

Problèmes de diffusion

Jacques Hébert

Volume 12, Number 3, May–June 1970

L'exploitation de l'écrivain : son travail et son salaire

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/60296ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Collectif Liberté

ISSN

0024-2020 (print)

1923-0915 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Hébert, J. (1970). Problèmes de diffusion. *Liberté*, 12(3), 93–107.

Problèmes de diffusion

Je n'ai pas rencontré, dans toute ma vie, un auteur heureux, comblé, prêt à avouer que le tirage de son livre dépassait ses espérances... et que l'éditeur, pour une fois, avait bien fait son travail.

Cette insatisfaction inévitable de l'auteur, je la comprends d'autant mieux qu'elle ressemble assez à celle que j'éprouve comme éditeur. Je suis toujours déçu des tirages des livres que je publie. Je m'explique mal qu'*Une Saison dans la vie d'Emmanuel* n'ait pas encore atteint 50,000 exemplaires ou que, du roman de ce jeune auteur de 22 ans en qui j'ai foi, je n'aie pu vendre que 1,200 exemplaires.

Dans un cas comme dans l'autre, je me pose des questions et je tente de trouver des réponses.

Voyons ensemble de quelles questions et de quelles réponses il s'agit...

I. LE MARCHÉ QUÉBÉCOIS

D'abord, à quel marché un livre publié au Québec s'adresse-t-il ? En ne tenant pas compte de la diffusion à l'étranger, facteur marginal dont il sera question dans un autre atelier, et du pourcentage encore mince des Canadiens anglais et des Néo-Canadiens qui lisent nos livres, ce marché est constitué par les 6 millions de Canadiens français. Et voilà, en un chiffre, le problème majeur de l'édition, de la librairie et, bien sûr, de la littérature québécoise.

Mais n'existe-t-il pas, dans le monde, des pays qui ont une population, un niveau de vie et même certains facteurs géographiques et climatiques proches de ceux du Québec et dont l'industrie du livre est florissante ? On pense tout de suite à la Finlande, au Danemark. Mais ces deux pays ont la particularité d'avoir des langues nationales parlées par eux seuls, ce qui incite les gens à lire d'abord leurs auteurs nationaux et ensuite, traduits en danois ou en finnois, les chefs-d'oeuvres des grandes littératures du monde : française, anglaise, américaine, allemande, etc. Les éditeurs peuvent prospérer avec ces seules traductions, ce qui leur donne les moyens de publier allégrement les auteurs locaux.

Au Québec, sans doute, nous serions dans une situation comparable si nous parlions l'iroquois. Mais l'histoire a voulu que nous parlions le français, langue internationale qui nous donne directement accès à l'imposante production littéraire de la France, sans parler de celle de la Belgique, de la Suisse et parfois même de la Principauté de Monaco ! Nos librairies sont inondées par ce flot merveilleux, au point qu'il y reste peu de place pour les livres des auteurs québécois.

Pour comble de malheur, les Canadiens français lecteurs de livres ont un travers bien connu : ils lisent l'anglais, ce qui leur donne un accès direct à toute la littérature américaine, anglaise et même canadienne-anglaise.

Culturellement parlant, nous sommes dominés par la production littéraire de quatre ou cinq pays étrangers. Il est étonnant que les Canadiens français, par surcroît, trouvent

le temps de lire quelques livres d'auteurs québécois. Et cela m'incline à croire que nous lisons plus, tout compte fait, que bien d'autres peuples, y compris les Français. En l'absence de toute statistique québécoise en la matière, on peut spéculer joyeusement, d'autant plus que les statistiques françaises nous révèlent qu'un Français sur deux n'ouvre jamais un livre !

A défaut de statistiques, je vous donnerai quelques chiffres particulièrement éloquentes : je les choisis dans ma maison d'édition pour l'excellente raison que je ne connais pas les chiffres de mes concurrents.

Il y a dix ans, une première plaquette de poèmes d'un jeune poète inconnu mais talentueux tirait à 500 exemplaires, ce qui était déjà un chiffre important, mais au-dessous duquel on ne peut imprimer une brochure à un prix raisonnable.

