

Révolution chez Gutenberg

Francine Bordeleau

Numéro 86, été 1997

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/39203ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Productions Valmont

ISSN

0382-084X (imprimé)

1923-239X (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Bordeleau, F. (1997). Révolution chez Gutenberg. *Lettres québécoises*, (86), 7–10.

Révolution chez Gutenberg

Quoi qu'en disent depuis cinq ou dix ans les augures de malheur, le livre n'est pas près de disparaître. C'est plutôt en « périphérie », et plus particulièrement dans le secteur de l'imprimerie, que les technologies entraînent de profondes mutations. Dans la façon de faire les livres, la révolution est commencée.

DOSSIER

Francine Bordeleau

VOUS SAVEZ CE QUI EST EN TRAIN DE DEVENIR une mode aux États-Unis ? », lance André Dion, vice-président marketing de l'Institut des communications graphiques, à Montréal. « Le compte d'auteur. De plus en plus d'individus se mettent à faire leur propre livre. » Même en matière de livres, les modes chez nos voisins vont et viennent à un rythme trépidant.

Le compte d'auteur, ça n'est pourtant pas une sinécure. On dépense un argent fou pour fabriquer des livres que, faute d'un système de distribution et de promotion, personne ne lira. Il faut prendre *Mon tour du monde en 80 ans* — un compte d'auteur devenu best-seller —, de la désormais célèbre Marguerite Lescop, pour ce qu'il est : une exception. Son histoire, Mme Lescop l'a maintes fois racontée : à la suite d'ateliers d'écriture, elle a produit un récit autobiographique que les éditeurs auxquels elle l'a envoyé ont systématiquement refusé de publier. La dame a donc décidé de s'éditer elle-même, a dû assumer les frais d'impression et s'est chargée, avec l'aide de ses enfants, de la distribution et de la promotion. Promotion qui a été grandement facilitée, il est vrai, par les bons mots de Denise Bombardier.

Selon André Dion, on risque donc, dans les prochaines années, de voir se multiplier les Marguerite Lescop de tout acabit. Une maigre poignée peuvent espérer connaître un succès comparable, mais ça ne semble guère décourager les auteurs en herbe. Bon an mal an, à peine 10 % des manuscrits envoyés aux éditeurs sont jugés publiables. Et des manuscrits, les éditeurs en reçoivent beaucoup... Ceux qui, malgré les refus réitérés des éditeurs, veulent vraiment publier, peuvent donc, aujourd'hui, le faire eux-mêmes pour pas trop cher à cause de techniques nouvelles qui facilitent le court tirage. « Auparavant, on n'aurait jamais pensé tirer à 30 exemplaires. C'est maintenant possible », dit André Dion.

« Au cours des 10 dernières années, le monde de l'imprimerie a changé du tout au tout », poursuit-il. Les récents développements en matière de P.O.R. — pour *printing on request*, ou "impression à demande" — comptent peut-être parmi les innovations les plus spectaculaires ou, en tout cas, les plus récentes. Mais il y en a d'autres ; ces temps-ci, en fait, le monde de l'imprimerie semble carbrer aux technologies de pointe. Écoutez par exemple Francis Vincent, directeur de la fabrication chez Sogides, qui est à ce titre en rapport permanent avec les imprimeurs. Son vocabulaire ressemble à celui d'un spécialiste de l'informatique ; dans ce secteur qui nous avait davantage accoutumés au jet d'encre et au prêt-à-photographier, des expressions comme « numériseur » (*scanner*), « systèmes-réseaux », « espace-disque » appartiennent maintenant au langage courant. On peut aussi lire un rapport annuel récent d'Imprimeries Quebecor. Dans celui de 1995, par exemple, la rubrique qui vante les équipements de la maison — pré-presses numériques « évolués », post-presses « novateurs », conception d'un procédé breveté permettant de relier des CD-ROM à des livres¹, etc. — oblige à se rendre à l'évidence que, en matière d'imprimerie, la manière artisanale appartient dorénavant au passé.

