

Mémoire

présenté par l'Association québécoise des Salons du livre
au Ministère de la Culture et des Communications
dans le cadre de la consultation portant sur le
Renouvellement de la politique culturelle du Québec.





Table des matières

Introduction	3
Les Salons du livre : lieux de partage et de diffusion	4
Les enjeux actuels des Salons du livre	5
Les Salons du livre, des diffuseurs culturels	8
L'ère du numérique	10
Conclusion	12
Annexe - 1 : Résumé des recommandations	13
Annexe - 2 : Salons du livre membres de l'AQSL	14

Les Salons du livre : outils essentiels de la diffusion de la culture québécoise

Introduction

L'Association québécoise des Salons du livre (AQSL) est fière de contribuer à la consultation lancée par le ministère de la Culture et des Communications en vue d'actualiser l'action du gouvernement québécois en matière de soutien à la culture. En effet, 20 ans après l'adoption de la politique « *Notre culture, notre avenir* », nous saluons cette volonté de renouvellement dans un contexte qui a grandement évolué.

Nous endossons totalement les principes proposés, notamment le premier qui met bien en relief la dimension intersectorielle de la culture et surtout, son rôle central dans la construction de l'identité collective :

« La culture est porteuse de sens, d'identité et de valeurs; elle est aussi un vecteur de démocratie, d'enracinement, de dialogue interculturel et de cohésion sociale. La culture participe également au développement des autres domaines de la vie en société et favorise la créativité et l'innovation ».¹

Nous croyons qu'elle prend différentes formes qui doivent toutes faire l'objet d'une attention spécifique, mais nous nous permettons de souligner que le livre est particulièrement, et souvent explicitement, porteur de sens, d'identité et de valeurs.

Il appert que le livre participe directement au développement de la citoyenneté et du sens critique de par les contenus qu'il propose. Il facilite l'éveil à la culture en plus d'être un outil reconnu de lutte contre le décrochage scolaire, frein majeur au développement des personnes et de la société dans son ensemble.

Par ailleurs, la culture est reconnue comme un important moteur de développement économique et social qui contribue à l'amélioration des milieux des cadres de vie. C'est avec enthousiasme que les Salons du livre en sont parties prenantes puisqu'en soutenant les efforts de promotion de l'industrie culturelle du livre, ils favorisent directement des retombées économiques que ce soit par leur apport à l'activité touristique de chacune des régions où ils ont lieu ou par les ventes en librairies qui en découlent.²

¹Ministère de la Culture et des Communications, *Renouvellement de la politique culturelle du Québec*. Cahier de consultation, mars 2016, p. 8.

²Selon le rapport Gaspard de la BTLF, « (...) Cependant, la semaine suivant l'évènement, c'est le décollage des ventes (semaine 1 : +13 %). En faisant la moyenne des trois semaines de ventes antérieures aux salons et en y opposant celle des trois semaines postérieures, on pose la question suivante : à quel niveau était l'activité des ventes chez nos détaillants *avant* les salons et quel est le niveau atteint immédiatement *après* ? La variation est significative : on enregistre pour la période précédant l'évènement une moyenne de ventes de 1,5 M\$/semaine contre une moyenne de 1,7 M\$/semaine pour la séquence suivant les salons, un écart de +17 %. », Société de gestion de la banque de titres de langue française (BTLF), *Le bilan du marché du livre 2012 - Gaspard*, Montréal, 2013, p. 63.

Enfin, les Salons du livre sont des lieux de démocratisation de la culture rendue accessible dans le cadre d'évènements festifs.

Dans le présent mémoire, l'AQSL désire s'attarder sur certains aspects essentiels de la mission des Salons. Nous traiterons de la commercialisation et de la promotion du livre, qui est notre mandat traditionnel. Puis, nous aborderons le rôle de diffuseur culturel, qui prend de plus en plus de place dans les mandats des Salons. Enfin, nous nous attarderons aux défis auxquels font face les Salons du livre à l'ère du numérique.

L'Association québécoise des Salons du livre

Rappelons que l'AQSL regroupe les neuf Salons du livre organisés sur le territoire québécois, soit en Abitibi-Témiscamingue, en Estrie, sur la Côte-Nord, à Montréal, à Québec, en Outaouais, à Rimouski, au Saguenay-Lac-Saint-Jean et à Trois-Rivières. Sa mission : rassembler, informer et soutenir ses membres pour le plus grand bénéfice des auteurs, des éditeurs et des visiteurs.



