

Québec français



Et la rentabilité?

Michelle Provost

Numéro 62, mai 1986

Littérature de jeunesse

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/49095ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Les Publications Québec français

ISSN

0316-2052 (imprimé)

1923-5119 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Provost, M. (1986). Et la rentabilité? *Québec français*, (62), 84–89.

et la rentabilité?



Cette question aurait semblé tout à fait irrévérencieuse il y a vingt ans à peine. On aurait alors pensé à « l'édition commerciale » avec un léger dédain du coin des lèvres... Mais aujourd'hui, et fort heureusement, nous pouvons parler avec une certaine élégance des « industries culturelles ». Reste encore à apprendre l'efficacité concrète de ce type de discours. Je plonge en usant d'une formule mixte qui n'a rien voulu céder à l'informatif, qui n'a pu éliminer l'expressif et qui, bien sûr, plonge dans l'argumenta-

richelle provost

tif et l'incitatif...

Des études exhaustives de marché restent à faire. Ici, ce sont des hypothèses que je formule à partir d'informations que m'ont fournies les éditeurs et à partir de mes observations dans le domaine du livre de jeunesse.

C'est connu : les éditeurs québécois pour la jeunesse offrent des produits de qualité et poursuivent des objectifs de rentabilité économique. Pour juger de cette rentabilité, il faut tenir compte de plusieurs facteurs qui influencent ce marché depuis les débuts de la littérature de jeunesse. Il s'agit d'une part de la concurrence des produits étrangers, qui conditionne aussi l'ensemble de l'édition québécoise, et d'autre part, du marché scolaire qui lui-même est inclus dans le marché des collectivités au même titre que les bibliothèques municipales et les bibliothèques centrales de prêt. Le marché du grand public est aussi important, mais, dans le présent article, je m'attarderai à l'influence du marché scolaire. Puisque ce marché représente plus de 50% des ventes de livres pour la jeunesse et qu'il est aussi, dans plusieurs cas, une locomotive pour l'ensemble des ventes, il mérite qu'on s'y attarde¹. D'autant plus que ce marché est contrôlé en bonne partie par les lecteurs et lectrices de *Québec français*.

La concurrence des livres étrangers

Un déséquilibre de taille

Le principal facteur économique qui définit le marché du livre québécois est la concurrence des livres francophones étrangers. Ces derniers représentent au moins 90% du marché du livre de jeunesse au Québec... Traditionnellement, ils ont toujours été considérés comme une bonne marque de commerce et, surtout, ont bénéficié des habitudes des consommateurs. En quantité, ils occupent en quelque sorte la place ; en librairie, c'est eux qu'on voit. Cette concurrence est aussi étrangère. Il n'y a, en fait, que les manuels scolaires québécois qui réussissent à occuper 80% du marché au primaire et au secondaire². Cela est d'autant plus vrai depuis que les normes d'approbation du ministère de l'Éducation sont plus strictes. Les livres de jeunesse subissent donc plus durement encore la concurrence étrangère.

Les titres québécois de jeunesse disponibles, tous catalogues additionnés, totalisent près de 1 000 titres.

Chez Gallimard, il y a 1 000 titres, à l'École des loisirs, 600, chez Hachette, 800, chez Larousse, 100, sans compter

les encyclopédies et les dictionnaires. Chez Fernand Nathan, plus de 1 000, chez Magnard, Rouge et Or, Casterman, Dragaud, Dupuis... Évidemment, je tiens compte de la bande dessinée ! Mais il ne faut pas penser que ces quelque 10 000 titres sont français... approximativement 60% sont des traductions de l'anglais, de l'américain, de l'italien ou du suédois... Procédez vous-même à votre propre approximation à l'occasion d'une prochaine visite en librairie... Sur la quantité de titres il y a peu de commentaires à faire, si ce n'est que le déséquilibre est de taille. Comment l'édition québécoise s'en sort-elle ? Si les éditeurs québécois parviennent à survivre à côté de ce géant étranger, ils doivent déployer des moyens infaillibles pour éviter la disparition pure et simple. Les subventions gouvernementales sont importantes et nécessaires, mais cette aide n'est pas suffisante. Il faut d'autres sources monétaires pour fonctionner et on peut postuler comme hypothèse qu'elles doivent provenir de la vente par titre d'une bonne quantité d'exemplaires. Je suis donc partie à la recherche de chiffres, pour vérifier cette hypothèse et j'ai cherché quelques points de comparaison du côté des livres étrangers. Le tableau suivant permet d'identifier certaines réussites et de procéder à certaines comparaisons. J'ai aussi demandé aux éditeurs de commenter les facteurs de réussite de leurs livres.

