

Encadrement législatif sur la découvrabilité des contenus culturels francophones

Mémoire présenté par Les Librairies indépendantes du Québec, coopérative (LIQ)



Dans le cadre de la consultation publique
du ministère de la Culture et des Communications du Québec

8 juillet 2024

Préambule

La coopérative des LIQ regroupe, sous la bannière Les libraires, plus de 120 librairies indépendantes du Québec, des Maritimes, de l'Ontario et du Manitoba. La mission de la coopérative est de préserver et de mettre en valeur la spécificité des librairies indépendantes en les accompagnant dans le commerce du livre par l'accès à une technologie de pointe, des services spécialisés et le partage entre membres.

Le mandat de la librairie indépendante s'articule autour de la proximité, de la diversité et du service. Les librairies membres de notre réseau ne font partie ni d'une chaîne ni d'un groupe commercial, et ne comptent pas plus de cinq points de vente. Chacune d'elles possède sa propre personnalité. C'est un lieu de conseil où le livre de fonds est souvent mis de l'avant. Un libraire indépendant se distingue par sa connaissance du livre et par sa passion du métier, son professionnalisme et la qualité de son service personnalisé qui sous-tend une connaissance des intérêts littéraires des clients.

Nos libraires ont investi le commerce en ligne il y a déjà plus d'une décennie; avec livresquebecois.com d'abord (2008), rudeslibraires.com ensuite (2011), et enfin leslibraires.ca (depuis 2013). Une toute nouvelle génération du site leslibraires.ca a été lancée en avril 2023, avec le soutien financier du ministère de la Culture et des Communications, entre autres.

La coopérative des LIQ réalise des projets numériques en appui aux prémisses fondamentales de la librairie indépendante depuis près d'une décennie. La relation entre le libraire et sa clientèle est au cœur du positionnement de la librairie indépendante; c'est un élément clé de l'expérience client. Cette relation est concrète et tangible dans une librairie traditionnelle ayant pignon sur rue : à travers ses différents projets, la coopérative des LIQ relève le défi de prolonger ou de transposer cette relation dans un contexte entièrement dématérialisé, sur le Web.

Son équipe formée de neuf personnes a développé, à l'interne, l'expertise pour gérer des projets numériques et travailler main dans la main avec des firmes spécialisées dans les domaines du Web et du marketing en ligne. Au fil des années, la coopérative a acquis une solide expérience de la commercialisation et de la médiation en ligne, tout en créant une communauté de lecteurs engagés. Grâce à son catalogue en ligne qui comprend plus de 2 367 000 titres (1 390 000 papier et 977 000 numériques), soit le plus grand inventaire de livres francophones en Amérique du Nord, elle a su rejoindre les consommateurs (304 000 comptes clients). En 2023-2024, les ventes réalisées par ses plateformes leslibraires.ca et collectivites.leslibraires.ca s'élèvent à plus de 18 M\$. L'écosystème mis en place permet aux membres d'avoir une présence notable sur le Web et de tirer profit du commerce de proximité, malgré la concurrence féroce que leur livrent les grands joueurs internationaux.

Parmi ses réalisations récentes, la coopérative a lancé, en 2019, quialu.ca, la première plateforme de partage de lectures au Québec et, en 2021, l'outil de recommandation de livres numériques pour les bibliothèques recommandation.ca, développé avec De Marque et Bibliopresto, et connecté au site collectivites.leslibraires.ca, également lancé en 2021.

Veillez répondre aux questions suivantes dans votre mémoire, car elles en formeront la base. Vous pouvez choisir cependant de ne pas répondre à toutes.

Objectifs et portée

Quels devraient être les principaux objectifs poursuivis par le cadre légal?

Dans le contexte de l'évolution récente de la consommation de la culture en ligne au Québec et de la prépondérance des plateformes numériques étrangères, le cadre légal devrait viser à protéger et à assurer la promotion de la diversité culturelle, plus particulièrement celle des productions en langue française, face à la dominance croissante des contenus anglophones.

