

LESEDESED
Les Éditions Séditions

Mémoire des Éditions Séditions / LESEDED Pub. Co.

déposé dans le cadre de la

Consultation sur la réglementation du prix
de vente au public des livres neufs
imprimés et numériques

Commission de la culture et de
l'éducation

18 septembre 2013

PRINCIPAUX CONSTATS

- LESEDESED croit qu'une réglementation du prix de vente au public des livres neufs imprimés et numériques aurait pour conséquence de miner les efforts d'actualisation et de diversification des pratiques de production et de diffusion actuelles (p. 5)
- Forcer les magasins à grande surface, les réseaux de librairies et les libraires indépendants à offrir leurs livres à prix réglementé ne modifiera pas nécessairement les habitudes et le taux de consommation des lecteurs québécois (p. 5)
- Les librairies et les bibliothèques n'ont plus le monopole de l'accès aux formats imprimés et de l'animation de la vie littéraire, à la faveur de lieux et de contextes de vente alternatifs (p. 5)
- La stagnation du marché du livre numérique peut être expliquée en partie par une stratégie de tarification inadéquate face à la pluralité des moyens d'accès aux produits culturels en ligne (p. 5)
- L'industrie de l'édition accuse actuellement un retard d'une dizaine d'années sur l'industrie de la musique et des jeux vidéo au niveau des pratiques commerciales, du formatage, de l'accessibilité et de la tarification des publications vendues sur le web (p. 6)
- Les acteurs de la chaîne du livre doivent encourager davantage les incitatifs de numérisation multi-format et adopter une stratégie de tarification évolutive mieux adaptée au nouveau cycle d'exploitation commerciale d'une œuvre (p. 6)
- Les revenus d'une œuvre ne dépendent plus strictement de leur disponibilité à prix concurrentiel chez les magasins à grande surface et les librairies indépendantes (p. 7)
- Les outils et l'environnement de consommation numériques remettent en question les fonctions et les usages du livre en tant que support et source de transmission et de reproduction de connaissances (p. 7)
- La volonté de fixer un prix sur un objet qui n'est plus lui-même figé dans un seul format, un seul mode d'utilisation, un seul mode de reproduction et un seul mode de rémunération est anachronique et contre-productive (p. 7)
- La diversité de l'offre doit se traduire par une diversité des coûts et des modes d'accès de cette offre, en édition comme dans l'ensemble des industries culturelles (p. 7)

MISE EN CONTEXTE

Les Éditions Séditions / LESEDESED Publishing Company publie des textes et des contenus délinéarisés destinés à l'imprimé et aux plateformes numériques. Fondée en 2012 et établie à Montréal, l'entreprise privilégie les œuvres qui débordent de la stricte littérature; ce faisant, elle s'évertue à développer des conditions de création dépassant le cadre de l'édition traditionnelle, à la fois au niveau des stratégies esthétiques, des modes de financement et des moyens de diffusion.

LESEDESED prend pour modèles les producteurs de cinéma français Jean-Pierre Rassam et Gérard Lebovici, qui s'inspiraient à leur tour de Gallimard pour se constituer des «catalogues de cinéastes». Elle conçoit ainsi l'acte d'édition comme la mise en commun de talents issus de divers horizons, en mandatant des artistes pour réaliser, dans un esprit de collaboration, des projets confrontant les codes de l'écriture et de la lecture.

En avril 2013, LESEDESED a lancé ses deux premières publications, l'essai « BIS, ou La politesse du débutant » de C.S. Roy, et « La vie des choses » de Sara A. Tremblay. Afin de faire écho de manière tangible aux questionnements soulevés par ces œuvres à propos du rôle et de la valeur de la culture dans la société numérique, [LESEDESED est devenue la première maison d'édition canadienne à offrir ses publications sur le mode du prix libre](#), également connu sous l'appellation 'payez-ce-que-vous-voulez' ([pay-what-you-want / name-your-own price](#)).

Ce faisant, LESEDESED a adopté un type de tarification déjà populaire dans l'industrie de la musique et des jeux vidéo, au Canada et ailleurs dans le monde. Le prix libre est habituellement utilisé dans deux contextes précis. De manière générale, il permet à des artistes émergents de faire circuler leurs œuvres et d'établir petit à petit une relation privilégiée avec leur auditoire. Dans une moindre mesure, les gestionnaires de certains artistes établis se servent également du prix libre comme premier échelon d'une stratégie de commercialisation à paliers multiples (ex. : prix libre pour une version de faible résolution, puis bouquets à prix fixes pour obtenir le même produit dans un format de qualité supérieure, incluant des contenus supplémentaires, des items promotionnels exclusifs, etc.) afin de satisfaire les fans occasionnels comme les groupies les plus passionnés.

