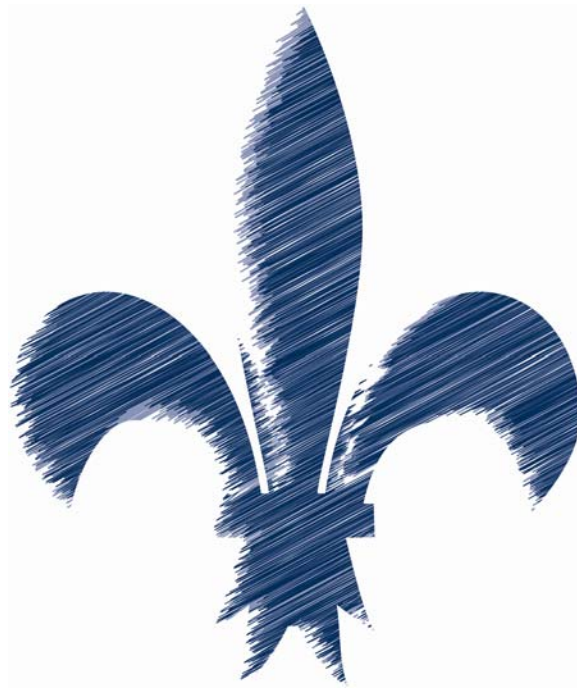


TRANSCRIPTION DE L'AUDIENCE DE
**Chaire de recherche des arts Carmelle-et-Rémi-Marcoux
aux HEC de Montréal**

COMMISSION PARLEMENTAIRE
SUR LE PRIX UNIQUE DU LIVRE
ASSEMBLÉE NATIONALE DU QUÉBEC



DOCUMENT PRÉPARÉ PAR LA FONDATION LITTÉRAIRE FLEUR DE LYS

**À partir de la version préliminaire du Journal des débats*
de la Commission de la culture et de l'éducation de l'Assemblée nationale du Québec**

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 » tenues par de la Commission de la culture et de l'éducation de l'Assemblée nationale du Québec.

* « 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. »

Journal des débats

Le mardi 20 août 2013 - Vol. 43 N° 45

Chaire de recherche des arts Carmelle-et-Rémi-Marcoux aux HEC de Montréal

La Présidente (Mme Vien) : On va recommencer maintenant, merci. Alors, mesdames messieurs, nous allons poursuivre nos consultations particulières et auditions publiques. Nous avons le plaisir d'accueillir cet après-midi M. François Colbert, titulaire de la Chaire de recherche des arts Carmelle-et-Rémi-Marcoux aux HEC de Montréal. M. Colbert, soyez bienvenu chez nous, dans votre Assemblée nationale.

M. Colbert (François) : Merci beaucoup.

La Présidente (Mme Vien) : Vous avez 10 minutes pour nous transmettre l'essentiel de vos réflexions, après quoi s'ensuivront des échanges avec les parlementaires. Ça vous va?

M. Colbert (François) : Parfait.

La Présidente (Mme Vien) : Allez-y.

Exposé

M. Colbert (François) : Alors, moi, je suis professeur de marketing depuis 40 ans aux HEC, spécialisé arts et culture. J'ai déjà eu une spécialisation qui était Localisation de magasin aussi quand j'étais plus jeune. Mais bon, maintenant, je suis vraiment arts et culture depuis 40 ans. Et, si je peux prendre en boutade une expression qui a été utilisée avant dans le domaine du livre, je dirais que fixer le prix du livre à la hausse, c'est taxer l'ignorance. Je pense que je peux reprendre ce slogan qui a permis d'abolir la taxe de vente sur le livre. Alors, si les consommateurs... et en général, c'est les consommateurs à revenus plus faibles vont chez Costco ou vont chez les grandes surfaces pour se procurer des livres à 20, 30, 40, 50 % moins cher qu'ils pourraient trouver sur le marché. Si on les oblige à l'acheter à 100 %, on vient de taxer l'ignorance, parce que, nécessairement, ils vont en acheter moins. C'est une règle en marketing, là... C'est une règle, en fait, en science économique qui est établie depuis 150 ans au moins : si on augmente les prix, on baisse les quantités. Bon, alors...

Le lecteur scolarisé, celui qui a été à l'université, des gens comme moi... Moi, j'achète, à chaque fois que je vais chez Renaud-Bray, j'achète... je ressorts avec une douzaine de romans puis il faut que je me dépêche de sortir parce que je vais en acheter une douzaine d'autres. J'en lis un par semaine, des fois deux. Moi, ça ne me dérangera pas, là. Si je le veux, je vais l'acheter. Sauf que, je suis comme n'importe quel consommateur, surtout que je suis quelqu'un de marketing, moi, j'attends que le livre devienne en livre de poche. La nouveauté ne me séduit pas plus que ça. Donc, j'achète mes livres en livre de poche à 12,95 \$. Je n'achète pas le livre... et je ne vais pas... je ne vais pas dans les petites librairies parce que, bien, il n'y en a pas sur... il n'y en a pas sur

mon chemin. Il y a un Renaud-Bray sur mon chemin, alors c'est là que je vais, c'est là que je trouve mes livres.

Je dis toujours à mes étudiants : Quand vous avez un problème marketing, vous dites, bon : Les ventes baissent. Ce n'est pas ça le problème. Ça, c'est le symptôme. Quel est le problème? Alors ici, il faut voir, dans le cas des petites librairies... Et je suis... je veux dire, je suis très... de tout cœur avec les petites librairies, là, il n'y a pas... les librairies de quartier, il n'y a aucun problème là-dessus. C'est quoi, leur problème? Le problème, c'est la concurrence des grandes chaînes. Et ça, c'est typiquement le commerce de détail. Je veux dire, on l'a vu dans le passé, tous les petits épiciers sont fermés, les petites quincailleries n'ont plus de place, tout le monde est dans des regroupements.

