

Liaison

Liaison
La revue des arts | Acadie | Ontario | Ouest

Édito Mot du directeur

Arash Mohtashami-Maali

Number 124, Fall 2004

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/41114ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Les Éditions l'Interligne

ISSN

0227-227X (print)

1923-2381 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this document

Mohtashami-Maali, A. (2004). Édito : mot du directeur. *Liaison*, (124), 5–6.

Tous droits réservés © Les Éditions l'Interligne, 2004

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

<https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/>

érudit

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

<https://www.erudit.org/en/>

VOICI DÉJÀ L'AUTOMNE, c'est le début de la saison froide et pour vous donner un avant-goût de notre bel hiver, je vais vous faire prendre une douche froide.

C'est aussi la rentrée scolaire, la rentrée littéraire, le début de la saison théâtrale, de la saison des concerts et de la musique et de tout ce à quoi nous tenons. Oui, une autre année de production pour nous tous, pour vous tous, artistes et artisans. Une autre année aussi pour vous, lecteurs, spectateurs, mélomanes, amateurs de peinture. Et encore une fois, tous ceux et celles qui préparent cette rentrée doivent regarder droit devant eux et ne voir que... l'incertitude. Nous sommes en face d'une réalité amère : la mondialisation. Ce phénomène impose une loi unique : celle du marché. Or, les arts et la culture sont devenus des biens de consommation dans un marché de la culture déjà saturé par les produits et les sous-produits américains ou ceux des multinationales. Comme vous le savez, notre cinéma et notre musique ont été les premières victimes de l'invasion barbare : ils ont été conquis, battus et sont devenus, à notre grand regret, un élément du folklore canadien. Depuis, quelques années, les grands de ce monde s'attaquent massivement au marché de la littérature et du livre. Ce marché plus ancien, plus traditionnel, plus protégé par sa particularité : les lecteurs.

Au Canada, cela a débuté avec la mise en place des librairies *supermarchés*, des chaînes comme Chapters qui, en très peu de temps, ont étouffé les librairies indépendantes. Les *hypermarchés* du livre, où l'on nous vend les livres vedettes, les livres écrits par les *stars*, des livres qui n'ont rien à voir avec la littérature, comme les biographies de gens célèbres et/ou populaires, considèrent le livre et la littérature comme tout autre produit. Ainsi les librairies, ces lieux qui, à une époque pas si lointaine, étaient des lieux de découverte, des lieux presque mythiques où nous allions à la rencontre du monde du savoir, à la rencontre du rêve, sont devenus de simples galeries où l'on peut très bien vous vendre un savon parfumé ou un livre, où un T.S. Eliot côtoie la dernière biographie de la maîtresse d'un président quelconque ou d'un acteur. Et les livres mis en vedette ne sont plus le dernier Gabriel Garcia Marquez ou l'œuvre complète de Gabrielle Roy, mais les livres que nous avons l'habitude d'acheter dans les kiosques des gares et des stations de bus ou ceux dont on parle — très exceptionnellement — à la télévision (trop souvent, parce que l'auteur est télégénique) ou à la radio, parce que son éditeur, un gros éditeur, a une machine promotionnelle redoutable et que... tout le monde en parle.

Les livres qu'on nomme les *vendeurs lents* (les recueils de poésie, de nouvelles, les premiers romans, les essais, etc.) autrement dit les bons livres, sont relégués aux oubliettes. Le lecteur est souvent amené à les commander. Parfois, il faut même commander les livres qui viennent juste de sortir des presses. L'idée dominante de vente

