Document généré le 8 nov. 2024 23:28

Liaison

Repenser la formule du Salon du livre de Toronto

Stéphane Gauthier

Numéro 121, hiver 2003–2004

URI : https://id.erudit.org/iderudit/41592ac

Aller au sommaire du numéro

Éditeur(s)

Les Éditions l'Interligne

ISSN

0227-227X (imprimé)
1923-2381 (numérique)

Découvrir la revue

Citer cet article

Gauthier, S. (2003). Repenser la formule du Salon du livre de Toronto. *Liaison*, (121), 14–15.

Tous droits réservés © Les Éditions l'Interligne, 2003

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

https://www.erudit.org/fr/

Repenser la formule du Salon du livre de Toronto

Stéphane Gauthier

Les premiers mots du président en disaient long sur la onzième édition du Salon du livre de Toronto : « Ça a été une année extrêmement difficile », a concédé Alain Baudot à peine deux heures avant que les exposants finissent de remballer leurs caisses de livres et que le public achève de déserter l'immense salle du Palais des congrès. « Il y avait plusieurs facteurs négatifs. Les élections ont tombé le jour de l'ouverture du Salon et il y avait une journée pédagogique vendredi, ce qui nous a pris par surprise. »

Notre entretien, à deux pas du siège social, est interrompu par la directrice générale, Christine Dumitriu van Saanen, qui cherche dans un va-et-vient affairé à attirer du monde à la scène Radio-Canada où s'installe l'écrivain Jean-Michel Maulpoix. C'est gênant. Les cent et quelques chaises pliantes gris fer vont demeurer presque vides pour la présentation de ce poète venu de France. Comble de malheur, ça a été comme ça pour la majorité des tables rondes plantées dans ce triste décor.

« Vous vous rendez compte, reprend Alain Baudot, ça coûte 53 000 $ cette salle ! Le Palais des congrès n'est pas convivial, mais on ne peut pas y échapper ! Puis ç'a toujours été un problème à Toronto de recruter le public adulte : la communauté francophone est très dispersée. »

Avec un budget qui avoisine les 320 000 dollars, une organisation rodée, forte de dix ans d'expérience et de 120 bénévoles, Alain Baudot n'est pas le seul à se demander ce qui n'a pas tourné rond au Salon du livre de Toronto du 2 au 5 octobre 2003.

Devant la baisse inquiétante d'affluence, certains exposants mal à l'aise ont décliné l'entrevue. D'autres ont pesé leurs mots. Jean-Louis Lefebvre, de la Société de développement des périodiques (SODEP) : « Cette année c'est un retour (pour la SODEP). La clientèle intellectuelle que je vise n'est pas venue au Salon. » Et où sont les universitaires à qui s'adressait une bonne partie de la programmation ? « On envoie des milliers de programmes et des milliers d'affiches à mes collègues de l'Université de Toronto, poursuit Alain Baudot. Vous avez là-bas beaucoup de professeurs de français. Et vous imaginez le nombre d'étudiants en français à cette université ! Où sont-ils ? C'est toujours les mêmes qui viennent ! »

Les chiffres d'ailleurs demeurent nébuleux. Dimanche à 15 h, le nombre de visiteurs non officiel oscillait entre 7 500 et 8 000. Lundi matin, le communiqué annonçait 13 000.

Les grands absents

L'essayiste François Paré, étrangement absent de la programmation, et qui venait pourtant de faire paraître *La distance habitée*, la suite de ses *Littératures de l'exiguïté*, a son idée sur les failles de l'événement. « Le Salon ne semble pas avoir de liens très clairs avec la communauté francophone de Toronto. Il n'y a pas d'auteurs québécois en vue. Il faudrait inviter des auteurs qui sont beaucoup plus près des gens, qui écrivent des guides de voyages, des livres de recettes, toutes sortes de gens beaucoup plus connus, plus médiatisés que les écrivains et les poètes. » Même Louis Anctil, qui fait de bonnes affaires au kiosque de Diffusion Dimédia, n'aurait pas dit non à la présence d'un Yann Martel, *L'histoire de Pi* étant son meilleur vendeur.

