

... de publier un manuscrit proposé ou écrit à sa demande. L'étape suivante comprend le travail de promotion nécessaire pour faire connaître le livre ainsi que le travail de distribution pour l'acheminer physiquement jusqu'au point de vente (ou au consommateur en cas de vente directe). En fin de chaîne, le livre parvient au public de trois manières: soit par l'intermédiaire des points de vente, en particulier les librairies...

Mais pour un certain type de livres, on peut en trouver également chez les marchands de tabac, dans les magasins à grande surface, les pharmacies et quoi encore.

... soit par l'entremise des bibliothèques; soit par la poste et l'entremise des clubs de livres.

Jusqu'aux années soixante, l'édition québécoise était surtout concentrée au sein des grandes maisons à vocation scolaire et parascolaire où sont nées d'importantes collections dont plusieurs sont à la base même de notre culture. On pense à des noms comme Beauchemin, Granger et autres.

Jusque-là, également, les grands réseaux de distribution, en particulier en ce qui a trait à la littérature générale, appartenaient à des capitaux étrangers.

C'est au cours des années soixante et soixante-dix que se multiplièrent les maisons d'édition québécoises, tant les maisons spécialisées que celles produisant des ouvrages d'intérêt général. Bientôt, tous les créneaux de notre marché allaient être représentés par des produits nationaux publiés par des maisons québécoises. Cela fut vrai aussi bien pour les ouvrages de fiction que pour ceux de non-fiction. Ce mouvement permit à de nombreux créateurs et créatrices de pouvoir accéder à leur public en même temps que se professionnalisaient les premières générations d'éditeurs soucieux d'augmenter leur part du marché, jusque-là dominé notamment par la production française, sans compter la concurrence du livre anglais d'origine canadienne ou américaine également présente sur ce petit marché.

C'est une chose qui frappe souvent à l'étranger quand on parle de l'édition au Canada. Il n'y a pas de marché aussi sollicité que celui du Québec pour la raison bien simple que la plupart des Québécois qui lisent des livres, sont bilingues et ont accès d'un seul coup à deux grandes cultures: la culture francophone et la culture anglophone. C'est donc dire qu'ils peuvent avoir accès directement à la production américaine qui est énorme, qui nous est facilement accessible surtout par le livre de poche, à la littérature anglaise venant d'ailleurs, de Grande-Bretagne, d'Australie même et certainement du Canada anglais. Par dessus le marché, évidemment, dans notre propre langue, nous avons à faire face à la concurrence énorme de l'édition française qui est une des plus grandes au monde, sans parler, à des degrés moindres, mais quand même importants de certains domaines particuliers, les livres qui nous arrive de Belgique, de Suisse, voir de Monaco.

Aujourd'hui, la production des éditeurs québécois ne représente que 33 p. cent du marché québécois des livres de littérature générale publiés en langue française.

Ce n'est qu'à 33 p. cent, imaginez-vous ce que c'était dans les années soixante.

Au cours des années soixante-dix et quatre-vingt, une autre bataille s'engageait: l'appropriation et la consolidation des réseaux de distribution. Même si la situation est encore loin d'être idéale, la croissance d'agences de distribution nationales et le rachat d'importantes agences étrangères ont néanmoins profondément modifié le marché du livre québécois.

Mais qu'en est-il de notre infrastructure de commercialisation? Si l'on regarde du côté des réseaux de distribution traditionnels, pendant longtemps, nous l'avons dit, le produit européen de langue française a bénéficié de la mainmise des grands groupes d'édition française sur les circuits de distribution au Québec. Cela constituait une véritable barrière pour les éditeurs nationaux qui devaient, pour la plupart, se faire distribuer par leurs concurrents français. Le rachat d'agences de distributions étrangères et la création de nouvelles agences québécoises marquent les premiers pas dans l'occupation réelle de notre marché.

Au second niveau de la structure de commercialisation se retrouvent les librairies et le réseau des petits points de vente.

Comme je disais tantôt, parfois certains kiosques à journaux importants ou les marchands de tabac ou les pharmacies.

Avec le décret de 1972, le nombre de librairies a sensiblement augmenté au Québec, non seulement dans les grandes villes mais aussi en régions.

C'est un décret provincial que le temps évidemment ne me permet pas de vous expliquer ici mais qui était une mesure pour aider, en somme, les librairies à pouvoir devenir un temps soit peu viables.

Le nombre de librairies varie aujourd'hui de 300 à 350 et les 5 chaînes au Québec en regroupent quelque 50 autres.

Ce qui veut donc dire plus de 400 en tout et partout.

Plus de 80 p. cent des librairies agréées sont des commerces indépendants. Mais toutes les librairies ne tirent pas la plus grande partie de leurs revenus de la vente de livres; plusieurs se sont transformées en librairies-papeteries.

Pour pouvoir vivre...

Il existe également un réseau de points de vente autres que les librairies (pharmacies, tabagies, dépanneurs et grandes surfaces). Dans ce réseau qui compte entre 2 000 et 6 000 unités, les produits favorisés sont toujours les livres de vente rapide dont les ouvrages en format de poche et les ouvrages pratiques.

Ce n'est pas la grande littérature que l'on retrouve dans ces surfaces-là qui doivent se limiter au 350 ou 400 librairies véritables.

Ce réseau est nécessaire à la couverture entière du marché, mais il demeure coûteux à exploiter et, pour plusieurs éditeurs québécois, partiellement exploité seulement.

En ce qui concerne les imprimeries, il y en a peu qui se consacrent presque exclusivement à l'impression de livres. Le réseau de bibliothèques est malheureusement pauvre au Québec.