Le cadre légal devrait aussi avoir comme objectif de renforcer le rapport des institutions étatiques aux plateformes numériques transnationales. Nous croyons toutefois que l'application effective du cadre légal à des entreprises transnationales, parfois hostiles aux législations nationales, exige la prise d'un certain nombre de précautions.

À cet effet, les LIQ ont souhaité présenter leur propre mémoire pour faire état des problématiques particulières au secteur de la librairie, mais elles sont solidaires de bon nombre des recommandations formulées par l'Association nationale des éditeurs de livres (ANEL) et par la chercheuse Joanie Grenier, avec qui elles ont partagé analyses et réflexions sur les recommandations à formuler.

Notre principale inquiétude réside dans le fait que le cadre légal devrait être compatible avec la législation existante. Dans notre secteur d'activités, cela implique la compatibilité avec la *Loi sur le développement des entreprises québécoises dans le domaine du livre*, R.L.R.Q., c. D-8.1 (Loi). Le gouvernement du Québec rappelle, sur son site Web, que cette Loi vise à :

- augmenter l'accessibilité territoriale et économique du livre en soutenant l'implantation d'un réseau de librairies agréées partout au Québec et en garantissant un prix acceptable pour tous;
- développer une infrastructure industrielle du livre qui soit de qualité et concurrentielle en créant des conditions économiques favorables pour les entreprises de ce secteur.

Il apparaît donc clair que l'intention du législateur est de maintenir un réseau de librairies agréées fortes. Malgré le souhait actuel de s'attaquer au défi de la découvrabilité des contenus culturels francophones, il nous semble évident que l'esprit de la Loi adoptée en 1981 demeure de protéger les conditions dont bénéficient notamment ces librairies, et non de les exposer à une concurrence accrue des plateformes transnationales qui résulterait directement d'obligations créées par le nouveau cadre légal.

Selon l'étude *Increasing Canadians' Awareness and Reading of Canadian Books* (2018)¹ de More Canada, les changements dans la manière dont les Canadiens découvrent, achètent ou empruntent des livres érodent la présence de l'expression canadienne dans notre paysage littéraire. Si la baisse de la lecture de livres canadiens est une tendance propre au Canada

¹ More Canada. *Increasing Canadians' awareness and reading of Canadian books* (2018).

anglais, on conviendra qu'il y a aussi des conséquences identitaires et culturelles à ce que les francophones, surtout les jeunes, soient exposés de façon répétitive à des histoires et à des contextes étrangers à leur expérience. Pour combler le fossé qui se creuse, la librairie indépendante peut assumer deux rôles complémentaires : sensibiliser les lecteurs et garantir l'accès aux livres québécois et franco-canadiens. Par leurs actions de médiation et de promotion, mais aussi en générant des métadonnées additionnelles et enrichies pour les livres d'ici, nos libraires démontrent aux auteurs et aux éditeurs qu'ils s'investissent dans la découvrabilité de leurs œuvres, ce qu'Amazon et les autres joueurs internationaux ne font pas.

La découvrabilité des contenus à l'ère du Web est en effet un enjeu qui préoccupe un grand nombre d'acteurs du milieu culturel. Le secteur des lettres n'y échappe pas, les éditeurs de livres étant à la recherche de moyens de mieux mettre en valeur leurs produits sur le Web et sur les nombreuses plateformes technologiques qui permettent de joindre les consommateurs. Le proverbe « Ne jugez pas un livre à sa couverture » prend un sens littéral quand on essaie de mettre en place des stratégies innovantes de découvrabilité. En effet, le résumé et les autres métadonnées proposés par les éditeurs ne suffisent pas pour développer des approches avancées, qui s'appuieraient par exemple sur les thèmes exploités dans les livres. En parallèle, l'intelligence artificielle fait des progrès rapides. Les algorithmes de traitement du langage naturel et des images s'améliorent, et leur utilisation devient possible pour de véritables applications commerciales, en dehors du périmètre de la recherche fondamentale. Le Robot lecteur développé par la coopérative des Librairies indépendantes du Québec et la firme A10S sur leslibraires.ca à partir du projet TAMIS en est un bon exemple.