Aujourd'hui, on publie les jeunes poètes à 1,000 exemplaires et, pour ma part, depuis janvier 1970, c'est-à-dire depuis que j'ai organisé un service de messageries, je les publie à 1500 exemplaires. Une oeuvre poétique dont on parle dans les cours de littérature — je pense à l'*Ode au Saint-Laurent* de Gatién Lapointe — atteint parfois les 10,000 exemplaires. Depuis trois ans, cet ouvrage se vend à un rythme d'environ 1000 exemplaires par année.

Les éditeurs de France font-ils mieux ? Ils ont pourtant sur place, un marché dix fois plus considérable que le nôtre — sans parler du marché de la francophonie que l'édition française exploite à fond (nous en savons quelque chose !) *et qui pour l'instant, nous est inaccessible*. Toutes proportions gardées, un jeune poète français devrait compter sur un premier tirage d'au moins 15,000 exemplaires, ce qui, bien sûr, n'a rien à voir avec la réalité.

On pourrait donc conclure que, par capita, les Canadiens français achètent plus de livres que bien d'autres, encore que cela ne soit pas suffisant, parce qu'ils constituent, au départ, un marché restreint.

Comme on ne peut plus guère compter sur un accroissement du taux de natalité pour corriger rapidement cette situation difficile à la fois pour les auteurs, les éditeurs et

les libraires, il faut donc que chaque Canadien français lise plus de livres du Québec. Et nous voilà en plein dans les problèmes de diffusion du livre québécois.

II. LA VENTE HORS-LIBRAIRIE

D'abord avec les Editions de l'Homme et, par la suite, avec les Editions du Jour, je me suis appliqué à multiplier les moyens de vendre des livres, objets nobles jadis réservés aux libraires.

Malgré tout, après onze ans dans ce métier, je reconnais que la clé du problème du livre au Québec demeure la librairie. On ne pourra jamais la remplacer par les clubs du livre, au choix limité, les petits postes de vente ou les supermarchés, à la recherche des seuls ouvrages populaires, facile à vendre.

Avant d'aborder la question de la diffusion par le réseau de librairies, il serait utile d'examiner les autres moyens de diffusion et de voir dans quelle mesure ils pourraient contribuer au rayonnement du livre du Québec.

D'abord, et c'est la première question qui vient à l'esprit, ces moyens de diffusion concurrencent-ils le libraire ou s'adressent-ils à un nouveau public que de toute façon le libraire ne pourrait atteindre

Pour quelques libraires, de plus en plus rares, le débat est toujours ouvert et ils restent méfiants devant toute méthode de vendre un livre qui leur échappe. Mais pour la majorité, cette concurrence n'en est pas vraiment une ; chaque fois qu'on vend un livre de quelque façon que ce soit, avouent-ils, on aide tous les professionnels du livre.

A) La vente dans les dépôts de journaux

Je me souvient d'avoir été boudé par certains libraires à l'époque où je faisais distribuer les *Insolences du Frère Untel* dans les kiosques à journaux, les restaurants du coin et les pharmacies. Mais c'est ainsi que ce petit livre a atteint plus

de 100,000 lecteurs qui, pour la plupart, en étaient à leur premier livre ; des milliers d'entre eux seraient morts sans avoir acheté un livre mais, grâce au Frère Untel, ils ont posé ce geste tout simple . . . qui peut suffire à changer la vie d'un homme. Par la suite, plusieurs libraires m'ont dit avoir accueilli dans leur établissement toutes sortes de gens qui n'y avaient jamais mis les pieds : leur premier livre leur avait donné envie d'en lire un deuxième et, cette fois, ils n'avaient plus peur d'entrer dans une librairie.

Ce type de diffusion hors librairie a ceci de particulier qu'il se fait sur une base de consignment par l'intermédiaire de Messageries, qui portent ici le nom saugrenu d'agences de distribution.

