

Lettres québécoises
La revue de l'actualité littéraire



La part de l'ombre
Profession : éditeur

Jean-François Caron

Number 154, Summer 2014

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/71754ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Lettres québécoises inc.

ISSN

0382-084X (print)

1923-239X (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Caron, J.-F. (2014). La part de l'ombre : profession : éditeur. *Lettres québécoises*, (154), 14–18.

*L'édition, c'est l'art de salir
à l'encre un papier coûteux
pour le rendre invendable.*
René Julliard

LA PART DE L'OMBRE

Profession : éditeur

Novembre 2013, en plein Salon du livre de Montréal. L'événement littéraire le plus important du Québec attire les foules, des milliers de lecteurs qui se massent à la Place Bonaventure. Certains veulent rencontrer les écrivains dont le nom figure au catalogue du Salon, les vedettes, particulièrement — *un star system* de plus en plus présent, qui peut rapporter beaucoup, mais qui commence à inquiéter certains éditeurs qui misent plus sur l'œuvre que sur l'image publique d'un auteur.

Dans le brouhaha général, quelqu'un est sur le point de jeter une petite bombe. Un journaliste, porté par l'enthousiasme de la naïveté sans doute, veut faire parler les lecteurs — faute de traiter de littérature. L'heure est au micro-trottoir. « Savez-vous quelle est la proportion du prix d'un livre qui revient à son auteur ? » Évidemment, personne ne sait. On y va de quelques tentatives : 50 % ? 25 % ? En apprenant que la part de l'auteur se résume généralement au dixième du prix de vente du livre, on se montre étonné, voire choqué. Pauvre écrivain !

Mais cette situation est-elle si aberrante ? Bien sûr, personne n'affirme que les écrivains gagnent trop (même assez) d'argent pour les livres qu'ils produisent. Pas même Jean-François Bouchard, président de l'Association nationale des éditeurs de livres (ANEL), ce regroupement représentant la majorité des éditeurs québécois. Sur son blogue hébergé par le site de l'ANEL, il admettait n'être « pas content » de la situation :

Quand je signe un chèque de redevances annuelles de 64,32 \$ à l'ordre d'un auteur pour un titre donné, vous croyez que je suis content ? Non. Pas content de remettre des cacahuètes à un créateur qui a travaillé fort¹.

Le premier maillon

Revenu de crève-la-faim, l'écrivain québécois ? Il est le premier maillon de la chaîne fragile du livre, le plus visible, sans lequel, évidemment, les livres n'existeraient pas — en tout cas, jusqu'à ce que l'intelligence artificielle ne s'y mette sérieusement, surveillons bien les efforts de Google en ce sens. Malgré cette position de choix dans la chaîne, l'écrivain n'a certes pas la vie facile.

Les plus récentes statistiques relayées par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec² en font d'ailleurs largement état. On y apprend que la création des deux tiers des écrivains québécois leur rapporte moins de 5 000 \$ annuellement. Et encore, que le revenu médian tiré de la création littéraire est d'aussi peu que 2 450 \$ par année. En fait, près de 80 % des écrivains doivent impérativement tirer



JEAN-FRANÇOIS BOUCHARD

des revenus d'autres activités professionnelles pour simplement subvenir à leurs besoins. Au Québec, de toute évidence, on n'écrit qu'à temps partiel.

Plus inquiétant encore, si cela est possible : près de 50 % des écrivains, ayant consacré au-delà des deux tiers de leur temps à l'écriture, n'ont qu'un revenu ne dépassant pas les 5 000 \$. Voilà des statistiques qui sont préoccupantes, voire alarmantes. Mais s'il faut trouver un coupable, où doit-on le chercher ? Du côté des éditeurs, vraiment ?

D'un bureau à l'autre

Un an. Deux ans. Dix ans de labeur, parfois. Le tapuscrit enfin prêt, encore chaud sorti de la fente de l'imprimante, est glissé avec émotion entre les lèvres de quelques enveloppes dûment adressées. Et adienne que pourra. La femme au comptoir de la poste soulève un sourcil intéressé et affiche soudainement son plus large sourire. C'est votre dernier roman ? Si.