Le prix libre n'est pas une fin en soi. Au-delà de la qualité d'une œuvre, les efforts et les investissements consacrés à la promotion et la médiatisation demeurent tout aussi déterminants sur l'impact social et commercial de cette œuvre, qu'elle soit disponible à

prix libre ou à prix fixe. Si le prix libre témoigne de la pluralité des modèles de tarification d'une œuvre, LESEDESED croit que cette stratégie doit s'appliquer à l'ensemble des étapes de conception d'un livre, simplement parce que chaque œuvre imprimée ou numérique requiert des modes distincts de financement, de production, de diffusion et de monétisation. Ces modes sont déterminés directement par des paramètres tels que l'envergure du projet, la notoriété de l'auteur ou encore les modes de consommation et de découverte de la clientèle-cible.

L'éditeur est ainsi appelé à devenir un producteur de contenus imprimés et numériques, linéaires ou interactifs, tandis que son implication et sa compréhension des enjeux esthétiques et commerciaux est requise dès l'étape de la rédaction d'une œuvre. À son tour, l'auteur est appelé à s'impliquer dans le processus global de fabrication de son livre et contribuer à la visibilité de l'œuvre, et ce, avant même sa mise en marché.

EXPOSÉ GÉNÉRAL

LESEDESED croit qu'une réglementation du prix de vente au public des livres neufs imprimés et numériques aurait pour conséquence de miner les efforts d'actualisation et de diversification des pratiques de production et de diffusion actuelles.

La situation des formats imprimés

Forcer les magasins à grande surface comme les réseaux de librairies et les libraires indépendants à offrir leurs livres à prix réglementé ne modifiera pas nécessairement les habitudes de consommation des lecteurs québécois. Les habitués de Costco, d'Archambault et de la librairie du coin sont rarement les mêmes; leurs préférences, leur capacité de payer et leur budget annuel alloué à l'acquisition de livres non plus. À ce titre, faudrait-il adopter dans la foulée un prix ajusté pour les livres neufs destinés aux bibliothèques publiques et aux établissements d'enseignement?

Une réglementation du prix de vente au public des livres neufs imprimés et numériques améliorerait de manière négligeable l'accès à la littérature et aux publications québécoises. Le réseau des bibliothèques publiques joue adéquatement ce rôle, tandis que les magasins à grande surface ne prévoient pas diversifier davantage leur inventaire, réglementation ou non.

Il faut préciser que les librairies et les bibliothèques n'ont plus le monopole de l'accès aux formats imprimés et de l'animation de la vie littéraire. Les livres sont vendus aujourd'hui dans les cafés, les bars, les boutiques artisanales, les foires thématiques et les kiosques itinérants; autant d'environnements où se multiplient également, de manière formelle ou informelle, des rencontres et des discussions entre les auteurs, les éditeurs et les lecteurs.

La situation des formats numériques

La stagnation du marché du livre numérique, [qui peine à s'accaparer plus de 15 % des parts de marché](#), peut être expliquée en partie par une stratégie de tarification inadéquate face aux pratiques de consommation des produits culturels en ligne.

Le piratage, la gratuité et les forfaits de consommation illimitée par abonnement ont modifié profondément et irrémédiablement les habitudes culturelles, une réalité qui frappe déjà de plein fouet le monde de l'édition et les bibliothèques publiques.

L'industrie de l'édition accuse actuellement un retard d'une dizaine d'années sur l'industrie de la musique et des jeux vidéo au niveau des pratiques commerciales, du formatage, de l'accessibilité et de la tarification des publications disponibles sur les plateformes numériques. Une réglementation du prix du livre va à l'encontre de la majorité des modèles d'affaires mis de l'avant par les éditeurs de fichiers musicaux et vidéo en ligne.

La diversité, l'accessibilité et la tarification de l'offre actuelle est inadéquate pour inciter les internautes à télécharger un nombre croissant de livres numériques publiés au Québec. Les acteurs de la chaîne du livre doivent plutôt développer de nouveaux incitatifs de numérisation multi-format – autre que ePub – et adopter une stratégie de tarification évolutive mieux adaptée au nouveau cycle d'exploitation commerciale d'une œuvre.

Le nouveau cycle d'exploitation commerciale d'une œuvre

L'Internet et les réseaux sociaux ont contribué à étendre la durée du cycle d'exploitation des biens et des services, et ce, autant au niveau de leur commercialisation physique que numérique.