Notes pour lire le tableau

Les premiers tirages et les réimpressions

Au Québec les premiers tirages moyens des livres de jeunesse se situent entre 2 500 et 3 000 exemplaires. Les éditeurs de jeunesse comme les autres éditeurs d'ailleurs sont prudents et, en ce sens, les tirages initiaux se comparent à la moyenne calculée par la Bibliothèque nationale, soit 2 746 exemplaires en 1984, alors que, en 1970, il se situait à 5 500 exemplaires³. Les éditeurs préfèrent réimprimer selon la demande et éviter ainsi des coûts élevés d'entreposage ou les disgrâces du pilonnage. La différence se situe au niveau des réimpressions; c'est en considérant ces informations qu'on peut en arriver à identifier certains succès⁴.

Le rythme de vente, une clé pour lire les chiffres

Pour évaluer les réussites, en plus de considérer le nombre des réimpressions, il faut aussi tenir compte du temps que prennent ces exemplaires pour se vendre. Selon un constat général, la vie d'un livre de jeunesse québécois est sept fois plus longue que la vie d'un livre de littérature générale: entre cinq et six ans en moyenne. Pour un livre de jeunesse étranger, la moyenne se situe entre un et deux ans, alors que, dans le secteur adulte, la moyenne varie entre six mois et un an et pour les livres québécois et pour les livres étrangers. Ce tableau, fournit des renseignements quant au nombre d'années que le livre est sur le marché.

Commentaires sur le tableau

La lecture de ce tableau démontre des succès de nature différente. Ainsi *la Guerre des tuques* (Québec/Amérique), qui obtient un grand succès à sa sortie à cause du film, ne sera peut-être pas actif aussi longtemps qu'*Émilie la baignoire à pattes* de Bernadette Renaud. *L'Alphabet* de Roger Paré est un *super-boum* et pourra probablement profiter assez longtemps de cette popularité, surtout si l'auteur continue à publier de bons textes.

Les *courts romans* de la collection « Pour lire avec toi » sont la preuve que la persévérance peut être utile pour faire connaître et bouger une collection.

Les *romans pour les plus âgés* semblent présenter davantage de difficultés, la durée « d'écoulement » est longue. Chez Paulines, la distribution semble efficace alors que, chez Pierre Tisseyre, il y a peut-être encore des difficultés à trouver

les titres en librairie et même à les obtenir. Mais au-delà de l'efficacité de la distribution, il faut avouer que le marché du livre pour les adolescents est difficile à développer. Dans ce secteur, l'animation auprès des adolescent(e)s commence à peine mais les résultats sont très encourageants. Les expérimentations dans le cadre de « LA LIVROMANIE » à Communication-Jeunesse et pour les projets du guide pédagogique du ministère de l'Éducation sont éloquentes⁵.

La réponse des jeunes est très positive. Il y a peut-être ici des préjugés d'adultes à balayer, trop d'entre eux pensent que les jeunes n'aiment pas lire...

Dans ce tableau, on note aussi que les *traductions* grossissent considérablement les chiffres de vente et c'est sûrement un des objectifs que tous les auteurs et éditeurs poursuivent.

