

Les Salons du livre remis en question?

Number 13, April–May 1984

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/21527ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Nuit blanche, le magazine du livre

ISSN

0823-2490 (print)

1923-3191 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

(1984). Les Salons du livre remis en question? *Nuit blanche*, (13), 66–67.

Les Salons du livre remis en question ?

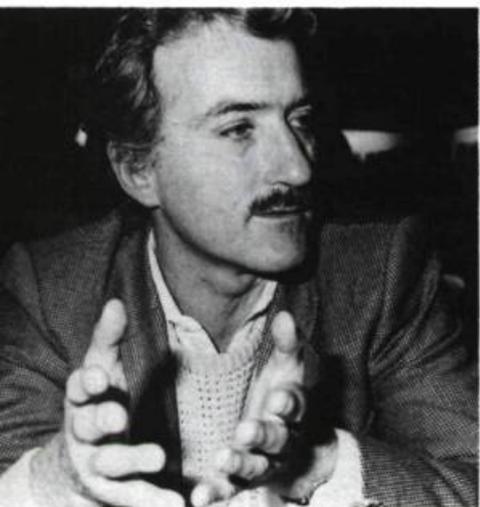


Photo A.M. Guérineau

Rolf Puls

«L'idée de créer des Salons du Livre au début des années 70 avait beaucoup de sens. On trouvait alors peu de librairies en régions et c'était une façon d'assurer une présence du livre au moins quelques jours par année. Certaines personnes découvraient à ces premiers Salons tout un univers de livres, auxquels elles n'avaient jamais eu accès.

Mais tandis que le marché du livre se transformait, notamment par un meilleur réseau de librairies, les Salons du Livre évoluaient très peu. Ils recourent maintenant une grande partie du travail des librairies... Finalement, qu'est-ce qu'on retrouve dans un Salon du Livre, sinon la vente des nouveautés! La majorité des éditeurs ne s'y pose qu'une question: combien va-t-on faire d'argent au Salon?

Les Salons devraient avant tout être voués à la promotion: pro-

motion de collections nouvelles, d'auteurs, de certains types de littérature, de certains courants, etc. On pourrait, par exemple, définir pour chaque Salon une thématique, comme ça s'est fait au Salon de Hull cette année, où l'accent était mis sur la poésie. Il faudrait trouver des formules d'animation originales pour créer un véritable dialogue entre le public, l'éditeur et l'auteur, et non pas se contenter des traditionnelles séances de signature. Le Salon pourrait devenir un lieu de rencontre des professionnels pour discuter des problèmes et politiques du livre. Le Salon du Livre de Montréal a d'ailleurs amorcé un pas dans cette direction en organisant une journée des professionnels. Il faudrait peut-être même interdire la vente de nouveautés en dehors des lancements. Personnellement, je suis absolument contre la vente systématique et presque exclusive de nouveautés. D'ailleurs, notre plus gros problème en tant que distributeur ou éditeur n'est pas de mettre en marché les nouveautés, mais bien de redonner vie à nos livres de fonds. Il ne s'agit pas d'être puriste et de refuser la vente mais de penser un peu plus à moyen ou long terme...

Je ne connais pas toutes les solutions, mais je sais que les Salons du Livre pourraient devenir un levier beaucoup plus efficace de promotion du livre qu'ils ne le sont présentement. L'important est donc d'amorcer un débat, une réflexion collective sur ce que devraient devenir les Salons du Livre. ■

Rolf Puls

Diffusion Mont-Royal

Personnellement, je n'ai jamais compris l'animosité ou la frustration de certains libraires vis-à-vis des Salons du livre. Ils devraient, me semble-t-il, être les premiers à se réjouir d'un événement créé à partir de et autour du LIVRE, ce «produit» qu'ils ont choisi de privilégier. Je préfère l'attitude des libraires qui à l'occasion du Salon du livre de Montréal proclamaient fièrement: «Au Salon, six jours... En librairie, tous les jours!» Et la réalité quotidienne leur donne tout à fait raison.

Pour l'éditeur, un Salon du livre constitue une occasion spéciale de promouvoir sa production: ses nouveautés et souvent son fonds dont il souhaiterait étendre la diffusion... et prolonger la vie!

J'ai toujours déploré que la population, dans son ensemble, ne mette pas les pieds en librairie aussi normalement et facilement qu'elle le fait pour les épiceries, les quincailleries et les pharmacies. Je sais que cette seule remarque va en faire sourciller certains!

René Bonenfant



Photo Guy Tardif

Mais, après avoir participé à de nombreux Salons du livre et rencontré des centaines de visiteurs, je suis sûr d'une chose: nombreux sont ceux qui n'ont jamais osé franchir le seuil d'une librairie, qui souvent visitent le Salon du livre sans véritable motivation, sinon celle de la curiosité ou de la mondanité, et qui pourtant découvrent tout à coup que le monde du livre est infiniment plus riche et diversifié que ce que peut offrir la «tabagie» du coin.