Un secteur en mouvement

Grâce à des acquisitions successives d'imprimeries spécialisées dans le livre, Transcontinental est devenu le seul groupe offrant une gamme complète d'équipements pour la fabrication de tous types de livres.

Qu'il s'agisse de faibles tirages en noir à reliure souple, de tirages importants en noir ou en couleur, de "beaux livres" à reliure caisse, etc., Transcontinental possède les équipements et l'expertise requis pour les produire,

souligne d'ailleurs Christine Barbeau, directrice des ventes pour le Québec des imprimeries Transcontinental, division du livre.



Christine Barbeau



Jusqu'aux années 1993 ou 1994 — c'était hier, en somme —, les éditeurs de littérature générale faisaient principalement affaire avec trois imprimeurs : Gagné, Marquis et Ateliers graphiques Marc Veilleux (AGMV), ce dernier étant en outre spécialisé dans les courts tirages. Depuis, le paysage a passablement changé : Transcontinental a acquis Gagné (ainsi que Métropole Litho). En 1994, Marie-Josée et Nathalie, filles de Marc, ont fondé Veilleux impression à demande, une boîte qui fait exclusivement du court tirage²; cette année, Pierre Goulet, président du groupe sherbrookoïse Scabrini, a acheté Marquis, puis AGMV. Le secteur de l'imprimerie de livres est donc accaparé, désormais, par trois groupes de taille inégale : Quebecor, Transcontinental, qui a pénétré le marché de la littérature générale avec l'acquisition de Gagné, et Scabrini, plus quelques petits imprimeurs, dont Marie-Josée et Nathalie Veilleux. En fait, spécifiera Marie-Josée, « nous sommes maintenant le seul imprimeur indépendant pour le court tirage ».

« On assiste à un mouvement de concentration dans l'imprimerie », commente Laurier Blanchet, représentant chez Marquis. Mouvement que savent justifier les principaux intéressés. Pierre Fréchette, directeur des ventes chez AGMV, parle aussi de la nécessité « de se regrouper pour être plus fort, de se mécaniser pour demeurer très compétitif ».

Les investissements dans les avancées technologiques coûtent extrêmement cher. Les gros imprimeurs sont les mieux armés pour prendre le virage des technologies sophistiquées,

renchérit Christine Barbeau.

Le prix d'une presse ? L'Institut des communications graphiques en a récemment acheté une, rotative — c'est celle qu'on utilise pour les « gros » tirages —, pour 1,5 million de dollars. Mais le prix oscille plus fréquemment entre 3 et 10, voire 15 millions, selon le type — à feuilles, rotative, avec séchoirs... — et la taille de la presse. « L'imprimerie est une industrie dont les besoins en capital sont très grands. Les coûts nous obligent à une concentration », soutient André Dion.

L'offset à l'heure du numérique

Pendant que les éditeurs de partout se donnent rendez-vous à Paris et à Francfort, les imprimeurs, eux, vont dans la ville allemande de Drupa s'enquérir du *nec plus ultra* en matière de technologie. Les Harris, Heidelberg et autres Mitsubishi dernier cri n'y ont pas encore décrété la mort du bon vieux procédé *offset*, loin s'en faut. Procédé qui nécessite trois grandes étapes : pré-impression, impression, reliure. Et qui se déroule *grosso modo* selon le scénario suivant, comme le résume Marie-Josée Veilleux : l'imprimeur reçoit un livre dont les pages en sont généralement au stade du prêt-à-photographier ; il monte les pages (4, 8, 16 ou même 32 à la fois, selon le format du livre) ; il les photographie sur des plaques de polystyrène ; il met les plaques sur les presses et procède à l'impression. Reste ensuite à couper, à relier, à coller.