rapide, de rentabilité croissante fait que les *vendeurs lents* ne trouvent pas preneurs, d'autant plus que l'espace chez les libraires (surtout chez les indépendants) est limité. Il faut mettre en vitrine la biographie de la vedette qui a fait la une des médias pendant une semaine. Et dans un marché aussi féroce, que se passe-t-il si vous publiez en Ontario, ou ailleurs au Canada français ? Si un lecteur commande chez les *sur-libraires* (comme les surhommes qui se moquent des problèmes des simples mortels), il arrive très souvent que le commis vous dise que le livre est épuisé parce qu'il n'a pas envie de le commander. C'est tellement plus facile de frapper à la porte des grands distributeurs, tels que Barnes & Nobles, ou d'un concurrent européen. D'autant plus que le libraire peut les obtenir avec rapidité, avec un rabais et une marge de profit plus grands (les *mégalibrairies* appartiennent en général aux *mégaéditeurs* qui ont leurs *mégadistributeurs*) que pour les autres livres. Ces derniers sont considérés aussi, par la chaîne de distribution du livre, comme des produits de consommation parmi d'autres, mais moins intéressants parce que moins « payants » ; ils sont ainsi ignorés. Et puis, ne croyez pas que si vous publiez chez les *méga*, on trouvera votre livre dans toutes les vitrines... Êtes-vous une star ? Avez-vous croisé le chemin d'une vedette ? Parlez-vous d'un sujet à la mode ? Les mégas publient un grand nombre de livres qui, tout d'abord, leur permet de saturer le marché et de priver la concurrence de l'espace disponible et ensuite, très rapidement d'éliminer les livres lents. Le livre aux yeux de ces compagnies ultra rentables est pareil à un litre de lait : il a une date de péremption. Si un éditeur indépendant recycle de temps à autre et à des dates très éloignées ses livres (4 à 5 ans après la parution d'un titre qui *n'a pas marché*), chez les grands de ce monde, cette période peut se rétrécir sans scrupule à quelques mois.

Une réalité à ne jamais oublier

Est-il vraiment terminé le temps des librairies, le temps des éditeurs indépendants qui donnaient la chance aux jeunes auteurs, aux nouveaux auteurs et faisaient profiter le monde de ces découvertes ? Les éditeurs indépendants sont en danger constant. Leurs produits ont du mal à trouver leur place sur les étagères des librairies et à garder cette place assez longtemps pour que le livre puisse faire son chemin. Ou tout au plus, ils iront chez certains libraires indépendants, encore amoureux du livre. Mais les supermarchés du livre ne leur sont pas accessibles. Comment un petit éditeur peut-il se battre avec ses petits tirages, sa petite production, contre le billet vert, contre des éditeurs multinationaux, capables de rentabiliser la production d'un livre sur cinq continents et de l'imposer partout, dans leur propre réseau de distribution et de librairies ?

La politique américaine de vente de livres est tellement compétitive, leurs prix de vente tellement bas

qu'il coûte moins cher d'acheter la version anglaise d'un classique français ! Si les grands éditeurs européens peuvent, sur le marché canadien, baisser le prix des livres et l'aligner sur le prix américain, les éditeurs indépendants n'en sont pas capables.

À cela, ajoutez que si les mégapoles de la littérature sont capables de passer les frontières grâce à la mondialisation et à l'ouverture économique d'un grand nombre de pays, y compris le Canada, les petites maisons d'édition ont du mal à traverser la rue et à avoir leurs livres chez le libraire d'en face. N'oublions pas un autre problème qui n'est pas abordé dans cet article : au Canada, le protectionnisme provincial est tellement bien ancré que les habitants vivant des deux côtés des frontières provinciales sont capables de s'ignorer totalement. Et je ne parle même pas de livres, de théâtre ou de musique ou d'aucun autre bien de consommation artistique ou culturel. Combien de bières québécoises trouve-t-on en Ontario ? Et vice versa. En guise d'exemple plus artistique, combien d'auteurs francophones de la ville d'Ottawa sont reconnus par l'Association des auteurs et auteures de l'Outaouais ? Aucun.

Le marché du livre

Le marché du livre francophone au Canada se situe à Montréal. Vous le savez tout aussi bien que moi. Un marché cependant fermé où règnent les livres américains (comme partout au monde), les livres français et ceux des grandes maisons d'édition québécoises telles que Boréal. Que reste-t-il d'espace pour les éditeurs canadiens-français ? Ou pour les petites maisons d'édition régionales ? Presque rien.

