

--> **Voir l'erratum** concernant cet article

La prolifération des nouveaux éditeurs jeunesse

Nathalie Ferraris

Volume 38, numéro 1, printemps-été 2015

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/73834ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Association Lurelu

ISSN

0705-6567 (imprimé)

1923-2330 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Ferraris, N. (2015). La prolifération des nouveaux éditeurs jeunesse. *Lurelu*, 38(1), 7–11.



Normand De Bellefeuille, Anne-Marie Villeneuve et Luc Roberge des Éditions Druide.

7

La prolifération des nouveaux éditeurs jeunesse

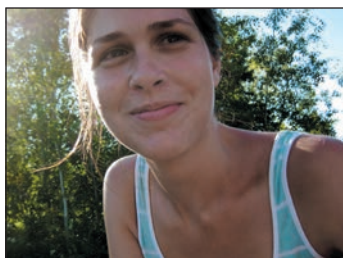
Nathalie Ferraris

Fonfon, La Smala, Druide, Bambou, Plume et Sarcelle, L'espoir en canne, Comme des géants, Ma bulle, Monsieur Ed, Groovie éditions : dix maisons d'édition qui ont moins de cinq ans et qui se consacrent exclusivement à l'édition jeunesse, hormis Druide et Plume & Sarcelle, qui publient aussi des livres pour adultes. Pourquoi une telle prolifération de petites enseignes dans un marché qui, à l'évidence, est saturé depuis un bon moment? *Lurelu* a voulu savoir ce qui motive et permet à une personne ou à un petit groupe de se lancer dans l'édition jeunesse au Québec, alors que certains moyens et gros joueurs chancèlent.

Mettre au monde pour diverses raisons

L'accident de parcours, la passion, l'entrepreneuriat, l'autopublication; elles sont nombreuses les raisons qui poussent des individus à fonder une maison d'édition. Parlez-en à Véronique Fontaine, Anne-Marie Villeneuve, Nadia Leroux, Maryse Denault, Rodéric Chabot, Nadine Robert et Diane Primeau.

En 2010, Véronique Fontaine a mis sur pied, avec ses sœurs Valérie et Marie-Claude, la maison Fonfon. Telle une grossesse-surprise, la naissance de cette petite entreprise montréalaise n'était pas prévue. «Mon père possédait les Éditions André Fontaine. Il publiait des manuels destinés aux étudiants en techniques policières. En 2007, il est subitement décédé et ma sœur Valérie a écrit un texte sur le deuil. Au Salon du livre de Montréal, on a rencontré l'illustratrice Ninon Pelletier. Bien innocemment, on lui a demandé si elle voulait illustrer le texte de Valérie. Elle a accepté. Grâce au bouche à oreille, on a ensuite engagé Diane Primeau, de Primeau-Barey, pour faire le montage du livre. Cet objet devait rester dans la famille mais finalement, croyant que le texte pouvait apporter du réconfort à d'autres personnes, Valérie, Marie-Claude et moi, on a décidé de se lancer en édition. Fonfon est né; c'était le surnom de notre père.»



Véronique Fontaine

(photo : Stéphane Dompierre)

En 2011, deux anciens cadres de Québec Amérique, Anne-Marie Villeneuve et Luc Roberge, ont décidé à leur tour de fonder une maison : Druide. Se concentrant davantage sur le public adulte que jeunesse, l'entreprise montréalaise ose tout de même publier de temps à autre de la littérature pour enfants : «J'ai longtemps été éditrice jeunesse chez Québec Amérique, explique Anne-Marie Villeneuve, et l'équipe chez Druide aime la littérature pour enfants et ne veut pas se priver de beaux projets. On a décidé toutefois d'en publier à dose homéopathique, sans pression. C'est complexe, le secteur jeunesse. Il faut plaire aux jeunes, aux parents et aux enseignants. Nous fonctionnons uniquement par coups de cœur.»