Et je me surprends à rêver que si seulement 10 p. cent des gens qui mettent les pieds au Salon fréquenteraient régulièrement les librairies, la condition des gens du livre, auteurs, éditeurs et libraires, s'améliorerait sensiblement. Et qui sait, peut-être n'aurait-on plus à «se taper» des Salons? ■

René Bonenfant
Éditions du Noroit



Élisabeth Marchaudon

Pour moi, le Salon du Livre idéal serait thématique. Je l'imagine divisé en sections (histoire, poésie, roman, musique, science fiction, livres anciens, etc.) où le visiteur pourrait examiner tous les livres disponibles sur le marché, les nouveautés comme les livres plus vieux. Un peu comme une gigantesque librairie de fonds.

On a trop souvent l'impression que les Salons du Livre ne sont que d'immenses foires de vente de best-sellers. Les éditeurs y viennent jouer à la «marchande» et au «marchand», et c'est à qui vendra le plus possible. Pour rentabiliser leurs

kiosques, certains éditeurs avaient même la fâcheuse habitude de vendre des nouveautés qui n'avaient pas encore atteint les librairies, et de pratiquer des «prix de lancement» sur une bonne partie de leurs livres...

Avec une telle vision à court terme, les éditeurs court-circuitaient les libraires, leurs partenaires pourtant, dont c'est le rôle de vendre au détail, et n'iaient ce que devrait être la véritable vocation d'un Salon du Livre: la promotion de la lecture et la recherche de nouvelles clientèles.

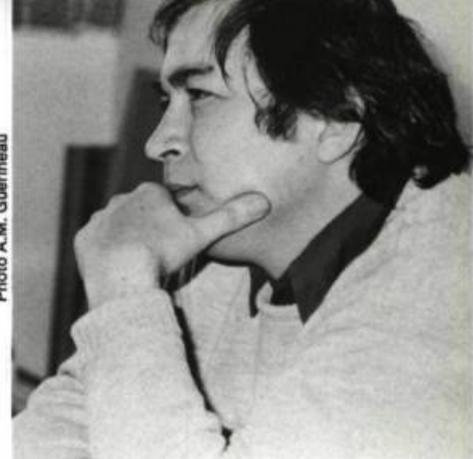
Il y a donc de la place pour beaucoup d'améliorations. Un pas important a d'ailleurs été fait au Salon du Livre de Montréal cette année. On a consulté des intervenants du livre; on a permis que des librairies tiennent des kiosques thématiques; on a organisé une journée de réflexion regroupant les différents professionnels (éditeur, bibliothécaire, libraire, auteur, etc.) pour réfléchir sur notre industrie; on a appliqué les règlements de façon stricte (pas de vente de rabais, pas de nouveautés non disponibles en librairie), etc. Tous les Salons devraient être conçus en collaboration avec tous les intervenants. Les Salons du Livre sont devenus un instrument capital pour le marché du livre, et il est de notre intérêt à tous qu'il ne nous échappe pas. Il est donc primordial d'amorcer une réflexion en commun et de trouver une formule de Salon qui serve le livre en général et non des intérêts particuliers. ■

Élisabeth Marchaudon
Librairie Hermès, Montréal

La Foire du Livre de Paris, celle de New York, celle de Francfort, plus Angoulême, le rendez-vous international des bédéistes, même celles-là, ce sont d'abord et avant tout, bien entendu, des foires marchandes où on débite du livre, où les éditeurs luttent féroce-ment pour le bon positionnement de leurs exhibits.

Non, les écrivains ne sont pas en reste. Viendra bien leur tour de monter sur le podium à un moment ou l'autre du grand suspense. Tous rattachés (et souvent

Photo A.M. Guérineau



Jean Lefebvre

attachés de sévère façon) à des maisons d'édition, quelques-uns faisant même office de directeurs de collection, ils sont tous là qui s'y poussent et poussent leurs livres (l'autographe et la dédicace en primes à heures fixes) avec le même zèle qu'un vendeur d'aspirateurs. Seulement, eux, ils vendent des aspirations... et des soupirs. Ils sont prêts à tout.

À Québec, on recevra des produits de seconde main (mais de première utilité) avec la même solennité qu'on pratique le dumping à long-ueur d'année. Nos maisons tentent de se faire une petite place aux côtés de leurs consoeurs européennes. Comme partout, le consommateur, lecteur surtout de synopsis, regarde, tâte, hume et quelquefois achète. C'est la foire. À chaque fois que tourne le tourniquet de l'entrée, c'est une escalade dans la grande guerre des chiffres. «N'oubliez pas de mentionner Salon «International» du Livre de Québec!» Car la lutte se fait à Montréal à 250 km et une saison de distance, toute la distance du monde.

Vous êtes puristes? Vous pouvez alors demander, suggérer, des améliorations, des codex ou la présence de plus grands «fonds d'éditions», ou encore un environnement plus adéquat, ne vous illusionnez pas! Même les éditeurs partisans idéologiques de telles initiatives hésiteront à y mettre le paquet. Il faut faire nombre. Le «grand public» exige ses nouveautés, son cirque. Quand plus de 100 000 personnes franchissent les portillons, ça n'est plus le temps de la chapelle ardente des catacombes mais celui de la course effrénée aux succès de l'heure. ■

Jean Lefebvre
*Ex-collaborateur
du Salon du Livre de Québec*