Soudainement, le colis entre ses mains devient particulièrement précieux. « On a hâte de lire ça », qu'elle dira, si elle ose. Elle ne s'imagine pas tout le travail qui reste avant qu'elle puisse l'avoir sous les yeux. À condition qu'un jour il se rende jusque-là.

Si l'auteur a bien fait son boulot, le manuscrit aboutira sur le bureau du bon éditeur — ce qui ne va pas toujours de soi si on en croit les intervenants consultés. C'est que plusieurs auteurs ne prennent même pas la peine d'étudier le catalogue des maisons où ils vont soumettre leurs précieux écrits. En entrevue, Angèle Delaunois, directrice des Éditions de L'Isatis, le relatera : « Ça nous fait perdre beaucoup de temps. En jeunesse, on a des créneaux très précis. Publier pour les tout-petits ou pour les jeunes adultes, ce n'est pas la même chose. Malheureusement, il arrive très souvent qu'on reçoive des manuscrits qu'on ne pourra pas utiliser. »

Les éditeurs reçoivent chaque année un nombre impressionnant de manuscrits. Par exemple, selon Gilles Herman, qui dirige les Éditions du Septentrion, c'est entre 350 et 400 manuscrits qui seraient adressés à ses bureaux : « On en reçoit au moins un par jour. » Il semble que cette proportion soit à peu près semblable, avec de légères variabilités, pour toutes les maisons d'édition, peu importe leur taille — on parle généralement de plus de 300 manuscrits annuellement. Traiter ce flux quasi constant représente évidemment beaucoup de temps, il va sans dire — une activité « chronophage », comme le décrira Jean-François Bouchard.

Profession : éditeur



ANGÈLE DELAUNOIS

Le filtre

Si le nombre de nouveautés au catalogue est restreint, chaque année, la proportion de ces livres issue de propositions non sollicitées est infime. En effet, plusieurs éditeurs ont pour principe de prioriser les auteurs qui font déjà partie de la famille. « On ne publie pas des œuvres, on publie des auteurs », justifie Jean-François Bouchard. Un discours qui prend les teintes du cliché tellement il est porté par nombre d'éditeurs. Dans certains cas, on va même jusqu'à demander aux auteurs d'écrire sur un sujet donné. Selon Gilles Herman, la situation se présente ponctuellement au Septentrion, lorsqu'on voit qu'un spécialiste, par exemple, traite d'un sujet pertinent lors d'une conférence, ou même simplement à la télévision. « Certains sujets ne peuvent pas être approfondis par n'importe qui », continue-t-il.

Pour gérer l'important afflux de manuscrits, les méthodes varient selon les moyens des éditeurs. Dans certains cas, le directeur de la maison absorbe une grande partie de la tâche — comme le fait Louis-Philippe Hébert pour La Grenouillère. D'autres plus grandes maisons d'édition auront un comité de lecture plus ou moins consolidé permettant de filtrer les textes reçus, même si généralement un premier tri est fait par la direction, ne serait-ce que pour rejeter les manuscrits ne correspondant à aucune collection de la maison, ni même à aucun des genres publiés.

Le refus

Tâche délicate, s'il en est une, de refuser un manuscrit. Dans les premières années du Noroît, maison d'édition qu'il a créée en 1971 et

gérée pendant vingt ans, René Bonenfant se souvient qu'un soin attentif était porté à la réponse qu'on faisait parvenir aux auteurs rejetés. On leur précisait même dans le détail les raisons du refus.

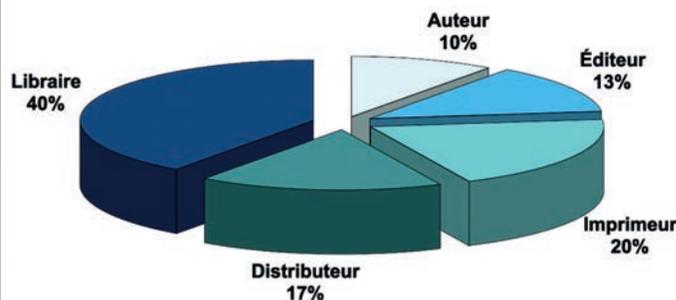
On est zélés, au départ, et un peu candides aussi. Très rapidement on s'est aperçus que c'était un cul-de-sac. Parce que trois mois après, on recevait le même manuscrit, révisé. C'était sans fin. Si on se lançait là-dedans, il aurait fallu créer un département d'études françaises... En même temps, c'est triste de ne pas pouvoir le faire.