La même année, à Chicoutimi cette fois, Nadia Leroux a donné naissance aux Éditions Bambou, d'abord appelées Éditions du Cactus. C'est en travaillant comme traductrice pour des maisons d'édition scolaires que la jeune femme a eu envie de devenir éditrice : «C'est grâce à ce travail que mon intérêt pour la littérature jeunesse est né. Avec l'arrivée de mes deux enfants, je me suis intéressée de plus près aux albums. J'ai créé les Éditions du Cactus pour le plaisir. J'ai publié trois imagiers pour enfants, que j'avais moi-même conçus. En 2013, j'ai eu envie de me lancer réellement. Le Cactus est devenu Bambou. Ayant toujours travaillé à mon compte, lancer une maison d'édition ne me faisait pas peur.»

De son côté, Maryse Denault a fondé, à Saint-Jérôme, la maison Plume et Sarcelle, qui publie 60 % de livres jeunesse et 40 % de livres pour adultes. «Femme d'affaires, je souhaitais me lancer dans l'édition jeunesse parce que ce public représente notre génération future. Mon but est d'offrir des livres éducatifs, positifs, et avec un vocabulaire choisi. Ce sont des valeurs gagnantes. Combien d'adultes ont souvenir d'avoir lu un livre dans leur jeunesse qui aura influencé leur parcours?»

Quant à Rodéric Chabot, il a créé en 2013 L'espoir en canne, dont le siège social se trouve à Lévis. «J'ai toujours eu une fibre d'entrepreneur et le désir de m'établir à mon compte dans le domaine de la musique ou de la littérature. L'idée s'est concrétisée en 2009, au Salon du livre de Québec. J'étais présent pour une deuxième année de suite en tant qu'auteur jeunesse pour mes deux livres publiés aux Éditions du Mécène, qui ont mis fin à leurs activités en 2011. J'avais l'idée de fonder une maison d'édition différente, originale et hors des sentiers battus, un endroit où nous pourrions travailler avec les auteurs et repenser la façon de publier des livres, tout en prenant un soin jaloux pour que chacune de nos publications devienne un «événement» et ait sa place dans le monde littéraire. Nous avons publié nos deux premiers romans jeunesse en novembre 2013.»



Nadia Leroux



Maryse Denault

(photo : Marie-Pier Papakonstantinou)



Tout comme Anne-Marie Villeneuve et Luc Roberge, Nadine Robert et Mathieu Lavoie sont deux anciens employés d'une grande maison d'édition qui, contrairement à Québec Amérique, a fait jaser pour ses déboires financiers : La courte échelle. «J'ai commencé à travailler en 2008 dans cette maison comme directrice de production puis je suis devenue éditrice jeunesse. Mathieu était directeur artistique. Vers 2010, on a senti que le bateau allait couler. Il était difficile de trouver des créateurs et il y avait des problèmes de gestion. Je suis restée, car j'avais toujours espoir que les choses se replacent. Mathieu me disait souvent à la blague : "Quand est-ce qu'on lance notre maison?" En octobre 2013, on a fondé Comme des géants, dont le siège social est à Montréal, et notre premier titre est paru en janvier 2014. J'ai signé le texte. On n'est jamais aussi bien servi que par soi-même!»

En 2014, les Montréalais Diane Primeau et Philippe Bary créent Ma bulle. Après avoir développé l'idée de Dafné et les Doudoux, et écrit les premiers textes, Diane Primeau s'est prise au jeu et s'est amusée à mettre en œuvre un plan éditorial et un concept. «J'avais même planifié la structure du site Internet! Comme tout se tenait, j'ai approché l'illustratrice Julie Cossette. On a entrepris le développement des personnages et la maquette d'un premier album. Le projet en main, j'ai contacté des éditeurs, et les réactions ont été positives. On m'a proposé un contrat. Après discussion avec Philippe, mon conjoint et associé, nous avons décidé de rester maîtres d'œuvre de Dafné. En octobre 2014, les deux premiers albums sont parus.»