Donc, concurrence des grandes chaînes, baisse de manuels scolaires, ce qui...

M. Colbert (François) : ...tous les petits épiciers sont fermés, les petites quincailleries n'ont plus de place. Tout le monde est à des regroupements. Donc, concurrence des grandes chaînes, baisse de manuels scolaires, ce qui était une vache à lait des librairies agréées, croissance des chaînes vers les banlieues, vers là où les gens demeurent, vers là où les gens déménagent, surtout les gens qui ont les moyens puis sont scolarisés. Au Québec, un peu moins le livre numérique, mais c'est sur la pente augmentante.

Alors donc, ce n'est pas uniquement une question de prix ici, c'est vraiment une question structurelle d'un marché, et il va falloir que toutes les librairies, y compris les grandes chaînes comme Renaud-Bray... Je veux dire, les Amazon de ce monde, là, je veux dire, c'est l'avenir, c'est certain. Moi aussi, je suis un dinosaure, monsieur... je ne me souviens pas le nom, là. Moi, ça ne me tente pas de lire un livre sur un Kindle, là, mais... J'aime le livre, mais mes enfants aussi aiment le livre. «Pourquoi, papa? Tu as tout ça dans... Ça prendrait bien moins de place.» J'ai eu exactement la même réaction.

Donc, le consommateur qui n'a pas beaucoup de moyens et qui achète des best-sellers, puis seulement des best-sellers... Parce que Zola, Camus et même des auteurs québécois un peu plus, disons, costauds, là, appelons ça comme ça, là, ils n'ont aucune, aucune envie de les lire, hein? Parce qu'il faut aussi voir ça. On ne peut pas forcer le chameau à boire de l'eau, mais on ne peut pas forcer le consommateur non plus à lire des livres qu'il ne veut pas lire si ça ne l'intéresse pas. Peut-être que le libraire va réussir à l'intéresser, peut-être, si le consommateur l'écoute, et c'est surtout s'il va à la petite librairie.

Je dirais que, disons... Le futur des librairies indépendantes est dans leurs propres mains, je dirais. On peut essayer le prix unique comme ils le font en France, là. Une autre mauvaise idée qu'on est allés chercher en France, on va en chercher souvent, malheureusement. Mais dans trois ans, on va être ici puis on va reposer la même question. Ça n'aura rien changé parce que les gens... Si les gens... Ou bien les gens vont en acheter moins, mais ils ne vont pas partir de Costco pour aller au petit libraire. Je veux dire, s'ils veulent le best-seller, ils vont l'acheter là où ils sont habitués d'aller. C'est des «patterns» de consommation, ça, qui sont... qu'on voit en comportement de consommateur.

Alors, je dirais : Probablement que la solution des librairies indépendantes — et je souhaite qu'elles demeurent — c'est probablement ce qui est arrivé dans le commerce de détail, dans le domaine de l'épicerie, dans tous les domaines, la pharmacie, etc. C'est un regroupement d'indépendants sur une bannière unique, où on met nos ressources en commun, on fait des achats groupés, donc on est capables de donner des escomptes, nous autres aussi, de 20 % sans perdre notre chemise. C'est probablement, éventuellement, la présence dans des endroits où les consommateurs vont, centres commerciaux, par exemple. C'est certainement aussi une ouverture au livre numérique parce que ça s'en vient.

Et plutôt que d'attendre que la parade arrive, ça pourrait être l'association des libraires indépendants qui ait une stratégie dynamique dans ce secteur-là, non seulement pour vendre leurs livres par Internet... parce que maintenant, on n'est plus obligés d'avoir un entrepôt plein de livres pour vendre des livres. On peut avoir une librairie virtuelle. On avait l'exposé, l'an dernier, du directeur du Museum of Modern Art, à New York. Maintenant, vous pouvez aller sur le site du musée et vous faire votre propre galerie. Vous prenez cette œuvre-là, vous la mettez dans votre galerie, vous prenez cette œuvre-là, vous la mettez dans votre galerie. Vous avez votre galerie à vous de toutes les œuvres qui vous intéressent le plus. Vous les visitez quand vous voulez sur votre ordinateur, vous pouvez les montrer à vos amis. Un libraire indépendant peut aussi être ça pour vendre des œuvres, là, qui roulent moins, qui coûtent cher à garder en stock. Ça peut être une chose.

Bien sûr, beaucoup de commerces de détail ont réussi parce qu'il ont offert un service personnalisé. Ils se sont posé la question : Qu'est-ce que la grande surface n'offre pas que moi, je peux offrir, et quels genres de consommateurs pourraient être intéressés par ça? Je pense qu'ils vont arriver là. Ils vont arriver là. Et j'aurais presque envie de leur suggérer un slogan : La librairie indépendante, c'est l'accès au savoir et au plaisir de lire. Accès au savoir et au plaisir de lire, on n'est pas obligés d'avoir un inventaire. On peut le faire de toutes sortes de façons. On peut avoir un local, on peut avoir des livres en montre, mais on peut aussi avoir des stations où les gens peuvent feuilleter des livres qu'on peut leur commander en 48 heures.

Je pense que la solution n'est pas dans fixer artificiellement... Parce que, bon, si on fixe artificiellement, c'est sûr que Costco va faire plus d'argent, c'est sûr que Renaud-Bray va faire plus d'argent. Puis marginalement, les libraires indépendants vont faire plus d'argent, mais il n'y aura pas de transfert de clientèle. Ce qu'on voudrait, là, c'est qu'il y ait plus de clients qui aillent dans la librairie indépendante. Mais si le client n'est pas intéressé avec ce que la librairie indépendante vend, qu'il est intéressé juste aux best-sellers...

