

DÉCLARATION D'OUVERTURE DE M. Y. GUILLAUME DÉZIEL, MR LABE

Journal des débats de la Commission de la culture et de l'éducation
Version préliminaire
Retour à la liste des séances du Journal des débats
40e législature, 1re session
(début : 30 octobre 2012)

Cette version du Journal des débats est une version préliminaire : elle peut donc contenir des erreurs. La version finale du Journal est publiée dans un délai de 2 à 4 mois suivant la date de la séance de la commission.

Pour en savoir plus sur le Journal des débats et ses différentes versions

Le lundi 19 août 2013 - Vol. 43 N° 44

Consultations particulières et auditions publiques sur le document intitulé : « Document de consultation sur la réglementation du prix de vente au public des livres neufs imprimés et numériques »

La Présidente (Mme Vien) : À l'ordre, s'il vous plaît! Nous allons reprendre nos travaux sur les consultations particulières et auditions publiques sur le document Document de consultation sur la réglementation du prix de vente au public des livres neufs imprimés et numériques. Alors, nous avons le plaisir d'accueillir, cet après-midi, M. Guillaume Déziel de Mr. Label — c'est comme ça qu'on dit?

M. Déziel (Guillaume) : C'est bien ça, oui.

La Présidente (Mme Vien) : Monsieur, vous aurez 10 minutes pour nous présenter l'essentiel de votre mémoire. Je pense que les gens de la commission ne l'ont pas reçu, c'est exact? C'est ça?

M. Déziel (Guillaume) : C'est tout à fait normal, oui.

La Présidente (Mme Vien) : C'est normal. Alors, c'est bien. Alors, on vous écoute.

M. Déziel (Guillaume) : Je me cherche un éditeur pour le publier.

La Présidente (Mme Vien) : Oui. Bien. Il y a des gens qui ont entendu le message. M. Déziel, on vous écoute pour 10 minutes et ensuite on passe la parole aux parlementaires.

M. Déziel (Guillaume) : Alors, je vais devoir lire pour pouvoir articuler mes pensées. Donc, bonjour. Mon nom est Guillaume Déziel, et je suis éditeur de musique. J'œuvre dans l'industrie

de la musique depuis quelques années. Lorsqu'on m'a invité à venir vous faire part de mon point de vue sur la réglementation du prix du livre au Québec, je me suis...

M. Déziel (Guillaume) : ...pour pouvoir articuler mes pensées. Donc, bonjour, mon nom est Guillaume Déziel et je suis éditeur de musique. J'œuvre dans l'industrie de la musique depuis quelques années. Lorsqu'on m'a invité à venir vous faire part de mon point de vue sur la réglementation du prix du livre au Québec, je me suis d'abord demandé : Mais pourquoi moi? Et puis, après quelques réflexions, j'ai accepté l'invitation en pensant qu'il y avait des parallèles évidents entre mon industrie et celle du livre. Donc, c'est avec mon mini-syndrome de l'imposteur que je viens aujourd'hui vous livrer quelques réflexions, je l'espère... qui, je l'espère, pourront vous aider à prendre la meilleure des décisions.

Alors, pour ou contre? Je ne vous le dis pas tout de suite. Pour moi, libraire, c'est comme un disquaire. Peut-être que je suis... je fais fausse route, mais, étant plus jeune, je passais mon temps chez les disquaires à demander conseil et à écouter quelques titres, histoire de me faire une idée des musiques que j'allais acheter. Le rôle du disquaire à cette époque était incontournable dans la chaîne de consommation du produit musical, le rôle des radios aussi. Puis est arrivé le Web. Depuis, nos habitudes de consommation ont doucement changé, et voilà qu'aujourd'hui nous consommons la musique presque exclusivement par le Web. Bien sûr, il y a des puristes qui préfèrent le son de l'aiguille qui frotte encore au fond d'un sillon, il y a encore des gens qui préfèrent le CD dans leur fente de voiture, mais la majeure partie des consommateurs de mon âge — j'ai 38 ans — consomment maintenant la musique en format numérique. Et je vous épargne les détails pour les jeunes de 13 ans qui accèdent à notre culture plutôt que de la posséder. Dans l'industrie de la musique, on le sait depuis un bon bout de temps, on sait depuis un bon bout de temps qu'on a été les premiers à passer au bat du numérique. Depuis l'arrivée du World Wide Web et de la démocratisation de l'accès à Internet, certains disquaires ont fermé leurs portes et cette tendance ne semble pas vouloir se renverser pour les survivants.