Bébé unique en son genre

En littérature jeunesse, chaque éditeur cherche à transmettre le goût de la lecture à son public cible, qui se situe entre 0 et 16 ans. Mais au-delà de ce noble objectif, les nouvelles maisons d'édition désirent toutes se distinguer d'une manière ou d'une autre.

Chez Fonfon, on veut créer une expérience de lecture en allant plus loin grâce aux activités suggérées à la fin de chaque livre et aux trousseaux pédagogiques offertes aux enseignants. «Les activités qu'on propose ramènent toujours le lecteur à l'album, à l'histoire, explique Véronique Fontaine. Ce qui distingue Fonfon, c'est aussi notre façon de faire la production. On a une vision durable du livre. On souhaite publier peu, mais faire rouler le fonds pour qu'il vive le plus longtemps possible. Je me suis rendu compte qu'en publiant peu, les lecteurs attendent nos livres. Dans les salons, ils viennent nous voir et veulent se procurer nos trois nouveautés de l'année. Ils sont de véritables collection-

neurs. Le dernier élément qui nous différencie est le fait que la fabrication de nos livres, y compris l'impression, se fait entièrement au Québec.»

À la barre de Druide avec Luc Roberge, Anne-Marie Villeneuve affirme, quant à elle, qu'on ne réinvente pas la roue, mais assure que c'est le dynamisme dont fait preuve l'équipe éditoriale qui caractérise la maison. «Je dois aussi ajouter que "Motifs", notre nouvelle collection d'albums dirigée par Éline Turgeon, et dont nous prévoyons deux publications par année, n'a pas son pareil puisque le lecteur doit lire entre les lignes.»

De son côté, Nadia Leroux (Bambou) mise beaucoup sur l'humour pour que sa maison se démarque des autres. «Je souhaite amener les enfants à s'intéresser à la lecture par le biais d'histoires amusantes. Je tente de publier des albums rigolos, qui sauront divertir les enfants. Mon catalogue est composé uniquement d'histoires distrayantes et non moralisatrices.»

Maryse Denault, de Plume et Sarcelle, affirme que le but premier de sa maison est d'offrir des ouvrages qui ont un cachet spécial pour faire évoluer le public lecteur, mais aussi de faire découvrir de nouveaux auteurs. «Le Québec est un bassin de gens talentueux! Présentement, nous travaillons à trouver une distinction à notre maison. Plume et Sarcelle vit l'effervescence de la nouveauté, donc ses premiers pas dans ce marché sont en mode introduction.»

Chez L'espoir en canne, Rodéric Chabot n'a qu'un seul leitmotiv : trouver des histoires intemporelles et créer de nouvelles tendances au lieu de les suivre. «Chacun de mes projets répond à ce seul et unique objectif. L'espoir en canne se démarque aussi des autres maisons grâce à sa proximité avec les auteurs. Quand j'accepte un manuscrit, je vais à la rencontre de l'auteur, peu importe où il réside, car c'est important pour moi d'établir une connexion. Ensuite, nous travaillons ensemble pour produire le meilleur livre au monde. J'implique les créateurs dans toutes les étapes du livre. C'est presque comme embaucher un employé! Chaque auteur de la maison veut contribuer au succès de son ouvrage. Je suis toujours très honoré quand des auteurs me confient leur œuvre; ils auront à jamais mon respect et mon admiration. Nos livres sont des objets d'art, chacun est unique et doit être traité comme une perle rare.»