Il comporte des avantages évidents :

a) Aux trop rares librairies du Canada français, il permet d'ajouter plusieurs centaines et parfois même plusieurs milliers de points de vente : pharmacies, gares, restaurants, kiosques à journaux, magasins à succursales multiples, supermarchés, etc.

b) Présent en des endroits fréquentés par un large public dont seulement une fraction oserait pénétrer dans une librairie, le livre se trouve une nouvelle clientèle qui aboutira tôt ou tard dans les librairies.

c) Le tirage plus important des livres appelés à déborder le réseau restreint des librairies permet de réduire le prix du livre, ce qui sera bénéfique pour le libraire et le public en général. Aucun éditeur du Québec ne peut éditer un livre de poche dont le prix de détail est de \$1.00 à moins de miser sur un tirage d'environ 10,000 exemplaires. Sauf rares exceptions, on ne peut atteindre pareille vente sans une large diffusion hors librairie. (Parmi les exceptions, il y a, bien sûr, le cas du livre mis à l'étude dans les écoles).

Les inconvénients

a) L'éditeur doit consentir aux messageries qui diffuseront ses livres dans les postes de vente qui ne sont pas des

librairies une remise d'environ 50%, alors qu'il accorde seulement 40% aux librairies.

b) Cette remise de 50% est d'autant plus onéreuse qu'il s'agit de ventes en consignation. L'éditeur prend tous les risques de l'opération, les messageries n'en prennent aucun ; quand elles auront *écrémé* le marché au cours d'une première distribution, elles rendront les *invendus* à l'éditeur, *invendus* souvent invendables parce qu'ils sont défraîchis. Les messageries hésiteront à remettre un livre sur le marché quelques mois après une première distribution. Elles savent que le pourcentage des ventes sera moins élevé pour un effort égal. Mais pour l'éditeur, c'est alors seulement qu'il y a espoir de bénéfice.

c) Les grandes messageries n'acceptent des éditeurs que les livres populaires, de vente facile, les best-seller, mais refusent systématiquement les ouvrages sérieux ou les oeuvres purement littéraires. Un éditeur qui compte trop sur ce réseau aura tendance à éviter la publication d'oeuvres plus valables et à concentrer ses efforts sur les livres de cuisine, de sexologie ou d'astrologie.

Conclusion : pour augmenter les tirages initiaux, pour maintenir le prix des livres au plus bas niveau possible, pour apprivoiser un public qui ne fréquente pas les librairies et pour élargir, éventuellement, la clientèle du libraire, l'éditeur ne doit pas hésiter à vendre ses livres partout où il est possible d'en vendre.

3) Les clubs de livres

Ce moyen moderne de vendre des livres a mis du temps à s'implanter au Québec et, en 1970, on constate qu'il profite essentiellement aux livres de France et des Etats-Unis, pourtant déjà largement diffusés chez nous.

Il n'existe qu'un seul club qui offre exclusivement des livres écrits, imprimés et édités au Québec. Il existe depuis déjà sept ans et je suis bien placé pour savoir qu'il devient de plus en plus difficile d'augmenter le nombre de ses membres, qui est de 3,000. Une fois de plus, et dans une large mesure, une entreprise québécoise de diffusion du livre a du

mal à se développer parce que le public lecteur donne sa préférence au livre étranger, en langue française et en langue anglaise, et aussi, toujours, parce qu'un marché de 6 millions d'habitants est insuffisant.

Aux Etats-Unis, il suffit qu'un livre soit choisi par le *Book of the month Club* pour que l'auteur et l'éditeur deviennent, du jour au lendemain millionnaires. En France, sans doute parce qu'il y a davantage de libraires et cinq fois moins d'habitants, les clubs donnent des résultats moins spectaculaires mais encore très remarquables. Par exemple le Club Français du Livre assure au livre qu'il choisit un tirage minimum de 5,000 exemplaires et une moyenne de 30 à 40,000 exemplaires.