Les Salons du livre : lieux de partage et de diffusion

Les Salons du livre sont depuis de nombreuses décennies des lieux de partage, de diffusion et de sensibilisation à la culture en général et à la lecture en particulier.

Dans la politique de la lecture intitulée *Le temps de lire, un art de vivre*, on affirme que :

«...les Salons du livre jouent un rôle de premier plan dans la promotion du livre et de la lecture. Ils offrent une vitrine exceptionnelle à la production nationale et internationale et permettent d'innombrables échanges entre les artisans du milieu du livre et le public lecteur de toutes les régions. Lieu par excellence pour découvrir des nouveautés et pour choisir les prochaines acquisitions, les visiteurs sont intéressés par les Salons du livre, car on y présente les multiples formes de littérature... Les Salons du livre permettent aux lecteurs de vivre des moments inoubliables. Une importante portion du budget des Salons du livre est réservée à l'animation : rencontres d'écrivains, spectacles, tables rondes, entrevues, journées consacrées aux écoles, tournées dans les institutions d'enseignement, concours, jeux questionnaires, remises de prix littéraires. »³

³Ministère de la Culture et des Communications, *Politique de la lecture et du livre - Le temps de lire, un art de vivre*, mars 1998, p. 86.

En 2016, cette affirmation est plus que jamais pertinente, les Salons du livre étant devenus au fil des ans de merveilleux « antidotes à la virtualisation des échanges » de par l'espace de découvertes qu'ils offrent. Lieux de rencontres privilégiées avec les auteurs et les éditeurs, ils permettent des échanges en temps réel qui sont autant d'occasions de découvertes et de sensibilisation à la lecture et aux livres, principalement québécois.

S'ils sont souvent perçus comme des lieux de promotion et de commercialisation, les Salons du livre œuvrent également à titre de diffuseurs culturels. Ils assurent un rôle essentiel de passeur, rôle primordial dans un environnement où la culture québécoise doit trouver sa place auprès des publics tandis que l'offre internationale est plus que jamais accessible en cette ère numérique.

Ces grandes fêtes du livre qui ont lieu sur l'ensemble du territoire québécois rejoignent chaque année un total de 300 000 visiteurs et proposent près de 1500 activités dans le cadre de programmations riches et diversifiées mettant en scène les auteurs et les éditeurs d'ici. Il s'agit entre autres de tables rondes, conférences, lancements, rencontres croisées, rencontres d'auteurs, lectures publiques, sans oublier les traditionnelles séances de signature présentées dans les stands.

Afin de développer le lectorat, les Salons du livre interviennent auprès de différents publics, notamment les jeunes d'âge scolaire. Plus de 63 000 jeunes les fréquentent à l'occasion des journées scolaires et plusieurs dizaines de milliers d'autres rencontrent les auteurs dans le cadre d'activités hors les murs, comme les animations en classe ou en bibliothèque.

Le grand public n'est pas en reste que ce soit pendant les Salons du livre proprement dits grâce à leur programmation dense et diversifiée ou encore dans le cadre d'activités hors les murs. Nous pensons ici à des animations et à des visites organisées dans des institutions postsecondaires, des résidences pour personnes âgées, des bibliothèques et des entreprises privées ou des musées, et même des bars ou des restaurants.

Ces efforts de promotion de la lecture et de développement des publics doivent être maintenus et même accélérés par un soutien adéquat dans le but de garantir une présence et une vitalité culturelle sur l'ensemble du territoire québécois.



Les enjeux actuels des Salons du livre

La promotion et la commercialisation

Le nombre de visiteurs qui les fréquentent fait de *facto* des Salons du livre des lieux à privilégier pour promouvoir les livres et leurs auteurs. Ils sont d'ailleurs depuis maintenant plusieurs décennies au cœur des efforts de promotion consentis par la chaîne du livre. C'est sur cette base qu'ils ont par ailleurs initialement été créés par le milieu.