À la tête de Comme des géants, Nadine Robert et Mathieu Lavoie souhaitent se distinguer grâce au style graphique de leurs albums. «Mathieu et moi, on a la même vision, les mêmes goûts, explique l'éditrice. On aime les textes courts et on accorde une grande importance au rapport texte-image dans nos albums. De plus, contrairement à d'autres maisons, nous sommes très prudents dans les



Rodéric Chabot
(photo : Olivier Gimeno)



Nadine Robert
(photo : Gabrielle Robert)



comme des géants

tirages. Nous préférons publier moins, quitte à réimprimer. Enfin, étant donné que nous sommes une petite maison, nous avons un petit catalogue de titres; il est plus facile de travailler et de placer nos livres. Quand une maison possède un gros catalogue, comme c'était le cas de La courte échelle, il lui est difficile de mettre son fonds de l'avant. Les lecteurs ne retiennent que les nouveautés.»

De leur côté, Diane Primeau et Philippe Barey (Ma Bulle) désirent faire petit et bien. «Nous avons une approche très ciblée et l'impression de proposer un angle différent et original. Nous ne cherchons pas à tirer dans tous les sens. On veut se concentrer sur une production limitée, créée avec soin, dans le but d'instaurer une signature personnelle. Il n'est pas question non plus de tourner les coins ronds. Par souci de qualité, et parce que nous connaissons très bien les standards du milieu du livre, nous respectons toutes les étapes de direction littéraire, de révision et de correction d'épreuves.»

Nounou avec ou sans expérience

Parmi les nouveaux éditeurs qui ont percé le marché au cours des cinq dernières années, certains avaient beaucoup d'expérience, d'autres peu ou pas. La palme des plus expérimentés revient à Druide, dont l'équipe est composée d'Anne-Marie Villeneuve, de Luc Roberge et de Normand de Bellefeuille, ancien directeur littéraire chez Québec Amérique. «À nous trois, dit Anne-Marie Villeneuve, on compte soixante-dix ans d'expérience!» Nadine Robert et Mathieu Lavoie avaient aussi acquis une certaine expérience au sein d'une grande maison avant de se lancer en affaires. «Mathieu et moi connaissions toutes les étapes de création et de fabrication d'un livre, explique l'éditrice. Chez Comme des géants, j'assure la direction littéraire et Mathieu assume la direction artistique, deux postes qu'on a occupés à La courte échelle. La révision est donnée à un pigiste. Pour le reste, on avait des contacts en impression et en distribution.»

Sans expérience, comment les petits éditeurs ont-ils fait pour se débrouiller avec les étapes de direction littéraire, de révision, de montage, de correction d'épreuves, d'impression, de distribution et de commercialisation?

Véronique Fontaine affirme avoir possédé un peu d'expérience lorsqu'elle et ses sœurs ont fondé Fonfon. «De 2007, année où est décédé mon père, à 2010, année de création de Fonfon, on s'est occupées des Éditions André Fontaine. On a donc eu trois années de transition et d'apprentissage. Pour ce qui est de la littérature jeunesse, on ne connaissait pas les différents intervenants, mais on a eu la chance dès le départ de travailler avec Diane Pri-

meau, directrice artistique chez Primeau-Barey. Elle nous a rapidement enseigné l'art de la qualité. On a recours à des pigistes pour chacune des étapes de la création d'un livre : direction littéraire, révision, correction. Emmanuelle Rousseau, qui était libraire à l'époque chez GGC à Sherbrooke, nous a aussi donné un bon coup de main.»

Nadia Leroux, des Éditions Bambou, ne comptait, quant à elle, aucune expérience avant de se lancer en édition. Mais en étant traductrice pour des éditeurs scolaires, elle connaissait un peu le domaine du livre. «J'ai fait mes propres démarches pour trouver un imprimeur avec qui je travaille depuis le début. Je n'avais pas de contacts particuliers avec des libraires. J'ai donc établi moi-même les premiers contacts avec les illustrateurs, auteurs, imprimeur, etc.»

Même chose pour Maryse Denault, qui affirme que son seul atout était sa fibre entrepreneuriale accompagnée d'un gout à relever des défis. «Le milieu du livre représentait un défi de taille puisque je ne connaissais personne dans ce domaine. Avec humilité, j'avoue que c'est la présence de personnes de haute compétence et de grande patience œuvrant dans le domaine de l'imprimerie qui m'ont permis d'avancer dans cette nouvelle orientation.»