Autrement dit, le cadre légal ne devrait pas avoir pour effet de menacer les acquis du milieu culturel, qui représentent souvent des droits et des avantages obtenus par des luttes et des négociations précédentes. Dans le cas précis du milieu du livre, mettre en jeu ou menacer ces acquis pourrait fragiliser notre réseau de librairies et réduire la diversité littéraire à laquelle les libraires indépendants donnent accès aux lecteurs partout sur le territoire. Dans notre secteur, l'action du législateur en matière de découvrabilité des contenus francophones en ligne pourrait avoir une incidence directe sur les ventes dans les librairies du type briques et mortier, sur leur viabilité et sur leur santé financière, si cette action n'est pas accompagnée de mesures de protection du rôle vital que jouent les librairies agréées tant pour le milieu québécois de l'édition que pour les communautés locales.

La force des librairies indépendantes repose justement sur une telle diversité. Le rapport *Portrait des ventes dans les librairies indépendantes de 2016 à 2018*² publié en mars 2019 par l'Association des libraires du Québec (ALQ), en collaboration avec la Banque de titres de langue française (BTLF), le démontre bien :

« En résumé, notre étude révèle qu'en moyenne, entre 2016 et 2018, 67 248 nouveaux titres et 162 246 titres de fonds par an se sont vendus dans les librairies indépendantes, pour un total moyen de 214 503 titres distincts. Si les nouveautés représentent 56 % des ventes totales et que le fonds constitue 44 % des ventes en moyenne sur une année, il importe de souligner que 71 % de tous les titres vendus à au moins un exemplaire sont des titres

² *Portrait des ventes dans les librairies indépendantes de 2016 à 2018* (2019), p. 50.

de fonds. Cela indique que les librairies indépendantes jouent un rôle indiscutable dans le maintien de la bibliodiversité. Ces chiffres nous disent aussi que les librairies indépendantes font 56 % de leur chiffre d'affaires avec 29 % des titres. Par ailleurs, en 2018, 69 248 titres ont été vendus à un seul exemplaire sur un total de 216 739 titres (33 %). »

La *Loi sur le développement des entreprises québécoises dans le domaine du livre* produit donc les effets que le législateur avait imaginés :

« Cette loi a d'ailleurs été qualifiée, par ses pourfendeurs, de loi protectionniste. Aujourd'hui, on dirait plutôt qu'il s'agit d'une loi de promotion de la diversité culturelle en Amérique; on pourrait qualifier pareillement la Charte de la langue française du Québec qui se situe au même niveau de précaution et de conservation. »³

La librairie indépendante est par ailleurs reconnue pour son engagement et pour les retombées qu'elle génère dans sa communauté. Selon la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante, chaque dollar dépensé dans une PME permet de garder 0,66 \$ dans l'économie locale, comparativement à 0,11 \$ chez une multinationale. Les propriétaires et exploitants de librairies indépendantes sont fortement impliqués dans leurs communautés. Leurs établissements sont des lieux qui permettent aux citoyens engagés de tisser des relations. Ces librairies de proximité organisent des événements pour les auteurs et la communauté, ce qui fournit aux artistes canadiens une plateforme pour partager leur travail et développer leurs publics, contribuant ainsi à la vitalité du milieu de l'édition.

En somme, le nouveau cadre légal doit être conçu de manière à améliorer les conditions existantes sans compromettre les avantages et les droits déjà établis, assurant ainsi un progrès harmonieux et équilibré du positionnement des contenus culturels francophones en ligne et en librairie. Faire autrement irait à l'encontre de la volonté de l'État de protéger et soutenir les librairies agréées à travers différentes mesures (acquisitions de livres des collectivités auprès des librairies agréées, programme d'aide financière de la SODEC, etc.).

