



LIVRES CANADA BOOKS®

# L'exportation des livres savants et universitaires

Guide pour les éditeurs canadiens  
de langue française

# Table des matières

<b>Présentation</b> . . . . .	<b>1</b>
<b>Politique éditoriale et stratégie d'exportation</b> . . . . .	<b>3</b>
<b>Les marchés.</b> . . . . .	<b>5</b>
1. La France . . . . .	5
2. Un projet collectif à surveiller . . . . .	7
3. Ailleurs dans le monde. . . . .	8
<b>LES façons de faire.</b> . . . . .	<b>9</b>
1. Le diffuseur-distributeur . . . . .	9
2. L'impression à la demande . . . . .	11
3. L'exportation de livres numériques . . . . .	12
4. Les accords de coédition et de cession de droits . . . . .	14
<b>Les programmes publics de soutien à l'édition</b> . . . . .	<b>16</b>
1. Le PAES . . . . .	16
2. Le PACDÉ . . . . .	16
3. Le programme de mentorat. . . . .	17
4. Le Programme d'aide à l'exportation et au rayonnement culturel . . . . .	17
5. Le Conseil des arts du Canada – Francfort 2020. . . . .	17
<b>Partenaires, interlocuteurs et intermédiaires</b> . . . . .	<b>19</b>
Les auteurs . . . . .	19
L'Association des presses universitaires canadiennes . . . . .	19
L'Association nationale des éditeurs de livres . . . . .	19
La Banque de titres de langue française . . . . .	20
De Marque. . . . .	20
EBSCO . . . . .	20
Librairie du Québec. . . . .	20
Livres Canada Books . . . . .	21
Québec Édition . . . . .	21
La Société de développement des entreprises culturelles . . . . .	21

<b>Les foires internationales</b> . . . . .	<b>23</b>
1. La Foire du livre de Francfort . . . . .	23
2. La Foire internationale du livre de Guadalajara . . . . .	24
3. La Foire du livre de Londres . . . . .	24
4. Livre Paris (ex-Salon du livre de Paris) . . . . .	25
5. BookExpo America . . . . .	25
<b>Libre accès et exportation</b> . . . . .	<b>26</b>
<b>Points à retenir.</b> . . . . .	<b>28</b>
<b>Remerciements</b> . . . . .	<b>29</b>
<b>À propos de l'auteur.</b> . . . . .	<b>30</b>

Voilà une réalité qui dépasse les frontières canadiennes et qui remet en question bien des pratiques en matière de diffusion de la connaissance et d'exportation de livres savants. Plus loin, le rapport précise le genre de défis à relever :

*L'objectif global de l'édition savante est de veiller à une vaste diffusion de la recherche et du savoir. Afin de rendre les résultats savants largement accessibles, il importe de soutenir la publication en libre accès le plus possible. Il faut pouvoir offrir le libre accès tout en continuant à diffuser le savoir produit et en assurant la viabilité à long terme des sociétés d'édition. (p. 9)*

Le libre accès ne met donc pas un terme aux exportations : il oblige par contre à repenser des politiques éditoriales et à mettre les efforts de marketing là où ils peuvent produire les meilleurs résultats. En fait, les nouvelles technologies de communication peuvent permettre d'éviter les erreurs coûteuses en offrant des choix entre plusieurs formes d'exportation, en fonction des marchés visés.

L'objectif de ce guide est précisément d'aider les éditeurs, aguerris ou non en matière d'exportation, à se doter des outils leur permettant d'exploiter le potentiel de leurs catalogues sur les marchés internationaux, quitte à repenser une partie de leurs politiques éditoriales. Une stratégie d'exportation implique en effet une connaissance des règles du jeu dans un environnement en constante évolution. Comment évaluer un marché ? Quelles sont les bonnes sources d'information ? Comment reconnaître les fournisseurs de services les plus fiables et les plus efficaces ? Quels sont les soutiens disponibles ? Autant de questions auxquelles ce guide tentera de répondre de manière aussi pertinente que possible.