Cette absence d'écrivains vedettes, évidente comme le nez de Cyrano, présente le symptôme d'un mal plus grand. La principale lacune du Salon du livre de Toronto est sa façon de concevoir la programmation et sa mise en scène. Pourquoi par exemple cantonner un des meilleurs écrivains invités au Salon ? Daniel Poliquin, conteur fabuleux, aurait pu à lui seul créer un événement remarquable. En lieu et place, il figurait dans une rangée d'auteurs assis côte à côte sur la scène Radio-Canada. Ce qui aurait dû être une table ronde sur le roman historique a été une enfilade désolante de résumés de livres, sans direction et sans discussions entre les auteurs. Puis voilà, merci Monsieur Poliquin de vous être déplacé.

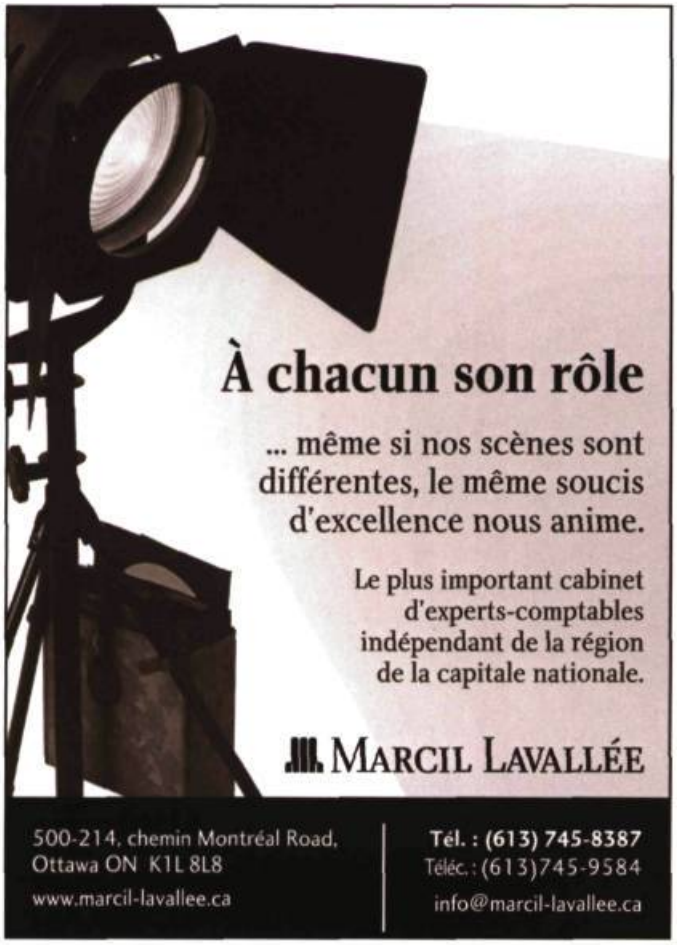
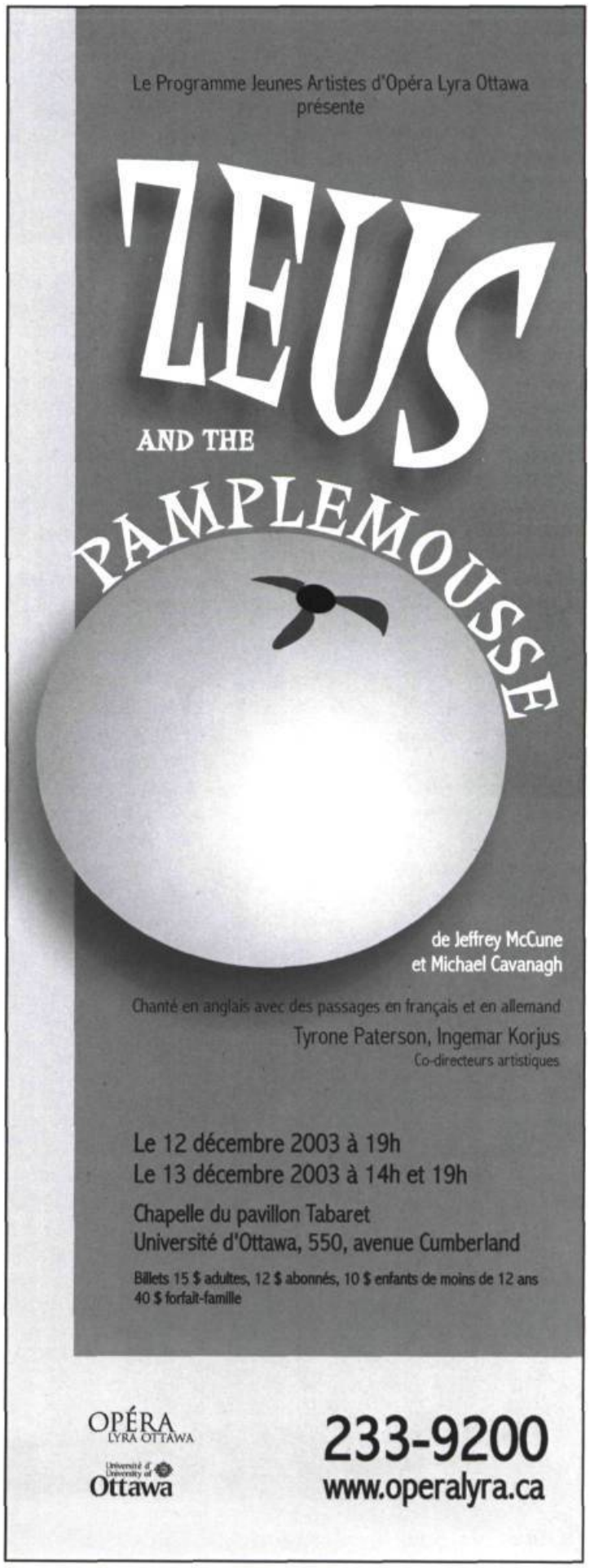
Et que dire du café des littéraires ? Il n'a de littéraire que le nom. Son allure de comptoir de cafétéria avec un éclairage de gymnase ne convient pas à des lancements de livres, encore moins à des lectures de poésie. Imaginez alors une dizaine d'écrivains qui se succèdent à l'occasion d'un lancement collectif. Ce n'est plus une fête, c'est une macédoine. Pourtant les Gabrielle Poulin et Didier Leclair auraient mérité un vrai lancement dans un vrai café littéraire.