M. Colbert (François) : ...puis, marginalement, les libraires indépendants vont faire plus d'argent, mais il n'y aura pas de transfert de clientèle. Ce qu'on voudrait, là, c'est qu'il y a plus de clients qui aillent dans la librairie indépendante. Mais, si le client n'est pas intéressé avec ce que la librairie indépendante vend, qui est intéressé juste sur le best-seller, il ne va pas changer ses habitudes de consommation si le prix est le même. Si c'était l'inverse, si c'était... on dit... on défend aux grandes chaînes de vendre à moins cher, bien, on donne les moyens aux petites librairies de vendre à 30 % moins cher les best-sellers, là, vous redonneriez du trafic dans les petites librairies. Mais sinon, à mon avis, c'est une taxe, c'est une taxe au consommateur, parce qu'au lieu de le payer 20 %, 30 %, 40 %, 50 % moins cher, il va le payer le même prix. Et, ce

faisant, comme, dans le domaine culturel, tous les secteurs sont croisés... et on l'a vu dans les années 90, pendant que le cinéma en salle montait de 15 %, 20 % par année, le spectacle populaire baissait et les billets de théâtre baissaient. Dans le domaine culturel, dans un marché saturé, tout est lié. Si on achète plus de livres, si on achète des livres plus chers, on ne va pas dépenser moins en épicerie, on va dépenser moins dans le même secteur, le secteur culturel, peut-être qu'on va acheter moins de billets de spectacle. Alors, il faut voir ça aussi. Voilà.

La Présidente (Mme Vien) : M. Colbert, ça fait le tour de votre présentation?

M. Colbert (François) : Oui.

La Présidente (Mme Vien) : Oui? Bien...

M. Colbert (François) : Vous avez lu mon texte, alors...

La Présidente (Mme Vien) : Vous êtes pratiquement, d'ailleurs, à terme avec le temps qui était réservé pour vous. Merci beaucoup pour votre présentation. M. le ministre.

Échanges avec les membres de la commission

M. Kotto : Merci, Mme la Présidente. M. Colbert, bonjour.

M. Colbert (François) : Bonjour.

M. Kotto : Bienvenue et merci pour votre contribution. Je vais rebondir sur la taxation du savoir, pour reprendre la fin du slogan. Fixer le prix du livre — ce que vous venez de dire — à la hausse, c'est taxer l'ignorance. Est-ce que cela veut dire que le Québec, en abolissant la TVQ sur le livre, a fait un bon choix?

M. Colbert (François) : Oui, elle a fait un bon choix dans les... pour la clientèle qui a moins les moyens, d'accord? Pour des gens qui ont des revenus confortables comme moi-même, ça change... je n'ai même pas vu la différence. Mais pour des gens qui ont un salaire moyen ou un peu moins élevé, qui aiment lire — parce qu'il y en a, hein, c'est lié à la scolarité, c'est aussi lié au contexte familial, là — pour eux autres, la taxe de vente, à mon avis, a été... a pu être bénéfique. Jusqu'à quel point? Il aurait fallu faire des études tout de suite après, là, pour voir. Je n'ai pas l'impression que ça a été un effet énorme, parce que c'est 8 %, quand même, mais pour les gens qui sont serrés, là, ça peut faire une différence. Mais c'était une mesure générale. Des mesures générales comme ça, ça va aider ceux qui ont des moyens moins élevés, mais ça ne donne... les autres, ça ne fait pas de différence.

M. Kotto : O.K. De votre perspective des choses, est-ce que l'abolition de la TPS, ajoutée à la TVQ, aurait plus de poids?

M. Colbert (François) : Aurait, encore une fois, probablement une certaine incidence sur les gens qui ont un revenu moins élevé. J'insiste sur le revenu moins élevé, hein? Parce que pour les gens à revenus plus élevés, ça ne va pas faire de différence. Mais peut-être pas qu'ils... peut-être qu'ils n'achèteront pas plus de livres. Là, peut-être qu'ils vont acheter plus d'épicerie.

M. Kotto : Alors, j'ai...

M. Colbert (François) : Si jamais on faisait ça, ça serait intéressant de mesurer avant et après, hein? En sciences, on dit : On mesure avant, on fait le changement, on mesure après.

M. Kotto : Après, O.K. Je vous entendais, très, très subtilement et sommairement, dire que la réglementation en France, ce n'était pas si impressionnant que ça, la réglementation du prix du livre neuf. Mais ça fait, si ma mémoire est bonne, une trentaine d'années à peu près qu'ils ont réglementé de ce côté, c'est beaucoup plus récent au plan numérique. Est-ce que votre département s'est penché sur le chemin fait avant la réglementation et après la réglementation en France?

M. Colbert (François) : Non, pas en France. J'ai eu l'occasion au mois de juin de discuter avec un collègue français qui... une de ses spécialités est sur le livre, et je lui posais la question. Il me dit : Ah bien! L'effet, ça a été que, bon, dans certains quartiers de villes, on pense qu'il y a des librairies qui sont restées puis qui ne seraient pas restées. Mais j'ai dit : Au niveau du consommateur, au niveau des ventes livres, on n'a pas fait la... ils n'avaient pas fait la corrélation, alors je ne le sais pas.

M. Kotto : O.K.

M. Colbert (François) : Je ne peux pas vous le dire. Non, c'était une boutade parce que, parfois, je trouve qu'on va chercher la mauvaise idée puis qu'il y en a des bonnes ailleurs.

M. Kotto : Oui, mais ils viennent parfois en piger chez nous aussi.

M. Colbert (François) : Bien, j'espère bien parce qu'ils ne nous achètent pas grand-chose, bon, surtout dans le domaine culturel.

La Présidente (Mme Vien) : C'est l'éditorial du jour.

M. Kotto : Tout à fait. Alors...

M. Colbert (François) : ...parce que parfois je trouve qu'on va chercher de mauvaises idées puis qu'il y en a des bonnes ailleurs.

