

Les USA vus du Canada

Toute l'Amérique du Nord n'est pas anglophone et nous avons envie, dans ce dossier, d'écouter ce que nos cousins américains ont à dire de leur puissant voisin...

Président des éditions 400 coups et de Québec édition, Simon de Jocas s'est prêté à l'exercice.

Anne Clerc: Comment le Québec, majoritairement francophone, réussit-il à trouver sa place dans l'édition nord-américaine, majoritairement anglophone?

Simon de Jocas: Votre question me rappelle un article paru en 2016 dans cette même revue¹, où Tanguy Habrand faisait état de la complexité de publier en Belgique avec deux voisins aussi « encombrants » que la France pour les uns et les Pays-Bas pour les autres. Avec près de 350 millions de voisins anglophones, comment arrivons-nous, nous qui ne sommes même pas 10 millions (27 % de la population canadienne) à tirer notre épingle du jeu? La vérité c'est que nous y arrivons justement grâce à notre spécificité linguistique. Ce sont plutôt les anglophones du Canada qui sont pris dans la puissante spirale états-unienne. Des auteurs tels Margaret Atwood ou Yann Martel sont bel et bien publiés par des maisons canadiennes, mais celles-ci sont d'intérêts états-uniens. Les maisons indépendantes canadiennes anglophones qui réussissent à exister dans le marché doivent, presque toujours, avoir une structure de distribution et de diffusion aux États-Unis. De la même façon que les distributeurs français prennent énormément de place en Belgique ou en Suisse, les distributeurs et diffuseurs états-uniens sont très présents sur le marché canadien. C'est donc du côté du

Canada anglais qu'il faut se tourner pour mesurer cet embarrassant voisinage états-unien.

C'est donc votre position de francophones qui d'une certaine façon vous renforce?

C'est à la fois elle qui nous renforce et nous protège. Le public québécois aime lire québécois, les libraires nous défendent bien et surtout, nos auteurs, même les plus importants, sont publiés au Québec par des maisons québécoises. On trouvera, par exemple, les œuvres de Dany Laferrière publiées chez Boréal ou *Mémoires d'encrier* chez nous alors qu'ils sont publiés par Grasset en France.

Même si la littérature étrangère, surtout française, représente 70 % du marché global du livre au Québec, nous pouvons compter sur un lectorat local fidèle. La vente de livres représente environ plus de 5 fois les ventes de billets de cinéma ou de billets de spectacles. 6 250 livres sont édités chaque année par plus de 300 éditeurs. Certes, vu la petitesse du marché, on peut craindre une surproduction, mais cela souligne tout autant la vitalité de notre production.

J'imagine que cette vitalité repose aussi sur une politique volontariste?

Bien sûr. On peut notamment compter sur une loi très importante, dite « loi 51 », qui a été instaurée en 1981 par le ministre de la Culture Denis Vaugeois et qui régit les pratiques commerciales des intervenants de la chaîne du livre. Ainsi, toutes les instances publiques québécoises doivent acheter la majorité de leurs ouvrages via des librairies agréées. En contrepartie, pour être agréées, celles-ci doivent avoir 30 % d'ouvrages québécois. Cette loi peut sembler contraignante, mais en réalité elle favorise la diversité éditoriale dans un marché où les Français ont longtemps été dominants. Les libraires sont donc les plus grands défenseurs de nos livres! Et dans les bibliothèques, également, nous sommes présents. Ce sont cette loi, une fierté nationale, une spécificité linguistique et le fait que la France est à 5 000 kilomètres qui fait que le Québec littéraire réussit à s'en tirer avec un certain succès ou un succès certain!

Toutefois même avec ce volontarisme, il est clair que dans un contexte de mondialisation et de concurrence, les éditeurs comme d'autres

industries culturelles québécoises doivent coordonner et mutualiser leur expertise afin de faire connaître et vendre leur production en dehors du Québec. S'il est convenu que nous restions individuellement humbles en tant qu'éditeurs, en revanche, il est essentiel que notre industrie soit collectivement prétentieuse ! C'est justement la raison d'être de Québec édition.

