

PRODUCTION

Production Manager • Gestionnaire de la production
Kathryn A. Freamo

Production Assistants • Assistantes à la production
Nicole Barbeau, Lianne Johnsen, Carole Lalonde

ADVERTISING • PUBLICITÉ

Manager, Journal Advertising
Gestionnaire, Annonces publicitaires
Beverley Kirkpatrick

Coordinator, Display Advertising
Coordonnatrice de la publicité
Nancy Pope

Assistant Manager, Classified Advertising
Gestionnaire adjointe, annonces classées
Deborah Rodd

613 731-9331, fax 613 565-7488
advertising@cma.ca

For information on how to advertise
in any of the CMA journals
www.cma.ca

Pour savoir comment placer une annonce
dans les revues publiées par l'AMC
www.cma.ca

Marketing and Advertising Sales
Marketing et publicité
Keith Health Care Inc.

Toronto	Montréal
905 278-6700	514 624-6979
800 661-5004	877 761-0447
fax 905 278-4850	fax 514 624-6707

All prescription drug advertisements have been cleared by the Pharmaceutical Advertising Advisory Board.

Toutes les annonces de médicaments prescrits ont été approuvées par le Conseil consultatif de publicité pharmaceutique.



ASSOCIATION
MÉDICALE
CANADIENNE



CANADIAN
MEDICAL
ASSOCIATION

President • Président
Hugh Scully, MD CM, MSc

Secretary General • Secrétaire général
Peter W. Vaughan, MD, MPH

Director, Publications
Directeur, Publications
R. Peter Milroy

Manager, Publishing Services
Gestionnaire, Services de publication
Jill Rafuse

Publications Committee • Comité des publications

Stuart M. MacLeod, MD (Chairman • Président)
Henry Haddad, MD
Philip F. Hall, MD
Barbara P. Lent, MD
D'Arcy Lawrence Little, MD
Jonathan L. Meakins, MD
Mark Roper, MD
W. Grant Thompson, MD

Permissions • Permissions
Karen McKenzie (mckenk@cma.ca)



Printed on recycled paper • Imprimé sur papier recyclé

Les trésors des livres d'occasion

J'entrais l'autre jour avec des collègues dans une boutique de livres d'occasion près du bureau, un endroit charmant aux murs tapissés d'étagères jusqu'au plafond. Le libraire trouva rapidement le recueil des nouvelles de William Carlos Williams que nous cherchions. Sur la page de garde, l'ancienne propriétaire avait inscrit son nom et une date, le 19 juin 1968. L'un de nous cita la correspondance qu'avaient entretenue pendant vingt ans la New-yorkaise Helene Hanff et le Londonien Frank Doel, qui travaillait lui aussi dans une boutique de livres d'occasion, malheureusement disparue, au 84 Charing Cross Road.¹

Il est en réalité tout à fait remarquable que notre marchand de livres d'occasion et ses semblables ne soient pas tous disparus. En cette époque de «.com», d'éditions bas de gamme d'à peu près n'importe quoi et de commercialisation à l'échelle mondiale par les grandes chaînes, les boutiques de livres d'occasion auraient dû être acculées à la faillite depuis déjà belle lurette. Et pourtant, certaines semblent prospérer. Nous avouons avoir éprouvé quelque satisfaction en apprenant récemment qu'un de ces géants de la vente au détail avait annoncé un autre trimestre de pertes et des actions à la baisse (satisfaction tempérée du fait, il faut bien le dire, que nous avons nous aussi siroté un café et fait des achats chez ledit géant du livre). Quoiqu'il en soit, pour les petits libraires indépendants, le glas a sonné depuis un moment déjà et ils sont presque tous disparus.

L'ouragan qui secoue la médecine ces temps-ci ressemble à bien des égards à celui qui a balayé le marché du livre. Les soins de santé aux États-Unis, par exemple, sont passés sous la houlette de grandes sociétés dirigées par des ultra-gestionnaires et régies par des investisseurs internationaux. Au Canada, les gouvernements ont cédé aux pressions des agences de cotation des titres de Wall Street et sabré sauvagement dans les budgets de la santé, arguant le manque flagrant d'efficacité du système. (Or, l'efficacité optimale est un mythe.) Les gestionnaires professionnels issus de la

sinistre science de la modélisation économique ont désormais pris la barre.

Cependant, tout comme la grande chaîne de librairies, qui devrait pourtant prospérer si l'efficacité et les économies d'échelle étaient les conditions intrinsèques du succès, éprouve de sérieuses difficultés, de même les sociétés américaines de soins dirigés.² (Certaines ont même pris la décision audacieuse de renoncer à leur politique exigeant que chaque décision commune d'un médecin et de son patient au sujet des soins de santé de ce dernier soit approuvée par les commis du siège social.) Au Canada, la population et les médecins ont ensemble forcé les gouvernements à rétablir une grande partie des fonds supprimés du système de santé. Les efficacités économiques, les analyses de coûts et le marketing n'ont pas fait naître l'utopie promise, du moins pas dans tous les cas.

Qu'il s'agisse de choisir un livre ou de consulter un médecin, la complexité du geste dépasse les simples lois de l'offre et de la demande. La confiance, l'empathie, le partage, l'intelligence, pour n'en citer que quelques-unes, sont autant de variables difficiles à intégrer dans les modèles économiques. Une de nos plus graves erreurs, en cette seconde moitié du vingtième siècle, aura peut-être été que dans notre empressement à poursuivre la modernité, nous avons oublié les caractéristiques de notre humanité : l'imagination, l'intuition, le bon sens, la mémoire (et l'histoire), l'optimisme et le souci du prochain. Ainsi déséquilibrés, nous avons eu indûment foi en l'efficacité et en la raison et nous avons confié la gestion d'aspects critiques de nos vies aux technocrates. Nous serons, espérons-le, plus prudents au cours des cinquante prochaines années. Sur le seuil de notre boutique de livres d'occasion, nous avons senti l'espoir renaître en nous.

Références

1. Hanff H. *84, Charing Cross Road*. New York : Grossman; 1970.
2. Les soins dirigés aux États-Unis : la mer est houleuse [mot du rédacteur en chef]. *CMAJ* 1999;161(6):671.
3. <http://www.nytimes.com/library/financial/110999/united-healthcare.html> (consulté le 16 nov. 1999).