Or, ces efforts sont encore plus pertinents en cette ère numérique. Dans notre secteur, comme dans plusieurs autres, la facilité avec laquelle le consommateur peut se procurer des livres sur des plateformes numériques comme *Amazon* et *Kobo*, rend primordiale la promotion du livre québécois afin de lui permettre de se démarquer. En effet, alors que les algorithmes font maintenant office de prescripteurs, les Salons du livre constituent d'extraordinaires lieux de rencontres et de découvertes. Pourquoi ? Parce que ce sont des événements qui rassemblent de nombreux auteurs et un public très diversifié. Qui plus est, ces contacts entre les auteurs et les lecteurs, que ce soit à l'occasion des séances de signature ou d'activités programmées, favorisent chez ces derniers la découverte et la fidélisation.

L'intérêt suscité chez les visiteurs se traduit par des ventes, pendant le Salon du livre ou après en librairies et la présence des éditeurs en Salon du livre accentue le phénomène. En effet, selon les éditeurs-mêmes, leur présence en Salon a un effet direct sur les ventes de livres. Par exemple, les Éditions Alto, qui ont décidé d'être activement présents dans les neuf Salons du livre du Québec depuis maintenant cinq ans, ont vu leurs ventes quadrupler pendant cette période. Leur participation et celle de leurs auteurs, autre élément décisif, sont toutefois assujetties à l'augmentation des coûts tels que l'hébergement et le transport. Or, l'aide octroyée aux éditeurs dans le cadre du Programme d'aide aux éditeurs (PAE) n'a pas augmenté depuis maintenant 20 ans.

Le Programme d'aide aux éditeurs (PAE)

L'AQSL gère actuellement, au nom de la SODEC, ce programme de subvention duquel dépend de plus en plus la participation des éditeurs aux Salons du livre. Toutefois, comme l'enveloppe n'a suivi ni l'inflation ni l'accroissement du nombre d'inscriptions, les montants alloués sont devenus nettement insuffisants.

Pour mettre les choses en contexte, permettez-nous de revenir un peu en arrière. Au début des années quatre-vingt, ce programme a été créé par le ministère des Affaires culturelles afin de favoriser la présence d'éditeurs agréés dans les Salons du livre partout au Québec, dans le même esprit qui a présidé à la création de la Loi 51. Une somme d'environ 5600 \$ était offerte aux exposants qui prenaient part aux Salons du livre, somme calculée selon les distances à parcourir entre le siège social de la maison d'édition et le salon visité. D'abord géré par le ministère, puis par la SODEC, le PAE a finalement été confié à l'AQSL dans les années quatre-vingt-dix.

Bien que des augmentations ponctuelles aient été consenties au cours des vingt dernières années, le PAE s'avère nettement insuffisant aujourd'hui. En effet, en 1997-1998, l'aide moyenne accordée aux 62 éditeurs inscrits était de 3144 \$. Près de deux décennies plus tard, en 2016-2017, l'aide moyenne allouée aux 73 éditeurs inscrits est de 3194 \$, une augmentation de seulement 50 \$. En dollars constants, la subvention moyenne de 1997-1998 équivaldrait à 4472 \$ aujourd'hui. Cela correspond à une réduction de 1328 \$, soit près de 30 %. L'écart réel est encore plus criant puisque les coûts ont explosé, notamment au chapitre des frais de transport. En effet, le coût de l'essence a augmenté de plus de 40 % dans la même période, sans oublier celui des billets d'avion, devenu prohibitif.

La montée en flèche des coûts de participation aux Salons du livre contraint les éditeurs à confier l'exploitation de leurs stands aux libraires et aux distributeurs, amenuisant ainsi leur capacité à

présenter leur fonds au public. Pour garantir la présence des éditeurs en Salon, ces derniers doivent plus que jamais bénéficier d'un PAE conséquent.

À l'évidence, le PAE répond de moins en moins à plusieurs enjeux liés à la participation des éditeurs en Salon. Pourtant, ce programme est essentiel afin de garantir une diversité d'éditeurs dans les Salons du livre, surtout ceux des régions les plus éloignées des grands centres.

Recommandation

1. Réinvestir dans le Programme d'aide aux exposants (PAE)
 - a. Cette hausse doit se traduire dans l'enveloppe globale octroyée et être calculée tant sur la base d'une augmentation des sommes versées à chacun des éditeurs inscrits afin de tenir compte de la majoration des coûts liés à leur participation que sur le nombre croissant d'inscriptions.