Le *Club du livre du Québec* vend en moyenne 1,000 exemplaires du titre choisi comme sélection du mois. C'est trop peu pour que l'entreprise soit rentable : elle subsiste parce qu'elle est une humble filiale des Editions du Jour qui absorbent ses frais généraux. Pour un éditeur québécois, un débouché de 1,000 exemplaires demeure intéressant. Il lui permettra de lancer un jeune auteur dont il n'espère pas vendre plus de 1,000 exemplaires en librairie. 1,000 plus 1,000, cela fait 2,000 exemplaires, c'est-à-dire presque assez pour décider l'éditeur à publier un livre sans avoir, au départ, l'assurance d'une perte financière. Et si par surcroît il bénéficie d'une petite subvention du Conseil des Arts ou du Ministère des Affaires culturelles, il pourra joindre les deux bouts...

Les autres avantages :

a) Le club atteint un public qui ne fréquente pas les librairies et qui ne trouverait pas, dans les autres postes de vente, des livres répondant à ses goûts.

b) Il offre un débouché nouveau à des oeuvres littéraires, contrairement à la vente dans les dépôts, limitée à des livres populaires.

c) En plus de rendre possible la publication de certains livres, la vente en bloc à un club permet de diminuer le prix de détail d'un ouvrage en augmentant son tirage initial.

d) En donnant l'habitude de lire à un public qui ne fréquente pas les librairies, il élargira à la longue la clientèle des librairies elles-mêmes. Qui a lu lira !

Les inconvénients

Un club de livre, au cours d'une année, ne peut proposer qu'une sélection par mois, soit douze livres. A cela s'ajoutent d'autres livres-substituts, soit une centaine de titres par an, dont la vente cependant, sera minime.

C'est là un choix bien mince si on considère qu'un bon libraire peut offrir, en même temps, 25,000 titres à sa clientèle. Au Québec seulement, on a publié, en 1969, 1272 titres et il existe plus de 7,200 titres d'ouvrages canadiens-français actuellement disponibles.

4) La vente par correspondance

Ce type de diffusion, dans un pays comme la France compte pour 17% de l'ensemble du chiffre d'affaires de l'édition. Je vous donne ce chiffre à titre indicatif, puisqu'il n'existe pas de statistiques en ce domaine au Québec, mais en précisant qu'une bonne tranche de la vente par correspondance est faite par les libraires eux-mêmes, dont plusieurs ont d'excellents fichiers.

Les éditeurs doivent-ils, de leur côté, faire de la vente par correspondance ? Dans le contexte actuel, et pour les raisons évoquées au sujet des autres moyens de vente hors librairie, je suis tenté de répondre oui, mais à deux conditions :

a) L'éditeur doit suggérer au lecteur de sa circulaire d'acheter le livre annoncé chez son libraire, l'achat direct à l'éditeur étant proposé comme second choix.

b) L'éditeur ne doit accorder aucune remise sur les ventes individuelles par correspondance.

Ces deux conditions étant respectées, les libraires profiteront directement de toute initiative dans ce sens de la part des éditeurs.

5) La vente par courtage

Ce type de vente n'est rentable que pour les ouvrages au prix relativement élevé : dictionnaires, encyclopédies, classi-

ques reliés, albums d'art. Comme il s'agit là d'éditions coûteuses, exigeant de gros investissements, possibles seulement quand on peut compter sur un marché considérable, autant dire que la vente par courtage ne profitera, sauf exceptions, qu'aux éditeurs étrangers. On peut penser que les courtiers font un travail de pionniers et qu'ils ouvrent au livre des portes qui jusque-là lui étaient fermées. Bien qu'il soit difficile de l'établir, il est probable que la collection des Prix Nobel pénétrant, à cause de sa jolie reliure, dans le foyer d'un médecin ignare ou d'un épicier-boucher enfin riche, crée une situation favorable au livre : à cause d'elle un jour, le médecin et l'épicier (ou leur bonne !) achèteront un roman de Réjean Ducharme ou de Claire Martin. Un jour . . .

6) La vente par fascicules

Ce qu'on vient de dire de la vente par courtage s'applique intégralement à la vente par fascicules, qui concerne surtout les dictionnaires, les encyclopédies et les grands livres de recettes, avec la différence qu'elle atteint le grand public là où il se rassemble régulièrement : au supermarché.

Ici encore, les grandes opérations avec Steinberg ou Dominion ont servi d'abord des éditeurs et des auteurs étrangers.