M. Kotto : Oui, là, mais ils viennent parfois en piger chez nous aussi.

M. Colbert (François) : Bien, j'espère bien, parce qu'ils ne nous achètent pas grand-chose, bon, surtout dans le domaine culturel, surtout dans le domaine culturel.

La Présidente (Mme Vien) : L'éditorial du jour.

M. Kotto : Tout à fait. Alors, vous dites — et ça, c'est une piste qu'il faut explorer, revoir — le modèle des librairies, que c'est un problème structurel de marché qui se pose et non pas spécifiquement une question de prix. Est-ce que vous pouvez élaborer davantage? Est-ce que vous voulez dire par là que nos paradigmes, en l'occurrence ceux qui entourent nos librairies fragilisées aujourd'hui, sont obsolètes?

M. Colbert (François) : Qu'est-ce que vous voulez dire, «obsolètes», là? Que les stratégies...

M. Kotto : Sont dépassées. On parlait de... Enfin, vous disiez que le modèle de nos librairies était à revoir et qu'il est ici question de structures et non de prix, si je vous cite bien. Alors, ma question est de savoir si vous voulez dire par là que nos paradigmes entourant le fonctionnement de nos librairies aujourd'hui en difficulté... — parce que c'est la raison pour laquelle nous sommes ici — devraient revoir leur modèle ou se réinventer carrément?

M. Colbert (François) : Je suis d'avis qu'elles devraient, un, se poser la question sérieusement sur le modèle d'affaires, se réinventer et voir, toujours dans une perspective marketing, là, qu'est-ce qui ferait que des consommateurs qui ne vont pas présentement chez eux, qui vont plutôt acheter dans les grandes surfaces... pourquoi est-ce qu'ils viendraient chez eux, hein. Pourquoi est-ce que moi, j'irais dans une librairie indépendante si le choix de l'inventaire qu'ils ont ne m'intéresse pas trop, je préfère le choix de Renaud-Bray? Est-ce qu'il y a une raison que j'irais, si ce n'est pas pour les livres? Est-ce qu'il y a moyen d'avoir... d'être capable de... On ne peut pas... Le petit ne peut pas concurrencer une chaîne comme Renaud-Bray. L'union fait la force. La seule façon, c'est de se mettre ensemble. Et, à moins de faire...

Moi, j'ai vu aux États-Unis il y a deux ans un concept, c'était une librairie-café-salle de spectacles. Alors, les gens pouvaient manger, mais il y avait aussi... ils pouvaient acheter des livres, et, avant de rentrer dans le magasin, j'ai vu des gens sortir. Ils avaient été manger, étaient ressortis avec un livre. Bon. Je ne pense pas que c'est un concept... qu'il faille dire : Bon, c'est ça qu'il faut faire. Mais, tantôt, mon prédécesseur disait : Allez dans une librairie indépendante, une petite librairie, il y a une atmosphère, il y a quelque chose. Parfait, mais on ne va pas acheter un livre pour l'atmosphère, certaines personnes vont vouloir certains types de livres. Et tout ce que je dis, c'est : Si on veut continuer à vendre des best-sellers et pouvoir attirer des gens sur le best-seller, il faut être capable de vendre aux mêmes prix que les chaînes, et, pour vendre aux mêmes prix que les chaînes, il faut avoir des regroupements d'achats.

Je pense que ça leur prendrait une réflexion de groupe, là, sur comment est-ce qu'on pourrait amener une identité à la librairie indépendante, comment est-ce qu'on peut se renforcer l'un l'autre dans nos achats pour être capables d'offrir, nous aussi, des rabais et qu'est-ce qu'on peut offrir que Renaud-Bray ne pourra pas offrir, ne voudra pas offrir, et encore moins Costco. Je n'ai pas la réponse, là, mais ça vaudrait la peine de s'asseoir puis de réfléchir.

M. Kotto : O.K. Donc, c'est un... Je parlais de paradigme. Est-ce que c'est un modèle qui est éprouvé ailleurs? Est-ce qu'il y a moyen de mesurer une telle démarche qui a été adoptée ailleurs, dans un autre pays?

M. Colbert (François) : Je n'en connais pas. Je ne suis pas un spécialiste pointu, là, seulement du livre. Maintenant, je disais tantôt : C'est un problème typique de commerce de détail. Une librairie, c'est un commerce de détail, ça vend au détail ce qu'un producteur a fait puis qui nous est arrivé par la chaîne de distribution. Je pense qu'il faut plutôt aller voir dans le commerce de détail ce qui a été fait, l'expérience des 50, 60 dernières années. On a trop tendance, je trouve, dans le domaine culturel, à penser qu'on a des problèmes spécifiques. Je prends, dans un autre... par exemple, au théâtre, la relève, la relève des fondateurs, on vit ça dans la petite et moyenne entreprise. Ça ne sert à rien d'inventer le... Il faut aller voir là, eux autres, qu'est-ce qu'ils ont trouvé comme solution. Je pense que dans le domaine de la librairie c'est la même chose. Allons voir le commerce de détail. Est-ce qu'il y a des choses qu'on peut apprendre? Est-ce qu'il y a des choses qu'on peut apprendre et qu'on peut implanter pour le bénéfice des librairies indépendantes...

M. Colbert (François) : ...il faut aller voir là. Eux autres, qu'est-ce qu'ils ont trouvé comme solution? Je pense que, dans le domaine de la librairie, c'est la même chose. Allons voir dans le commerce de détail, est-ce qu'il y a des choses qu'on peut apprendre? Est-ce qu'il y a des choses qu'on peut apprendre et qu'on peut implanter pour le bénéfice des librairies indépendantes, qui ont certainement une fonction sociale importante, surtout si on veut avoir une population plus scolarisée, qui est une population plus éduquée avec un plus riche savoir. Il faudrait qu'il n'y ait pas 25 % d'analphabètes, là, mais ça, ce n'est pas votre problème à vous, à la Culture, c'est plus à l'Éducation.