C'est sans doute ce qui explique qu'aujourd'hui, les lettres de refus des éditeurs sont préformatées et, surtout, sans précisions justificatives. Question d'éviter ce genre d'inconvénient.

Proportionnellement parlant

Ça y est, le manuscrit a su convaincre. Un contrat est signé, liant l'auteur à l'éditeur. Le premier aura droit à 10 % du prix de vente. Mais qu'advient-il des 90 % restants ? Il y a bien quelques légères variations d'un éditeur à l'autre, dans le détail, mais on peut avancer sans trop se tromper qu'environ 20 % représente le coût d'impression du livre — montant qui, selon Angèle Delaunois, exploserait pour atteindre les 30 % du prix de vente du livre dans le secteur jeunesse, grugeant directement la réserve de l'éditeur, ce qui ne lui laisserait qu'un maigre 3 % et qui montre bien l'importance des subventions à l'édition. Les derniers 57 % du prix de vente iront directement dans la bourse du distributeur, qui lui-même devra remettre 70 % de son butin au libraire.

RÉPARTITION DES REVENUS DE VENTE DU LIVRE
PARMI LES MAILLONS DE LA CHAÎNE



Autant pour le libraire ? Celui qu'on dit fragile et qu'on veut protéger ? Attention. On le sait, nos libraires ne roulent pas sur l'or. René Bonenfant rappelle que « la marge des profits de nos libraires, l'Association des libraires le dit souvent, tourne autour de 1 % à 2 %. C'est minime. » Parce que les libraires aussi ont leurs frais, de gestion comme de promotion. Devant le découpage des revenus engendrés par la vente du livre entre les différents intervenants de la chaîne, Bonenfant fait le constat qui s'impose : « Ce ne sont pas des fantaisies. Ce sont tous des gens qui méritent de toucher l'argent qui leur est dû. L'auteur au premier chef, c'est sûr. »

Travailler dans l'ombre

Et l'éditeur, dans tout ça, que fait-il de sa part du gâteau — ce 13 % qui lui reste ? D'abord, il est très rare — voire exceptionnel — qu'un manuscrit, même sélectionné avec enthousiasme, soit fin prêt pour sa publication. Le président de l'ANEL l'exprimera ainsi : « Le premier rôle de l'éditeur est de permettre à l'auteur d'aller le plus loin qu'il le peut dans la maturité de l'œuvre qu'il lui soumet. » Les autres éditeurs interrogés

parleront tantôt d'accompagnement nécessaire de l'auteur, tantôt de relation de compagnonnage, mais insisteront tous sur l'importance de cette étape dans le processus de mise au monde du livre.

Pas question ici de travestir l'œuvre originale, mais plutôt de se permettre un regard extérieur pour s'assurer que les bons choix ont été faits. Il s'agit à la fois de prendre une œuvre perfectible et de la mener le plus près possible de l'œuvre (ou du produit) qu'elle est destinée à devenir, et de s'assurer que le livre correspond aux standards de la collection ou de la maison d'édition qui y mettra son sceau et toute sa crédibilité.

Lorsque le texte a enfin atteint cette maturité souhaitée, que l'auteur autant que l'éditeur sont satisfaits de ce qu'ils ont sous les yeux, de nombreuses étapes doivent encore être franchies. De la révision grammaticale à la typographie, en passant par le graphisme de la couverture, la conception même du livre nécessite généralement de six mois à un an de gestation – voire plus, pour certains livres hors normes. Même chose pour plusieurs projets de littérature jeunesse, qui dépendent en plus de la disponibilité des illustrateurs...

Vers le lecteur

Au-delà des coûts reliés à la production même du livre, les défis sont nombreux pour les éditeurs québécois, et les moyens pour les relever ne sont pas toujours évidents. Il reste encore à en faire la promotion et la diffusion... Avec l'effritement de l'espace réservé au livre dans les médias, qui ne profite presque plus de véritable espace critique dans les médias traditionnels, la tâche n'est pas facile. Le milieu du livre sonne l'alarme depuis plusieurs années, se sentant abandonné. Quant à la publicité... « À 800 \$ la publicité, pour un format carte de visite, c'est, disons, très cher... », explique le directeur de Septentrion.