« La révolution technologique n'affecte pas tant le procédé en lui-même — du moins pas encore — que des phases tel le montage », dit M^{me} Veilleux. Les systèmes informatiques ont fini par s'implanter dans l'imprimerie, mais pas au point où il suffirait d'introduire une disquette, puis d'actionner boutons et manettes, pour qu'il en sorte au bout un livre. L'adaptation semble d'ailleurs avoir été assez lente. « Il y a deux

ans, quand un client remettait une disquette (avec la disquette, on a tout de suite une sortie de film), ça lui coûtait plus cher que si on était parti du prêt-à-photo », souligne par exemple Laurier Blanchet. Mais aujourd'hui, donc après avoir pris le virage, les imprimeurs déplorent que tous les clients n'aient pas suivi. « Nous recevons les documents d'une multitude de sources, sur une multitude de supports, et c'est un peu problématique », dit Pierre Fréchette.

Les presses, informatisées, se perfectionnent. L'ajustement des couleurs, par exemple, est maintenant facilité par des densitomètres sophistiqués qui permettent une plus grande précision. Pour la couleur, il faut du reste savoir y faire, à cause de la multiplication des ouvrages avec illustrations ou photos. On pense d'emblée aux beaux livres ainsi qu'à la littérature jeunesse, mais les biographies, certaines catégories d'ouvrages théoriques, voire les recueils de poésie sont évalués aussi en fonction de la qualité de leurs illustrations. Quelqu'un comme Claude Prud'Homme, directeur des Éditions du Noroît, est persuadé que les technologies peuvent servir la poésie. « Les lecteurs exigent des recueils fabriqués de façon raffinée. L'aspect du livre est un facteur de vente déterminant », dit-il. À tort ou à raison, les éditeurs estiment manifestement qu'« il faut égayer, innover, changer les mises en pages », comme le dit Francis Vincent.

Celui-ci a travaillé à la fabrication du premier beau livre produit par le groupe Sogides. C'était en 1992, avec le fameux album sur Québec signé Michel Lessard. La technique utilisée pour le livre a fait à l'époque un certain bruit. « On a cherché pendant des mois une façon de traiter les photos, afin d'avoir un volume de niveau acceptable », dit M. Vincent. Ce genre de photos, qui pèsent chacune entre 40 et 100 mégaoctets, exige la mise en place de systèmes-réseaux et de serveurs.

La tête de l'emploi

Le groupe Sogides est de ces clients qui font eux-mêmes presque tout le travail avant la mise sous presse. L'objectif ainsi poursuivi : réduire les coûts de production. On peut prévoir, qu'à court ou moyen terme la quasi-totalité des éditeurs pourront faire de même, ce qui risque de modifier la pratique du métier d'imprimeur. Des changements, le secteur en a connu. Ainsi, « jusque dans les années quatre-vingt, rappelle Laurier Blanchet, Marquis faisait beaucoup de mise en pages et de typographie ». Ce sont désormais des stades de production dont les éditeurs se chargent eux-mêmes.

Tous types d'imprimeries confondus, le secteur représente, pour le Québec, environ 32 000 emplois. Mais les changements technologiques — on connaît le scénario — entraînent la mort de certains métiers. De métiers souvent très bien payés : les pelliculeurs, pratiquement disparus depuis cinq ans, reçoivent (ou plutôt, recevaient) de 20 \$ à 25 \$ de l'heure. « L'un des plus gros défis de l'industrie consistera à recycler les travailleurs », estime d'ailleurs André Dion.

L'industrie devra s'occuper de recyclage et aussi, de façon plus générale, de formation. C'est justement dans cette optique qu'aurait été fondé, en mai 1996, l'Institut des communications graphiques. Cette « école » spécialisée — une idée du cégep Ahuntsic —, « administrée par des gens de l'industrie pour les besoins de l'industrie », dit André Dion, a été mise sur pied grâce à un investissement de 15 millions de



Marie-Josée Veilleux

dollars fournis en partie par l'État, en partie par les imprimeurs mêmes (Quebecor et Transcontinental surtout). Il s'agirait là, dit encore

M. Dion, du plus important organisme du genre au Canada ; il en existe un autre comparable aux États-Unis. Pour l'heure, l'institution, à laquelle incombe aussi le rôle de faire de la recherche et du développement, s'emploie davantage à dispenser une formation sur mesure à ces imprimeurs engagés bon gré mal gré dans la réseautique et la robotique, guettés par le CD-ROM, obligés d'emprunter les voies d'Internet. À voir la tendance, on ne doute pas que les informaticiens ont un bel avenir dans l'imprimerie.