La Présidente (Mme Vien) : Merci, M. le ministre. M. le député de Bonaventure.

M. Roy : Merci, Mme la Présidente. Bonjour, M. Colbert. Écoutez, j'ai lu votre mémoire, puis il y a un petit passage croustillant que j'aimerais vous citer, puis j'aurais une question ou deux à vous poser, là.

M. Colbert (François) : ...écrit deux, trois, juste pour me... c'était juste avant mes vacances.

M. Roy : «Le goût de la lecture s'acquiert quand on est jeune, tout comme le goût du théâtre ou de la musique classique ou encore la volonté de poursuivre des études supérieures. Dans une société... et là j'ouvre la parenthèse bien sûr : Dans une société où 25 % des gens ne savent pas lire, où les maîtres formés à l'université peinent à maîtriser le français, où à l'école il n'y a que les cours de français où il faut savoir écrire sans faute et où la culture de l'effort et de l'excellence s'est perdue graduellement.» C'est un postulat qui est appuyé par une expérience personnelle ou des données chiffrées scientifiques?

M. Colbert (François) : Non, c'est une expérience personnelle. Je pense que... Il faut juste regarder les chiffres, le décrochage scolaire, ça en est un. Moi, j'ai des enfants qui, il n'y a pas longtemps, étaient au secondaire, je veux dire, même les communications des enseignants qui nous envoient plein de fautes, je veux dire, je n'en reviens pas, là. Je pense qu'on a... Je pense qu'au Québec, dans la suite du rapport Parent, on a voulu éliminer l'élitisme, en disant : Le cours classique — moi, j'ai eu la chance de faire mes huit ans de cours classique — ça, c'était juste une élite, on ne fera plus ça, tout le monde va faire pareil. Sauf que, en faisant ça... Moi, j'ai un de mes jeunes qui est dyspraxique, donc qui a eu de la difficulté, lui. J'en ai un autre qui, lui, il

n'est pas dyspraxique, il veut faire médecine, je veux dire, dans les classes, il perdait son temps. On a été obligé de baisser le niveau. On a été obligé de baisser le niveau et... Là on est en dehors du sujet de la commission, là, mais... On a baissé le niveau, je veux dire... et, moi, je le vois. Nous, à l'université, les étudiants, tout ce qui s'est fait comme réforme au primaire et secondaire, là, on les a, hein. On les a à l'université, là, les gens qui ne savent pas écrire, là, tu sais. Tu te dis : Je ne comprends pas ce qui est écrit. Tu sais, je lis une phrase d'un étudiant, je lui dis : Qu'est-ce que c'est que tu veux dire, là? Bien, je veux dire ça, ça, ça. Pourquoi tu ne l'as pas écrit? Bien, c'est ça que j'ai écrit. Non, non, ce n'est pas ça que tu as écrit. Tu sais, mon expérience personnelle plus les données que je lis dans les journaux, là, qui viennent du ministère de l'Éducation.

M. Roy : C'est bien. Merci beaucoup.

La Présidente (Mme Vien) : Merci beaucoup à vous deux. Alors, Mme la députée de Laporte.

Mme Ménard : Merci beaucoup, Mme la Présidente. Bonjour, M. Colbert. Vous êtes le premier à parler, dans votre mémoire, du comportement du consommateur et vous mentionnez que de régler le prix unique n'empêcherait pas le client d'aller dans des grandes surfaces, bon, etc. Est-ce que vous vous êtes basé une étude que l'université a faite? Sur quoi vous vous basez pour faire cette sortie-là?

M. Colbert (François) : Non, c'est mes connaissances de comportement de consommateur, d'accord. Règle générale, les gens... un marché comme ça n'est pas homogène, il y a des segments dans le marché puis chaque segment a des comportements, et en général, quand les gens adoptent une marque ou adoptent un magasin, ils vont y rester. Donc, je veux dire, si on va chez Costco ou si on va chez Renaud-Bray puis qu'on est satisfait avec Renaud-Bray, bien, on va rester chez Renaud-Bray. Pour changer de marque... Ce qui est le plus difficile en marketing, c'est de faire changer quelqu'un de marque, ça, c'est... et une petite librairie et Renaud-Bray, c'est deux marques. Alors, si je trouve... si je suis satisfait avec Renaud-Bray, bien, je trouve tout ce que je veux là, c'est là que je vais acheter. Je n'irai pas acheter de best-seller à la petite librairie parce que, moi, je ne suis pas... comme consommateur, là, je ne défends pas une religion. Vous savez, souvent, dans le domaine des arts... je suis là depuis 40 ans puis je travaillais... Je disais à mes étudiants : Le problème, c'est que, nous, dans le domaine des arts, parfois on vend une religion alors qu'eux autres achètent un loisir, on ne parle pas de la même chose. Alors, pour eux, le sort des petites librairies, la majorité des consommateurs, ils s'en foutent, là, ils vont aller à la petite librairie s'ils ont une raison pour y aller. Je veux dire, c'est strictement du comportement de consommateur.

Mme Ménard : D'accord. Vous... Également, dans votre mémoire, vous mentionnez que le gouvernement devrait soutenir directement...

M. Colbert (François) : Je dis : Ça pourrait être une option.

Mme Ménard : O.K. Alors, vous voulez élaborer là-dessus? Vous avez... Quand vous avez écrit ça, vous aviez une idée, là?

M. Colbert (François) : Bien, je cherchais des pistes de solution et...

Mme Ménard : ...le gouvernement devait soutenir directement.

M. Colbert (François) : Ça pourrait être une option.

Mme Ménard : O.K. Alors, vous voulez élaborer là-dessus? Quand vous avez écrit ça, vous aviez une idée, là.

