

Un salon au carrefour

Dominique Denis

Number 125, Winter 2004–2005

Le jardin d'hiver

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/41184ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Les Éditions l'Interligne

ISSN

0227-227X (print)

1923-2381 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Denis, D. (2004). Un salon au carrefour. *Liaison*, (125), 29–30.

Un salon

AU CARREFOUR

Dominique DENIS

RAREMENT L'ÉCART ENTRE LA COUPE à moitié vide et la coupe à moitié pleine a-t-il été aussi flagrant, même pour le Salon du livre de Toronto, sans doute l'événement le plus compliqué d'une scène culturelle franco-ontarienne où rien n'est simple.

À ma gauche, les divers intervenants (écrivains, clients, journalistes, universitaires et même plusieurs exposants) trahissaient un malaise palpable, certains confiant leurs frustrations « *off the record* », par un réflexe d'autodéfense, compréhensible dans ce milieu contraint à l'inceste professionnel. Le consensus, en quelques mots ? Les temps changent, le Salon du livre de Toronto, lui, ne bouge pas, ni géographiquement ni philosophiquement. Du coup, il se condamne au déclin en s'aliénant une partie croissante de sa clientèle.

À ma droite, Alain Baudot, actuel président du salon, qui voyait cette douzième édition d'un tout autre œil, se disant « absolument enchanté » de la tournure des événements. Invoquant une augmentation de 5 % au niveau de l'affluence (chiffre à prendre avec un grain de sel, quand on connaît le caractère aléatoire de ce genre de calcul), il citait surtout les commentaires provenant d'un sondage réalisé auprès des exposants, lesquels semblent satisfaits à tous points de vue.

« C'est de loin le meilleur salon qu'on ait eu, à l'exception de celui de 2000 », confiait Baudot de son bureau du Collège Glendon, à Toronto. « C'est la première fois que je reçois autant de lettres et de courriels de gens disant qu'ils ont trouvé la programmation meilleure que d'habitude. Et certains exposants qui n'avaient que deux stands cette année veulent en prendre trois ou quatre l'an prochain. »

Mais, par un samedi après-midi trop tranquille, où même l'éminent polémiste Normand Lester se gargarisait de son *Livre noir du Canada anglais* devant à peine une quarantaine de personnes, plusieurs exposants y allaient d'un bémol. « Au niveau de l'achalandage, le salon de Toronto équivaut à celui de Sept-Îles », affirmait France Larochelle au kiosque du Groupe Guérin. « Mais il faut dire que les chiffres de vente ne représentent pas l'affluence. » Autre comparaison, plus cinglante, de l'auteur Jean-Louis Trudel : « Je vais au salon de Gatineau depuis des années : le samedi après-midi, ça se bouscule dans les allées. Ici, on pourrait faire du *roller blade* sans avoir à éviter trop de gens... »

En vérité, l'existence même du sondage mentionné plus haut a quelque chose d'encourageant, suggérant que sous sa façade monolithique, le principal rendez-vous de

la rentrée torontoise est prêt à ouvrir ses portes à la concertation. Reste à voir si une démarche similaire sera entreprise auprès des visiteurs du salon, dont la présence semble parfois prise pour acquis, et surtout si ces échanges se traduiront par des résolutions concrètes du conseil d'administration, qui doit se réunir le 11 novembre.

Si le Salon du livre de Toronto a réussi à produire douze bilans consécutifs sans déficit, tout en comptant sur ses propres revenus pour 51 % de son budget, c'est notamment parce qu'il a su canaliser la participation, l'enthousiasme – et les dollars ! – de la population scolaire, qui représente, rappelons-le, environ 75 % de sa clientèle. « Ils viennent par douzaines d'autobus, et dépensent beaucoup : plusieurs arrivent avec 50 \$ dans les poches », s'étonne Paul-François Sylvestre, responsable des communications du salon.

