Document généré le 24 avr. 2024 19:39

Lurelu
La seule revue québécoise exclusivement consacrée à la littérature pour la jeunesse

Les librairies jeunesse au Québec

Sophie Marsolais

Volume 25, numéro 3, hiver 2003

URI : https://id.erudit.org/iderudit/11932ac

Aller au sommaire du numéro

Éditeur(s)

Association Lurelu

ISSN

0705-6567 (imprimé)
1923-2330 (numérique)

Découvrir la revue

Citer cet article

Marsolais, S. (2003). Les librairies jeunesse au Québec. *Lurelu*, *25*(3), 105–106.

Tous droits réservés © Association Lurelu, 2003

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

https://www.erudit.org/fr/

Les librairies jeunesse au Québec

Sophie Marsolais

Dix doigts suffisent pour compter les librairies spécialisées en littérature jeunesse qui ont pignon sur rue au Québec. Étonnant? En fait, pas vraiment. Le compte est presque toujours le même depuis des dizaines d'années, quelle que soit la situation économique ou l'emprise tentaculaire des grandes chaînes de librairies. Certains de ces établissements sont exclusivement spécialisés dans le livre jeunesse; les autres, à vocation généraliste, comptent sur une section jeunesse bien garnie, qui fait le bonheur des clients en magasin et des collectivités. Tous sont dirigés par des libraires soucieux de mettre à jour leurs connaissances et généreux de leurs conseils. Quelques-uns de ces professionnels nous ont parlé avec franchise de toutes les facettes de leur métier, du plaisir qu'ils éprouvent à dénicher un ouvrage sur un sujet pointu au manque de subventions gouvernementales qui les freinent dans leur mission d'éducation du public.

Des caractéristiques distinctives

Tous les libraires interrogés pourraient disserter pendant des heures sur leur rôle de personne-ressource, guidant enseignants, bibliothécaires, parents et enfants dans le choix d'un album, d'une bande dessinée, d'un livre-jeu ou d'un roman. «Notre service à la clientèle personnalisé est sans contredit ce qui nous différencie le plus des grandes chaînes de librairies», affirme Michel Breton, de la succursale Belvédère du réseau Biblairie, à Sherbooke, une librairie générale aux rayons jeunesse emplis de livres, de manuels scolaires et de jeux éducatifs. «Ce sont les connaissances et la courtoisie de notre personnel qui nous ont permis d'être en affaires depuis trente-cinq ans», soutient Jocelyne Vachon, de la Maison de l'Éducation, une institution dans le quartier Ahuntsic, à Montréal. «Nos libraires lisent tous les magazines littéraires et les cahiers spéciaux consacrés aux livres dans les journaux et écoutent les chroniques sur le sujet, à la radio et à la télé. Aucune nouveauté ne leur échappe!»

François Mayeux, spécialiste en bandes dessinées à la librairie Monet, située dans l'arrondissement Cartierville de Montréal, conseille ses clients peu familiers avec le genre, souvent déboussolés devant les centaines d'exemplaires en magasin. «Les enseignants et les parents ont généralement tendance à acheter les albums qui leur ont plu dans leur enfance, explique-t-il. Plusieurs ignorent tout de la production récente, qui captive pourtant davantage les jeunes que les vieux *Tintin* ou *Boule et Bill*. De plus, un grand nombre d'adultes s'arrêtent à un premier niveau de lecture et jugent les nouveautés trop violentes, osées ou impertinentes. Mon boulot consiste à enrayer les préjugés non fondés à propos de certaines séries et à faire découvrir les héros de l'heure.»

Selon Andrée Lefebvre, libraire responsable des achats à la librairie Monet, un service à la clientèle raffiné, offert par un employé informé, plaît beaucoup aux adultes à la recherche d'un livre sur la perte des dents ou la mort d'un animal domestique, par exemple. Les efforts consacrés à satisfaire ces clients exigeants rapportent gros : monsieur ou madame repart content et reviendra sûrement!

