

Lettres québécoises
La revue de l'actualité littéraire



Salon du livre de Montréal
Les lettres célèbrent

Francine Bordeleau

Number 108, Winter 2002

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/37576ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Productions Valmont

ISSN

0382-084X (print)

1923-239X (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this document

Bordeleau, F. (2002). Salon du livre de Montréal : les lettres célèbrent. *Lettres québécoises*, (108), 10–11.

Salon du livre de Montréal : les lettres célèbrent

En 2002, sous la présidence d'honneur de l'écrivaine Dominique Demers, le Salon du livre de Montréal sonne son quart de siècle. Tout en déroulant le tapis rouge aux visiteurs, aux écrivains et aux exposants, les organisateurs profitent de l'anniversaire non pour souffler leurs bougies et savourer leurs lauriers, mais pour tourner leurs prochaines pages.

E N T R E V U E | FRANCINE BORDELEAU

« **L**E SALON DU LIVRE DE MONTRÉAL (SLM) FÊTE SES 25 ANS... sans interruption dans sa formule actuelle », souligne Francine Bois, la directrice générale de l'événement. Montréal avait un salon du livre dans les années cinquante, c'est entendu, comme le savent du reste les artisans et témoins de la petite et de la grande histoire de la littérature québécoise : un SLM première version. Quelques pauses plus tard, qui auront été parsemées d'inévitables essais et erreurs, l'événement redémarre sur les chapeaux de roues pour ensuite déménager à la Place Bonaventure où il semble installé à demeure. D'où cette naissance officielle décrétée en 1977. Voilà 25 ans, donc, qu'en novembre le SLM accueille un afflux croissant de visiteurs.

Au fil du temps, l'événement a fait sa marque, le désir d'un rapport direct avec la littérature et les écrivains s'est en effet accru, et l'un dans l'autre, en six jours, 122 000 personnes franchissaient en 2001 le portillon. C'est son record, et il est plus qu'honorable. Par rapport à 1978 et ses 40 000 visiteurs, l'affluence aura donc triplé. N'arrêtons pas là ces chiffres qui parfois prolongent si bien les lettres : toujours l'an dernier, la superficie de 20 000 m² du salon contenait 730 stands et pouvait se targuer de présenter en vitrine les titres de 1 200 éditeurs. Impossible, avec un aussi large éventail, de ne pas trouver livre à hauteur de son désir et de son regard, que celui-ci soit neuf ou exercé !

Bon, « le SLM n'est pas une mégalibrerie », insiste Francine Bois. De fait, l'événement ne veut pas concurrencer les nombreux libraires montréalais. « Une telle manifestation crée dans le milieu du livre une effervescence dont, autrement, il ne bénéficierait pas. Notre objectif est d'être un espace de promotion pour le livre, de faire parler des livres », poursuit la directrice générale.

De toute façon les livres parlent, et parlent d'autant mieux avec ces centaines d'écrivains d'ici et d'ailleurs qui, bon an, mal an, répondent à l'invitation

montréalaise. Écrivains, et *cætera*. Ainsi, pour son quart de siècle dont le slogan, « 25 ans au cœur du livre », fut finalement arrêté en septembre après quelques tergiversations, le SLM a lancé une perche outre-mer au Belge Julos Beaucarne, dont les mots ne déparent certes pas ceux de l'aréopage plus strictement littéraire.

« Vingt-cinq ans au cœur du livre », le slogan a d'autant plus de sens que le SLM se veut aussi, et est effectivement « lieu de rassemblement », dit M^{me} Bois. « Un salon doit être un travail de concertation sur tous les plans », ajoute-t-elle, et ici le mot n'est pas vain.

Concertation, collaboration, partenariat constituent de fait des points d'honneur et des réalités : la Bibliothèque de Montréal, nouvellement arrivée dans le décor du SLM, s'est engagée à plein dans la préparation des activités spéciales offertes à l'occasion du vingt-cinquième ; les libraires s'allient à

l'événement ; le conseil d'administration est représentatif de l'ensemble du milieu... Quant aux indispensables exposants (éditeurs et distributeurs), « ils sont d'une très grande fidélité », assure M^{me} Bois. Très grande, même, car toutes proportions gardées par ailleurs, le SLM a pu traverser sans coup férir la grave récession économique des années quatre-vingt-dix, récession qui affecta durement l'ensemble de l'industrie du livre.

Et tous adhèrent à un principe qui s'apparente à celui de la chaise musicale. Explication

pour qui ne serait pas familier avec la « cuisine »... de salon (qu'on la pardonne !) : chaque exposant revendique le meilleur emplacement pour son stand. La formule – sympathique – qu'a trouvée Montréal, en accord avec les éditeurs et les distributeurs considérés comme des partenaires, c'est que tout le monde change de place chaque année. Les petits éditeurs ne sont donc pas condamnés à briller dans l'ombre en fond de salle.



SÉBASTIEN BARANGÉ, FRANCINE BOIS, MARTINE VILLENEUVE,
SOPHIE LABELLE, MARIE-STÉPHANE BÉRUBÉ

Le SLM est d'ailleurs ainsi aménagé qu'en fond de salle, ça circule ! Se trouve là, par exemple, l'un des quatre lieux d'entrevues, ces lieux structurant la base spatiale de l'animation à la manière de points cardinaux d'où soufflerait l'esprit des mots.

La formule des animations a été inventée au Québec, précise à cet égard Francine Bois. Pour une simple et bonne raison : elle fait partie de nos ententes de subventions avec l'État, elle est la condition de la subvention octroyée aux salons du livre.