Dans ce contexte où la promotion devient pratiquement une expérimentation en double aveugle, alors que les médias se taisent et que les libraires agonisent, il faut littéralement réinventer une façon de rejoindre le monde et ses lecteurs...

Faire son marché

Ah, ce Québec qu'on aime tant, seul État francophone d'Amérique pour quelque huit millions d'âmes bien comptées... Mais voilà déjà un marché plutôt restreint. De surcroît, selon la Fondation pour l'alphabétisation, 16 % des Québécois seraient littéralement analphabètes, et 33 % éprouveraient de grandes difficultés de lecture. Ce qui nous donne un marché global possible d'à peine quatre millions de personnes. Et c'est dans ce contexte que doivent se démener les éditeurs québécois.

Et pour ce qui est de l'exportation ? « Ce dont je me rends compte maintenant, c'est qu'il y a une espèce de ghetto du livre québécois... On ne réussit pas à pénétrer en France, ni commercialement ni littérairement », répond le directeur de La Grenouillère. Chacun cherche alors à développer de nouvelles relations avec des marchés inédits. Louis-Philippe Hébert misera pour sa part sur la traduction afin d'aborder le Canada anglais, les États-Unis, voire le Mexique et l'Argentine. D'autres, comme Gilles Herman, parleront d'une possible ouverture de marchés étonnants : il y a bien sûr la France, la Suisse et la Belgique, mais aussi... l'Inde, où vivraient six à huit millions de francophones. Trop dispersés pour être joints, de l'avis de Jean-François Bouchard. Mais qui sait ?

Il ne faut pas se leurrer : la potentialité du marché québécois du livre est anémique, certainement insuffisante pour prétendre à une quel-



GILLES HERMAN

conque rentabilité. Herman rappellera : « Il y a une étude de l'UNESCO publiée dans les années 1990 — ce n'est pas récent mais ça n'a pas dû changer tant que ça —, qui indiquait que, pour qu'un marché culturel soit rentable, ça prenait une population minimale de dix millions d'habitants³. » Quelques années plus tard, l'UNESCO insistait toujours sur cette nécessaire participation gouvernementale aux différentes industries culturelles :

Les seules forces du marché ne peuvent garantir la préservation et la promotion de la diversité culturelle, gage d'un développement humain durable. Dans cette perspective, il convient de réaffirmer le rôle primordial des politiques publiques, en partenariat avec le secteur privé et la société civile⁴.

Nécessaires subventions

Si on en croit les informations présentées sur le site de l'ANEL, ce ne serait qu'à l'épuisement du premier tirage que serait atteint un seuil de rentabilité dans la vente de livres. Selon les éditeurs consultés pour ce dossier, cela se produirait dans à peine 30 % à 50 % des cas, et seulement la moitié de ces succès permettrait d'éponger une partie des pertes engendrées par la publication du reste du catalogue. Abordant la question, René Bonenfant rappelle avec humour une citation qu'il attribue à René Julliard : « Un éditeur qui connaît son métier ne doit pas se tromper plus de neuf fois sur dix. »

Dans ce contexte, si les maisons d'édition québécoises actuelles n'étaient pas subventionnées et protégées par des lois, une majorité d'entre elles seraient vouées à la disparition. Louis-Philippe Hébert donne cet exemple :

Si pour un titre tu as un tirage de cinq cents exemplaires et que tu le vends en cinq ans, il est évident qu'il n'y a pas de profit et que la seule façon de t'en tirer, c'est d'obtenir une subvention. C'est un peu comme tout ce qui a trait à l'économie. Quand ça va bien, ça va magnifiquement bien. Mais quand ça va mal, ça va terriblement mal.

