

Lurelu

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



Promouvoir le livre dans les écoles

Sophie Marsolais

Volume 24, Number 1, Spring–Summer 2001

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/11722ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Association Lurelu

ISSN

0705-6567 (print)

1923-2330 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Marsolais, S. (2001). Promouvoir le livre dans les écoles. *Lurelu*, 24(1), 69–70.

Promouvoir le livre dans les écoles

Sophie Marsolais



Tristan Demers (photo : M. Dussault)

69

La promotion du livre jeunesse dans les écoles demande aux éditeurs de faire preuve de beaucoup d'imagination, la loi 51 leur interdisant de vendre leurs publications aux bibliothèques scolaires sans passer par l'intermédiaire d'un libraire agréé. Comment faire, alors, pour initier les centaines de milliers d'élèves du primaire et du secondaire au plaisir de lire... et les inviter à découvrir les ouvrages de leur maison d'édition?

Tous les éditeurs proposent aux enseignants et aux bibliothécaires des rencontres avec certains de leurs auteurs. L'organisation de ces rendez-vous littéraires est généralement confiée aux deux parties intéressées, qui en fixent elles-mêmes le prix et l'horaire. Plusieurs maisons d'édition vont plus loin et offrent les services d'un animateur professionnel. D'autres encore produisent des guides d'accompagnement de leurs romans, à teneur éducative. Voici un tour d'horizon des programmes et outils d'animation conçus par les principaux éditeurs québécois pour la jeunesse.

Un projet ambitieux

Les Éditions Hurtubise HMH innovent en proposant aux enseignants du primaire et du secondaire ainsi qu'aux bibliothécaires scolaires un programme d'animation complet, inspiré de leurs différentes collections jeunesse. «Je crois qu'il s'agit d'une première du genre au Québec car, depuis l'an dernier, nous offrons un service très structuré qui comprend à la fois des rencontres entre nos auteurs et les jeunes lecteurs, et des animations effectuées par un comédien et une historienne», affirme le coordonnateur du programme, Tristan Demers, aussi connu comme illustrateur et bédéiste. Les activités que la maison d'édition a élaborées sont détaillées dans une brochure imprimée à trois mille exemplaires et distribuée dans tous les établissements scolaires du Québec.

L'an dernier, Tristan Demers a supervisé vingt-six rencontres avec des groupes d'enfants dans autant d'écoles et de bibliothèques dans toute la province. Plus de six mille petits curieux ont ainsi appris à connaître les livres d'Hurtubise HMH. Cette année, son objectif ambitieux est d'en toucher près de soixante-dix mille, dans le cadre d'une grande tournée provinciale — encore à l'état de projet — qui débiterait à l'automne prochain. «Je travaille présentement à la conception d'un spectacle animé à grand déploiement,

du moins comparé à ce que nous faisons habituellement. Nos animateurs auront droit à une sonorisation impeccable, à des éclairages et à de nouveaux décors. Je veux les produire dans les festivals et les événements culturels, en plus des écoles et des bibliothèques.» Comment financer un tel spectacle? En passionné de marketing, Tristan Demers a tout de suite pensé à solliciter la participation de l'entreprise privée. «Je sais que c'est une approche plus commerciale qui risque de déplaire à certains enseignants, mais je crois que les inconvénients de telles commandites, notamment la présence de logos publicitaires sur le matériel promotionnel, sont nettement inférieurs aux avantages pécuniaires», soutient-il. Parallèlement, il explore les programmes de subventions des différents paliers de gouvernement, sans en faire une priorité. Il espère obtenir l'appui de trois ou quatre commanditaires principaux pour sa tournée d'animation dans tout le Québec avant le mois d'avril.

Des animations exclusives à certaines maisons d'édition

Chez Pierre Tisseyre, on mise sur le talent d'animateur de Philippe Tisseyre, le vice-président de l'entreprise. Celui-ci rencontre des jeunes du primaire et du secondaire dans tout le Canada depuis maintenant sept ans. «Je leur raconte des anecdotes sur mon enfance et ma découverte tardive de la lecture, mon métier d'auteur et d'éditeur et la vie de mon père. Tout ça se déroule dans une ambiance humoristique.» M. Tisseyre anime de 250 à 300 rencontres annuellement.

L'éditrice jeunesse de chez Pierre Tisseyre, Angèle Delaunois, a également conçu huit cahiers d'activités entièrement reproductibles, accompagnant les livres de la collection «Sésame», destinés aux lecteurs du primaire. «Ces guides exploitent le contenu du livre et un thème connexe. Nous avons choisi de couvrir toutes les grandes périodes de l'année afin que les enseignants puissent s'en servir régulièrement. On y traite de la rentrée des classes, de l'Halloween, de Noël, etc.», explique M^{me} Delaunois. Celle-ci précise que la production de ces outils promotionnels (c'est ainsi qu'elle les perçoit) coûte très cher et qu'il est difficile de les rentabiliser car ils ne sont pas encore très connus. «Nous aimerions réaliser un cahier pour chaque titre de la collection, mais nous attendons que le produit suscite davantage d'intérêt avant de le faire.»