Mais ce succès, aussi réjouissant soit-il (surtout si l'on croit que ces visites parascolaires ont un effet de fidélisation), soulève une question cruciale : le Salon du livre de Toronto n'est-il pas en voie de se métamorphoser en salon de la jeunesse ? « Le salon est important pour les écoles, mais ça semble s'arrêter là », constate Pierre Fortier, membre du conseil d'administration et professeur d'histoire à la retraite. « Les universitaires ne se bousculent pas aux portes, loin de là. »

D'ailleurs, le seul endroit où il y a eu bousculade, c'est au Théâtre John Bassett du Palais des congrès, à l'occasion des spectacles du groupe Swing, qui a rassemblé environ 2 500 jeunes. Par contraste, les causeries et les tables rondes organisées au triste Café des littéraires attiraient une dizaine de spectateurs, en moyenne. En ce sens, il est clair que le Festival des écrivains, dont l'existence est la condition *sine qua non* des subventions gouvernementales, qui représentent la moitié du budget du salon, n'a pas le rayonnement souhaité. « Pourtant, même les ventes pour adultes ont augmenté cette année », rétorque Alain Baudot. « La perception est une chose, et il faut lutter contre ça, mais je vous jure que la réalité est différente. »

Parmi les échos captés au vol, celui qui revient le plus souvent – et avec le plus de véhémence – porte sur le site lui-même. « L'endroit est froid », estime France Larochelle. « Les gens viennent magasiner et s'en retournent à la maison, mais le Festival des écrivains ne semble pas atteindre le public ciblé. » Selon Rolande Smith, de la Société d'histoire de Toronto, la salle n'est guère propice aux échanges, hormis l'échange de devises. « Le lieu est trop vaste. Quand les écoles sont là, ça va, mais en fin de semaine, il faudrait un espace beaucoup plus intime. »

« Il faut recréer des liens avec la communauté des auteurs, les profs, bref, tout ce qui est littéraire, et élaborer un plan pour rejoindre les différents publics. »

– Martine Rheault

À en croire Alain Baudot, pourtant, les bibliophiles devront se résigner au *statu quo*. « On a tout essayé, mais le lieu choisi est absolument incontournable, autant du point de vue des exposants que pour le prestige du salon. Au début, mon rêve était d'amener le salon au campus du Collège Glendon, mais sur le plan logistique, c'est impossible. »

En revanche, d'autres aspects du salon sont ouverts à une remise en question. « Il faudra apprendre à solliciter la participation directe des différents intervenants culturels en Ontario », insiste Martine Rheault, du Collège Glendon. « Il faut recréer des liens avec la communauté des auteurs, les profs, bref, tout ce qui est littéraire, et élaborer un plan pour rejoindre les différents publics. »

Pour François Bergeron, éditeur associé de *L'Express* de Toronto, il est urgent que le salon renoue avec la pratique de sonder sa clientèle et d'encourager la concertation. « Mais pour ça, prévient-il, il ne faut pas avoir peur des critiques ! » Message reçu, concède Alain Baudot, qui reconnaît l'importance d'accroître le dialogue entre les divers acteurs culturels. « On a d'ailleurs commencé à travailler à partir de la base plutôt que du haut, et on le fera encore plus l'an prochain, je vous l'assure. »

Parmi les avenues à explorer, plusieurs évoquent la création d'un réseau des salons du livre franco-ontariens (Hearst, Sudbury et Toronto), à l'image du Folk Alliance, regroupement de festivals folk qui sert de lieu d'échange et de mise en commun des ressources. « Une union des salons serait une bonne idée, qui pourrait inclure, pourquoi pas, celui de Gatineau », reconnaît Baudot. « Je suis d'ailleurs en contact avec les autres salons, et on a déjà évoqué la possibilité de faire des jumelages. »

Plusieurs participants ont noté une autre lacune : l'absence quasi totale d'événements en-dehors des quatre jours que dure le salon. Pour fidéliser la clientèle et instaurer une véritable culture du livre douze mois par année, un travail à long terme s'impose. « Il faudrait créer un événement qui deviendrait une continuation du salon, des clubs de lecture en français, par exemple », propose Rolande Smith. « Ensuite, les gens viendraient au salon pour rencontrer les