Profession : éditeur

« On n'aurait pas besoin de subventions si on était capables de vendre nos livres », énonce René Bonenfant, transparent. Mais il ne s'agit pas ici d'un constat d'échec : « Les subventions, ce sont des béquilles dont on a besoin parce qu'on ne peut pas multiplier les lecteurs. Le problème qu'on a comme éditeur, et c'est la même chose pour les auteurs, c'est qu'on n'a pas accès à tous les lecteurs qu'il nous faudrait avoir. »

Points de rencontre

Pour le président de l'Association des éditeurs de livres, les maisons d'édition se doivent aussi de trouver d'autres avenues pour aborder de nouveaux marchés. « Comme la rentabilité d'un tel investissement sur le seul marché québécois est quasiment nulle, il faut penser à l'exportation, éventuellement à la coédition ou à la vente de droits. »

Pour pallier ces problèmes du marché et la disparition du livre dans le radar critique et médiatique, chacun y va donc de ses propres initiatives. Selon le genre de livre publié par chaque maison d'édition, les défis sont différents et demandent des investissements importants — en termes de temps et d'argent — et des moyens originaux pour être relevés.

Selon Louis-Philippe Hébert, dans le secteur littéraire : « On ne peut pas trop pousser. La critique est très importante, le bouche-à-oreille est aussi très important. C'est très difficile de créer de toutes pièces un phénomène. Il faut que les choses se placent. » Pour lui, dans le contexte actuel, le rôle du libraire revêt une importance encore plus grande : « C'est en bonne partie dans la librairie de quartier que commence le bouche-à-oreille. »

De la même façon, au Septentrion, on entretient une grande confiance dans le rôle du libraire. Gilles Herman explique qu'on mise sur le développement d'une relation quasi symbiotique avec les librairies — on organise entre autres des tournées de conférences, un calendrier d'activités de toutes sortes chez eux de façon à profiter de ce point de rencontre privilégié avec le lecteur.

Sa maison soigne aussi ses relations avec le milieu universitaire et les historiens, entre autres par une présence accrue aux événements dédiés à l'histoire et dans les revues spécialisées, comme elle fait acte de présence dans les salons de toutes les régions et suggère des événements en différents lieux publics. « On est moins présents dans les grands canaux, il y a trop de monde qui essaie de passer dans ces entonnoirs-là. On est plutôt dans les communautés de savoir que dans les grands médias », explique-t-il.

À l'heure actuelle, l'avenir ne semble toutefois pas particulièrement porteur d'espoir pour Herman. Sa maison d'édition ressentira les répercussions de la fermeture de bibliothèques scientifiques par le gouvernement fédéral.

C'est un problème de société. On assiste à l'érosion de la valeur qu'on accorde à la sphère culturelle. On voit s'installer dans la sphère publique un discours qui dénigre la connaissance... De nos jours, il faut à tout prix être populaire, être divertissant. Je trouve ça inquiétant. Heureusement, on a un public qui nous suit...

Dans le secteur de la littérature jeunesse, le lectorat étant aussi particulièrement bien circonscrit, on multiplie les approches pour rejoindre le lecteur là où il se trouve. Aux Éditions de L'Isatis, on profite d'ailleurs d'événements organisés dans le giron de Bayard, qui est régulièrement



LOUIS-PHILIPPE HÉBERT

l'instigateur de rencontres dans le milieu scolaire et les bibliothèques, afin de faire connaître les nouveaux catalogues là où ça compte le plus.

Le numérique

Pour Gilles Herman, la question de publier ou non en format numérique ne se pose même pas :

Les éditeurs qui ne le font pas desservent leurs auteurs. Il faut aller en numérique, on n'a pas le choix. En même temps, il ne faut pas non plus mettre toutes nos billes là-dedans. On est dans un marché qui est en croissance très, très lente. On commence à y être. Mais c'est probablement la meilleure façon qu'on a trouvée pour faire connaître nos livres à l'étranger. Il y a un réel potentiel de trouver un lectorat francophone en dehors de nos frontières et de faire connaître nos auteurs.

Angèle Delaunoy pense que, même en littérature jeunesse, un marché pourrait s'ouvrir du côté du livre numérique. Quoiqu'il soit toujours frileux et que personne ne se fasse d'illusion quant à l'envergure de ce marché, il n'y a aucun doute qu'il existe. Le rendement actuel, plutôt faible, se tiendrait entre 1 % et 5 %.