Quels secteurs (ex. : audiovisuel, musique, livre, balado, etc.), types de contenus (ex. : contenus québécois, contenus d'expression originale de langue française, etc.) et d'entreprises (ex. : plateformes de diffusion en ligne, réseaux sociaux, fabricants de téléviseurs connectés, etc.) devraient être visés par ce cadre légal?

En matière de découvrabilité des œuvres en ligne, nous sommes d'avis qu'il existe actuellement une différence marquée entre les réalités propres au domaine du livre et celles d'autres secteurs, tels que l'audiovisuel et la musique.

En effet, des différences structurelles influencent grandement la manière dont les œuvres sont découvertes et consommées en ligne dans ces domaines respectifs.

³ Martin, Claude et al. *Le modèle québécois des industries culturelles* (2010), Montréal, p. 74.

En conséquence, nous croyons que le cadre légal, combiné à d'autres dispositions législatives, doit, en plus de permettre à la législation québécoise de résister à l'épreuve du temps et aux nombreuses évolutions technologiques à venir, s'adapter au contexte particulier des différentes plateformes de contenu culturel, comme l'envisage d'ailleurs le récent rapport du Comité-conseil sur la découvrabilité des contenus culturels intitulé *La souveraineté culturelle du Québec à l'ère du numérique*⁴.

Parmi les enjeux liés à la découvrabilité, un constat a émergé de la Mission franco-québécoise sur la découvrabilité en ligne des contenus culturels francophones (2020) :

« [...] d'un côté ou de l'autre de l'Atlantique, on voudrait voir dans la découvrabilité une façon d'organiser un contre-pouvoir face aux géants d'Internet; leur effet dans l'écosystème numérique ayant fait l'objet de nombreuses discussions. Il ne faut pas perdre de vue, cependant, que les plateformes transnationales certes jouent un rôle important en ce qui concerne la diffusion des contenus, mais que les enjeux de disponibilité en ligne des contenus et des produits culturels, ainsi que la capacité de ces derniers à être repérés parmi un vaste ensemble d'autres contenus, dépassent la seule question de ces plateformes. »⁵

Le fait que le cadre légal ne puisse s'appliquer de la même manière au domaine du livre et à ses plateformes numériques se justifie par plusieurs facteurs :

1. **Modèles économiques** : la musique et les vidéos ont adopté des modèles de diffusion en continu (Spotify, Netflix, etc.) qui facilitent la découvrabilité grâce à des algorithmes de recommandation sophistiqués. Le marché du livre numérique, bien que présent, est moins dominant et fonctionne encore beaucoup sur le modèle de la vente à l'unité. Globalement, l'industrie québécoise du livre repose encore largement sur la distribution et la vente de livres papier, soit sur les lieux physiques que sont les librairies ou en provenance de celles-ci lorsque la vente s'effectue en ligne.
2. **Plateformes de distribution** : les plateformes étrangères comme YouTube, Spotify et Netflix sont devenues des références pour la consommation de contenu audiovisuel et musical au Québec. Pour les livres, les parts de marché des sites de Renaud-Bray et d'Archambault et de la plateforme leslibraires.ca ne permettent pas d'affirmer que le secteur est soumis à une plateforme unique et dominante, même si Amazon (incluant Kindle et Audible) se rapproche de ce modèle.
3. **Nature du format** : les livres, même sous forme numérique, requièrent un engagement temporel et cognitif plus important que la musique ou les vidéos, qui peuvent être consommées de manière plus passive et fragmentée. De plus, en raison de la nature du format, la consommation de livres ne génère à peu près pas de données, et les quelques données générées – essentiellement les chiffres de ventes ou le nombre d'emprunts en bibliothèque – sont loin de constituer du big data », contrairement aux écoutes de musique en ligne. C'est une des raisons qui expliquent que les algorithmes de recommandation sont moins développés pour le livre.