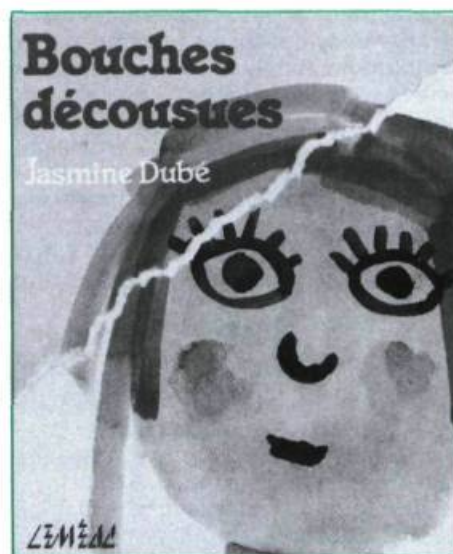


TABLEAU		
Édition Titre	Nombre d'exemplaires vendus (Réimpressions)	Sur le marché depuis :
ALBUMS		
La Courte Échelle		
<i>L'Alphabet</i> (Roger Paré)	30 000 (5 000)	6 mois
<i>Plaisirs de chats</i>	10 000 (4 500)	3 ans
(Roger Paré)		
« <i>Pichou et Jiji</i> »	100 000 (12 000)	10 ans
(8 titres)		
(Ginette Anfousse)		
<i>Nuits magiques</i>	4 500.....	4 ans
(Jean-Marie Poupart/Suzanne Duranceau)		
<i>Zunick</i>	6 700.....	2 ans
(Bertrand Gauthier/Daniel Sylvestre)		
Ovale		
<i>Musimaux</i>	10 000.....	2 ans
(Philippe Béha)		
<i>Pipi dans le pot</i>	10 000.....	2 ans
(Philippe Béha)		
« <i>Légendes du Québec</i> »	27 000 (ch).....	6 ans
(9 titres)		
« <i>Plimage</i> » l'Arbre.....	5 000.....	1 an
(Philippe Béha)		
<i>Eliess Nut l'incorrigible</i>	6 000.....	2 ans
(Perron & Viau)		
Pierre Tisseyre		
<i>Où est le chat ?</i>	5 000.....	5 ans
(Darcia Labrosse)		
<i>Une bien mauvaise grippe</i>	4 600.....	5 ans
(Robert Soulières)		
<i>Le Roi de Novilande</i>	8 000.....	5 ans
(Cécile Gagnon/Darcia Labrosse)		
Héritage		
<i>Plumeneige</i>	7 800.....	8 ans
(Cécile Gagnon)		
<i>Lazaros Olibrius</i>	7 800.....	10 ans
(Christiane Duchesne)		
Paulines		
<i>Archibaldo le dragon</i>	8 000.....	3 ans
(Philippe Béha)		

Quant à la comparaison avec les livres étrangers, on remarque que, mis à part la littérature populaire (ressemblant aux Harlequin) et le succès exceptionnel des « Livres dont vous êtes le héros », le nombre moyen d'exemplaires vendus est comparable pour un titre; la différence est notoire quand on considère le temps d'écoulement de ces livres.

Facteurs de réussite : constats d'éditeurs

Les éditeurs sont d'accord pour constater un bon nombre de réussites tranquilles et quelques bons succès. Tous sont unanimes pour dire que le premier facteur de réussite est la qualité du livre, sa présentation matérielle, son contenu et l'intérêt qu'il suscite auprès des jeunes. D'ailleurs, les titres mentionnés sont presque tous reconnus comme des titres de qualité par la critique en général. Le deuxième facteur est celui de la collection qui sert d'entraînement pour d'autres titres et qui permet une mise en marché plus facile. D'autres facteurs jouent différemment selon chaque titre. Aussi les éditeurs signalent que l'animation faite auprès des enfants par les auteurs ou par d'autres agents est une valeur sûre de succès. Les prix littéraires consolident et favorisent les ventes, surtout quand ces prix sont publicisés. Évidemment, une distribution efficace est une condition essentielle pour atteindre le succès.

À la Courte Échelle, Marc Vinson constate l'effet d'entraînement de la série avec les « Jiji et Pichou » de Ginette Anfousse. D'ailleurs, la maison poursuivra cette politique en publiant la suite des aventures de Zunik, d'Amélie et de Ani Croche, personnages de la maison. Les prochains albums seront des livres-cassettes et on prévoit faire revivre certains titres déjà publiés par ce procédé. La nouvelle collection de romans qui, en trois mois, a fait très bonne figure est sous observation attentive... L'animation a toujours été une préoccupation de la maison et il est certain que ce fait a grandement contribué à rehausser son image.