III. LA VENTE EN LIBRAIRIE

Après ce bref tour d'horizon des méthodes de diffusion du livre hors librairie, il serait temps d'aborder cette méthode traditionnelle, éprouvée, irremplaçable : la librairie.

Au Québec, nous comptons environ 150 libraires, dont 92 seulement sont des libraires agréés par le Ministère des Affaires culturelles, c'est-à-dire qui répondent à certaines normes.

Si on considère qu'il y a en France, dans un pays seulement dix fois plus peuplé, 18,294 librairies, ou maisons de commerce vendant des livres, il faut reconnaître que le réseau québécois est absolument insuffisant.

Pourquoi y a-t-il si peu de librairies au Québec ? Dans un pays capitaliste, il n'y a qu'une réponse possible à cette

question : le commerce du livre n'est pas rentable. Les idéalistes qui s'y lancent à corps perdu souvent feront faillite ; quant aux hommes d'affaires authentiques, ils placeront leur argent dans un commerce plus rémunérateur et moins exigeant au plan de la formation et de la culture littéraire des employés.

Un libraire culturel doit être un conseiller toujours disponible, sachant à la fois partager son enthousiasme pour les livres qu'il aime et respecter les goûts de ses clients. A l'occasion, en organisant des séances de signature, des discussions avec un auteur, il devient un animateur culturel.

Par contre, peu de libraires utilisent les moyens modernes de gestion de l'entreprise, de publicité, de vente. Ceux qui ont l'âme d'un libraire, sont souvent de mauvais hommes d'affaires. Et les hommes d'affaires purs souvent ne réussiront pas davantage à moins d'être, en même temps (tout peut arriver !), des passionnés du livre. La librairie est un commerce, bien entendu, mais différent de tous les autres, plus exigeant aussi au simple point de vue des opérations commerciales. Ainsi, un libraire qui a dans sa librairie 20,000 titres, dont plus de la moitié à un exemplaire, a 20,000 objets particuliers. Aucun de ces objets ne peut être remplacé par un autre et au client qui demande *Fleur de peau*, on ne pourra refiler *Fleur de Cactus* et l'amateur de Julien Green ne se contentera pas de Graham Greene.

Imaginez les milliers de bons de commande et de lettres envoyés à des centaines d'éditeurs français, belges, suisses et, espérons-le, québécois ?

Le prix de vente moyen de l'objet-livre est faible par rapport au prix moyen des objets dans la plupart des commerces de même importance. D'un grand nombre de ces objets, le libraire ne vendra qu'un exemplaire, ce qui n'est pas rentable, compte tenu des dépenses administratives. Dans un magasin de chaussures, on supprimerait ce modèle de soulier non rentable. Mais le libraire ne peut pas réagir de cette façon parce qu'il lui est insupportable de répondre à un vieux client : « Non, je n'ai pas ce livre ».

D'autre part, un livre se vendra s'il est *présent* dans une librairie, à la vue du lecteur éventuel. Ça, les éditeurs le savent bien et, s'ils en avaient les moyens, ils feraient comme le *Reader's Digest* qui loue à prix fort, dans les librairies et les autres postes de vente, des surfaces précises d'un comptoir. En fait, les éditeurs se contentent de la place que le libraire veut bien leur donner. Et Dieu sait que, jusqu'à récemment, on ne trouvait jamais de place pour le livre du Québec. La situation change, mais trop lentement au gré des auteurs et des éditeurs. Dans tous les pays du monde que je connais, et même là où on publie très peu de livres, les libraires se font un point d'honneur de donner la vedette aux écrivains de leur pays. Ici, dans beaucoup de librairies, on a tendance à les mettre en second plan, sinon à les cacher.

Une des raisons de cette attitude, c'est que le libraire fait plus d'argent en vendant un solide best seller comme *Papillon* à \$9.00 l'exemplaire (acheté en France avec une remise de 50%) qu'à pousser la vente du *Nombril* de Gilbert La Roque, à \$3.00 l'exemplaire (remise : 40%).