De son côté, Rodéric Chabot affirme qu'ayant publié deux romans jeunesse en 2008 et 2009 aux Éditions du Mécène, il a pu comprendre tout le jargon du milieu du livre. «En publiant à compte d'auteur, j'ai été impliqué dans tout le processus de publication. Je ne connaissais personne dans le milieu du livre à part mon ancien éditeur, qui m'a guidé quand j'ai fondé L'Espoir en canne. J'ai réellement commencé l'aventure à zéro et je me suis fait des contacts en posant beaucoup de questions et en contactant différents artisans dans le milieu. J'ai rencontré des personnes extraordinaires qui m'ont pris sous leur aile. Je suis loyal envers ces gens. Aujourd'hui, je suis seul à bord de mon bateau, j'ai seulement une graphiste qui m'aide au besoin à maintenir le site Internet et les réseaux sociaux. Je m'occupe de la direction littéraire. La révision est assurée par une compagnie et le montage est effectué par une division de mon imprimeur. Ce sont tous des gens de Québec et de Lévis avec qui je collabore depuis le début.»

Chez Ma bulle, Diane Primeau affirme qu'elle et son conjoint possédaient la moitié de l'expérience requise avant de créer leur maison. «Quand Philippe et moi nous sommes lancés, nous savions que nous avions une bonne part de l'expertise, de l'infrastructure et du réseau requis. Durant quinze ans, j'ai été directrice artistique à contrat chez Dominique et compagnie. Je connaissais tous les standards du livre, et l'album était un médium que je maîtrisais bien. De plus, j'avais travaillé avec des créa-



ma bulle éditeur



Diane Primeau



Philippe Barey

(photos : Yves Lacombe)

teurs de talent. Malgré tout, nous étions conscients qu'en dehors du champ de la création, nous aurions beaucoup à apprendre, surtout sur le plan de la commercialisation. Mais le défi était stimulant. Je dois avouer que ce doit être très difficile de partir de zéro.»

Saturation du marché?

Les gens qui œuvrent dans le milieu du livre affirment tous haut et fort que le marché est saturé, que les éditeurs sont trop nombreux et qu'ils publient beaucoup trop, d'autant que l'espace en librairie ne grandit pas, le lectorat non plus. Résultat : les livres ont une très courte espérance de vie sur les tablettes. Qu'ont à dire les nouveaux éditeurs sur cet enjeu?

«Quand on s'est lancées en édition, mes sœurs et moi, tout le monde nous disait que c'était difficile, témoigne Véronique Fontaine. Or, je viens du milieu de la musique, et ce n'est pas un domaine plus facile. Je crois effectivement que le marché du livre jeunesse est saturé, mais je poursuis et je suis surprise de voir que Fonfon perdure. Je pense toutefois que de nombreuses maisons devraient réduire la quantité de production au profit de la qualité.»

Anne-Marie Villeneuve, de Druide, ne nie pas que le marché explose, mais affirme que tous les marchés sont saturés. «Le marché de la crème glacée l'est, celui des crous-

tilles aussi. Pourtant, les compagnies créent de nouvelles saveurs! Je crois qu'il y a encore de la place dans le marché du livre.»

Nadia Leroux, des Éditions Bambou, convient qu'il y a en effet beaucoup de livres jeunesse sur le marché. Par contre, elle croit qu'il y a toujours de la place pour de nouveaux livres. «L'univers de la littérature jeunesse est rempli de possibilités. Il y a tant encore à faire découvrir. Ce qui est difficile, c'est de se tailler une place parmi toutes ces maisons et faire connaître ses produits. Il est donc important de développer des collections qui se démarquent et qui sauront attirer l'attention de ce jeune public, ce que je compte bien faire au cours des prochaines années.»