Donc, pour ou contre? Alors, je veux bien qu'on donne un sursis aux libraires, leur donner artificiellement leur marge de profit sur les best-sellers au détriment des grandes surfaces qui se servent du livre comme un produit d'appel, mais cela, d'après moi, ne fera que rallonger leur temps de vie que quelques temps, deux ans probablement, voire plus, cinq ans tout au plus, puisque nous sommes une société bien distincte, on a un petit marché. Selon Germain Belzile, que vous allez entendre éventuellement plus tard dans cette commission — c'est un chercheur associé à l'Institut économique de Montréal, je l'ai entendu à la radio vendredi dernier — l'introduction du prix réglementé en France a retardé de deux ans la tendance à la baisse des librairies dans les lectures totales. Toujours selon M. Belzile, on aurait passé, aux États-Unis, le point du 50 % des achats où le 50 % des achats se font en format électronique. Donc, selon lui, les gens vont sur le Web pour voir, feuilleter sur le Web, lire un extrait, recevoir éventuellement un chapitre complet gratuitement à titre de produit d'appel peut-être.

Alors, suis-je contre la vertu? Non. Suis-je contre la survie d'un maillon agonisant dans une chaîne? Bien, pour les 11 000 personnes qui travaillent dans cette industrie et pour notre diversité culturelle, a priori mon cœur dirait oui à une telle réglementation. Ce serait nécessairement le premier réflexe pour quiconque aime sa culture comme moi. Cependant, un des arguments qu'on entend souvent, venant de ceux qui plaident pour une réglementation du prix est celui de la

visibilité et de la vitrine. Je vais citer Sylvie Desrosiers, de l'union des écrivains du Québec, que j'ai entendue ici plus tôt mais aussi en débat radiophonique à Radio-Canada vendredi dernier : «On veut une visibilité. On n'arrête pas d'essayer de valoriser la lecture chez les enfants peu importe le support. Ce n'est pas en leur disant : Il faut que tu lises qu'on va les convaincre. C'est en faisant du livre quelque chose qui fait partie de leur environnement.» Je répète en vous regardant : «C'est en faisant du livre quelque chose qui fait partie de leur environnement.» Donc, je continue à citer Sylvie : «S'ils peuvent en voir sur leur chemin, s'ils peuvent avoir une librairie au coin de la rue, ils vont se rendre compte que c'est quelque chose qui est valorisé socialement. Les enfants ne vont pas au Costco et n'ont pas d'auto, il faut que ça fasse partie de leur environnement, il faut que ce soit partout.» Alors, lorsque j'entends ça, je trouve ça super bien comme analyse, mais, lorsque j'entends ça, je me demande si l'industrie du livre comprend réellement son consommateur de demain, l'enfant d'aujourd'hui, cet adulte de demain. Faire du livre quelque chose qui fait partie de leur environnement, c'est d'abord de comprendre quel est cet environnement. Oui, peut-être qu'en nivelant les prix on va stimuler une vente autant chez les libraires indépendants qu'une vente chez Wal-Mart ou Costco et, par le fait même, retarder l'agonie des libraires, mais ce rapport... ce report dans le temps ne va pas faire en sorte que le jeune d'aujourd'hui, celui qui passe le trois clair de son temps en ligne, en plus de remarquer l'existence... en plus de ne pas remarquer l'existence de la librairie au coin de sa rue, surtout s'il passe en textant devant...

M. Déziel (Guillaume) : ...en plus de ne pas remarquer l'existence de la librairie au coin de sa rue, surtout s'il passe en textant, devant, à ses chummy chummy.

On parle aussi d'une loi pour protéger les maillons voués à disparaître puis condamnés à se recycler. On parle ici d'une concurrence déloyale des gros joueurs comme Costco, Wal-Mart, qui se servent de notre culture comme produit d'appel pour vendre des tapis saute-pantalon à profit. Mais on oublie l'essentiel, je pense : rendre notre culture accessible. Et l'argument que j'entends quant au fait que les détaillants contribuent à rendre visible la littérature ne tient pas la route, à mon avis. C'est vrai que Costco, Wal-Mart ne s'en tiennent malheureusement qu'aux best-sellers ou aux Blockbuster. Il est vrai qu'ils tiennent en stock la minorité des produits qui génèrent la majorité des revenus. En revanche, il est aussi vrai que les libraires contribuent à rendre accessibles 20 000, 30 000, 40 000 titres différents, à assurer une certaine diversité culturelle, tandis que les grandes surfaces vont s'attarder aux 300 ou 400 nouveautés par an. Tout cela, c'est vrai. Mais, en ce qui me concerne, il est d'autant plus vrai que les habitudes de consommation glissent tout doucement vers le numérique, là où la théorie de la longue traîne de Chris Anderson s'applique et en faveur de la diversité.

