph  
Librairie Bookshelf, 14 h  
**Marguerite Andersen, Antonio D'Alfonso,  
Arash Mohtashami-Maali, Nathalie Stephens**

Le 28 mars 2003, Gatineau (secteur Hull)  
Dans le cadre du Salon du livre de l'Outaouais  
16 h 15

En partenariat avec le Prix des lecteurs  
Radio-Canada  
**Michèle Matteau, Pierre Léon,  
Danièle Vallée, Aurélie Resch**

Le 23 avril 2003, Ottawa  
Lors de la Journée mondiale du livre, 19 h  
**Alain Fraser, Richard Poulin et Nancy Vickers**

Le 23 avril 2003, Sudbury  
TNO, 20 h  
Lors de la Journée mondiale du livre  
Avec Prise de parole  
**Michel Dallaire, Laurette Lévy,  
Melchior Mbonimpa, Isabel Vaillancourt**

Le 7 juin 2003, Ottawa  
La Nouvelle Scène, 19 h  
Dans le cadre de notre AGA  
**Daniel Marchildon, Jean-François Somain,  
Sylvie Tessier et Jean-Louis Trudel**

Le 6 octobre 2003, Ottawa, 19 h  
**Nicole V. Champeau, Andrée Christensen,  
Margaret Michèle Cook, Jacques Poirier,  
Jacques Flamand**

Le 1<sup>er</sup> novembre 2003, Ottawa  
Centre national des arts, 19 h  
Dans le cadre du Gala des 15 ans de l'AAOF  
**Marie Laberge**, conférencière invitée

(Il y a des coûts pour certaines activités.)

Pour renseignements et réservations : (613) 744-0902



Nous tenons à remercier nos partenaires de l'appui accordé à ces rencontres :



Conseil des Arts  
du Canada

Canada Council  
for the Arts



Fondation  
franco-ontarienne



Programme  
canadien



Canadian  
Heritage

Canada



Ottawa



LA FONDATION  
TRILLIUM  
DE L'ONTARIO



Ontario

Ministère  
des Culture

présenté