Des défis financiers

Les Salons du livre subissent eux aussi l'augmentation des frais qu'entraîne l'organisation de leurs événements. Ainsi, le coût de location des salles d'exposition, des ressources humaines et des campagnes publicitaires, pour ne citer que ceux-là, n'ont pas cessé d'augmenter. La concurrence des loisirs, la diversité et la professionnalisation de l'offre événementielle ajoutent encore à la difficulté.

En parallèle, les inquiétudes financières que connaissent les éditeurs et les distributeurs les ont amenés à réduire le nombre de stands qu'ils occupent dans les Salons du livre. Cette diminution a un impact direct sur les budgets de ces derniers car leur modèle d'affaires repose en grande partie sur les revenus de location de stands. Ce sont ces revenus de location qui financent la programmation qui, au fil des ans, s'est inscrite au cœur de l'expérience offerte aux visiteurs.

La baisse de location du nombre de stands a pour conséquence directe de diminuer les budgets dont disposent les Salons du livre pour jouer adéquatement leur rôle de diffuseur culturel. Il devient ainsi de plus en plus compliqué de dégager les sommes requises pour présenter au public une programmation riche. Cela est particulièrement vrai alors que plusieurs auteurs sont exclus de *facto* de cette programmation, leur éditeur n'étant pas présents au Salon. En bout de ligne, c'est le public qui risque de se voir offrir de moins en moins de diversité, et ce, dans un contexte, rappelons-le, de surabondance d'offres internationales et en ligne.

Enfin, cette situation aggrave le défi que constitue la rétention des employés. Pourtant, la complexité de l'organisation de nos événements, la richesse de la programmation mise en place et les enjeux découlant de la transformation des moyens de communications, accentuent la nécessité de compter sur des équipes stables et une main-d'œuvre professionnelle.

Recommandation

2. Maintenir notre capacité à organiser des événements de qualité et attractifs
 - a. Bonifier le soutien au fonctionnement versé par la SODEC.

Nous aimerions attirer votre attention sur le fait qu'en 1998, la SODEC, consciente de l'importance de rejoindre le public dans divers lieux, avait décidé de bonifier son aide aux Salons du livre. Elle visait ainsi à mettre sur pied un programme d'activités hors les murs tant dans les librairies que dans les écoles et les bibliothèques, notamment. Cette aide a toutefois été abolie par manque de fonds en 2003. Nous croyons que cette aide doit être rétablie afin de tenir compte de la réalité numérique qui gouverne de plus en plus nos façons de faire, notamment pour ce qui est de la promotion, en particulier auprès des jeunes adultes.



Les Salons du livre, des diffuseurs culturels

Si les Salons du livre, dont le volet commercial est généralement bien reconnu, permettent de promouvoir les livres et leurs auteurs, ils ont également un rôle de diffusion du livre et de promotion de la lecture. Ce deuxième volet est souvent méconnu, bien qu'il soit de plus en plus au centre de nos activités.

L'aspect événementiel des Salons du livre, qui fait appel à l'émotion et à la curiosité des visiteurs, permet de mettre en valeur la lecture et le livre, ce qui va bien au-delà des impératifs commerciaux. Par leurs programmes d'activités, les Salons du livre jouent un rôle majeur de diffusion culturelle notamment en créant des happenings médiatiques, qui s'ajoutent aux différentes stratégies mises en place pour rejoindre les lecteurs.

Des médiateurs culturels

Un autre aspect à ne pas négliger : le rôle de médiateur culturel des Salons du livre, rôle incarné par l'organisation d'activités destinées à des clientèles atypiques telles que les groupes en alphabétisation ou les nouveaux arrivants.

De plus, en développant des activités spéciales, comme celles destinées aux aînés, les Salons du livre témoignent de leur préoccupation quant à la participation et la consommation culturelle dans toutes les tranches de la population, même les plus âgées et les plus démunies.

Enfin, en offrant la possibilité d'entrer en contact avec une grande diversité d'ouvrages, ils permettent à la population de découvrir des contenus culturels qui rejoignent leurs intérêts. L'offre culturelle que l'on retrouve dans les Salons du livres, que ce soit dans les livres ou dans leur programmation, favorisent donc une participation tout aussi diversifiée, qu'elle relève de la littérature ou du loisir culturel.