Chez Ovale, Suzanne Piette insiste sur la nécessité d'une bonne couverture de presse. Pour elle, la collection « les Légendes du Québec » est un bon exemple de l'intérêt de publier des livres dans une série. *Par la bave de mon crapaud* et *le Baiser maléfique* ont fait bouger, à leur sortie, les sept autres titres de la collection. Le fait d'avoir leur propre atelier de reliure permet aux Éditions Ovale d'arriver à produire des livres cartonnés à des coûts concurrentiels. En préparation, un livre-jeu sur la lecture et un autre sur le théâtre pour les jeunes, un album



TOUNDRRA

<i>Le Chandail de hockey</i>	6 000.....	2 ans
(Roch Carrier/Sheldon Cohen)		
<i>Ah belle cité</i>	10 000 (bilingue)	6 mois
(Stéphane Poulain)		
<i>Québec je t'aime</i>	20 000 (bilingue)	10 ans
(Tanobe)		

DOCUMENTAIRES

<i>Les Petits Débrouillards</i>	150 000 (80 000)	5 ans
(5 titres)		
Professeur Scientifix/Goldstyn		
<i>Arbriers</i>	34 000.....	4 ans
(3 titres)		

ROMANS

Héritage

Pour lire avec toi		
<i>Émilie la baignoire à pattes</i>	35 000.....	10 ans
(Bernadette Renaud)		
<i>Alfred dans le métro</i>	16 000.....	6 ans
(Cécile Gagnon)		
<i>Ti-Jean et le gros roi</i>	20 000.....	9 ans
(Serge Wilson)		
<i>Autobus à Margo</i>	10 000.....	
(Jocelyne Deschênes)		
<i>Enchanteur du pays d'oz</i>	25 000.....	9 ans
(trad. Marie-Andrée W.-Côté)		

Québec/Amérique

<i>La Guerre des tuques</i>	17 000.....	8 mois
(Danyèle Patenaude — Roger Cantin)		
<i>La Machine à beauté</i>	19 000 (7 000)	4 ans
(Raymond Plante)		
<i>Opération beurre de pinotte</i>	10 000.....	6 mois
(Michael Rubbo — tr. Viviane Julien)		
<i>Mystère et Boule de gomme</i>	4 000.....	10 mois
(Jacques Pasquet)		

La Courte Échelle

<i>Ani Croche</i>	2 500.....	3 mois
(Bertrand Gauthier)		
<i>Le Complot</i>	2 500.....	3 mois
(Chrystine Brouillet)		

pour créer ses propres histoires et une suite aux aventures d'*Eliess Nut*.

Chez Héritage, Ginette Guétat explique que la maison publie 60% de titres québécois et canadiens. Les autres titres sont des traductions de l'étranger ou des co-éditions. 80% de la production totale est consacrée à la jeunesse. La collection « Pour lire avec toi » connaît beaucoup de succès au Québec ; aucun titre ne s'est vendu à moins de 8 000 exemplaires. Héritage cherche attentivement des débouchés en Europe et, avec Gamma, éditeur belge, cette maison a mis au point une distribution en lots dans les écoles : entre 3 000 et 6 000 exemplaires pour chaque titre sont actuellement distribués. Ginette Guétat confirme que l'animation faite dans les écoles par un spécialiste, M. Quirion, est un élément très positif pour la promotion du fonds Héritage. À l'automne 1986, deux albums

cartonnés seront publiés et feront également partie de séries de vidéo-cassettes, « Livres ouverts », produites par Prisma. Enfin, les revues *Coulicou* (24 000 abonnés) et *Hibou* (25 000 abonnés) se portent bien ; on vise toutefois à augmenter le pourcentage de textes québécois de ces revues.