Violaîne Fortin, dans son personnage de Germina G. Fleury.

Les Éditions Michel Quintin ont elles aussi leur animatrice attirée, «une bombe d'énergie nommée Violaîne Fortin», comme la décrit affectueusement l'attachée de presse de la maison, Élisabeth Dupuis. Cette comédienne de formation a créé le personnage de Germina G. Fleury, une conteuse hors pair et grandeoureuse de la nature. À partir des livres des Éditions Michel Quintin, qui traitent des merveilles de la faune et de la flore, elle a créé le spectacle «Ça grouille autour de moi», déjà présenté plus de trois cents fois, et le tout nouveau «Germina revient de voyage». Chaque séance d'animation, d'une durée de quarante-cinq minutes, est présentée dans des versions spécialement adaptées aux premier et deuxième cycles du primaire.

Des outils promotionnels originaux

Soulières Éditeur, Dominique et compagnie, Québec Amérique, Médiaspaul, Boréal et La courte échelle fonctionnent tous de façon similaire pour promouvoir leurs livres dans les écoles. Ils envoient des communiqués de presse et des exemplaires de leurs livres à tous les animateurs et animatrices qui font la promotion de la lecture sans être embauchés par une maison d'édition en particulier. La plupart de ces éditeurs ont également trouvé d'autres petits trucs originaux pour conquérir les marchés scolaires.

Pour attirer l'attention du jeune public sur les livres de sa collection «Ma petite vache a mal aux pattes», Robert Soulières, le directeur de Soulières Éditeur, a conçu un concours amusant qui s'adresse aux enfants de la première à la quatrième année du primaire. Du 1^{er} septembre 2000 au 31 mars 2001, ces derniers étaient invités à dessiner une vache dans un contexte réel ou imaginaire. Le grand gagnant, dont l'identité sera dévoilée dans l'édition du mois de septembre de *Lurelu*, recevra tous les romans de la collection, en plus d'une visite de l'écrivaine Danielle Simard dans sa classe. «Le concours fonctionne à merveille! Nous recevons au moins un dessin d'enfant par jour, ce qui signifie que les animateurs parlent régulièrement de nos livres dans les écoles», commente M. Soulières.

Optant pour une approche plus pédagogique que ludique, les Éditions Dominique et compagnie ont plutôt choisi de produire des fiches d'activités de deux pages accompagnant les romans illustrés de leur col-

lection «À pas de loup». On y suggère d'analyser le récit et ses illustrations, d'exploiter un thème abordé dans le livre en classe et de participer à un jeu créatif. Un cahier d'activités plus complet, complémentaire aux livres de la collection «À pas de loup», sera également disponible plus tard cette année. Dominique et compagnie met aussi à la disposition des enseignants un guide d'accompagnement des mini-romans de la collection «Carrousel» contenant divers jeux et activités d'animation.

Québec Amérique a elle aussi conçu de belles fiches d'exploitation pédagogique en couleurs pour quelques livres de sa collection «Bilbo». Chacune d'elles propose des exercices à faire avant, pendant et après la lecture. Au dos de chaque document, des références pour l'élève et l'enseignant sont indiquées, et on invite les curieux à visiter le site Internet de la maison d'édition, un excellent outil d'information complémentaire qui contient des résumés de livres et des fiches auteurs.

Outre des rencontres avec certains de leurs auteurs, les Éditions Médiaspaul ont conçu deux outils pédagogiques fort bien faits, destinés aux enseignants du primaire et du secondaire. Écrit par Francine Pelletier, le documentaire-fiction *Une enquête de J.-P. — l'univers de Jeunesse-Pop* cherche à mieux faire connaître les genres littéraires suivants : science-fiction, fantastique, fantastique épique et mystère. Pour lever le voile sur le métier d'écrivain, la maison a aussi produit le document *Des auteurs Jeunesse-Pop se racontent*, régulièrement mis à jour. M^{me} Pelletier offre également aux professeurs un atelier sur les genres littéraires, disponible sur demande.

Plusieurs éditeurs ont confié qu'un manque de ressources humaines et financières les empêche de mettre sur pied un programme d'animation plus raffiné. Tristan Demers croit pourtant que l'investissement en vaut la peine. «Ce type de service ne peut pas être rentable lors de sa première année d'existence car une période de quelques mois est nécessaire afin d'établir des contacts et d'embaucher du personnel. Par la suite, si tout se déroule comme prévu et que le produit se vend bien, ça devient vite profitable pour une maison d'édition car les écoles et les bibliothèques scolaires sont encore peu sollicitées pour ce genre d'activités.»