« Je déprime chaque fois que j'entends parler de technique, car on s'éloigne de la chose fondamentale : le texte », déplore néanmoins Pascal Assathiany, patron des Éditions du Boréal et de Diffusion Dimedia. Le texte n'est pas vraiment, il faut le dire, l'enjeu de ces déploiements technologiques. L'idée, c'est d'être plus rapide, plus précis, plus performant, moins cher. Tellement rapide et performant qu'« il reste du temps de presse disponible », dit Pierre Fréchette. À une période où les tirages ne cessent de diminuer, l'imprimeur se doit d'être très efficace.

Au service du petit

Si les tirages diminuent, c'est parce que les ventes de livres baissent continuellement. Depuis une dizaine d'années, on observe le même phénomène dans la très grande majorité des pays industrialisés : il se publie de plus en plus de titres dont chacun se vend de moins en moins. Un premier roman qui stagne à 300 ou 350 exemplaires, ça n'est pas rare. Mais le mouvement n'épargne personne. « Ce qu'on vendait avant à 2000 exemplaires est tombé aujourd'hui à 1000-1200. Et on constate une baisse des ventes moyennes par titre », dit Pascal Assathiany.

Technique de reproduction, l'imprimerie s'accommode mieux des gros tirages. En dessous de 300 exemplaires, le procédé *offset* n'est plus guère rentable.

La plupart des commandes provenant des éditeurs de livres québécois, que ce soit en littérature générale ou en scolaire, se situent entre 500 et 2000 exemplaires,

précise Marie-Josée Veilleux. Pour elle, spécialisée dans le court tirage, « la tendance est presque positive ». « Je commence à imprimer à 200 », ajoute la jeune femme.

Depuis quelque temps toutefois, de nouveaux joueurs sont apparus sur le marché du court tirage. Ceux-ci utilisent un système élaboré par Xerox voilà cinq ou six ans : c'est l'impression numérique à demande.

« Les éditeurs demeurent sceptiques quant à la qualité de ce procédé », concède Claude René, responsable du département d'impression numérique chez Copiegraphie Pro. Né il y a huit ans, ce petit imprimeur de Saint-Hubert travaille aussi en *offset*, mais pense qu'il y a un avenir dans l'impression numérique. Pour d'aucuns, cette technologie n'est rien d'autre qu'une forme sophistiquée de photocopie. « En fait, on compose un original à partir du fichier informatique », dit Claude René. L'impression numérique peut utiliser le même papier que l'imprimerie « traditionnelle », ou même « un papier beaucoup plus blanc, sinon ultra-blanc ». Contrairement à l'*offset*, le procédé ne per-

met pas les économies d'échelle : le coût unitaire reste toujours le même, que l'on imprime 10 ou 1000 exemplaires. « Pour l'instant on imprime en très petites quantités : 10, 50, tout au plus 200 exemplaires », précise d'ailleurs Claude René.

« Les imprimeurs sont à l'affût des nouvelles technologies, assure Laurier Blanchet. L'impression numérique, on connaît : Marquis en fait déjà, dans le cas de très courts tirages, c'est-à-dire pour 150 ou 200 exemplaires. »

Selon Francis Vincent, il existe « un très gros marché » pour l'impression à demande. Le groupe Sogides a commencé à faire affaire avec Copiegraphie Pro en octobre dernier ; au moins une cinquantaine de titres auraient déjà été imprimés au moyen du procédé numérique. « On s'en est servi pour ressortir des titres épuisés », dit M. Vincent. « Avant on ne pouvait pas réimprimer à seulement 100 exemplaires. Je ne vois donc que du positif dans les nouvelles technologies », affirme pour sa part Pierre Graveline, directeur du groupe Ville-Marie littérature.