M. Colbert (François) : Bien, je cherchais des pistes de solutions et je voulais en offrir un certain nombre. J'en ai ajouté aujourd'hui, là. Mais, tout comme on fait avec le théâtre, on ne subventionne pas le théâtre à but lucratif, les gros théâtres, etc., ceux qui font du Broadway, mais on subventionne des plus petits qui ont une mission particulière. Ça pourrait être ce modèle-là plutôt que le prix unique. Ça pourrait très bien dire, on a... Comme on l'a fait en nommant des librairies agréées puis en leur donnant le monopole de la vente aux écoles. On pourrait dire : Il y a un certain nombre de librairies qui sont indépendantes, qui répondent à un certain nombre de critères, et on va soutenir le fond. On va soutenir le fond littéraire parce qu'on veut que ça existe. Ça pourrait être ça. Et je ne dis pas que c'est ça qu'il faut que ce soit, là. Je pense qu'au-delà de ça, il faudrait quand même que les petites librairies collectivement repensent à leur modèle pour être capables de survivre, parce que le livre électronique, là, comme disait M. le député, c'est demain, là. Ça vient vite. Et s'organiser pour le livre électronique, là, ça va prendre du temps puis ça va prendre de l'argent.

Mme Ménard : Bon, vous parlez qu'il faut donner goût à la lecture aux enfants, bon, etc. et vous mentionnez que le moins fortuné... C'est le moins fortuné finalement qui risque de faire les frais d'une réglementation. Vous voulez en parler de ça?

M. Colbert (François) : Bien parce que le moins fortuné qui va acheter son... Le moins fortuné est très conscient des prix, hein, des prix des produits. Et s'il se fait dire qu'un roman qui l'intéresse est moins cher à telle place, il va y aller. Il n'est pas fidèle en ce sens-là. Il va être fidèle au prix. Si tous les livres il y a juste 10 % de différence, que ce ne vaut pas la peine de... Bien, ce qu'il va faire, c'est qu'au lieu d'acheter deux livres avec 30 \$, il va en acheter un à 30 \$. Deux livres à 15 \$ ou un à 30 \$. Alors, il va en acheter moins. Ou il va trouver d'autres façons. Ils vont... Groupe de lecture ou il y en a un qui achète le livre puis tout le monde le lit, là. Bien ça, ça n'aide pas non plus les libraires indépendants, pas les auteurs non plus, parce que, là, ils n'ont vraiment pas de droits d'auteur. Mais, c'est certain, les gens qui comptent leur argent, ils peuvent se payer à un moment donné un livre parce qu'il est moins cher, ils vont se payer un best-seller parce qu'habituellement les gens qui ont moins d'argent sont moins scolarisés. Ils ne sont pas intellectuels pour deux cennes, puis ce qu'ils veulent, c'est un best-seller.

Mme Ménard : Donc, c'est l'accessibilité que vous parlez à ce moment-là...

M. Colbert (François) : C'est l'accessibilité...

Mme Ménard : ...de. O.K.

M. Colbert (François) : ...aux gens les moins nantis.

Mme Ménard : Et ma dernière question, et mon collègue aura sûrement des questions pour vous. Bon, vous le savez, il y a des fermetures de librairies. Et j'aimerais vous entendre sur comment... À quoi vous attribuez ces fermetures? Et est-ce que la réglementation du prix vient aider à réduire le nombre de fermetures.

M. Colbert (François) : Je pense que les fermetures, c'est beaucoup effectivement la concurrence des grandes surfaces, Renaud-Bray et autres. Et je suis convaincu que fixer le prix du livre, ça ne réglerait rien. Je vous le dis, dans trois ans, on va être encore là à en parler.

Mme Ménard : D'accord. Merci. Merci, Mme la Présidente.

La Présidente (Mme Vien) : Merci, Mme la députée de Laporte. M. le député de Jacques-Cartier.

M. Kelley : Merci beaucoup Mme la Présidente. Bienvenue, M. Colbert. Et également je veux continuer sur le phénomène numérique parce que, moi aussi, je m'annonce comme dinosaure, mais je pense l'avenir est effectivement... Et j'imagine c'est une question où le prix joue beaucoup. Alors, si l'écart entre une copie papier et une copie numérique est important, on va indirectement encourager les consommateurs d'acheter numérique. M. Homel qui vient de témoigner, si son prochain roman coûte 30 \$ papier et 15 \$ numérique, je pense tout le monde qui s'objecte au Kindle va se rallier tranquillement pas vite. Alors, avez-vous des propositions pour nous dans toute cette réflexion? On regarde souvent le livre papier court terme. Mais, si nous avons raison et le numérique, c'est l'avenir, c'est quoi qui va nous guider? Comment fixer le prix du numérique? Parce que les coûts de transport sont infimes en comparaison avec un livre qui est souvent pesant. Je n'ai pas besoin de mettre mes livres numériques sur une tablette. Et il y a beaucoup d'avantages au niveau du coût. Alors, comment fixer un prix juste pour protéger les écrivains? Parce que, je pense, l'exemple de la musique indique qu'on a tout intérêt de protéger les artistes aussi qui ne sont pas floués comme les musiciens étaient souvent avec les Napster et les autres phénomènes sur l'Internet. Alors, je ne sais pas si vous avez des propositions à formuler, parce que le numérique va venir. Je suis certain.

M. Colbert (François) : Le piratage, non, je n'ai pas de...

M. Kelley : ...et comme les musiciens étaient souvent avec les Napster et les autres phénomènes sur l'Internet. Alors, je ne sais pas si vous avez des propositions à formuler, parce que le numérique va venir, je suis certain.