# Présentation

Livres Canada Books a publié en 2016 un guide pour les éditeurs de langue anglaise, intitulé *Exporting Academic and Scholarly Books*<sup>1</sup>. L'auteur, R. Peter Milroy, acteur bien connu dans le milieu de l'édition universitaire canadienne, y dresse un tableau extrêmement bien documenté de la situation, assorti de recommandations tout à fait pertinentes. Il va de soi que le présent guide s'inspire pour une large part de la même démarche. Mais il est tout aussi évident qu'on ne pouvait pas se contenter d'une simple traduction, avec quelques adaptations ponctuelles. Le statut prédominant de l'anglais comme moyen de communication suffirait à lui seul à justifier une approche différente.

Il y a d'autres considérations tout aussi importantes à prendre en compte pour examiner sous un angle différent le potentiel d'exportation des livres savants publiés en français au Québec et dans les autres provinces canadiennes. Il faut bien entendu considérer le rôle de la France dans l'ensemble des marchés de la francophonie, à la fois comme pays producteur et comme marché d'exportation. Mais, en fait, il n'y a rien d'équivalent à ce que peut représenter le marché américain, par exemple, pour les éditeurs de langue anglaise, ni par sa proximité, ni par son potentiel d'importation.

Pour autant, il ne faut surtout pas sous-estimer l'importance des activités d'exportation pour les éditeurs de langue française. Les professionnels consultés sont unanimes à le confirmer : l'exportation est une partie intégrante de leur stratégie de développement.

Ce guide ne s'attardera pas à la distinction entre les livres dits scientifiques et techniques, d'une part, et les livres de sciences humaines et sociales, d'autre part. L'objectif est de fournir aux presses universitaires et autres maisons d'ouvrages savants les outils essentiels pour tirer le meilleur parti possible des marchés d'exportation, quelles que soient leurs spécialisations.

Pour les presses universitaires plus particulièrement, il faut tenir compte du contexte nouveau créé par le mouvement en faveur du libre accès aux résultats de la recherche subventionnée par les fonds publics. En juillet 2017, le Groupe de travail sur l'édition savante au Canada (GTESC) remettait son *Rapport final*<sup>2</sup>, dont l'objectif était « de faire évoluer le milieu canadien de l'édition savante vers un avenir pérenne, tout en tenant compte de la diversité du financement des modèles actuels ». Pour l'essentiel, le rapport est centré sur la question du libre accès et sur les publications en version numérique. Préconisant des politiques de rattrapage, il signale que « l'Union européenne finance activement le libre accès, et fait la promotion d'une vision et d'un programme communs relatifs au libre accès, avec à la fois une infrastructure et des mécanismes de financement » (p. 4).

---

<sup>1</sup> Par la suite désigné comme le *Rapport Milroy*.

<sup>2</sup> [www.carl-abrc.ca/wp-content/uploads/2017/07/GTEPC\\_rapport\\_final\\_FR.pdf](http://www.carl-abrc.ca/wp-content/uploads/2017/07/GTEPC_rapport_final_FR.pdf)

professionnel qui a l'ambition de publier des ouvrages scientifiques ou d'érudition fait face au même défi de se doter d'une politique éditoriale solide et durable.

Une stratégie d'exportation est étroitement liée à la politique éditoriale, mais elle ne peut pas se confondre avec elle. Tous les titres inscrits au catalogue ont sans doute leur raison d'être. Ils ne sont pas pour autant tous exportables. La plupart même peuvent avoir été conçus uniquement pour le marché local, ce qui ne réduit en rien leur valeur ou leur pertinence dans le cadre de la politique éditoriale.

Une bonne première démarche consiste à faire un choix rigoureux des titres susceptibles d'intéresser un public hors des frontières nationales. Au point de départ, on peut expérimenter avec quelques titres seulement. Mais on ne saurait pas en rester là, il faut prévoir la suite : bâtir sur les résultats obtenus pour ajouter d'autres titres dans le même domaine ou des domaines complémentaires.

Cette démarche n'est possible que si, en même temps, on s'intéresse aux expériences novatrices, aux modèles inspirants à imiter, aux pratiques de marketing qui ont fait leurs preuves. Une stratégie d'exportation ne se limite pas à la vente de livres imprimés et numériques : cessions de droits, accords de coéditions ou autres formules de collaboration contribuent tout autant, sinon parfois plus, au rayonnement international d'un catalogue.