Chez Québec-science, René Waty est fier de l'intérêt que la collection « les Petits Débrouillards » suscite auprès des jeunes. La conception humoristique est aussi importante. Deux nouveaux titres inviteront les jeunes à l'élevage des petits animaux (parution prévue, avril 86) et à la cuisine avec *les Marmitons* (parution prévue, automne 86). La revue *Je me petit débrouille* et l'animation faite par les clubs sont des facteurs importants de succès. La coédition avec Belin en France et les traductions en espagnol, anglais, danois, allemand et galicien

(70 000 exemplaires) sont des bons coups... et, en plus, ils pourront aider d'autres éditeurs à conquérir ces marchés.

Chez Paulines, Ignace Cau, un des principaux artisans du renouvellement de l'image de cette maison, constate que les romans pour les jeunes de 12 ans et plus sont difficiles à vendre. Cependant, avec *Hockeyeurs cybernétiques* de Denis Côté (prix du Conseil des Arts et de la Science-fiction et du fantastique (1983), ça marche mieux. Il espère beaucoup des animations qui s'organisent au secondaire pour percer ce secteur. À venir, dans la collection « Jeunesse-Pop », un pastiche de Bob Morane... La revue *Vidéo-presse* fête ses quinze ans, avec 24 000 abonnés et 600 exemplaires vendus en kiosque ; c'est un succès qui s'autofinance...

Chez Pierre Tisseyre, Robert Soulières, directeur de la collection « Conquêtes », confirme la difficulté de rejoindre les lecteurs de 12 ans et plus. Les prix littéraires permettent sûrement de meilleures ventes. L'animation faite par les auteurs est aussi une clé. Quant au contenu des romans, il croit à la nécessité de rejoindre la clientèle en mettant des jeunes en scène dans des situations quotidiennes. Il pense aussi que les jeunes du primaire, qui ont la chance de connaître des auteurs, auront du plaisir à les retrouver dans des romans. Aussi cherche-t-il des auteurs capables d'écrire des romans et des albums.

Chez Québec/Amérique, Raymond Plante, directeur de la collection « Romans-jeunesse », est clair sur l'effet positif que créent les films ou les émissions de télévision. Finalement le phénomène est semblable du côté des adultes et il faut profiter de ces occasions pour faire la promotion de la lecture. Le fait qu'un auteur soit connu, ou par ses publications antérieures ou par ses visites en milieux scolaires, avive l'intérêt. Les jeunes ne lisent-ils pas plus qu'il y a quinze ans ?... La collection se subdivisera pour permettre la publication de romans destinés à des lecteurs plus âgés.

Chez les distributeurs exclusifs

Aux distributeurs, j'ai posé les mêmes questions sur les quantités de titres figurant au catalogue, sur le nombre d'exemplaires vendus en moyenne et sur les facteurs de réussite. Les réponses que je résume ici peuvent fournir des points de comparaisons utiles.

Aux Éditions françaises, distributeur de l'École des loisirs et de Larousse, Lise Bergevin est confiante : le marché connaît une progression lente mais constante. Les ventes sont réparties comme suit : $\frac{2}{3}$ des albums cartonnés