M. Colbert (François) : Le piratage, non, je n'ai pas de solution. Mais, le numérique, ça va venir. Je pense que ça va venir pour... Moi, je ne crois pas au 100 % numérique. Je pense qu'il y a des catégories de livres probablement qui vont rester livres, il va y avoir des gens qui vont vouloir acheter une copie papier. Mais la jeune génération, pour des livres, des romans qu'ils considèrent, des romans de plage, là, quand on va... ils vont vouloir l'acheter le moins cher possible puis numérique puis à partir du moment où la tablette s'améliore puis que c'est facile de lire, ils vont acheter ça.

Je pense que peut-être, et là, je réfléchis tout haut, mais il faudrait que les éditeurs québécois, qui éditent des auteurs québécois, s'y mettent au numérique pour la jeune génération, tranquillement, hein, et peut-être qu'ils vont avoir besoin de soutien puis d'accompagnement pour faire ça, mais... Et ensuite, le danger, c'est que l'éditeur le vende lui-même direct et là... Mais, c'est ça, la structure d'une industrie, hein? Amazon ne publie pas, mais il va y avoir des éditeurs qui vont se mettre à court-circuiter la chaîne. Ça, moi, là, ça s'en vient. Je suis certain que d'ici 10 ans, là, il va y avoir des éditeurs qui vont carrément court-circuiter, ils vont éditer en numérique puis ils vont vendre direct. Ce n'est pas compliqué, vendre direct, hein? Moi, mon livre sur le marketing des arts et de la culture, la version en anglais, c'est la Chaire de gestion des arts qui la publie. Je n'ai pas d'intermédiaire et la cinquième édition, dans quatre ans, elle va être numérique et on va le vendre direct, même pas par Amazon. Ce n'est pas... Oui, faire un livre numérique, pour un éditeur, ça coûte plus cher mais, en même temps, ça coûte moins cher parce qu'il y a bien des étapes qu'on n'a pas, comme toutes les étapes liées... qui vont vers l'impression, on ne l'a pas. On n'a pas besoin de stock. On sauve ailleurs.

M. Kelley : Et encore plus vrai pour un best-seller, parce que si j'ai... une fois que j'ai fait tous ces travaux pour préparer, pour numériser le document, si je suis certain que je vais vendre 100 000 exemplaires pour un Dan Brown ou tous les autres, mes coûts sont infimes par unité, alors, ça va être...

M. Colbert (François) : C'est comme le «paperback », hein, c'est comme la version de poche. Le numérique suit, le numérique suit. Ça va être le livre qui rend la version de poche. Je pense qu'au Québec, notre problème, c'est... Le problème encore plus gros que ça, ce n'est pas tellement la librairie indépendante comme les œuvres d'auteurs québécois, comment les faire connaître, comment donner le goût de lire des auteurs québécois. Parce que la chaîne de distribution est appelée à changer, comme elle a changé dans le commerce au détail. Mais comme on voit dans le commerce détail, on voit dans le commerce de vêtements, il y a des grandes surfaces puis il y a des boutiques spécialisées. Je pense que ça va être la même chose dans le domaine, éventuellement, des librairies. Les librairies indépendantes, ou la bannière indépendante, vont offrir des services qu'un certain nombre de consommateurs veulent puis d'autres, qui sont plus sensibles aux prix que n'importe quoi d'autre, eux vont continuer à aller dans les grandes chaînes et chez Costco. Mais les petits, il faut donner une raison. Pourquoi j'irais là quand je peux trouver... C'est bien plus facile d'aller chez Renaud-Bray, c'est dans les centres commerciaux. J'ai du stationnement puis je peux faire mes autres courses en même temps. Tu sais, conciliation travail-famille, là, c'est tout le monde qui le vit, là.

M. Kelley : Et je pense que votre suggestion des librairies spécialisées, la jeunesse, qu'on a invoqué un exemple dans mon comté, mais les librairies voyagent. J'en ai vu une, je pense que c'est à St.Louis, c'était uniquement les romans policiers, alors... Mais les... à la tonne. Alors, il y a un énorme choix, mais uniquement les romans policiers. Alors, si vous cherchez un livre sur les affaires du jour, ce n'est pas le bon endroit, mais pour les romans policiers, il y avait un choix, je pense que c'était sur deux étages et en plein centre-ville de St.Louis, qui est déjà un défi, parce que c'est une ville...

M. Colbert (François) : S'il y en a un qui s'établit au Québec, dites-moi le. Je vais y aller. J'alterne entre les romans historiques puis les romans policiers.

M. Kelley : Oui, mais je pense que ça, c'est un modèle pour certains endroits qu'il faut trouver une raison autre, parce que même si on élimine le toujours gros méchants, Wal-Mart et Costco, il y a beaucoup de titres disponibles dans un Renaud-Bray ou un Chapters. Et dans l'ouest de l'île, que je représente à l'Assemblée nationale, c'était l'arrivée de ces deux grands magasins, sur l'autoroute 40, qui a rendu la vie très difficile pour la plupart des petites librairies dans l'ouest de l'île de Montréal, parce que le stationnement est facile, il y a un café, c'est confortable, il y a beaucoup d'autres produits. Alors, on voit même ces grandes chaînes, c'est insuffisant de vendre que des livres, alors les pots de thé, les tasses, les cartes et tout le reste, il faut diversifier leur inventaire aussi pour la survie ces jours-ci. Alors, je pense que c'est...

M. Kelley : ...insuffisant de ne vendre que des livres, alors les pots de thé, les tasses, les cartes et tout le reste, c'est pour diversifier leur inventaire, aussi pour la survie ces jours-ci. Alors, je pense, c'est... les modèles d'affaires en pleine transition, alors comment aider? Parce que je pense qu'il y a un certain consensus qu'il faut chercher les moyens d'aider les petites librairies mais pas certain que les propositions sur la table va changer grand-chose.