Les éditeurs du Québec comprennent cette réaction du libraire d'autant mieux qu'ils savent les obstacles innombrables qu'il doit surmonter simplement pour survivre. Pour que le réseau de librairie s'élargisse et pour que chaque libraire accueille encore plus facilement qu'il ne le fait déjà le livre québécois, il faut l'aider à vaincre ces obstacles qui empêchent la librairie de s'épanouir.

Sur un tel sujet, discuté passionnément depuis dix ans, par libraires et éditeurs, je ne puis mieux faire que de m'inspirer largement des études préparées par le Conseil Supérieur du livre.

IV. LES GRANDS PROBLÈMES DES LIBRAIRIES

1. Obstacles à surmonter :

A. Une grande partie du commerce du livre échappe aux libraires.

Sans la vente du manuel scolaire et du livre de bibliothèque, la plupart des librairies du Québec ne peuvent vivre.

La clientèle des particuliers n'est suffisante que pour quelques libraires dans des endroits de grand passage : Place Ville-Marie, Centre d'achats Ste-Foy, Campus universitaires de Montréal, Québec et Sherbrooke. (Voir rapport Bouchard).

Or, les libraires québécois sont court-circuités :

- *par des éditeurs et commissaires français, (Exemple : le Département étranger Hachette) qui, de France, font aux collectivités du Québec des remises semblables à celles qu'ils ne consentent en France qu'aux libraires. Il s'agit par conséquent d'un véritable dumping.*
- *par des éditeurs québécois de littérature qui, pour ne pas être désavantagés par rapport aux éditeurs étrangers, ont tendance, eux aussi, à traiter directement avec les commissions scolaires et les bibliothèques.*
- *par des éditeurs québécois de manuels scolaires dont certains pratiquent la vente directe en invoquant l'un des motifs suivants : désir de connaître exactement les utilisateurs de leurs manuels et élimination du risque qu'entraînent les crédits importants aux libraires. En fait, c'est souvent pour un bénéfice supplémentaire.*
- *par des éditeurs américains qui éditent des manuels en langue française au Québec et qui, en vendant directement aux commissions scolaires et aux bibliothèques par-dessus la tête des libraires, ne font que pratiquer sur notre marché la politique qu'ils pratiquent aux U.S.A. et au Canada anglais.*
- *par des éditeurs français qui ont ouvert des filiales au Québec. Normalement, ces maisons, si elles étaient fidèles à la politique qu'elles observent en France, traiteraient uniquement avec les libraires. Or, elles agissent comme si les libraires québécois n'existaient pas.*

Cette année, les Editions Françaises (Larousse) ont décidé, sauf intervention gouvernementale, de vendre par-dessus la tête des libraires.

Un nouveau court-circuitage se dessine. Des relieurs (la firme américaine Bro-Dart, etc...) prenant conscience de la création de bibliothèques dans les nouvelles écoles polyvalentes, font des démarches pour se mettre sur le rang des mai-

sons qui seront appelées à soumissionner pour la fourniture des livres.

Il est évident que les relieurs n'auront aucune peine à remporter ces soumissions puisque les libraires québécois, pour donner les mêmes services, seront obligés de faire relier les livres en dehors de leurs établissements.

B. Les guerres de prix rendent non rentable le commerce de librairie.

Le système des soumissions employé par la plupart des commissions scolaires oblige les libraires à consentir des prix déraisonnablement bas car, à la concurrence qu'ils se font entre eux, s'ajoute celle qu'il leur faut faire à tous ceux qui les court-circuitent (voir ci-dessus A.)

2. Préjudice causé au Québec par la situation actuelle.

A. Plusieurs librairies, depuis 1962, ont fermé leurs portes alors que nous aurions dû assister à une augmentation importante de leur nombre au Québec durant cette période, pour tenir compte de l'augmentation de la population, de l'élévation du niveau de scolarité et du développement du marché des bibliothèques.

B. Les librairies qui survivent ne remplissent plus pleinement leur rôle :

- leur stock est moins diversifié et moins important
- leur personnel est moins qualifié
- les services qu'ils rendent à la clientèle (commandes spéciales, etc...) sont de moins en moins efficaces.