# Politique éditoriale et stratégie d'exportation

L'exportation s'inscrit tout naturellement dans les activités des presses universitaires et à vrai dire de tous les éditeurs professionnels. Les motivations d'ordre économique peuvent être significatives, même déterminantes dans certains cas, mais elles ne sont pas nécessairement les plus immédiatement importantes. Pour une presse universitaire, par exemple, être active sur la scène internationale, c'est une excellente manière de contribuer au prestige de l'institution à laquelle elle est rattachée en facilitant les échanges entre chercheurs de différentes disciplines ; exporter des livres savants, c'est participer à la diffusion de la connaissance et au rayonnement de la bonne réputation des auteurs. À moyen et à long terme, les activités d'exportation permettent de nouer des relations avec des partenaires et de faire partager des expériences ou des projets mutuellement avantageux.

Mais, au fait, que faut-il entendre par livres savants ou universitaires ? La réponse la plus simple consiste à dire qu'il s'agit de livres destinés à des lectorats spécialisés de niveau universitaire. On distingue généralement deux grandes catégories, que recouvrent les termes anglais *academic* et *scholarly*.

On regroupe dans la première catégorie les ouvrages principalement destinés à l'enseignement : manuels proprement dits ou livres de référence complémentaires. Les critères de publication sont dans ce cas essentiellement de l'ordre de la rentabilité. Une fois la valeur pédagogique et scientifique établie, peut-on espérer conquérir la part de marché nécessaire pour couvrir les coûts et dégager une marge de profit ? Existe-t-il même un marché pour tel ou tel manuel de formation ?

Dans la deuxième catégorie, on regroupe les livres d'érudition qui font normalement l'objet d'une évaluation par les pairs et qui sont susceptibles d'être subventionnés dans le cadre d'un programme d'aide à l'édition savante. Dans ce cas, les critères de publication sont d'un autre ordre : L'auteur fait-il la démonstration qu'il ou elle maîtrise bien le sujet traité ? Fait-il une contribution importante à la connaissance du domaine ? La présentation du manuscrit est-elle rigoureuse et conforme aux normes reconnues de la discipline ? En règle générale, pour ce genre de livres, le public visé est plutôt restreint, même à l'échelle internationale. Et c'est la raison principale pour laquelle il existe des programmes de subvention ou d'autres types de soutien institutionnel à la publication.

Il ne faut pas perdre de vue que la viabilité de l'entreprise ne peut dépendre des seules subventions. Les ventes d'exemplaires sur le marché national, les ventes numériques en ligne, les droits de traduction et les ventes à l'exportation peuvent et doivent être mis à contribution. Pour atteindre ces objectifs, il faut mettre en place un programme exigeant, où le succès commercial n'est pas toujours au rendez-vous. Tout éditeur

# À propos de l'auteur

**Antoine Del Busso** a débuté sa carrière d'éditeur aux côtés de Pierre Tisseyre en 1972. Cinq ans plus tard, il remplace Denis Vaugeois à la direction des Éditions du Boréal, l'une des maisons les plus dynamiques au Québec, qu'il dirigera jusqu'en 1989.

Après un bref passage dans le Groupe Sogides (Éditions de l'Homme et Éditions du Jour) en 1990, il est nommé directeur général des Éditions Fides qu'il dirigera pendant plus de 15 ans. Et de 1998 jusqu'en 2015, il assume en même temps la direction des Presses de l'Université de Montréal.

Parallèlement, il fonde en 2009 Del Busso Éditeur, une maison consacrée à ses coups de cœur ! En 2009 et 2010, il a également donné des cours sur les pratiques de l'édition au département de langue et de littérature françaises de l'Université McGill.

Il a été entre autres président de l'Association nationale des éditeurs del livres (ANEL), de Québec Édition et de la Commission du livre, ainsi que membre de plusieurs conseils d'administration, dont ceux de la SODEC, de la Bibliothèque nationale du Québec et de Copibec (dont il a été cofondateur à titre de président de l'ANEL).

Sa contribution à la culture québécoise et au monde du livre a été soulignée par un certain nombre de distinctions, dont l'Ordre des francophones d'Amérique en 2004 et le prix Fleury-Mesplet en 2008.