Quelles sont, d'après vous, les particularités de cette production francophone pour la jeunesse ?

L'édition francophone tire assez bien son épingle du jeu sur le marché canadien. Si on regarde les subventions accordées par le fédéral en 2016, environ 57 % étaient allouées à la production de langue française. L'édition pour la jeunesse est foisonnante et la production de qualité. Nos maisons d'édition sont également connues et reconnues dans l'espace francophone. On peut citer Les 400 coups bien sûr, mais d'autres figurent régulièrement dans les palmarès comme les éditions de la Pastèque, Comme des Géants et tant d'autres. Les illustrateurs de chez nous sont sollicités par les éditeurs anglophones, autant canadiens qu'états-uniens, pour leur talent et leur plus grande liberté. Plusieurs éditeurs anglophones (et français aussi) disent nous envier notre audace, car l'édition de langue anglaise reste assez conventionnelle. Un titre comme *Cher Donald Trump*, que nous avons édité aux 400 Coups, aurait de la difficulté à être publié aux États-Unis, en tout cas par les gros groupes qui dominent le marché.

Aux USA aussi, il y a un public francophone. Parvenez-vous à atteindre ce public ? Comment vous positionnez-vous par rapport à l'ensemble du territoire américain ?

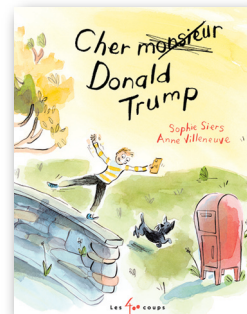
On constate une incohérence pour ce marché. Aujourd'hui, les frais de poste et de dédouanement vers les États-Unis sont tels qu'il est plus facile et moins coûteux de faire venir aux États-Unis des livres en provenance de la France plutôt que du Québec. C'est absurde ! Quand on sait qu'il y a 10 millions de « parlants » français aux États-Unis, c'est un marché potentiel qui nous échappe. Et ce n'est pas la seule problématique. Les francophones et francophiles états-uniens s'intéressent souvent davantage à la

production française qu'à celle du Québec. Cela est probablement dû à une visibilité accrue assurée par des infrastructures comme l'Alliance française. Mais nous ne baissons pas les bras et nous continuerons de réfléchir collectivement aux meilleures stratégies pour rejoindre ce marché et tous les autres où le français est lu.

Pour conclure, nous imaginons que les adolescents québécois, tout comme les adolescents français, lisent beaucoup de romans YA américains. Les lisent-ils en VO américaine importée, en version anglophone publiée au Canada, en traduction française importée de France ou en version française éditée au Québec ?

Je ne peux pas prétendre être un expert en YA. Je crois que nos jeunes sont comme bien d'autres partout dans le monde. Ils sont intéressés par du YA et lisent des auteurs étrangers, mais aussi des auteurs d'ici. Pour la majorité, je crois que cette lecture se fait dans la langue de Molière. Cela dit, le gros de la production des « best sellers » est traduit par des maisons françaises avant de se retrouver sur les tablettes de nos librairies. ●

Propos recueillis par Anne Clerc



← Sophie Siers et Anne de Villeneuve : *Cher Donald Trump*, Les 400 coups, 2018. L'album a été publié en français par l'éditeur belge Alice.



Les **400** coups

Enseignant et éditeur scolaire, Simon de Jocas prend la direction des éditions 400 Coups en 2013. Passionné par la pédagogie, le livre de jeunesse et les enjeux éducatifs, il devient président de Québec édition en 2015. Québec édition est un comité de l'Association nationale des éditeurs de livres (ANEL) et favorise la promotion de l'édition québécoise et canadienne de langue française à l'étranger.