M. Colbert (François) : Moi, si j'étais un petit libraire, j'irais m'installer dans un endroit où il y a... un quartier scolarisé parce que j'ai plus de... susceptible de retrouver des gens qui vont avoir envie de lire autre chose que le best-seller. J'irais sur le Plateau—Mont-Royal à Montréal parce que ça, c'est ma clientèle cible. Je n'irais pas à Saint-Henri, ce n'est pas concurrentiel puis ces gens-là ne veulent pas lire.

M. Kelley : Mais Saint-Henri change.

M. Colbert (François) : Oui, oui, non, mais je veux...

M. Kelley : Parce que mes enfants demeurent à Saint-Henri, et je peux vous dire que Saint-Henri est en train de changer.

M. Colbert (François) : Je m'excuse, je m'excuse et... ça traduit mon âge.

M. Kelley : Griffintown is the place to be.

Une voix : C'est bon, c'est bon.

La Présidente (Mme Vien) : Merci beaucoup, M. le député de Jacques-Cartier. Je comprends que ça fait le tour pour vous. Mme la députée de Montarville. On vous écoute.

Mme Roy (Montarville) : Oui. Merci beaucoup, Mme la Présidente. M. Colbert, merci pour votre présence, merci pour votre mémoire. C'est un plaisir que de lire ce qu'une sommité dans le domaine, c'est ce que vous êtes, il faut le dire, pense, écrit, et j'invite peut-être mes collègues de la commission à aller lire, ne serait-ce que votre curriculum vitae, vos expériences antérieures pour voir dans quelle mesure vous parlez d'art mais de marketing de l'art, et que c'est vraiment votre domaine. Donc, vous l'avez étudié pendant des années, et des années, et des années, et des années. Donc, c'est très intéressant de voir votre point de vue et, tout comme vous, je soustrais à l'idée que les fameuses grandes surfaces ne sont pas nécessairement la mère de tous les maux des librairies indépendantes, et, à cet égard-là, vous dites, dans votre texte, juste avant la conclusion :

«Quant à la survie des librairies indépendantes, la meilleure solution serait probablement de soutenir directement celles qui sont les plus fragiles. De la sorte, on ne créerait pas une mesure artificielle — c'est comme ça que vous l'appellez — susceptible de pénaliser tous les lecteurs et dont l'impact sur les librairies indépendantes reste incertain.» Donc, c'est la mesure dont on discute aujourd'hui. Pourriez-vous élaborer?

M. Colbert (François) : Oui. Bien, c'est un peu ce que je disais tantôt. Moi, je me méfie toujours des solutions mur à mur, là, parce qu'il faut aller voir le problème. Le problème des librairies indépendantes, c'est les grandes surfaces, c'est le fait que le livre scolaire, il s'en vend moins parce qu'on a changé des choses à l'école primaire, secondaire. Mais si on pense collectivement comme société que ce sont des unités qui sont importantes parce qu'ils ont là un fonds qui est important pour la société, ne serait-ce que pour les gens qui s'intéressent à ça, il y a plusieurs façons de faire, là. On peut les soutenir pendant un certain temps, les soutenir financièrement, carrément, mais je pense qu'il faut aussi, au-delà de ça, leur aider à réfléchir à des stratégies qui peuvent faire en sorte qu'ils n'aient pas toujours besoin de l'État, là. Ou on peut — je veux dire, il y a tellement de façons — on peut les aider à soutenir un inventaire particulier par exemple, mais je pense qu'avant de trouver la solution il faut vraiment analyser le problème en détail et avoir une solution pour les librairies indépendantes, et non pas que tous les consommateurs vont... Je veux dire, c'est, au final, c'est le citoyen qui paie toujours. Soit qu'on donne une subvention directe, soit qu'on met une taxe. Puis, pour moi, le prix unique, c'est une taxe, c'est une taxe temporaire, neuf mois, mais c'est une taxe quand même, qui va bénéficier au Costco puis à tous les autres mais ce qu'on veut, c'est... À moins qu'on fixe un prix unique puis qu'on prélève une taxe spéciale chez Costco et... pour combler la différence puis envoyer ça aux librairies indépendantes. Mais je pense que les Costco et les Renaud Bray ne seront pas contents.

Mais... je pense que mon message, c'est qu'il faut faire attention pour ne pas prendre le symptôme pour le problème puis il faut vraiment analyser en profondeur quel est le problème et trouver une solution qui va correspondre et qui va être pérenne, je veux dire, qui va durer, que ce ne sera pas juste quelques années.

Mme Roy (Montarville) : Ne pas prendre le symptôme pour le problème. J'aime beaucoup cette phrase. Merci beaucoup.

M. Colbert (François) : Voilà. Moi, j'entraîne mes étudiants à ça. Je veux dire, tu sais, ces problèmes que vous dites, là... Des fois, là, je leur présente un cas, puis je leur dis : Quel est le problème? Vous seriez surpris. Je remplis le tableau de problèmes, puis il n'y avait aucun de mes 30 qui est tombé sur le problème parce qu'ils s'arrêtent tous aux symptômes.

La Présidente (Mme Vien) : Merci beaucoup, M. Colbert. Ça a été un plaisir de vous recevoir cet après-midi.

M. Colbert (François) : Bien, merci.

La Présidente (Mme Vien) : Je suspens les... Bien, merci, oui. Un petit mot de la fin?

M. Colbert (François) : Non, non, non. Ça va. Je vous remercie de m'avoir reçu. C'était un plaisir.

La Présidente (Mme Vien) : Merci à vous. Je suspends quelques instants.

(Suspension de la séance à 15 h 30)

La Présidente (Mme Vien) : ...je suspends les travaux... Bien, merci. Un petit mot de la fin?

M. Colbert (François) : Non, non, non. Ça va. Je vous remercie de m'avoir reçu, c'était un plaisir.

La Présidente (Mme Vien) : Merci à vous. Je suspends quelques instants.

(Suspension de la séance à 15 h 30)