Aux États-Unis, en Europe et dans l'ensemble des principaux marchés de contenus (vidéo, audio, fichiers, textes, etc.), la monétisation – le fait de tirer des revenus d'un bien de consommation – s'entame désormais dès la mise en chantier d'une œuvre. Par le biais de préventes et de campagnes de socio-financement, en tarification par paliers ou en prix libre, il est maintenant possible d'absorber non seulement ses frais de production, mais aussi, dans certains cas, de dégager des profits avant même la complétion et la mise en marché de l'œuvre.

De même, les ayants-droits peuvent tirer aujourd'hui des revenus complémentaires à partir des ventes et redevances d'œuvres moins récentes (*back catalogue*) en signant des ententes avec des plateformes d'accès illimité par abonnement, de [prêts numériques chronodégradables](#) et des plateformes d'achats et de recommandation en ligne (Amazon, Goodreads, Rue des Libraires, etc.) qui n'existaient tout simplement pas à l'ère pré-Internet.

Ces outils permettent aux livres imprimés et numérique de bénéficier d'un cycle d'exploitation étendu, bien au-delà de la visibilité momentanée sur les présentoirs et dans les vitrines des librairies au moment de leur sortie. Ils offrent aussi un accès permanent et universel aux lecteurs résidant à l'écart des grands centres. Les revenus d'une œuvre ne dépendent donc plus strictement de sa disponibilité temporaire à prix concurrentiel chez les magasins à grande surface, les chaînes de librairie et les librairies indépendantes.

Vers une redéfinition des fonctions et des usages du livre

La question de la réglementation du prix du livre suppose que tous les intervenants de la chaîne – créateurs, investisseurs, éditeurs, diffuseurs, libraires, plateformes de ventes, lecteurs – partagent une définition commune de ce qu'est un livre. Hors, les outils et l'environnement de consommation numériques ont déjà largement contribué à bouleverser les fonctions et les usages du livre en tant que support et source de transmission et de reproduction de connaissances.

Plusieurs livres sont publiés aujourd'hui en mode interactif, en code source ouvert, ou encore sous licence Creative Commons. Des auteurs comme le Canadien Cory Doctorow [laissent le soin à leurs lecteurs de reproduire, remixer/retravailler et convertir eux-mêmes leurs œuvres sur le support de leur choix](#) (txt, RTF, PDF, Word, ePub, Braille, HTML, notes pour iPod, SiSu, etc.), en autant que ces versions collaboratives soient partagées gratuitement à leur tour et lui reconnaissent la paternité de l'œuvre originale.

Il apparaît donc anachronique et contre-productif de fixer un prix sur un objet qui n'est plus lui-même figé dans un seul format, un seul mode de lecture, un seul mode de reproduction et un seul mode de monétisation.

CONCLUSION

La diversité de l'offre doit se traduire par une diversité des moyens et des coûts d'accès à cette offre, en édition comme dans l'ensemble des industries culturelles.

Le préachat, le [socio-financement](#) sont quelques-uns des modèles de monétisation privilégiés par des entreprises émergentes ou établies afin de renouveler l'expérience de production et de consommation des œuvres matérielles ou virtuelles.

La mise sur pied de forfaits illimités par abonnement privilégiant les œuvres québécoises, puis de plateformes sociales consacrées à la littérature opérées par des entreprises d'ici, contribueraient à leur tour à la diversification des sources de découverte et de fidélisation des lecteurs québécois.

Les titres en primeur pourraient bénéficier de la formule du prêt numérique chronodégradable, inspirée du modèle de location de films sur les plateformes de vidéo à la demande, et être loués à prix modique pour une consommation à durée déterminée, avant ou à l'occasion de leur sortie.

Une numérisation accélérée et une valorisation accrue des œuvres tombées dans le domaine public permettraient de perpétuer les chefs-d'œuvre de notre patrimoine culturel sur la majorité des plateformes et des formats préférés des lecteurs.

Des expériences de tarification dynamique ([*dynamic pricing*](#)), qui proposent une courbe progressive de tarification adaptée au nouveau cycle d'exploitation d'une œuvre (pré-lancement, lancement, post-lancement, etc.) sont enfin à considérer.

Quoi qu'il en soit, une plus grande collaboration entre éditeurs, auteurs, institutions de financement, plateformes transactionnelles et fournisseurs d'accès Internet sera déterminante pour améliorer l'accès à la littérature et aux publications québécoises.

Il revient à chacun de faire preuve d'adaptation et d'innovation pour développer de nouveaux publics et renouveler l'enthousiasme de la population envers notre littérature.

Charles Stéphane Roy, auteur et éditeur

Montréal, le 18 septembre 2013

lesedsed@gmail.com

www.lesedsed.com