

**Lurelu**

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



## Mise au point

Dominique Jolin

---

Volume 17, Number 1, Spring–Summer 1994

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/12508ac>

[See table of contents](#)

---

### Publisher(s)

Association Lurelu

### ISSN

0705-6567 (print)

1923-2330 (digital)

[Explore this journal](#)

---

### Cite this article

Jolin, D. (1994). Mise au point. *Lurelu*, 17(1), 38–38.

Une chronique un peu plus sérieuse ce mois-ci, une fois n'est pas coutume !

Il n'y a rien de mieux que d'aller en librairie pour voir comment le client se comporte et comment vos livres se vendent... ou ne se vendent pas. J'avais déjà vécu un stage de deux jours chez Champigny, il y a deux ans; cette année, la librairie Renaud-Bray jeunesse m'a invité à renouveler cette expérience. J'ai accepté avec plaisir.

C'était la période des fêtes et la librairie croulait sous le poids des livres... mais aussi des vidéocassettes, des jouets et des jeux de toutes sortes. L'ère n'est plus à la librairie pure et dure, il faut bien vivre. Lors de ce stage, je n'ai pas eu beaucoup de surprises, enfin pas de surprise de taille. En revanche, j'ai été étonné de voir que les clients ont des goûts très classiques; ce sont sans doute les fêtes de fin d'année qui veulent ça. Ainsi, durant deux jours, j'ai nagé dans les *Fables* de La Fontaine revivifiées par Albert Millaire, dans les *Contes des mille et une nuits*, dans les contes et légendes de tous les pays et dans l'incontournable Comtesse de Ségur dont j'ai vendu *Les malheurs de Sophie*. J'étais tout fier puisque le livre se détaillait à 34,95 \$; pour un néophyte dans la vente, c'est presque un exploit... même si on n'y est pour rien.

Deux jours fort agréables avec le public. Un public difficile, voire un peu radin, qui rechigne lorsque le livre est écorné et qui n'hésite pas à demander un rabais. Alors, le libraire rogne sur sa marge de 40 % et accorde 10 % ou 20 % pour conserver la clientèle. C'est le commerce qui veut ça. J'ai déjà vu, dans un salon de livre, une dame qui a parlementé assez longtemps pour exiger un rabais sur un livre un peu défraîchi. Pendant qu'elle examinait encore l'objet sous toutes ses coutures, on a fini par dénicher un exemplaire impeccable, sous cello s'il vous plaît... La dame a préféré le livre défraîchi et le rabais. Ô race humaine !

En plus de répondre aux clients (avec le sourire, vous me connaissez), j'ai rempli une commande pour une école (une commande très variée, des documentaires, des romans étrangers et québécois, rien à redire). J'ai également placé des tonnes de vidéocassettes en me disant : «Ce n'est pas possible, ils ne vendront pas tout ça avant Noël !» J'ai appris aussi qu'être libraire, ce n'est pas de tout repos : une

demi-heure pour diner, toujours debout, une file de clients à la caisse et d'autres qui vous talonnent pour un conseil, un rabais, un renseignement. Bref, il faut aussi bien connaître son stock; un stock qu'on doit replacer sans cesse, car les clients accrochent au passage une pile de livres, ou ne replacent pas un livre dans la bonne section, ou le rangent à l'envers, etc. Être libraire, c'est aussi posséder des nerfs d'acier. Surtout durant la période des fêtes : moi qui n'affectionne pas particulièrement les cantiques de Noël, j'en ai entendu pour les dix prochaines années.

Mais j'aime les librairies tout comme j'aime les salons du livre : au lieu de me décourager d'écrire (certaines aimeraient bien ça !), ils me donnent plutôt l'envie d'écrire. Tout autour de soi des livres, encore des livres, des chefs-d'œuvre, du plaisir en abondance, de la jouissance même. Mais on découvre le sens profond du mot humilité, l'humilité qui nous frappe lorsqu'on passe à côté de Tolkien, Roald Dahl, des dizaines d'autres écrivains que j'admire et que j'aime.

Et au risque de me répéter, les livres se vendent un par un. Imaginez les obstacles qu'un client doit franchir pour mettre la main et acheter (je prends un titre comme ça au hasard) *Ciel d'Afrique et pattes de gazelle*. Chez Renaud-Bray, il doit traverser une forêt de livres, plus de 10 000,

avant d'arriver dans la bonne section, au fond, cinquième rangée à gauche, quatrième rayon, troisième livre en bas à droite... et repartir en direction de la caisse. Pour moi, chaque vente devient un miracle. À titre d'exemple, mais je ne sais pas si je devrais, *La route de Chlifa* de Michèle Marineau, eh bien on en a vendu quarante et un exemplaires en trente jours. Un peu plus d'un exemplaire par jour. C'est à la fois peu et beaucoup. *Le don*, du tandem Beauchesne-Schinkel, une quarantaine au cours de l'année, car ce n'est plus une nouveauté. Pour moi, ce sera toujours autant de miracles. Oui, les livres se vendent un par un. Et les auteurs commencent à le savoir, enfin ceux qui ne s'appellent pas Michel Tremblay et qui font des exercices d'humilité en dédiant leur livre lors des séances de signature dans les salons du livre et dans les librairies. Oui, publier nous ramène rapidement sur le plancher des vaches où l'on rumine la gloire et le succès, et c'est très bien comme ça.

### Les coups de cœur de L'hureluberlu

Moi aussi j'ai droit à mes coups de cœur. Les voici : *La route de Krishna* et *Les grands auteurs ne meurent pas*, tous deux chez Québec/Amérique, *La fille en suède* chez Boréal et *Un si bel éditeur* chez Tisseyre. ♪

## Mise au point

par Dominique Jolin

### Pour être plus précise...

À la suite de commentaires concernant mon article paru dans *Lurelu* de l'hiver 1994, voici quelques précisions sur les possibilités de rétribution qui s'offrent à l'illustrateur(trice).

Son éventuel statut de pigiste implique une entente contractuelle offrant une possibilité : le forfait, soit un montant fixe et définitif, ou les droits d'auteur(e). Dans ce dernier cas, l'éditeur versera habituellement à l'illustrateur(trice) une avance sur

ses droits futurs qu'il est convenu d'appeler un *à-valoir*.

Dans mon article, l'exemple des 1000 \$ reçus pour l'illustration d'un album couleur est un *à-valoir*, sous-entendant ainsi la perception ultérieure de droits d'auteur(e), selon le nombre d'albums vendus, les possibles réimpressions et les éventuelles traductions, une fois l'*à-valoir* épongé.

J'espère que cet ajout contribuera à dissiper les ambiguïtés qu'aurait pu faire naître mon article et jettera un éclairage additionnel sur notre *modus operandi*. ♪