Selon les données fournies par Jean-François Bouchard, il y aurait actuellement au Canada un taux d'équipement (tablettes électroniques) de 28 % à 30 % dans les familles. « On sait aussi qu'il y a une utilisation significative des tablettes par les enfants d'âge préscolaire, entre deux et quatre ans. Il y a donc un créneau là, qui est important. »

La diffusion du livre numérique dans les bibliothèques publiques s'est aussi accélérée significativement pour nos éditeurs depuis l'entente intervenue entre les parties en 2013. Cet accord régit les conditions d'utilisation de fichiers numériques par les bibliothèques qui paient pour une licence d'utilisation de l'œuvre qui donne droit à cinquante-cinq prêts aux usagers, puis qui doit être renouvelée. Tout le monde n'a pas suivi, mais près d'une centaine d'éditeurs ont adhéré à l'entente qui les lie à la quasi-totalité des bibliothèques publiques québécoises.

À l'étranger

De façon générale, la vente de droits pour l'édition étrangère ou la traduction est aussi porteuse d'espoir pour les éditeurs québécois. Cela leur demande toutefois d'investir beaucoup de temps et d'argent dans l'entreprise, sans leur apporter la moindre assurance de rendement final. S'il croit à la pertinence de telles initiatives, le président de l'ANEL reste lucide :

Il y a un travail de sensibilisation qui a été fait auprès des éditeurs québécois sur le potentiel des marchés internationaux, mais c'est un potentiel qui reste rude. Je fréquente les foires internationales depuis près de vingt-cinq ans. Il n'y a rien de gagné d'avance.

Le Conseil des arts du Canada, qui s'est penché sur l'importance de faire voyager la littérature canadienne, organise depuis 2011 sa propre Foire des droits de traduction, dont la plus récente édition avait lieu à Montréal le 13 février dernier. Pour plusieurs éditeurs, cette initiative permet d'espérer percer de nouveaux marchés.

Changement de paysage

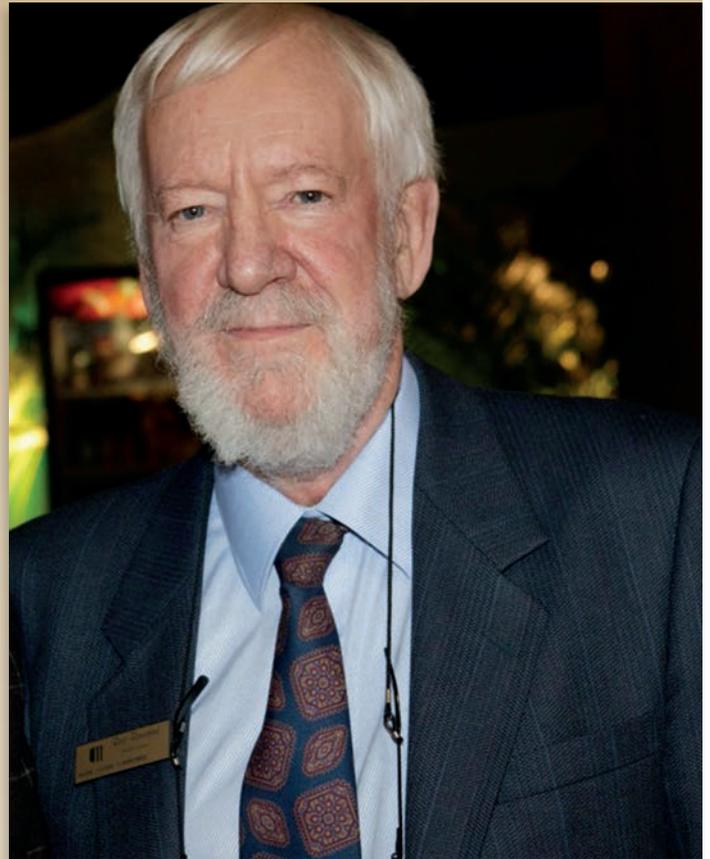
Les récentes avancées technologiques ont particulièrement changé le paysage de l'édition. Au premier chef, la démocratisation des moyens de production et de diffusion (par exemple pour l'édition numérique). Si elle a permis la naissance et la consolidation de nouvelles maisons d'édition et la décentralisation de certaines parmi celles-ci qui ne sentent plus l'urgence d'avoir pignon sur rue dans la métropole, l'apport des nouvelles technologies favorise aussi l'autonomie d'un nombre grandissant de particuliers qui se tournent vers l'autoédition et l'autoproduction de livres, par choix ou par dépit.