⁴ Comité-conseil sur la découvrabilité des contenus culturels. *La souveraineté culturelle du Québec à l'ère du numérique* (2024), p. 6.

⁵ Rapport de la Mission franco-québécoise sur la découvrabilité en ligne des contenus culturels francophones (2020), p. 20.

4. **Algorithmes de recommandation** : les algorithmes de recommandation dans la musique et l'audiovisuel sont extrêmement performants et largement utilisés. Ils sont continuellement optimisés pour proposer du contenu personnalisé aux utilisateurs. Les algorithmes de recommandation de livres, moins sophistiqués, sont encore en développement. L'algorithme classique imposé par Amazon se résume essentiellement à « d'autres personnes qui ont acheté ce livre ont également acheté cet autre livre », sans véritable composante d'appréciation qualitative et active par l'être humain.
5. **Promotion et marketing** : la promotion des œuvres audiovisuelles et musicales est souvent plus vigoureuse et omniprésente, avec des budgets marketing conséquents, ce qui n'est pas toujours le cas pour les livres.
6. **Habitudes de consommation** : les utilisateurs ont tendance à découvrir de nouveaux contenus audiovisuels et musicaux au moyen de recommandations automatiques, de listes de lecture (*playlists*) et de suggestions sur les plateformes. Pour les livres, la découverte passe encore beaucoup par les critiques littéraires, les recommandations personnelles et les classements de vente. À cet égard, le rôle-conseil des libraires est primordial ; leurs recommandations peuvent être obtenues à l'occasion d'une visite en librairie et être transposées en ligne, par exemple sur le site leslibraires.ca qui fait de la voix éditoriale des libraires un véritable élément de différenciation marketing.

En résumé, en musique et en audiovisuel, une bonne partie de la découverte se fait dans le même « lieu numérique » que la consommation elle-même. Et le geste de consommation, soit la conversion du consommateur, se produit une seule fois, au moment de l'abonnement ; après, il s'agit de retenir les consommateurs déjà acquis. Dans le livre, c'est l'inverse : la découverte se fait souvent ailleurs que sur le lieu de consommation, et il faut « convertir » le client chaque fois.

La transition numérique des librairies locales a été accélérée par la pandémie de COVID-19. Les libraires indépendants ont résisté à la crise, augmenté leurs parts de marché et vu leur modèle d'affaires transformé par les nouvelles habitudes de consommation qui ont déplacé une partie importante de leurs ventes sur le Web. Ils veulent pouvoir profiter de l'occasion exceptionnelle que leur offre ce nouvel environnement commercial hautement compétitif tout en préservant la viabilité de leurs opérations.

Vendre ce produit culturel qu'est le livre n'offre pas au libraire la même marge bénéficiaire qu'aux détaillants qui font le commerce de marchandises à faible coût de fabrication. Vendre un livre en ligne se traduit par une rentabilité quasi négative pour les libraires. Même avec un escompte de volume pour notre groupe de librairies, notre coût moyen d'envoi chez Postes Canada est de 10,82 \$ cette année. Cela implique qu'un libraire peut parfois payer jusqu'à 12,80 \$ pour envoyer une commande de livres de 36,95 \$. Dans ce contexte, les libraires indépendants ne peuvent profiter de l'environnement exceptionnel des ventes Web, parce que leur domaine d'affaires offre une marge bénéficiaire faible (avec un coût de 60 % à 65 %), et que le prix de détail suggéré du livre ne peut être augmenté (bien qu'il ne soit pas réglementé). En d'autres mots, le libraire absorbe au minimum 15 % de coûts additionnels pour vendre sur le Web.

Le bénéfice net annuel d'exploitation de nos librairies oscillant autour de 1 %, dans de telles conditions, notre réseau de librairies agréées disparaîtrait tout simplement si elles devaient

vendre en magasin dans de telles conditions. Cela aurait des conséquences désastreuses pour l'accès au livre partout sur le territoire, tant pour le grand public que pour les collectivités (bibliothèques publiques et centres de services scolaires). Toutefois, se retirer du domaine du commerce en ligne du livre n'est pas non plus une option, car nous laisserions le champ libre aux joueurs étrangers qui risquent d'accaparer une part des ventes réalisées actuellement en magasin par nos détaillants locaux.