Et le livre ?

L'impression à demande est loin de faire l'unanimité chez les éditeurs. Toutefois, contrairement à ce que laissent entendre certaines idées reçues, ils ne se sentent pas forcément menacés par les changements technologiques. « Si ces changements nous donnent la possibilité de faire de plus petits tirages, ça ne peut qu'aider le livre », dit Pascal Assathiany.

Ce qui nuit au livre, c'est surtout un contexte global : des lecteurs qui boudent les titres réputés plus « difficiles » ; des librairies de moins en moins dignes de ce nom, qui s'intéressent davantage au commerce qu'à la littérature ; un système tellement axé sur la nouveauté que jamais la durée de vie d'un livre n'aura été aussi courte... Les éditeurs stockent les innombrables invendus et, quand ça déborde, pilonnent :

C'est vraiment devenu un problème : on se retrouve avec d'invraisemblables quantités de livres dans des entrepôts qui coûtent très cher. L'impression à demande peut aider à résoudre ce problème,

dit Pierre Graveline. Ce qui se prépare, croit-il, c'est que les éditeurs feront imprimer, dans un premier temps, le strict minimum. Puis feront réimprimer ponctuellement, au fur et à mesure des besoins : 100 exemplaires ici, 50 là...

Cette façon de faire permet également de garder les fonds vivants, poursuit Pierre Graveline. « Le concept de "livre épuisé" devrait disparaître, maintenant que les éditeurs ont la possibilité de répondre très exactement à la demande. » Et en peu de temps : en 48 heures, pour les cas urgents, l'éditeur peut prendre livraison de sa commande. Mais le délai normal est d'environ une semaine ; ce qui est encore plus rapide que de commander un livre par l'intermédiaire d'un libraire.

Christine Barbeau tient à nuancer :

À l'heure actuelle, la qualité de l'impression numérique est acceptable, sans plus. Il faut en outre penser que dans l'édition, le nerf de la guerre, c'est la distribution. En tirant les livres à 20 ou à 200 exemplaires, on bouleverse toute la mise en marché. La technologie est peut-être là, mais la périphérie n'est pas prête.



Nathalie Veilleux

« En poésie, ça ne vaut pas la peine de tirer à moins de 500 exemplaires. Il faut tout de même que le livre soit présent en librairie ! », dit Claude Prud'Homme. Selon lui, il reste impératif qu'un livre circule dans un nombre significatif de librairies. Et ces catalogues, que des éditeurs veulent diffuser sur Internet ? « C'est intéressant, c'est une façon de faire connaître les auteurs et le fonds de la maison. Mais ça ne remplacera pas la présence physique du livre », estime le directeur du Noroît. (Et l'écran cathodique ne remplacera pas l'imprimé, tout bonnement parce que la lecture sur écran est une corvée que toute personne normalement constituée voudra s'épargner.)

Sur l'impression numérique, les avis restent partagés, donc. Il est toutefois un secteur que le procédé risque de chambarder de dramatique façon : celui du livre savant ou universitaire. Pourquoi ? Simple : le procédé permet pratiquement la fabrication de livres « sur mesure ». C'est-à-dire qu'on « emprunte » un chapitre à l'ouvrage de X, un chapitre à celui de Y... Les professeurs le font en quelque sorte déjà, avec les fameux recueils de textes vendus aux étudiants. Mais si la pratique était érigée en système ? André Dion assure que « la fabrication de livres sur mesure, à partir de plusieurs ouvrages existants », a bel et bien commencé chez les éditeurs universitaires mêmes, par exemple chez McGraw Hill, le grand éditeur états-unien de livres savants... En plus d'être en contradiction avec l'esprit du livre scientifique, ce « picorage » risque fort de mettre en péril la perception des droits d'auteur.