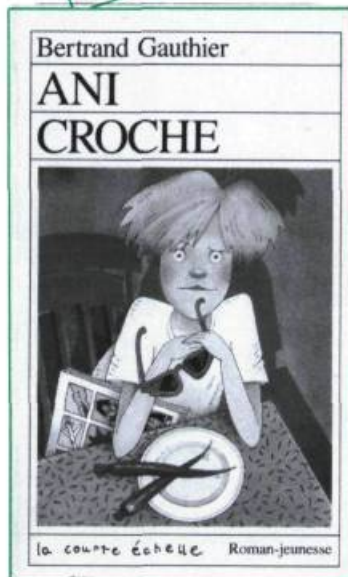
Paulines		
<i>Hockeyeurs cybernétiques</i> (Denis Côté)	4 200.....	3 ans
« Jeunesse-pop » (en moyenne)	5 000.....	5 ans
Pierre Tisseyre		
« Conquêtes »		
<i>Le Visiteur du soir</i> (Robert Soulières)	9 000.....	6 ans
<i>La Cavernale</i> (Marie-Andrée W. Côté)	3 000.....	3 ans
<i>Le Cercle violet</i> (Daniel Sernine)	2 000.....	1 an
<i>Un été sur le Richelieu</i> (Robert Soulières)	5 000.....	4 ans
<i>Casse-tête chinois</i> (Robert Soulières)	2 000.....	8 mois
« Deux solitudes jeunesse »		
<i>Je t'attends à Peggy's Cove</i> (Brian Doyle)	5 000.....	4 ans
<i>Écoute l'oiseau chantera</i> (Jean Little)	5 000.....	6 ans
<i>Émilie de la nouvelle lune</i> (Lucy Maud Montgomery)	3 500.....	3 ans
LIVRES ÉTRANGERS		
École des Loisirs		
<i>Un jour dans mon village</i> (7 titres)	1 500.....	1 an
<i>Lutin poche</i> (7 titres)	1 000.....	1 an
<i>Album cartonné</i> (7 titres)	500 à 1 000	
Hachette (en moyenne)		
<i>Bibliothèque rose</i>	2 000.....	1 an
<i>Bibliothèque verte</i>	2 000.....	1 an
<i>Maîtres du jeu</i> (2 titres)	2 500.....	2 mois
<i>Sweet Dream</i>	4 000.....	1 an
<i>Album documentaire</i>	500 à 1 000	1 an
Gallimard (en moyenne)		
<i>Un livre dont vous êtes le héros</i> (28 titres)	15 000.....	1 an
<i>Folio Junior</i>	1 000.....	1 an
<i>Folio Benjamin</i>	1 000.....	1 an

vendus surtout aux collectivités et 1/3 de livres de poche vendus surtout en librairie pour le grand public. Elle attribue le succès de l'édition jeunesse au fait que les parents et les éducateurs sont plus sensibles aux loisirs de qualité pour les enfants et, de ce fait, acceptent d'y mettre le prix... Les efforts des écoles et des bibliothèques publiques pour rendre les livres plus accessibles sont importants aussi. Les collections de livres documentaires marchent bien. La réédition d'albums dans la collection poche au lieu d'une simple réimpression donne un nouveau souffle aux meilleurs ouvrages.

Chez Québec-livres, distributeur de Hachette, Jacques Simard a évidemment de gros succès. Selon lui, la « Bibliothèque rose » et « verte » marche encore depuis douze ans... mais il avoue ne pas très bien comprendre le succès de ces adaptations de textes. 70% des achats pour ces titres sont faits par des collectivités; les habitudes sont bien ancrées et la collection est bien connue... D'autres succès s'expliquent plus aisément; ainsi le phénomène de la mode joue pour la collection « les Maîtres du jeu ». C'est le modèle des livres dont vous êtes les héros. Pour d'autres collections, c'est le phénomène socio-culturel de la littérature populaire qui opère. La collection « Sweet Dream » se vend bien auprès du grand public.

Chez DMR Gallimard, Marie-Françoise Losay a un phénomène rare sous les yeux: 15 000 exemplaires de chaque titre, 28 titres en un an... Il s'agit bien sûr de la collection « Le livre dont vous êtes le héros ». Des explications? Peut-être parce que les jeunes sont actifs, jouent, manipulent. L'effet d'entraînement est très fort; la publicité, la continuité de la collection et la promotion entre jeunes sont autant de facteurs aussi importants les uns que les autres. De plus, il semble que ces livres plaisent à des jeunes de différents groupes d'âge entre 10 et 17 ou 18 ans et peut-être même plus... La clientèle est large. Une nouvelle série de six titres s'adressant à des lecteurs plus jeunes, dans « Folio Cadet » sortira bientôt. Le même principe est exploité. Au-delà de ce cas qui ne s'est jamais vu, selon Madame Losay, un bon succès en moyenne dans « Folio Junior », « Cadet », ou « Benjamin » se situe autour de 1 000 à 1 200 exemplaires vendus.

Toutes ces observations nous permettent de répondre par l'affirmative à la question de départ. Les livres québécois pour la jeunesse finissent par se vendre assez bien comparativement aux livres étrangers si on considère le nombre moyen d'exemplaires vendus, mais ils pourraient se vendre encore davantage et plus rapidement. Le marché n'est sans doute pas saturé, il est stagnant.