Le gouvernement du Canada a d'ailleurs répondu positivement à nos demandes et à celles de l'Association des libraires du Québec (ALQ) et de la Canadian Independent Booksellers Association (CIBA) concernant les ventes en ligne, notamment sur l'enjeu des frais postaux élevés, avec une aide financière de 32,1 M\$ sur deux ans (2022-2023 et 2023-2024)⁶. Le gouvernement a mis sur pied un programme d'aide destiné aux librairies, une première, afin de permettre aux libraires d'accroître leurs ventes en ligne. Il s'agit d'un signal fort envoyé par le gouvernement quant à l'importance des librairies canadiennes. Ce soutien visait à augmenter la compétitivité des librairies canadiennes dans cette lutte à armes inégales avec les géants du commerce en ligne, et il contribuera à préserver notre écosystème de vente local. Les commandes Web, qui ont connu une forte croissance depuis la pandémie, continuent néanmoins de présenter des défis de logistique et de rentabilité.

Les librairies indépendantes jouent un rôle clé pour faire découvrir la littérature canadienne et y garantir un accès, et ce, partout au pays. Elles stimulent le lectorat pour les œuvres et les auteurs d'ici et, au-delà des nouveautés et des meilleurs vendeurs, elles savent valoriser le livre de fonds et défendre la diversité littéraire. La pandémie de COVID-19 a mis en lumière la nécessité de nous appuyer sur les forces vives de nos communautés locales qui contribuent au tissu social. Les librairies sont des foyers de diffusion de la culture qui enrichissent la vie collective, et elles étaient présentes pour animer les lecteurs lors du retour à la normale après la pandémie.

En définitive, comme le mentionne le rapport de 2020 de la Mission franco-québécoise sur la découvrabilité en ligne des contenus culturels francophones :

« [...] le développement des plateformes d'origine française ou québécoise peut constituer un levier important pour favoriser la découvrabilité des contenus francophones. [...] La multiplication des plateformes nationales, plusieurs plateformes nationales, notamment dans le secteur audiovisuel, se sont développées ces dernières années. Elles constituent une offre de contenus culturels alternative aux grandes plateformes transnationales, susceptible de donner une part plus importante aux contenus locaux dans les catalogues et les efforts de promotion. »⁷

Les actions du législateur devraient d'abord et avant tout viser à soutenir de manière solide le rôle des plateformes nationales, qui sont les alliées et les partenaires de choix des auteurs et

⁶ <https://www.newswire.ca/fr/news-releases/les-librairies-de-partout-au-canada-recoivent-des-fonds-pour-accroitre-leurs-ventes-de-livres-en-ligne-841441133.html>

⁷ Rapport de la Mission franco-québécoise sur la découvrabilité en ligne des contenus culturels francophones (2020), p. 36.

des éditeurs d'ici, mais aussi des autres maillons de la chaîne du livre à l'échelle internationale.

Droits culturels

Êtes-vous en faveur d'un nouveau droit à l'accès aux contenus culturels d'expression originale de langue française et à leur découvrabilité? Pourquoi?