Alors — je suis dans mon temps, ça va bien — Alors je vais expliquer brièvement la théorie de la longue traîne. Dans son livre *The long tail: Why the future of business is selling less of more*, Chris Anderson avance qu'Internet permet aux oeuvres physiques délaissées par les vendeurs une résurrection numérique — Je regardais si on avait encore la croix à l'Assemblée nationale — Il soutient aussi qu'Internet permet une vraie et longue vie pour un petit tirage dont la niche de consommateurs existe, éparpillée mais assez suffisante pour que le produit soit rentable. En temps normal, une demande éparpillée sur le globe ne peut être jointe par les détaillants qui opèrent localement.

Donc, l'ubiquité qu'offre le Web rend donc chaque œuvre et chaque consommateur à un clic l'un de l'autre, plutôt qu'à des milliers de kilomètres l'un de l'autre. Amazon l'a vite compris en ayant comme objectif d'offrir tout. 1 million d'œuvres sont disponibles, même plus, sur cette plateforme. Même les auteurs et auto-producteurs auto-édités, auto-tout sont en mesure de s'y rendre disponibles. La vitrine ultime pour les jeunes d'aujourd'hui, c'est le Web.

Le rôle du détaillant à l'heure du Web. Pouvez-vous me dire quelle est la différence entre : un, se pointer chez le libraire en demandant une des 40 000 œuvres qui n'est pas dans son magasin et lui laisser ses coordonnées nécessaires pour qu'il la commande et qu'il la fasse venir en ligne, qu'il nous appelle et qu'on aille la chercher la semaine prochaine... la semaine d'après ou aller chez un commerçant en ligne, commander une œuvre physique et la recevoir dans les 36 heures? Et, lorsqu'on m'a dit que le détaillant est un guide, je suis d'accord qu'il peut aider et recommander. Mais, de là à dire qu'il saurait bien me recommander le meilleur entre deux livres disponibles dans son catalogue de 50 000 titres, permettez-moi d'en douter. Cependant, quatre âmes perdues dans un forum de discussion au bout d'une recherche de Google sauront sans doute me guider mieux que quiconque sur le meilleur livre sur la sexualité des fourmis, par exemple.

Toute cette sagesse éparpillée sur le Web, on appelle ça « the wisdom of croud » ou la sagesse des nombres. Or, malgré tout le respect que j'ai pour mes disquaires favoris d'antan, il n'y a rien comme Deezer ou Spotify aujourd'hui pour me faire découvrir l'insoupçonnable. Étant un consommateur d'idées écrites en grande partie sur le Web, je pense même que cette logique conviendrait aux librairies.

Concernant les écrivains...

La Présidente (Mme Vien): Une minute.

M. Déziel (Guillaume) : ...et cinq secondes.

La Présidente (Mme Vien): Vous avez raison.

M. Déziel (Guillaume) : Concernant les écrivains. La plupart du temps, et vous me corrigerez si je me trompe, la vraie entrée d'argent des écrivains vient d'un quelconque conseil des arts, que ce soit du Canada ou du Québec, peu importe, des subventions. Aussi, je ne veux pas non plus faire du Marie Laberge « bashing » ici, parce que j'adore cette auteure, et elle m'apparaît quand même assez sympathique comme personne, je ne la connais pas. Mais, lorsque je l'ai entendu dire à Tout le monde en parle qu'elle ne voulait pas rendre accessibles ses œuvres en format numérique, alors je me suis dit : Non seulement elle se tire dans le pied en se privant d'un segment de marché qui aime consommer la littérature autrement, mais aussi elle prive son petit bout de notre culture d'un rayonnement supplémentaire. Et, je vous le rappelle, nous subventionnons tous cette culture, même en allant au Wal-Mart ou au Costco. Normal que celle-ci soit accessible à tous. J'ai une conclusion, mais je m'arrêterai ici parce que je sais que je suis au bout de mes minutes.