

Lurelu



--> See the **erratum** for this article

Le livre jeunesse en crise?

Nathalie Ferraris

Volume 34, Number 3, Winter 2012

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/65578ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Association Lurelu

ISSN

0705-6567 (print)

1923-2330 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Ferraris, N. (2012). Le livre jeunesse en crise? *Lurelu*, 34(3), 5–6.

Le livre jeunesse en crise?

Nathalie Ferraris



Stéphanie Durand,
Québec Amérique
(photo : Mathieu Forget)

5

Selon le mensuel *Livres Hebdo* et l'hebdomadaire *Publisher's Weekly*, deux magazines consacrés aux milieux du livre européen et américain, un vent inquiétant soufflerait sur le monde littéraire. Quand ce ne sont pas de petites librairies qui sont vendues à de grandes chaînes ou qui ferment tout simplement leurs portes, comme la librairie londonienne Travel Bookshop fondée voilà trente-deux ans et mondialement connue grâce au film *Notting Hill*, ce sont des pays entiers qui voient l'achat de livres baisser, comme l'Espagne, où les ventes ont reculé de 7 % en 2010.

Au Québec, la situation est semblable. Les distributeurs avouent que la vente des livres est en chute libre, et plusieurs maisons d'édition ont de la difficulté à joindre les deux bouts. Le livre se porte à ce point mal que même la chaîne Zeller's a suspendu en automne dernier l'entrée de nouveautés dans ses magasins afin de liquider les livres déjà présents sur les tablettes. Rien d'étonnant, si l'on en croit l'expert en médias Jean-François Dumas qui expliquait, en septembre 2011, à l'émission *Dutrizac*, diffusée au 98,5 FM, que le livre n'occupait que 9/100^e de 1 % de l'actualité au Québec. Au vu de ces informations alarmantes, nous sommes en droit de nous demander s'il en est de même pour la littérature jeunesse québécoise.

Une offre trop grande

Selon de nombreux éditeurs établis depuis longtemps, comme Québec Amérique, Pierre Tisseyre, Soulières éditeur, Dominique et compagnie, il y a effectivement une crise du livre jeunesse au Québec. La province a vu se multiplier au fil des dernières années le nombre de maisons d'édition, et l'arrivée de ces maisons a fait augmenter la somme annuelle de livres publiés. Si cette augmentation du nombre de titres disponibles plaît au lecteur qui se retrouve devant plus de choix, elle a un effet pervers parce qu'elle provoque une saturation du marché. Les libraires, qui voient arriver à chaque semaine et par centaines les livres d'ici et d'ailleurs dans leurs magasins, doivent rapidement en retourner une bonne quantité chez les distributeurs pour céder la place aux suivants.

Stéphanie Durand, chez Québec Amérique, et Sylvia De Angelis, chez Pierre Tisseyre, se désolent face à cette situation : «Avant, il y avait moins de livres, affirme Stéphanie Durand. Les publications jouissaient donc d'une meilleure et d'une plus longue visibilité. Actuellement, la durée de vie du livre en magasin est très courte. Au bout d'un mois seulement, certains libraires retournent les nouveautés.»

Sylvia De Angelis, qui a senti la crise dès 2007, montre aussi du doigt le phénomène des retours : «Les libraires

ne devraient pas avoir le droit de retourner un livre après trois semaines de vie sur les tablettes. Une limite devrait leur être imposée par tous les distributeurs. Comme les livres ne restent pas longtemps en librairie, ils n'ont pas la chance de se vendre. Cette situation entraîne de nombreuses conséquences : les auteurs reçoivent moins de droits, les éditeurs ont moins d'argent pour produire de nouveaux livres et en faire la promotion, et les subventions offertes par la SODEC et Patrimoine Canada, qui sont proportionnelles au chiffre d'affaires de la maison d'édition, sont moins généreuses d'une année à l'autre.»

Pour éviter un trop fort retour de livres chez les distributeurs, de nombreux éditeurs ont revu leur tirage. Sylvia De Angelis affirme ne publier que mille exemplaires de chaque nouveauté au lieu des deux à trois-mille auxquels les auteurs de la maison ont été habitués. Angèle Delaunois, chez Isatis, a fait passer le tirage des livres publiés par sa maison de huit-cents exemplaires en 2004 à quatre ou cinq-cents en 2011. Lucie Veillet, chez Imagine, publie aussi moins de livres. «Nous vivons des années très difficiles et, à chaque jour, nous remettons en question l'existence de notre maison. Nous souhaitons continuer d'imprimer nos livres au Québec afin de faire travailler les gens d'ici, même s'il en coûterait moins cher de les faire imprimer en Chine. Pour braver la tempête, nous avons décidé de publier moins de titres et de publier des albums qui sortent vraiment de l'ordinaire.»



Lucie Veillet, Imagine
(photo : Martine Doucet)

Une visibilité trop nulle

Lorsqu'on leur parle de la visibilité accordée à la littérature jeunesse en librairie, en bibliothèque, dans les écoles et dans les médias, les éditeurs grimpent aux rideaux! Tous s'insurgent du fait que les journaux, les magazines, la radio et la télévision parlent si peu de notre littérature. «Même dans *Lurelu*, explique Stéphanie Durand, on ne trouve plus de critique des tomes 4, 5 ou 6 d'une série parce qu'il n'y a pas assez de pages dans la revue. Et si on veut que les libraires mettent nos livres en vedette, poursuit-elle, ça coûte cher. Par exemple, il faut déboursier 1200 \$ pour inscrire un livre au Club de lecture Archambault. Nous payons le gros prix pour annoncer nos livres dans les catalogues des libraires,



Angèle Delaunois, Isatis



Robert Soulières
(photo : Martine Doyon)



Jennifer Tremblay,
La Bagnole
(photo : Karine Patry)



Colette Dufresne,
Michel Quintin



Alexandrine Foulon,
Hurtubise
(photo : N. Ferraris)

mais nos publications ne se retrouvent pas à l'entrée des magasins. Quand on achète une publicité chez un libraire, le prix devrait inclure une grande visibilité en boutique.»