La loi canadienne, quant à elle, est complètement inadaptée au nouveau contexte technologique. Et la technologie, on ne l'arrêtera pas. « Il faut maintenant trouver une façon de protéger le droit d'auteur », dit Pascal Assathiany.

Les imprimeurs n'ont pas ces soucis. Ils semblent même ne pas avoir de souci du tout. Ou si peu. Il y a longtemps que le secteur n'avait paru aussi serein. La crise du papier, qui battait son plein en 1994, quand Marie-Josée et Nathalie Veilleux se sont mises à leur compte — « à l'époque, les réimpressions coûtaient plus cher que ce qu'avait coûté l'édition originale », disent-elles —, semble bien révolue. On s'est adapté au court tirage. Et non, on ne craint pas la disparition de l'imprimé.



1. Cette technologie maison, appelée *Bind-Sleeve*, « a été appliquée pour la première fois au tirage des 800 000 exemplaires de *The Road Ahead*, le livre de Bill Gates », peut-on lire dans le rapport annuel.
2. Les filles ne sont pas allées faire concurrence au père. Marie-Josée et Nathalie ont fondé leur entreprise après que Marc Veilleux ait vendu AGMV à son partenaire Marc Delisle. Peu après, Marc Veilleux démarrait, dans des locaux contigus à ceux de ses filles à Boucherville, Marc Veilleux Imprimeur dont la spécialité demeure le livre, mais à tirage plus élevé.

Singulier

Guy Lafèche, éditeur

Les Éditions du Singulier Ltée
30, place Giroux, Laval, Québec H7N 3J2

JÉRÔME LALEMANT, LE SUPÉRIEUR DES JÉSUITES, POUVAIT-IL MENTIR DANS SA RELATION ?

C'est en osant poser la question (la réponse ? oui !) que l'historien a pu trouver toute la vérité sur l'épisode du combat au Long-Sault.

L'exploit de Dollard des Ormeaux et de ses seize braves au Long-Sault est un épisode classique de l'histoire du Canada. Il a fait couler beaucoup d'encre, des larmes et plusieurs hypothèses. L'historiographie officielle, de Faillon à Groulx, voulait que ces martyrs aient couru dresser une embuscade aux Iroquois qui s'apprêtaient à exterminer la colonie. Des pirates, oui, en quête de fourrures, qui étaient tombés par hasard sur cette armée d'exterminateurs ?

Rien de tout cela ! Il s'agissait simplement d'un petit groupe de miliciens montréalais guidés par pas moins de quarante Hurons (spécialistes des grands

convois de traite depuis près de cinquante ans). Ils se rendent aux Grands Lacs pour ramener à Montréal le convoi de fourrures, une fortune, rassemblé là-bas par Des Groseilliers depuis deux ans. C'est un échec total. Les Français inexpérimentés sont massacrés et les Hurons capturés. Les responsables de ce fiasco sont assez nombreux, mais ce sont surtout les jésuites.

La preuve ? Ce sont eux qui inventent l'interprétation officielle qui paraît sous la plume du Supérieur Jérôme Lalemant dans sa Relation de 1660. Une superbe affabulation qui sera reprise plus tard par Jeanne Mance, dans l'histoire de Montréal rédigée par

Dollier de Casson sous sa dictée. Cette découverte spectaculaire repose sur une question toute simple qu'il a fallu 335 ans pour poser : le Supérieur des jésuites de la Nouvelle-France peut-il cacher la vérité ? Bien sûr, surtout s'il y va de son intérêt !

Toute la vérité sur l'affaire dans le volume 5 de la série **LES SAINTS MARTYRS CANADIENS** de Guy Lafèche. L'ouvrage relié de 412 pages se vend 40 \$. Chez votre libraire ou par la poste chez l'éditeur (où on paie par chèque). Les cinq volumes de la série coûtent 180 \$. Pour tout savoir sur les saints martyrs canadiens, c'est vraiment pas cher.