Cela afin que les salons ne se contentent pas de jouer aux mégalibreries.

Reste que la formule commence à séduire l'Europe, notamment la France comme de juste. L'Hexagone nous emprunte des concepts, nous sollicite... Ainsi le SLM s'est jumelé à la foire de Brive-La-Gaillarde à la demande des organisateurs de cette dernière, et non l'inverse. Le jumelage a duré une partie des années quatre-vingt-dix, et le public québécois a alors découvert le fameux « Train du livre » : des écrivains communient au foie gras et au vin paillé pendant les cinq heures du trajet Paris-Brive, en vertu sans doute d'une métaphore alimentaire éprouvée (nourritures du corps et de l'esprit). Gageons que, sans ce jumelage, la roborative et conviviale foire de Brive ne serait pas aussi notoire au Québec.

L'expérience, marquée notamment par divers échanges d'auteurs et la remise d'un prix conjoint, s'est avérée aussi stimulante que prenante. « Un jumelage réussi exige qu'on s'y investisse considérablement. Or l'événement se déroulait à une date très proche du nôtre, et nous avons dû mettre fin à l'échange », dit Francine Bois.

La demande de Brive montre en tout cas que le SLM a bonne renommée à l'étranger. Bonne... et belle ! Du Canada à l'Afrique, on tient salon ; celui de Montréal passe pour l'un des plus beaux du monde. L'esthétique, dans le cas d'un tel événement, n'est pas une considération futile car un espace mal conçu et mal aménagé découragerait exposants, écrivains et public. Ses qualités esthétiques semblent donc l'une des marques de commerce du SLM : pareille étiquette atteste assurément qu'un souci et une passion du détail animent ses organisateurs.

LE DÉFI DU RENOUVELLEMENT

Événement littéraire d'envergure fortement médiatisé ici, et jouissant par surcroît d'une reconnaissance internationale enviable, le SLM est devenu un incontournable pour le milieu. À peu près tous les éditeurs québécois, plusieurs éditeurs étrangers et une foule d'écrivains se font d'ailleurs un

devoir d'y être. « On présente d'un coup sec l'édition de l'année », peut ainsi affirmer Francine Bois. Les maisons en profitent également pour exposer leur fonds et, au total, les visiteurs ont accès à un impressionnant panorama livresque. Ce panorama, une foule d'activités dédiées aux enfants, aux écoliers ou aux adultes, le rendent vivant. L'animent, en somme.

On se préoccupe également des professionnels, sans qui aucun salon n'existerait. Le jeudi, c'est « leur » journée, et les organisateurs la planifient avec soin. Chaque année, les professionnels se voient ainsi offrir des séries d'ateliers sur des sujets concernant l'actualité du livre et de l'industrie. « Il s'agit d'une activité importante », insiste M^{me} Bois, et d'une année à l'autre on cherche de nouveaux angles d'approche, de nouveaux thèmes...

Faisant sien le principe du « qui n'avance pas recule », le SLM se fait fort de proposer chaque année, tant aux professionnels qu'au public, des activités différentes. L'art de se renouveler dans la continuité et la tradition de qualité, en somme... Activités, décors, invités différents : ainsi, en 2002, l'événement accueille, pour la première fois de son histoire, des écrivains italiens.

Mais en ce vingt-cinquième, Francine Bois, femme de vision, pense aussi au développement du SLM. Le multimédia – un autre incontournable ! – offre de multiples possibilités d'exploration. Compte tenu du caractère résolument cosmopolite de la métropole, l'édition multiculturelle constitue, de même, une terre prometteuse. On reste francophone d'abord, tout en ayant à cœur de s'ajuster aux réalités de la population. À cet égard, l'événement a déjà reçu une belle brochette d'éditeurs torontois, des liens semblaient vouloir s'établir entre les deux métropoles mais au final rien n'a abouti, en bonne partie parce que les salons du livre du côté anglophone ne jouent pas le même rôle que les nôtres. La tradition n'est pas enracinée, et ceci peut expliquer cela.

Quoi qu'il en soit, les avenues ne manquent pas, le secteur du livre et la société étant en évolution constante, pas plus que les désirs d'une saine croissance. Mais ces désirs sont quelque peu réprimés par l'espace disponible. « Nous sommes vraiment coincés dans l'espace », dit Francine Bois. Pour les quelques années qui suivent, le Salon du livre de Montréal continuera donc de composer avec ses 20 000 m², tout en continuant d'innover afin de satisfaire un public de plus en plus éclectique et nombreux. Selon les chiffres de l'Observatoire de la culture et des communications, la vente de livres aurait augmenté de 10 % au cours de la dernière année : signe que l'économie se porte bien et que, sans doute, l'envie de lire s'accroît chez la population. Voilà qui annonce un avenir plutôt chantant pour le plus grand événement littéraire du Québec.



SALON DU LIVRE de Montréal



Marc Veilleux Imprimeur Inc.

1340, rue Gay-Lussac, #4
Boucherville (Québec) J4B 7G4

Spécialiste du livre

Impression et reliure

Livres à reliure allemande et caisse,
Manuels, Agendas,
Rapports annuels,
Revue, Dépliants,
Affiches, etc.



Marc Veilleux, président

Contactez-nous pour une soumission

téléphone : **(450) 449-5818**

télécopieur : **(450) 449-2140**

courriel : adm@marcveilleux.com

infographie : info@marcveilleux.com

site web : www.marcveilleux.com