Conseillers, mais aussi gens d'affaires

Les libraires interrogés se font un peu moins loquaces lorsqu'il est question de parler argent. En effet, certains se passeraient bien de l'aspect plus «commercial» de leur travail et aimeraient avoir à se soucier un peu moins de ce qui se transige au comptoir-caisse. Nul ne peut cependant se permettre d'oublier la dure loi du marché. Quelques-unes de ces librairies, telle La Maison de l'Éducation, ont appris depuis longtemps à compter avec la concurrence que leur livrent les Renaud-Bray et Archambault. «En trente-cinq ans, nos compétiteurs ont pris différents visages, mais aucun ne nous a obligés à fermer nos portes», lance Mme Vachon sur un ton serein. Elle est persuadée que les réductions offertes en magasin (dix dollars pour tout achat de cent dollars) contribuent à garder fidèle sa clientèle.

Même attitude confiante chez Marie-Thérèse Benoît, gérante de succursale de la rue Sherbrooke de la librairie «Lire, s'amuser, créer», qui a ouvert ses portes en avril dernier, à Montréal. «Je crois que, pour faire face à la concurrence livrée par les grandes surfaces, la meilleure méthode est de s'en différencier le plus possible, notamment en offrant un très grand choix de livres. Pour nous distinguer, nous avons choisi de décorer notre commerce dans des couleurs vives associées à l'enfance et de promouvoir albums et romans jeunesse en les déposant dans des présentoirs, à portée de main des jeunes lecteurs.»

Même attitude confiante chez Josyane Girard, du Fureteur, une librairie de Longueuil (Saint-Lambert). Celle-ci précise que, pour garder fidèle sa clientèle, elle organise depuis peu des animations de livres pour la jeunesse en magasin. «Nous tentons d'en faire un rendez-vous mensuel pour les familles. L'initiative connaît cependant un succès variable, selon la période de l'année. Il n'est pas facile d'intéresser les jeunes, déjà impliqués dans une foule d'activités parascolaires.»

Libraire propriétaire de la librairie jeunesse Les contes de Perreault, ayant ouvert ses portes à Joliette il y a un an, Diane Perreault trouve vraiment difficile de concilier promotion de la lecture et gestion d'une petite entreprise. Hyperactive, elle est engagée dans des dizaines de projets incitant à lire et à découvrir des auteurs et des illustrateurs d'ici. Elle se dépense sans compter et sans consulter au préalable son comptable : elle organise des animations dans les écoles, les bibliothèques et les centres de la petite enfance; invite des groupes d'élèves dans sa librairie, les divertit dans un environnement conçu pour eux et leur sert un goûter; met sur pied des activités spéciales pour les Journées de la culture et élabore présentement un concept de salon du livre régional. «C'est presque un travail de missionnaire, mais je considère qu'il est du devoir de tout libraire de diffuser la culture dans son milieu, affirme-t-elle. Si je ne le fais pas, qui le fera? Qui initiera aux joies de la lecture les milliers d'enfants de Lanaudière dont les parents sont analphabètes? Je doute qu'il y ait de nombreux volontaires, car le travail est très exigeant et les profits trop maigres. Presque tous ceux que génère la librairie sont d'ailleurs réinvestis dans l'entreprise.»

Mme Perreault déplore que le gouvernement provincial n'ait pas mis sur pied un programme de subventions qui aiderait à assurer la viabilité de librairies comme la sienne. «L'État devrait alléger la charge financière des libraires qui jouent un rôle crucial dans l'éducation et l'alphabétisation de la population. Nous ne pouvons pas gruger infiniment à même nos réserves», dit-elle avec la passion d'une meneuse qui aimerait bien mobiliser ses collègues.

Toujours là

Si la clientèle en magasin n'est pas toujours facile à séduire, ces librairies jeunesse agréées peuvent toutefois compter sur l'appui indéfectible des collectivités, client principal de tous les libraires que nous avons interviewés. L'achat massif de livres et de manuels scolaires assure en majeure partie la bonne santé des libraires jeunesse. «Professeurs et bibliothécaires se fient à notre expertise pour leur conseiller des livres adaptés aux goûts et aux capacités des jeunes lecteurs et ils apprécient la grande variété de nos volumes. D'après moi, il n'y a qu'en petite librairie qu'ils obtiennent un tel service», soutient Andrée Lefebvre. Il semble donc que, même si tout n'est pas rose et que les actions louables et l'inventivité n'attirent pas toujours de nouveaux clients, ces cavernes aux trésors soient là pour rester encore de nombreuses années.

lu