Le dynamisme régional

Ce rôle de diffuseur a un impact sur la dynamique culturelle de chacune des régions du Québec, qui s'inscrit dans une volonté manifeste d'occupation du territoire.

En effet, les Salons du livre offrent une vitrine importante aux artistes régionaux, particulièrement aux auteurs, tant grâce aux différentes activités qu'ils organisent que par l'intérêt qu'ils suscitent auprès des médias. Et, il faut le dire, surtout dans les régions éloignées, le Salon du livre est souvent une des rares occasions où les lecteurs ont des contacts privilégiés avec les auteurs.

Nous insistons donc sur l'importance de soutenir la mise en œuvre d'une programmation riche et diversifiée, tant au Salon du livre en soi que dans le cadre d'activités hors les murs afin de rejoindre les gens là où ils sont.

Recommandation

- 3.** Donner aux Salons du livre les moyens financiers de bien jouer leur rôle de passeurs et de diffuseurs culturels
 - a.** Décloisonner les sources de financement de manière à leur donner accès aux programmes de soutien pour l'organisation d'activités de diffusion culturelle que ce soit, à titre d'exemples, à la SODEC, au CALQ ou dans les différents ministères dont bien sûr le Ministère de la Culture et des Communications.
 - b.** Ramener l'enveloppe financière qui leur a déjà été octroyée pour présenter des activités hors les murs.

La participation des jeunes à la culture

Nous pensons que les efforts pour favoriser la lecture chez les jeunes doivent dépasser le cadre des politiques et des orientations administratives. Ils doivent se traduire par le dégagement de ressources qui permettent aux intéressés de se prévaloir des activités qui leur sont offertes.

En effet, nous pouvons observer que le manque de ressources dans les institutions scolaires, notamment au niveau des commissions scolaires, constitue une barrière importante à l'accessibilité. Par exemple, l'insuffisance des budgets alloués au déplacement (location notamment d'autobus) rend difficile la participation des élèves aux Salons du livre. Mais au-delà des moyens financiers, nous avons également remarqué que le manque de ressources humaines est un obstacle à la coordination des activités. Par exemple, bien souvent nous ne trouvons pas d'interlocuteur ayant le temps de planifier les activités ou même simplement de relayer l'information.

Pour donner un nouvel élan à l'éducation culturelle et artistique, nous pensons donc qu'il faut impérativement que des personnes-clés aient du temps à consacrer au maillage entre l'école et les milieux culturels. En effet, les politiques et les règlements administratifs, et même les budgets mis à la disposition des écoles, ne suffiront pas si des interlocuteurs n'ont pas la responsabilité ou même le temps de créer et d'entretenir ces liens tant pour la planification que la réalisation des activités culturelles.

Recommandations

4. Allouer aux écoles et aux institutions d'enseignement les ressources humaines et financières qui leur permettent de fréquenter les Salons du livre et de tirer pleinement profit de la programmation mise en place à leur intention.
5. Sensibiliser le milieu scolaire et les différents acteurs gouvernementaux quant à l'importance de susciter l'intérêt des jeunes à la culture et à ses différentes manifestations et ce, pendant tout leur cursus scolaire.
6. Mettre en place un processus de concertation entre les différentes organisations (ministères, commissions scolaires, etc.), et les organismes culturels pour favoriser de meilleures collaborations.
7. Assouplir les règles et procédures qui permettent aux écoles de se prévaloir des programmes favorisant un meilleur contact entre les jeunes et la culture.

L'ère du numérique

L'avènement du livre numérique

La réalité numérique s'est imposée aux Salons du livre, tout comme dans l'ensemble de la société. Si certains ont pu craindre pour l'avenir des Salons avec la venue du livre numérique, ces inquiétudes ne sont pas de mise pour l'instant.

D'abord, le livre numérique ne rejoint actuellement qu'une faible partie des lecteurs; le livre papier demeureant toujours fort recherché par le public. Ensuite, et c'est le plus important, le rôle de diffuseur culturel des Salons du livre vient confirmer leur importance pour la chaîne du livre québécois, car ils constituent, comme nous l'énoncions d'entrée de jeu, un antidote formidable à la virtualisation des échanges.