Le marché scolaire a besoin des livres québécois

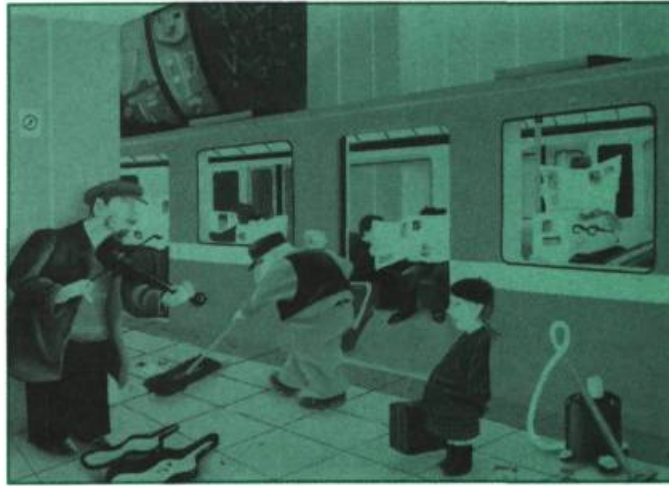
1. Les besoins pédagogiques

Dans toutes les disciplines, les élèves doivent lire et écrire et ils doivent aussi s'informer. La documentation écrite est une bonne source et elle devrait être accessible en variété, en quantité et en qualité. Il faut donc prévoir assurer de façon permanente la mise à jour et le renouvellement des bibliothèques. De plus, les nouveaux programmes de français du ministère de l'Éducation préconisent spécifiquement l'utilisation des livres en classe. Pour aider les enseignant(e)s à choisir et à utiliser les livres, le ministère de l'Éducation a publié un guide de littérature de jeunesse au primaire et il s'appête à en faire paraître un autre pour le secondaire. Dans chacun de ces guides, on reconnaît la nécessité de recourir aux livres québécois, souvent plus proches des élèves et mieux adaptés à leurs intérêts. Les jeunes s'y retrouvent davantage au niveau du langage et des valeurs socio-culturelles.

2. Liens entre les manuels scolaires et les livres

Les liens entre les manuels scolaires et les livres sont de divers ordres. D'une part, les manuels scolaires se sont améliorés en qualité en puisant à l'imaginaire et aux talents des auteurs et des illustrateurs du secteur jeunesse, de même les livres de littérature pour la jeunesse en recourant aux compétences d'auteurs et d'illustrateurs qui avaient été hautement sensibilisés aux règles d'approbation et à l'élimination des stéréotypes discriminatoires, ce qui donne une bonne longueur d'avance aux livres québécois par rapport aux livres publiés à l'étranger.

Mais au-delà des connivences de production, ces manuels se trouvent très souvent en concurrence directe au niveau des budgets. On a noté par exemple une hausse des achats de livres au primaire entre 1980-1983. La publication du guide pédagogique en littérature pour la jeunesse jumelée à une consigne d'attente du niveau matériel didactique pourrait expliquer cette hausse. Dès l'arrivée de manuels scolaires approuvés



sur le marché, les éditeurs de littérature pour la jeunesse sont confrontés à une baisse de leurs ventes. La complémentarité pédagogique des manuels scolaires et des livres ne devrait défavoriser ni les uns ni les autres.

Si l'*École québécoise*, énoncé de politique et plan d'action exige un manuel scolaire par élève, il ne préconise pas pour autant la disparition du matériel complémentaire ou des bibliothèques, du moins en principe...

3. La décentralisation des budgets trop modestes

On constate que la décentralisation des budgets d'achat de livres est très poussée souvent même jusqu'aux classes du primaire. Elle est positive dans certains cas, c'est-à-dire là où les adultes gérant ces budgets croient encore à l'importance de l'apprentissage de la lecture et à la nécessité de lire pour apprendre à lire. Au primaire, on note un effet négatif fréquent. Chaque enseignant(e) doit individuellement opérer des choix dans tous ces titres avec des budgets si restreints qu'ils en deviennent ridicules. Souvent, devant la difficile tâche du choix, ils vont au plus connu et au plus visible, vers les séries connues, (comme « Bibliothèque verte », « rose »...) ou vers les livres étrangers qui eux sont régulièrement présents en librairie à cause de leur nombre⁶.