La question du droit à l'accès aux contenus culturels d'expression originale de langue française et de leur découvrabilité est complexe et comporte de multiples facettes. Voici quelques arguments en faveur de ce droit :

1. **Préservation de la diversité culturelle** : le fait de garantir l'accès à des contenus culturels en langue française contribue à la préservation et à la promotion de la diversité culturelle. Cela permet de maintenir une variété de perspectives et de voix, ce qui est essentiel pour une culture riche et dynamique.
2. **Promotion de la langue française** : en facilitant l'accès aux contenus en français, on aide à promouvoir la langue française, tant au sein des communautés francophones qu'à l'échelle mondiale. Cela peut encourager l'apprentissage et l'utilisation du français, ce qui est bénéfique pour la survie et la croissance de la langue.
3. **Soutien aux créateurs locaux** : un droit d'accès aux contenus en langue française pourrait soutenir les artistes, les écrivains, les cinéastes et autres créateurs francophones en leur offrant une plus grande visibilité. Cela peut contribuer à la vitalité économique du secteur culturel francophone.
4. **Éducation et connaissance** : l'accès aux contenus culturels francophones contribue à enrichir l'éducation et la connaissance. Cela permet aux étudiants et au grand public d'avoir accès à une vaste gamme de ressources culturelles et intellectuelles dans leur langue maternelle.
5. **Équité et inclusion** : le fait d'assurer la découvrabilité des contenus en langue française peut aider à réduire les inégalités liées à l'accès à la culture et à l'information. Cela permet à un plus grand nombre de personnes d'accéder à des œuvres culturelles, quelles que soient leurs compétences linguistiques dans d'autres langues.

En revanche, il est également important de considérer certains défis et objections possibles :

1. **Coûts et mise en œuvre** : la mise en place de mesures pour garantir ce droit pourrait nécessiter des investissements notables en matière de ressources financières et humaines. Il serait nécessaire de déterminer comment ces coûts seraient assumés.
2. **Équilibre avec d'autres langues et cultures** : tout en faisant la promotion des contenus en langue française, il est crucial de veiller à ne pas marginaliser les contenus dans d'autres langues et de maintenir un juste équilibre culturel.
3. **Adaptation aux technologies** : assurer la découvrabilité des contenus en langue française dans un paysage numérique en constante évolution peut être une tâche complexe. Cela nécessiterait une collaboration étroite avec les plateformes numériques et les fournisseurs de contenu.

En conclusion, un nouveau droit à l'accès aux contenus culturels d'expression originale de langue française et à leur découvrabilité semble être une initiative bénéfique pour promouvoir la diversité culturelle, soutenir la langue française et ses créateurs, et enrichir l'éducation et la connaissance. Cependant, il paraît essentiel de planifier soigneusement sa mise en œuvre pour surmonter les défis potentiels.

Obligations en matière d'accès aux contenus culturels d'expression originale de langue française et de leur découvrabilité

Le cadre légal pourrait prévoir la mise en oeuvre des obligations en matière d'accès aux contenus culturels d'expression originale de langue française et de leur découvrabilité, telles que des quotas à respecter dans les catalogues des plateformes numériques culturelles ou encore des propositions et des recommandations par les services de diffusion en ligne et les téléviseurs connectés. Êtes-vous en accord ou en désaccord avec cette proposition, et pour quelles raisons?

Nous craignons de voir apparaître des obligations légales ou réglementaires qui stimuleraient, à l'échelle locale, le rôle des géants du Web.

Or, ces derniers imposent déjà leurs règles du jeu aux librairies québécoises, dont des capacités logistiques d'une efficacité extrême, une promesse de livraison instantanée et la possibilité de livrer des biens gratuitement et à perte, puisque Amazon réalise ses profits avec d'autres secteurs d'affaires comme l'hébergement infonuagique (Amazon AWS). Les librairies québécoises, qui vivent de la vente de livres, n'ont pas les moyens de rivaliser avec ces pratiques déloyales.

Dans ce contexte, il serait dommageable de contraindre les plateformes étrangères à jouer un rôle qui les intéresse peu actuellement et que jouent admirablement les librairies locales.

Autres types d'obligations

Est-ce que le cadre légal devrait inclure des obligations liées au partage de renseignements non personnels par les entreprises qui pourraient être visées par ce dernier (ex. : plateformes numériques culturelles, fabricants de télévision, etc.), par exemple relativement aux données d'usage, à l'offre de contenus culturels et aux autres types de renseignements (revenus, nombre d'abonnés, investissements, etc.)?