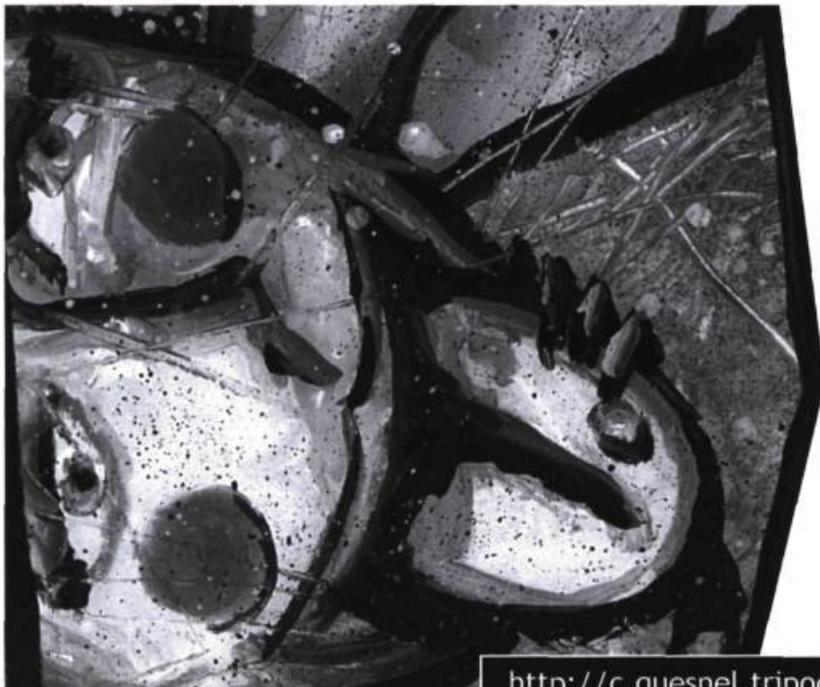
auteurs qu'ils ont lus. Il y aurait peut-être des liens à établir avec la Bibliothèque de Toronto. Dans ce sens, le Salon du livre deviendrait l'aboutissement de quelque chose qu'on a vu ou entendu au cours de l'année. »

Il est frappant de constater à quel point la population du grand Toronto est non seulement fidèle au rendez-vous des bouquins, mais qu'elle semble prête à investir temps et idées dans cet événement dont l'orientation a traditionnellement été déterminée à huis clos. « J'aimerais tellement que le salon du livre soit plus vivant ! » lance Erica de Smidt, qui s'est rendue au Palais des congrès avec son fils de dix ans. « Je veux bien contribuer, mais à quoi ça sert si ça n'aboutit pas à des changements positifs ? Ce serait intéressant d'obtenir les idées de toutes sortes de personnes qui veulent travailler main dans la main pour assurer l'épanouissement du salon. »

Alain Baudot est du même avis. « Je sais qu'il y a beaucoup de gens qui veulent travailler pour le salon. On va mettre en place un plan stratégique pour 2005, où différentes personnes seront responsables de différentes choses. » Une approche qui, l'espère-t-il, permettra d'attirer la clientèle cible pour chaque rendez-vous. « Une personne ou un groupe de personnes sera chargé de recruter du monde par le bouche à oreille, vers cet événement en particulier. »

Au-delà des divergences, désistements et autres désenchantements, il ne se trouve personne pour remettre en question le salon lui-même. Comme le soulignait Stéphane Gauthier dans les pages de *Liaison* au lendemain de l'édition 2003, le Salon du livre de Toronto est trop important pour qu'on le laisse décliner. Mais il faudra prendre son exécutif au mot, et voir à ce que l'édition 2005 soit à la hauteur de son potentiel – et des attentes d'un public dont la patience mérite d'être récompensée. ■

Chroniqueur musical depuis une douzaine d'années, Dominique Denis consacre sa matière grise à la rédaction de critiques hebdomadaires dans L'Express de Toronto, lorsqu'il n'anime pas Mélodie, une émission d'été sur les ondes de la Chaîne culturelle de Radio-Canada.



Christian
quesnel

bd | graphisme |
illustration