Chez Plume et Sarcelle, Maryse Denault diverge d'avis : «Je crois que le marché est au ralenti, mais qu'il ne sera jamais saturé. Tant au chapitre de la créativité que de la productivité.»

Rodéric Chabot partage cette opinion : «Le marché peut sembler saturé, mais je crois qu'il ne l'est jamais trop pour de nouvelles histoires intemporelles, à condition de rester fidèle à sa ligne éditoriale. Le milieu est difficile, mais comme toute entreprise, le défi est toujours le même : se faire connaître et faire sa place. La différence est la passion, l'amour de ce qu'on fait; la crédibilité viendra d'elle-même. Chaque échec ou déception doit devenir un apprentissage, une expérience, une occasion de s'améliorer. J'ai fait beaucoup d'erreurs, des petites et des plus grosses, mais jamais je n'ai regretté d'avoir fondé L'espoir en canne. Je suis résilient, et certain de réussir pour les bonnes raisons. Il ne faut pas se limiter à seulement publier et mettre en vente. Il faut travailler chaque livre comme un projet à long terme, une vente à la fois, un lecteur à la fois. Éventuellement, chaque livre trouvera sa place sur les tablettes de librairies du monde entier.»

À la tête de Comme des géants, Nadine Robert a le sentiment qu'il y a de la place pour des livres illustrés de qualité. «C'est instinctif. On sait que le marché est difficile, on savait donc dans quoi on s'embarquait, Mathieu et moi. Je crois qu'il y a un marché potentiel. Au Québec, mais ailleurs aussi. Nous sommes très à l'affût de ce qui se fait à l'international. Les catalogues européens nous inspirent beaucoup. Et il est plus facile de pénétrer en Europe si, pour chacun de nos livres, l'auteur ou l'illustrateur est Européen. C'est pour cette raison qu'on fait beaucoup de duos de créateurs québécois et européens.»

«À la fin des années 90, au début des années 2000, Dominique Payette, la fondatrice de Dominique et compagnie, se promenait dans les foires internationales et voyait beaucoup d'albums, format qui existait peu au Québec, explique Diane Primeau. Elle revenait de ces voyages avec

Monsieur Ed

Alice Liénard, May Sansregret et Julie Massy sont des ex-employées de La courte échelle. Après avoir perdu leur emploi en octobre 2014, elles ont décidé de se lancer en affaires et de fonder leur propre maison d'édition, Monsieur Ed. Nous vous en avons parlé dans la rubrique «Vite dit» du numéro d'hiver (vol. 37, n° 3, p. 106). Le premier titre devrait voir le jour en 2016.

Groovie éditions

Annie Groovie est au nombre des créateurs nés sous La courte échelle. Ayant choisi de quitter la maison, qui a été reprise par Raymond et Marie-Ève Talbot, la créatrice de Léon a eu envie de fonder sa propre compagnie, Groovie éditions. Les nouveautés d'Annie Groovie devraient voir le jour d'ici la fin de l'année.



le désir de faire des livres qui allaient satisfaire à de hauts standards de qualité. Certains albums ont gagné des prix, d'autres ont été des succès commerciaux. Alors de nombreux éditeurs ont commencé à faire de l'album. Aujourd'hui, il y en a trop. Mais je veux en faire moi aussi! Je crois qu'il faut être habitée par une douce folie appelée la passion pour se lancer dans l'édition jeunesse!»

Grandir et vivre longtemps

Évidemment, les nouveaux éditeurs ont l'intention de résister au marché instable et de durer malgré les difficultés rencontrées. Aussi, chacun a établi des objectifs pour y parvenir.

Chez Fonfon, Véronique Fontaine souhaite maintenir le rythme et grossir suffisamment pour avoir de l'aide. «En ce moment, je travaille uniquement avec des pigistes. Or, j'aimerais avoir une famille Fonfon. J'ai hâte de pouvoir engager au moins un employé. Je veux aussi, au cours des prochaines années, développer le numérique et l'international.»