C. La tendance à la vente directe aux collectivités, si elle n'est pas freinée par une action gouvernementale, va accélérer ce processus de détérioration. Le mouvement deviendra irréversible. Il aura pour conséquences :

- a) d'implanter le système nord-américain au Québec, c'est-à-dire : pas de librairies régionales, uniquement des librairies sur les campus universitaires et dans les endroits de grand passage des grandes villes ;
- b) d'obliger les commissions scolaires, privées du service des libraires, à créer leur propre service de librairie, d'où dépenses élevées et inutiles ;

c) d'établir un monopole de distribution, qui entraînera forcément une augmentation des prix, entre les mains des grandes maisons étrangères : Larousse, Presses de la Cité, et en particulier, Librairie Hachette, dont la politique n'a d'autre but que l'établissement d'un tel monopole.

3. Solution

Devant une situation aussi dangereuse, il faut agir vite et c'est pourquoi le Conseil Supérieur du livre recommande au Gouvernement du Québec l'adoption d'une loi concernant le commerce du livre dans le Québec. Un projet, rédigé par Me Yves Pratte, existe depuis 1965. Il est entre les mains du ministère des Affaires culturelles.

Ce projet de loi crée une Commission du Livre qui :

- a) fixe les prix et conditions auxquels les livres doivent être offerts au public et aux collectivités (commissions scolaires, bibliothèques, etc.)
- b) fixe les normes d'accréditation pour les librairies québécoises.

La définition de la personnalité québécoise d'un libraire devrait s'inspirer des règlements de l'Association des Libraires du Québec qui refusent de considérer comme libraires québécois les maisons contrôlées par des individus ou du capital étranger.

Au nombre des normes d'accréditation figurerait l'obligation pour les libraires québécois accrédités de faire une large part à la littérature québécoise.

- c) accrédite les librairies québécoises,
- d) réserve aux dits libraires accrédités la vente des livres aux collectivités du Québec,
- e) détermine les infractions et fixe les amendes pour violation des règlements,
- f) entend les plaintes et rend les jugements.

4. Avantages de la solution proposée

A. Elle résout tous les problèmes de l'édition au Québec

- a) En réservant aux seuls éditeurs québécois l'édition du manuel scolaire à l'élémentaire et au secondaire, elle permet à cette industrie de se développer normalement.

b) Elle assure la survie de l'édition littéraire québécoise, plusieurs éditeurs de littérature payant leurs frais généraux par leur activité pédagogique, l'activité littéraire n'étant pas rentable.

c) Elle assure la francisation des manuels en langue anglaise actuellement utilisés dans les CEGEP et les universités.

B. Elle résout tous les problèmes de la librairie au Québec

a) En réservant aux seuls libraires québécois le marché des livres scolaires et des livres de bibliothèque qui leur échappe.

b) En assurant aux dits libraires des marges raisonnables.

c) Elle résout les problèmes des écrivains québécois : romanciers, essayistes, auteurs de manuels scolaires, puisque les éditeurs québécois, libérés de la menace étrangère, pourront consacrer leurs efforts au développement de la littérature et de la recherche scientifique et pédagogique.

d) Elle résout le problème de l'approvisionnement des bibliothécaires puisqu'ils trouveront dans les stocks des libraires tout ce dont ils ont besoin et que ceux-ci seront équipés pour leur faire parvenir rapidement leurs commandes spéciales.

e) Elle résout les problèmes d'approvisionnement des commissions scolaires puisqu'elles trouveront chez leur libraire tous les ouvrages dont elles auront besoin et qu'il ne leur sera par conséquent pas nécessaire de créer des services de librairie.

f) Elle protège les bibliothèques et les commissions scolaires ainsi que le public contre toute exploitation puisque le prix des livres et les remises seront fixés par les règlements résultant de la législation et que la loi prévoira des sanctions sévères pour les contrevenants.

o O o

En quelques mots, voilà les problèmes de la diffusion du livre au Québec et voilà des solutions proposées par quelques professionnels du livre.

Puissions-nous, ensemble, trouver mieux !

JACQUES HÉBERT