Si de telles obligations de partage devaient être incluses dans le cadre légal et qu'elles donnaient accès à des capacités d'informatique décisionnelle et de marché aux grands joueurs, cela pourrait avoir pour effet de fragiliser les librairies indépendantes qui ont pignon sur rue, lesquelles défendent et promeuvent les livres à longueur d'année en plus de veiller à leur accessibilité.

Déjà, notre secteur doit composer avec le fait que la transmission des ventes à Gaspard (BTLF) ne constitue pas une obligation légale ou réglementaire. La volonté d'un bon nombre d'acteurs de l'industrie du livre est que Renaud-Bray et Archambault transmettent leurs données à Gaspard afin que, collectivement, nous ayons une vision juste et éclairée du marché du livre au Québec.

Avec le livre, aucun acteur ne peut prétendre avoir accès à de vraies données de lecture. En musique, on sait qu'une piste a été écoutée ou pas, alors que pour le livre, on ne sait même pas si la première page a été tournée, et encore moins la dernière; les seules données quantitatives dont on peut disposer sont les données de vente. Et même si ces données sont associées à une conversion « postdécouverte », cela peut aider à comprendre le portrait général de la découverte du livre.

Suivi de la mise en oeuvre

Qui devrait être responsable du suivi de la mise en oeuvre du cadre légal (ex. : le ministre de la Culture et des Communications, le Commissaire à la langue française, une organisation existante ou une nouvelle organisation)?

Afin d'assurer un suivi pérenne et efficace du cadre légal, le ministre de la Culture et des Communications devrait être responsable du suivi. Cela pourrait relever de sa Direction du numérique, des médias et des communications, qui détient déjà une expertise dans les environnements numériques (Plan culturel numérique, Mission franco-qubécoise sur la découvrabilité en ligne des contenus culturels francophones).

Quels pouvoirs devraient être confiés spécifiquement à ce ou cette responsable (ex. pouvoirs de surveillance, de réglementation, de contrôle, etc.)?

Le ministre de la Culture et des Communications devrait avoir les pouvoirs suivants : recevoir les plaintes, enquêter, documenter et formuler des recommandations. Il devrait également pouvoir imposer des sanctions liées au non-respect des obligations du cadre légal afin de favoriser sa mise en oeuvre. Il faudra par ailleurs que le Ministère puisse déterminer des mesures de substitution en ayant la capacité de négocier des ententes avec une ou des plateformes en ligne, dans les cas où ces dernières prendraient des engagements dont les effets sont équivalents aux objectifs du cadre légal et seraient satisfaisants aux yeux du ministre ou du gouvernement.

Autres propositions ou commentaires

Avez-vous d'autres propositions ou commentaires à formuler?

Recommandations des LIQ

1. Adapter le cadre légal sur la découvrabilité des contenus culturels francophones au contexte particulier des plateformes de vente de livres en ligne, vu leur incidence inévitable sur les ventes en librairie.
2. Protéger les acquis des librairies agréées en s'assurant de la compatibilité du cadre légal avec les objectifs de la *Loi sur le développement des entreprises québécoises dans le domaine du livre*, tant en matière d'accessibilité territoriale et économique qu'au chapitre des conditions favorables au développement d'une infrastructure industrielle du livre de qualité et concurrentielle.

3. Soutenir en priorité les plateformes nationales de vente de livres et les librairies locales dans leur rôle de levier essentiel dans la promotion et la recommandation des contenus francophones ainsi que dans la lutte à armes inégales qu'elles mènent contre les plateformes transnationales.
4. Stimuler l'innovation dans le milieu de la chaîne du livre au Québec et offrir un soutien financier afin que ses acteurs puissent tirer profit des nouvelles pratiques de consommation de la culture, lesquelles sont influencées par l'évolution de l'environnement numérique. Cette évolution s'appuie de plus en plus sur des méthodes et des outils informatiques complexes, développés par des entreprises transnationales.