Au secondaire, la décentralisation transparaît surtout au niveau des écoles. Ici, c'est la diminution du personnel des bibliothèques qui semble entraîner celle des budgets pour l'achat de livres. De plus, en raison de la diversité des différentes disciplines et du personnel spécialisé, la concurrence avec le matériel didactique est très forte. Dans ce contexte, la bibliothèque devient presque une activité parascolaire. Aussi, en temps de restrictions budgétaires, ce sont souvent les budgets pour les livres qui sont les premiers coupés.

Pour conserver les acquis et accélérer les ventes de livres québécois

Les éditeurs doivent continuer à maintenir la qualité des livres en recherchant de bons manuscrits. Ils doivent absolument relever les défis de la rapidité de vente, ce qui leur permettrait de réinvestir pour la production de nouveaux titres. Il leur faut absolument trouver des moyens pour être visibles et accessibles en librairie.

Les écoles doivent se servir des instruments de choix de livres pour leurs commandes et de livres québécois et de livres étrangers. On n'achète pas pour 1 000 \$ de livres. On choisit des titres de livres jusqu'à un montant de... Les écoles doivent privilégier tous les bons titres québécois. Les jeunes les apprécient souvent davantage. Les écoles doivent aussi trouver des moyens pour rendre plus flexibles leurs budgets d'achat de livres et réussir, par là, à se procurer les nouveautés québécoises dès leur sortie.

À qualité égale : deux pour le prix d'un !

Le coût moyen du livre québécois excluant les publications gratuites est de 11,83 \$.

Pour la littérature de jeunesse : 5,68 \$.

Pour le manuel scolaire : 9,56 \$.

Pour le livre adulte : 9,60 \$.

Pour le livre de jeunesse étranger, il n'y a pas de statistiques officielles, mais il serait de 12 \$ compte tenu des albums documentaires, des albums chics et aussi des produits bon marché.

AVANTAGE ÉVIDENT POUR LES LECTEURS ET LECTRICES

Un des seuls qui résistent à la baisse du dollar et à la hausse du franc...

Il faut toujours exiger des libraires qu'ils respectent vos choix. Un bon libraire à Québec, Matane, Rimouski ou Montréal peut obtenir un titre québécois qui n'est pas épuisé (ils sont rares, parce que souvent en réimpression) entre deux et quinze jours... C'est le distributeur qui fournit le libraire. Insister pour que les libraires et les distributeurs répondent à vos demandes précises, sinon informer les éditeurs de ces problèmes d'accessibilité. Vous trouverez chez l'éditeur un appui certain !

Pour répondre aux besoins des élèves et aux besoins pédagogiques des enseignant(e)s, les écoles devraient viser un pourcentage élevé de livres québécois. Évaluez le pourcentage actuel de livres québécois dans vos bibliothèques scolaires. Il serait pour le moins normal que le taux de livres québécois dans ces bibliothèques se situe autour de 20%.

¹ Le fait que les livres soient populaires à l'école amène souvent les jeunes et les parents à se les procurer en librairie.

² Étude TURGEON, *Analyse du marché de l'édition de livres au Québec*, Montréal, École des Hautes Études commerciales, août 1984, 154 p. [Ronéotypé].

³ Statistiques de la Bibliothèque Nationale du Québec, 1984.

⁴ Les données d'importations pas plus que les réimpressions ne sont inscrites dans les statistiques officielles qui ne tiennent compte que du dépôt légal et des rééditions (impliquant des transformations de titre, texte ou illustrations...) Aussi je me fie aux chiffres que les éditeurs et distributeurs m'ont confiés.

⁵ Voir l'article de Louise Goupil qui présente le contenu de ce guide dans ce numéro.

⁶ Vu la régularité de sortie des nouveaux titres étrangers, ceux-ci se retrouvent en librairie à toutes les périodes de l'année. Si la demande était plus forte pour les livres québécois, les libraires pourraient prendre le risque de les garder en stock. (Les livres non retournés à l'éditeur après quatre mois doivent être payés par le libraire à l'éditeur).