«Chez Druide, affirme Anne-Marie Villeneuve, on souhaite d'abord et avant tout consolider la marque. Notre mantra est "petit train va loin".»

Nadia Leroux vise tout d'abord l'obtention de subventions afin de pourvoir à la survie des Éditions Bambou. «Je désire également publier au cours des prochaines années des collections plus informatives et d'autres vraiment originales, qui sauront capter un lectorat un peu plus âgé.»

Quant à Maryse Denault, de chez Plume et Sarcelle, elle projette de mettre sur pied un prix qui serait décerné aux élèves du primaire. «Avec l'utilisation massive des textos, la langue française risque de s'effriter. Nous aimerions faire un petit geste pour la faire rayonner.»

«Chez nous, explique Rodéric Chabot, l'objectif est de continuer à publier entre cinq et dix livres par an et de créer de nouvelles divisions littéraires. La première en sera une de littérature musicale. Je veux donner une plume à des musiciens qui écriront des biographies musicales, des histoires musicales et autres projets uniques pour jeunes. Je veux aussi ajouter une division anglophone à L'espoir en canne et proposer des titres écrits par des auteurs québécois qui œuvrent en anglais. Pourquoi ne pas offrir aux enseignants et aux jeunes qui ont le goût de lire en anglais et d'apprendre cette langue des histoires écrites par des auteurs d'ici? Enfin, je crois à l'éthique de travail et à la loyauté envers ceux qui nous soutiennent. Ma maison ne sera pas populaire et respectée du jour au lendemain. Elle doit mériter sa crédibilité et ne jamais trahir la confiance du lectorat.»

Alors qu'en 2014 Comme des géants s'est donné comme mandat de se faire connaître auprès des libraires, qui ont très bien accueilli la production de la maison, en 2015, ce sera au tour des écoles d'être sensibilisées. «On a connu une très belle première année, explique Nadine Robert. Dans le futur immédiat, on souhaite publier un ou deux documentaires québécois par année, car il y en a peu, et faire un ou deux achats de droits. Notre but consiste aussi à construire un catalogue cohérent, à définir notre identité... et à nous battre contre le temps perdu à l'écran!»

«Un jour à la fois», tel est le *modus vivendi* des éditeurs de Ma bulle. «Nous avons élaboré un plan d'affaires sur cinq ans seulement, explique Diane Primeau. Heureusement, on a eu de belles critiques médiatiques. C'est un gros engagement, livrer quatre titres par année quand le prix du livre stagne, tout comme le budget des lecteurs, et que les coûts de production augmentent. La compétition technologique est également forte et l'offre en littérature jeunesse très abondante. Les maisons d'édition bien établies ont de grands moyens alors que les petites maisons ont de modestes ressources! À l'automne 2015, nous publierons deux nouveautés mettant en vedette Dafné, mais écrites par d'autres auteurs que moi. Je veux voir si l'univers se tient. Je suis une fille d'équipe et je crois qu'on se dépasse quand on travaille avec autrui. Le défi pour une micromaison est d'être à la ville et aux champs en même temps. Pour l'instant, on construit Ma Bulle, une brique à la fois. On espère qu'en restant petit et en soignant bien notre bébé, il pourra faire sa place et grandir en beauté.»

(lu)



Éditions de la Smala

La Smala

En 2010, Dominique de Loppinot a fondé les Éditions de la Smala, qui signifie «famille nombreuse». Amoureuse du livre et mère de cinq enfants, l'éditrice possède la fibre entrepreneuriale. Pour être certaine d'occuper une place de choix dans le milieu, elle a trouvé du financement par le biais de programmes destinés aux jeunes entrepreneurs et suivi des cours en édition. Elle a aussi conçu des signets fort originaux pour chacun de ses albums.

Néanmoins, même si les livres de la Smala sont toujours disponibles sur le marché, il est mentionné sur le site Web de la maison qu'elle n'accepte plus de manuscrits.