Robert Soulières et Colombe Labonté, qui ont vu le chiffre d'affaires de Soulières éditeur diminuer de 50 % entre janvier et août 2011, en ont aussi long à dire sur la promotion et la visibilité des livres pour enfants québécois : «Non seulement on ne parle pas de littérature jeunesse dans les médias, mais tout placement en librairie se monnaie. Pour qu'un de nos livres se retrouve sur un bout de comptoir, sur un cube ou dans une vitrine, il faut payer. Aussi, si tous les éditeurs s'entendaient pour augmenter le prix des livres, on aurait plus d'argent à consacrer à la promotion, mais ce n'est pas le cas. Pour ce qui est des écoles et des bibliothèques, ajoute Colombe Labonté, on sait qu'elles ont un petit budget, mais on ne sait pas quelle proportion de livres d'ici sont achetés par ces institutions. Il faudrait peut-être qu'un minimum soit imposé afin d'assurer la survie du livre et des artisans québécois.»

Pour sa part, Angèle Delaunois est révoltée face aux couts des publicités. «Les éditeurs sont sollicités par les librairies, les journaux, les magazines littéraires et les Salons pour annoncer dans leurs pages ou dans leurs catalogues de la rentrée ou de Noël. On veut bien accorder de la visibilité à nos livres, mais la publicité coûte une fortune! Aucun petit éditeur n'est capable de déboursier 3500 \$ pour annoncer ses livres dans un quart de page du catalogue *Noël d'Archambault!*»

Les éditions La Bagnole, qui se trouvaient en mauvaise situation financière en 2011, ont été achetées par le Groupe Ville-Marie littérature (propriété de Quebecor) en août dernier. L'éditrice de La Bagnole, Jennifer Tremblay, considère qu'une trop grande place est accordée en librairie au marché européen. «À mon avis, les librairies ne mettent pas assez l'accent sur la production d'ici. Il faut chercher nos livres dans les magasins! Je n'ai pas connu l'âge d'or de la littérature jeunesse québécoise et je regrette cette époque pendant laquelle les auteurs, les illustrateurs et les éditeurs québécois étaient en vedette.» Lucie Veillet adopte le même discours : «Même si on doit faire preuve d'une ouverture sur le monde, il faut tenter de mettre de l'avant les produits et les créateurs d'ici. Financièrement, les petites maisons d'édition jeunesse se portent mal. Mais si nous fermons boutique, notre marché sera pleinement occupé par les livres européens et américains. Il faut que nous nous tenions debout, mais comment faire la promotion de nos livres quand nous avons peu d'argent?»

De trop rares exceptions

Parmi la dizaine d'éditeurs jeunesse consultés pour la préparation de cet article, deux affirment ne pas ressentir cette crise dont plusieurs parlent. Colette Dufresne, des Éditions Michel Quintin, croit que la force de la maison pour laquelle elle travaille réside dans le développement de nouvelles collections. «Nous recevons les rapports de l'ANEL (Association nationale des éditeurs de livres) et c'est vrai que la situation du livre jeunesse québécois est inquiétante. Chez Michel Quintin, nous publions des choses très différentes. Nous proposons des romans, comme à peu près toutes les autres maisons, mais nos collections "Savais-tu?", "Connais-tu?", "Les Dragouilles" et "Vraiment vrai?" nous permettent de nous démarquer.»

Alexandrine Foulon et Sonia Fontaine, de Hurtubise, assurent aussi que l'entreprise familiale n'est pas touchée par la crise qui sévit actuellement dans le monde du livre. «Nous misons sur ce qui fonctionne bien chez nous, comme les romans policiers et historiques. Nous sommes conscients que l'image change très rapidement chez les jeunes et c'est la raison pour laquelle nous avons revu le visuel de certaines de nos collections.» Aux témoignages d'Alexandrine Foulon et de Sonia Fontaine, Arnaud Foulon ajoute cependant un bémol. «Hurtubise publie des livres pour adultes et pour enfants. Il est évident que notre maison ne vivrait pas que de littérature jeunesse.»

Un avenir trop sombre

À la lumière des témoignages d'éditeurs jeunesse, les beaux jours qu'a connus la littérature jeunesse québécoise dans les années 80, 90 et 2000 sont bien révolus. L'avalanche de livres, de romans surtout, semble étouffer le marché fragile de la littérature jeunesse au Québec. Pourtant, ce n'est pas le talent qui manque. Le Québec perd-il ses jeunes lecteurs? Ces derniers délaissent-ils le format papier pour se tourner vers le format électronique? Comment faire pour augmenter la visibilité de notre littérature jeunesse dans nos institutions et dans les médias? Le livre, au rythme où il est remplacé par le suivant dans les librairies, est-il devenu un produit jetable?

Une chose est certaine : le livre tel qu'on le connaît est à un tournant de sa vie.



Robert Soulières et Colombe Labonté,
Soulières éditeur

(photo : N. Ferraris)