

## Des chiffres ou des lettres?

Pascale Navarro

Les clubs de lecture : partager le plaisir de lire  
Volume 3, numéro 3, printemps 2007

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/10621ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

### Éditeur(s)

Les éditions Entre les lignes

### ISSN

1710-8004 (imprimé)  
1923-211X (numérique)

[Découvrir la revue](#)

### Citer ce document

Navarro, P. (2007). Des chiffres ou des lettres? *Entre les lignes*, 3 (3), 10–10.

## Des chiffres ou des lettres ?



Un débat fait rage dans le milieu de l'édition, qui oppose les éditeurs dits indépendants et ceux de la chaîne Quebecor, que les premiers jugent envahissants et dommageables pour l'industrie du livre en général. Avouons que ce débat nous échappe parfois, tant il paraît être une affaire d'entrepreneurs, plutôt que de littérature. En effet, quatre éditeurs ont rallié leurs forces pour faire face à l'ennemi juré : Quebecor, qui prend, disent les mécontents, trop de place dans les librairies, dans les journaux, sur Internet ou à la télé. Jugez-en vous-mêmes : à la fois éditeur, distributeur, imprimeur et diffuseur, Quebecor occupe une place importante à chaque étape de la chaîne du livre, de l'impression jusqu'à la vente. De leur côté, les éditeurs Boréal, Québec Amérique, Hurtubise HMH et Fides ont réagi en créant le RELI (Regroupement des éditeurs littéraires indépendants), se donnant pour mandat de défendre la création littéraire.

J'avoue que je suis partagée dans ce débat. Car j'ai la nette impression que l'on ne sait pas tout. Pour commencer, il faudrait examiner toutes les librairies du Québec, petites et grandes, et mesurer soigneusement l'espace accordé aux livres qui sortent des maisons détenues par Quebecor (Libre Expression, Éditions de l'Homme, Trécarré, Stanké, VLB, Hexagone, et combien d'autres!) puis faire la comparaison avec l'espace accordé aux autres éditeurs. C'est, avouons-le, fastidieux. Mais peut-être la tâche incomberait-elle aux institutions pourvoyeuses de subventions ? La littérature québécoise ne serait pas aussi florissante si ces sommes d'argent n'étaient pas distribuées aux écrivains, aux éditeurs et aux diffuseurs. Les différents ministères et conseils de la culture n'auraient-ils pas un travail à faire quant à la répartition des montants accordés aux uns et aux autres ? Ne faudrait-il pas que le public québécois, pour mieux juger de ses intérêts, ait une idée juste de la situation ? Ce débat entre éditeurs débouchera-t-il sur une meilleure production littéraire ? C'est-à-

dire une production plus diversifiée, fidèle aux inspirations des auteurs ? Ceux-ci sont-ils capables d'écrire en toute liberté, sans être obsédés chaque seconde par la rentabilité ? Bien sûr, la liberté artistique est une chose incalculable, donc difficile à mesurer. On peut se lamenter sur les Mozart assassinés, ceux qui n'auront jamais eu la chance de faire valoir leur talent. Mais l'on doit quand même, en dépit de la fatalité, se donner les moyens de vivre dans une société qui se préoccupe de favoriser au maximum la création littéraire sous toutes ses formes.

Car c'est ce qui compte à mes yeux : les lecteurs québécois sont-ils mieux servis, ont-ils plus de choix et de meilleurs livres si l'on divise le marché de l'édition en deux camps ? L'édition littéraire est peut-être une industrie, mais elle est aussi un art : qu'en est-il de ce travail, est-il mieux fait quand la maison est petite, est-il nécessairement bâclé quand elle est plus grande ?

L'édition est un métier, mais également un commerce. Et nous n'avons guère le choix que de nous fier au jugement et au bon goût de ses artisans pour que le commerce ne l'emporte pas toujours. Une bonne maison saura toujours faire la part des choses et prendre des risques.

Jusqu'à maintenant, le métier d'éditeur est toujours resté assez obscur ; comment le devient-on, qui est l'employeur, en quoi consiste ce travail exactement, tout cela est assez vague pour le public. D'ailleurs, l'Université de Sherbrooke offrira, dès septembre 2007, un programme spécifiquement axé sur l'édition et le marché du livre. À lire la description sur le site de l'université, on sent toutefois que le marketing y aura une large place et que l'enjeu n'est pas particulièrement littéraire... Tout le monde défend la survie et le commerce dans le secteur du livre et c'est très bien ainsi. Mais je souhaite ardemment que l'on se soucie aussi de l'art, du risque, de la création, de la littérature.

PASCALLE NAVARRO