Dans les autres provinces où la population francophone est dispersée, le nombre de libraires est restreint, le réseau de distribution inexistant ou déficient. Les distributeurs ne s'intéressent pas aux petits marchés... le rendement l'exige. Les ventes des maisons d'édition sont minimales et nous avons tous de grandes difficultés à faire valoir la qualité de notre production. Nous avons des auteurs talentueux, nous avons de bons livres qui ont du mal à attirer l'attention des lecteurs. Nos livres sont passés sous silence par les médias. Nos journalistes (même à Radio-Canada) ne parlent que des grands succès. Si les éditeurs étaient un peu paranoïaques, ils se mettraient tous à croire qu'il s'agit là d'un complot... !

Nous pouvons baisser les bras et nous dire que cela ne vaut pas la peine de continuer, mais avec notre départ, ce serait la fin de la littérature dans notre région, ce serait réduire au silence nos auteurs.

Temps à la réflexion

Que faut-il dire ? Que faut-il faire ? Bien des choses ont été entreprises. Les éditeurs canadiens-français ont formé un regroupement. Un groupe de quatorze maisons d'édition a pu obtenir le concours d'un distributeur convenable. Nous avons pu occuper un certain marché au Québec, mais aussi dans notre province (par l'entremise des réseaux parallèles tels que le catalogue *Livres et disques, etc.* Les maisons d'édition, les unes après les autres, se sont mises en question, et ont bâti au fil des années des collections superbes (voir l'article sur Yvon

Malette). Nous avons su, au fil des ans, mettre sur pied un dynamisme fonctionnel autour des structures solidement installées et que nous devons garder en place. D'autres initiatives telles que les prix littéraires ont été créées : certaines ont connu un plus grand succès que d'autres (voir la réflexion de Johanne Melançon sur les prix littéraires à la page), des campagnes de sensibilisation de la population, de la promotion, des salons du livre au quatre coins du Canada français et en Ontario (voir l'article sur le Salon du livre de Sudbury). Les choses changent, les choses bougent, le monde littéraire est encore vivant. Il faut simplement s'assurer qu'il continue de respirer, qu'il continue de vivre et de grandir, au voisinage des géants du marché de la littérature mondiale qui ont un caractère de tigre.

Maintenant, je peux fermer le robinet de l'eau froide (après tout, elle n'était pas si froide, vous êtes déjà pas mal au courant de ce qui se passe) et vous pouvez aller prendre un bon petit livre d'un auteur franco-ontarien, l'ouvrir et le lire au coin du feu. Ça va vous réchauffer le cœur, celui de l'auteur, celui de son éditeur et de tous ceux qui ont travaillé pour que le livre soit entre vos mains. Oui, tout ce qu'il y a à faire, c'est d'acheter les livres de vos compatriotes, les livres produits à côté de chez vous et pour vous. Un simple geste pour dire non à l'uniformisation, non à l'invasion. Et oui, à nos créateurs, à nos auteurs. C'est la rentrée littéraire, c'est le moment de lire et chez nous, la lecture est un engagement : celui d'utiliser sa langue, celui de la chérir, celui de la développer.



La nouvelle formule des dossiers

Le comité de rédaction de la revue a décidé de changer la formule de nos dossiers. À présent, chaque dossier est confié à une seule personne qui aura plus d'espace pour aborder une question. Cela lui permettra de faire une meilleure analyse et d'approfondir le sujet.

Dans ce numéro, Jean Malavoy, qui a longuement œuvré dans le domaine culturel et artistique dans notre province, propose un dossier sur les artisans de la culture et des arts. Une réflexion de fond sur les conditions de vie de ces gens passionnés qui travaillent derrière la scène, dans les coulisses, dans les bureaux des maisons d'édition pour vous offrir le produit final : un spectacle, un livre, un CD de musique.

Dans un numéro précédent de *Liaison*, nous avons déjà peint le portrait d'un grand nombre de ceux qu'on appelle simplement des techniciens ; dans ce numéro, vous est offert la réflexion d'un homme qui a vécu lui-même, et avec une grande passion, l'administration de différents organismes culturels et artistiques.

Bonne lecture

Arash MOHTASHAMI-MAALI

Abonnez-vous, soutenez la seule revue des arts en Ontario français.