En effet, peu importe le support sur lequel il est offert, le livre est d'abord et avant tout porteur d'un contenu proposé par un auteur. Or, les Salons du livre offrent au lecteur un lieu festif pour les découvrir et rencontrer les créateurs « en personne ». En fait, de par la présence impressionnante d'auteurs et les centaines d'activités qu'ils présentent, les Salons du livre sont plus que jamais essentiels à la promotion du livre québécois.

La promotion à l'ère du numérique

La technologie offre toutefois, souvent à faible coût, des possibilités intéressantes de rejoindre le grand public par des actions mieux ciblées. Elle permet, entre autres, de présenter de façon détaillée une programmation dont la richesse ne pourrait être mise en valeur avec les limites intrinsèques des médias traditionnels (coûts de l'espace publicitaire).

En ce sens, des sites Internet dynamiques et le recours aux médias sociaux offrent des perspectives très intéressantes pour faire connaître et découvrir tant la lecture et les livres que les auteurs. Toutefois, ces opportunités s'accompagnent de contraintes pour nos organisations dont le budget n'a pas pu suivre le rythme. La diversité de nos clientèles, notamment en termes d'âge, ne nous permet pas de réduire rapidement nos budgets de communication plus classique pour en réinvestir une partie dans de nouvelles initiatives. Bien souvent, nos investissements doivent être dédoublés de façon à ne pas délaissier les clientèles qui s'attendent à être informées à l'aide des canaux de communications classiques.

Ainsi, aux efforts traditionnellement consentis pour assurer une promotion efficace de leur événement, de leur programmation et des auteurs présents, les Salons du livre ont dû développer des compétences et des stratégies afin de s'adapter à la multiplication des plateformes de communication.

Les jeunes et le numérique

Ce virage numérique doit s'accélérer si nous voulons rejoindre les jeunes adultes, ces milléniaux, qui eux, sont franchement tournés vers un foisonnement de lieux numériques, et ce, complètement en dehors des moyens de communication (médias) traditionnels.

Comme il est souligné dans le document de consultation :

« La participation des jeunes à la culture illustre particulièrement bien ces changements. « Natifs du numérique », leur rapport à la culture se fait par un recours prépondérant aux technologies, s'inscrit dans leur quotidien et dépasse la consommation pour s'ouvrir à la création, à la diffusion et au partage. En outre, les jeunes ont plus facilement accès à une offre culturelle mondiale, ce qui est susceptible de modifier leur rapport à la culture locale ou nationale. »⁴

Nous ne pouvons donc pas faire l'économie de prendre en compte le fait qu'ils ont transformé leur relation à la culture et donc à la lecture, et ce, dans un contexte de concurrence des loisirs et de gratuité (même déguisée). Nous craignons que, contrairement aux générations précédentes qui revenaient à la lecture dans la trentaine, ils continuent à s'en éloigner si nous ne les gardons pas en contact avec le livre (peu importe son format). Pour nous assurer de bien jouer notre rôle de diffuseur et de passeur, nous ne devons ménager aucun effort. Il importe donc d'améliorer notre impact dans un environnement numérique.

⁴Ministère de la Culture et des Communications, *Renouvellement de la politique culturelle du Québec*. Cahier de consultation, mars 2016, p. 16.

Recommandations

8. Accompagner les Salons du livre afin de maximiser les performances des ressources humaines et technologiques nécessaires pour mener à bien le virage numérique entrepris au cours des dernières années.
9. Mettre en place ou rendre disponibles des formations abordables permettant aux équipes des Salons du livre d'acquérir des connaissances et développer leurs compétences stratégiques en communication numérique.

Conclusion

Les Salons du livre membres de l'AQSL sont d'extraordinaires outils de promotion du livre québécois qui offrent, sur la presque totalité du territoire, des événements festifs et inclusifs où il est possible de faire de belles découvertes et de rencontrer de nombreux auteurs, connus et moins connus.

Depuis de nombreuses années, les organisateurs consacrent leurs efforts à développer une programmation riche et diversifiée qui bonifie l'expérience offerte aux visiteurs. Ils ont ainsi développé une véritable expertise dans la diffusion culturelle par l'organisation d'un grand nombre d'activités présentées en Salon, mais également hors les murs. Ils jouent donc un rôle primordial dans leur communauté respective en créant de véritables buzz médiatiques autour du livre dans chacune des régions du Québec.