À tout prendre, mieux vaut dix écrivains au Salon, bien encadrés et joyeusement occupés à rencontrer leur public, que cinquante écrivains laissés à eux-mêmes qui s'ennuient à mourir.

De bons points, tout de même...

Pourtant les éditeurs sont unanimes. La programmation jeunesse est bonne et les écoles sont au rendez-vous. On a même réussi à attirer trente nouvelles écoles d'immersion, et des écoles françaises viennent d'aussi loin que Penetanguishene. Six mille jeunes cette année ont circulé (c'est 75 % de la clientèle du Salon !). Comme ce garçon amateur de littérature fantastique qui a acheté *Le Seigneur des empereurs* de Kai. En trois jours, il va dévorer 500 pages. Ne serait-ce que pour ce jeune lecteur qui s'approvisionne au même stand depuis trois ans, Louise Alain des éditions Âlire se fait un devoir de revenir : « On ne doit pas mesurer les retombées à court terme. Prétendre que c'est l'achalandage fou reviendrait à mentir. Ça l'est pendant les journées scolaires, mais il y a des creux longs à traverser. Mais il y en a partout des creux, il y en a au Québec dans nos salons du livre. »

Une nécessaire remise en question

Malgré les difficultés de la onzième édition, Alain Baudot demeure un optimiste acharné. Et il se doit de l'être. Le Salon du livre de Toronto est trop important pour qu'on se laisse aller. « On va certainement avoir de nouvelles stratégies, on va avoir un Conseil de guerre ! Mais vous savez, le secret est simple : il faut faire comme la maison Gallimard qui utilise 40 % de son budget à faire la promotion… on ne peut pas se permettre ça, mais il faut simplement qu'on investisse davantage dans la promotion du Salon, qu'on ait des clientèles cibles. Ça demande une relationniste, peut-être deux, à partir de janvier chaque année, et commencer à faire du matraquage : du matraquage ! » Oui de la publicité, mais à la condition de savoir quoi vendre et à qui. Il y a un virage de 180 degrés à effectuer pour changer l'image terne du Salon du livre de Toronto. Et ça va nécessiter plus qu'un conseil de guerre pour y arriver. Ça prend une programmation radicalement transformée, pensée en fonction de publics précis (comme on le fait déjà pour la jeunesse). Il faut trouver des animateurs et des communicateurs professionnels. Et il faut surtout une direction artistique qui se charge de tout cela. Alors le grand public viendra, il sera nombreux et on n'aura pas besoin de le tirer par la manche pour l'inviter à s'asseoir. ■

Stéphane Gauthier est chroniqueur culturel à CBON, la Première Chaîne de Radio-Canada dans le Nord de l'Ontario.