Ce phénomène qui a crû au cours des dernières années ne semble pas près de s'estomper. Au début de 2014, on apprenait qu'une université de Grande-Bretagne, la University Central Lancashire (UCLan), offrira dès l'automne un programme de maîtrise en autopublication, qui traitera entre autres de production, de marketing et de création de livres numériques. Une formation qui, selon une chargée de cours du programme citée sur le site ActuaLitté⁵, Debbie Williams, « contribuera à "légitimer" » ce qui est présenté comme une « nouvelle tendance éditoriale ». Et voilà que nous sommes à l'aube de l'institutionnalisation de l'autoédition...

Au même moment, les plateformes d'autopublication se multiplient, de la Kindle Direct Publishing⁶ jusqu'à la Kobo Writing Life⁷, en passant par les sites d'autoédition et de partage comme ceux de la Fondation littéraire Fleur de lys⁸ ou Lulu⁹.

Évidemment, si en plus de savoir écrire l'auteur est un réviseur hors pair, un typographe attentif, un graphiste créatif, un agent de presse qui a ses entrées partout, un démarcheur convaincant, bref, s'il peut se passer de tout le monde ou s'il sait s'entourer, c'est sans doute une solution qui saura lui sourire.

Chacun son métier, les vaches seront bien gardées : nombreux sont les écrivains qui préfèrent se concentrer sur l'écriture. René Bonenfant, comme d'autres éditeurs, pense que le phénomène de l'autopublication sera passager : « Ça se départagera assez rapidement. Ceux qui vont acheter leurs livres sur des sites où il n'y a pas de processus éditorial vont déchanter très rapidement. »



RENÉ BONENFANT

Fragile mais fonctionnel

Au dernier droit de ce dossier, que pouvons-nous conclure de la situation ? La part de l'auteur est-elle injuste ? Sans doute n'est-elle pas à la hauteur de son mérite. Il serait souhaitable que plus d'écrivains arrivent à vivre de leur plume, et ce n'est pas avec des redevances annuelles infimes comme celles qui sont reçues par la majorité d'entre eux qu'ils y arriveront.

Il faut toutefois admettre que, dans le marché actuel, il est difficile de faire autrement. Si le modèle d'affaires de l'industrie du livre n'est pas parfait, jusqu'à preuve du contraire, il reste à peu près fonctionnel. Mais il est extrêmement fragile. Et chacun devra rivaliser d'imagination pour tirer son épingle du jeu. Le mot de la fin revient à René Bonenfant : « Les seules solutions, c'est la patience et l'obstination. »

1. Jean-François Bouchard, « Pas content », 26 novembre 2013, blogue de l'Association nationale des éditeurs de livres, www.anel.qc.ca/pas-content/ [consulté le 7 février 2014].

2. « Les écrivains québécois : un aperçu statistique », publié par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec en 2011.

3. À ce sujet, consulter Luc Pinas, *Le livre et l'exception culturelle : le cas des politiques publiques du livre au Québec*, Observatoire des mutations des industries culturelles (OMIC), LabSIC – Paris 13, 2005, 15 pages.

4. *Déclaration universelle sur la diversité culturelle*, UNESCO, 2002, p. 5.

5. Julien Helmlinger, « L'université du Lancashire central enseigne l'autopublication », 5 février 2014, site ActuaLitté, www.actualitte.com/international/l-universite-du-lancashire-central-enseigne-l-autopublication-47995.htm [consulté le 13 février 2014].

6. Kindle Direct Publishing : [kdp.amazon.com/kdp/self-publishing/signin?language=fr_FR].

7. Kobo Writing Life : [fr.kobo.com/writinglife/].

8. Fondation Fleur de lys : [imprimervotrelivre.wordpress.com/].

9. Lulu : [www.lulu.com/fr/].