Il faut cependant constater que le milieu culturel, et plus particulièrement, le milieu du livre, vit des moments décisifs actuellement. Cette situation entraîne de changements dans la façon de promouvoir et d'organiser les Salons du livre. La grande popularité de ces événements auprès du public et des auteurs, de même que le recours de plus en plus important au Programme d'aide aux éditeurs démontrent plus que jamais leur pertinence.

Les bouleversements qui touchent le milieu des médias et des communications affectent aussi les Salons du livre qui sont de véritables outils de promotion du livre, des auteurs et des éditeurs. L'avènement du numérique vient aussi modifier les façons de faire.

Les défis sont grands, mais combien stimulants. Dans ce contexte de mouvance et de grands changements, il est essentiel d'offrir la possibilité aux Salons du livre québécois de poursuivre leur mission adéquatement en leur offrant les ressources et le soutien nécessaire à leur développement. Les Salons du livre sont prêts à relever le défi.

Annexe 1

Résumé des recommandations

La promotion et la commercialisation

- 1 Réinvestir dans le Programme d'aide aux exposants (PAE)
 - a. Cette hausse doit se traduire dans l'enveloppe globale octroyée et être calculée tant sur la base d'une augmentation des sommes versées à chacun des éditeurs inscrits afin de tenir compte de la majoration des coûts liés à leur participation que sur le nombre croissant d'inscriptions.
- 2 Maintenir notre capacité à organiser des événements de qualité et attractifs
 - a. Bonifier le soutien au fonctionnement versé par la SODEC.

Les Salons du livre, des diffuseurs culturels

- 3 Donner aux Salons du livre les moyens financiers de bien jouer leur rôle de passeurs et de diffuseurs culturels
 - a. Décloisonner les sources de financement de manière à leur donner accès aux programmes de soutien pour l'organisation d'activités de diffusion culturelle que ce soit, à titre d'exemples, à la SODEC, au CALQ ou dans les différents ministères dont bien sûr le Ministère de la Culture et des Communications.
 - b. Ramener l'enveloppe financière qui leur a déjà été octroyée pour présenter des activités hors les murs.
- 4 Allouer aux écoles et aux institutions d'enseignement les ressources humaines et financières qui leur permettent de fréquenter les Salons du livre et de tirer pleinement profit de la programmation mise en place à leur intention.
- 5 Sensibiliser le milieu scolaire et les différents acteurs gouvernementaux quant à l'importance de susciter l'intérêt des jeunes à la culture et à ses différentes manifestations et ce, pendant tout leur cursus scolaire.
- 6 Mettre en place un processus de concertation entre les différentes organisations (ministères, commissions scolaires, etc.), et les organismes culturels pour favoriser de meilleures collaborations.
- 7 Assouplir les règles et procédures qui permettent aux écoles de se prévaloir des programmes favorisant un meilleur contact entre les jeunes et la culture.

L'ère numérique

- 8 Accompagner les Salons du livre afin de maximiser les performances des ressources humaines et technologiques nécessaires pour mener à bien le virage numérique entrepris au cours des dernières années.
- 9 Mettre en place ou rendre disponibles des formations abordables permettant aux équipes des Salons du livre d'acquérir des connaissances et développer leurs compétences stratégiques en communication numérique.



Annexe 2

Salons du livre membre de l'AQSL

Salon du livre du Saguenay–Lac-Saint-Jean

29 septembre au 2 octobre 2016

www.salondulivre.ca

•

Salon du livre de l'Estrie

13 au 16 octobre 2016

www.salondulivredelestrie.com

•

Salon du livre de Rimouski

3 au 6 novembre 2016

www.salondulivrederimouski.ca

•

Salon du livre de Montréal

16 au 21 novembre 2016

www.salondulivredemontreal.com

•

Salon du livre de l'Outaouais

23 au 26 février 2017

www.slo.qc.ca

•

Salon du livre de Trois-Rivières

23 au 26 mars 2017

www.sltr.qc.ca

•

Salon international du livre de Québec

5 au 9 avril 2017

www.silq.ca

•

Salon du livre de la Côte-Nord

27 au 30 avril 2017

www.salondulivrecothenord.com

•

Salon du livre de l'Abitibi-Témiscamingue

25 au 28 mai 2017

www.slat.qc.ca