

PROMOUVOIR L'IDENTITÉ ET LA CULTURE DU QUÉBEC : ENJEUX ET DÉFIS DE L'EXPORTATION DU LIVRE QUÉBÉCOIS

**Réflexion présentée au ministère des Relations internationales et
de la Francophonie dans le cadre du renouvellement
de la politique internationale du Québec**

Association nationale des éditeurs de livres

Novembre 2016

**ASSOCIATION
NATIONALE
DES ÉDITEURS
DE LIVRES**

Sommaire

Dans un contexte de mondialisation accélérée et de concurrence accrue, et compte tenu de la taille modeste de son marché local, les industries culturelles du Québec, dont celle de l'édition de livres, doivent être plus que jamais en mesure de faire connaître leur production et de la diffuser sur les marchés internationaux et ailleurs au Canada. L'Association nationale des éditeurs de livres (ANEL), par son comité Québec Édition, déploie beaucoup d'efforts dans le développement de l'exportation du livre d'ici et la sensibilisation du public aux livres d'auteurs québécois afin d'accentuer la demande internationale pour le livre québécois. Malgré tout, nous devons reconnaître que l'édition québécoise souffre d'une image préconçue de sa littérature, voire folklorique et non moderne dans certains marchés, dont celui de la France. Dans ce contexte, il est essentiel que le gouvernement du Québec devienne un acteur de premier plan dans le développement de l'édition québécoise à l'international en s'assurant que la prochaine politique internationale du Québec réaffirme le rôle de la culture dans le développement des relations diplomatiques et économiques du Québec à l'international.

Dans ce mémoire, l'ANEL identifie trois enjeux qui, pour les éditeurs, sont des éléments majeurs dans le développement de l'exportation du livre québécois. Le premier concerne l'importance d'une reconnaissance de la spécificité de l'édition québécoise par le gouvernement du Québec, tant sur son territoire qu'à l'internationale. Le deuxième vise un soutien accru des éditeurs dans leurs efforts de promotion et dans la participation du Québec à des événements d'envergure comme les Salons et les Foires du livre. Finalement, le troisième enjeu aborde la question du rôle des délégations générales du Québec dans le développement des nouveaux marchés et la consolidation des marchés actuels pour l'industrie du livre. Pour chacun de ces enjeux, l'ANEL propose des initiatives concrètes au ministère des Relations internationales et de la Francophonie (MRIF) qui donneraient aux éditeurs québécois les moyens de relever les défis que pose la société actuelle afin de leur permettre d'être plus compétitifs sur la scène internationale et de contribuer davantage à la croissance économique du Québec et au rayonnement de sa culture à l'étranger.

Préambule

L'Association nationale des éditeurs de livres (ANEL), née en 1992 de la fusion entre l'Association des éditeurs (1943) et la Société des éditeurs de manuels scolaires du Québec (1960), regroupe plus de 100 maisons d'édition de langue française principalement situées au Québec, mais aussi en Ontario, au Manitoba et au Nouveau-Brunswick. Sa mission est de soutenir la croissance de l'industrie de l'édition et d'assurer le rayonnement du livre québécois et franco-canadien à l'échelle nationale et internationale. Les maisons d'édition membres de l'association publient divers types d'ouvrages, du roman au manuel scolaire en passant par l'essai, la poésie, le livre pratique et le livre jeunesse.

Les actions de l'Association s'articulent autour des pôles suivants : représentation des éditeurs auprès des pouvoirs publics et des autres intervenants du milieu du livre, sur la scène nationale comme à l'étranger, activités nationales de promotion du livre et de la lecture, information et formation professionnelle. Par le biais de son comité Québec Édition, l'ANEL se préoccupe également du rayonnement international de ses membres et soutient leurs activités d'exportation en organisant des stands collectifs dans plusieurs foires et salons du livre à travers le monde.

En présentant ce mémoire, l'ANEL démontre son désir d'être un partenaire dans la réflexion que mène actuellement le ministère des Relations internationales et de la Francophonie sur l'enjeu de l'exportation pour les industries culturelles québécoises, dont celle de l'édition de livres. Ce mémoire s'inscrit dans la continuité des réflexions présentées par l'Association au ministère de la Culture et des Communications dans le cadre des consultations pour le renouvellement de la politique culturelle du Québec.

Introduction

L'édition québécoise est d'une immense vitalité, contemporaine, universelle et variée. Au Québec, les ventes de livres représentent bon an mal an plus de cinq fois les ventes de billets de cinéma et quatre fois les billets de spectacle. Quelque 6250 livres sont édités chaque année par plus de 300 éditeurs, un volume considérable pour la petitesse du marché québécois. Au prorata de la population, le volume d'édition est comparable à celui de la France, de l'Italie et de l'Allemagne. Cependant, avec une population d'un peu plus de huit millions d'individus, dont 79 % ont le français comme langue maternelle, établissant du coup le marché à quelque 6,3 millions de personnes, et considérant le faible niveau de littératie de la population québécoise (près de la moitié lit peu ou pas) ainsi que la forte présence de la littérature étrangère qui s'accapare plus de 50 % du marché global du livre, il n'est pas surprenant que l'exportation soit un enjeu majeur pour les éditeurs québécois.

L'exportation du livre d'ici constitue un des principaux champs d'action pour l'Association nationale des éditeurs de livres (ANEL)¹. Faire connaître et vendre sur les marchés internationaux la production littéraire québécoise permet non seulement de positionner le Québec dans le monde littéraire à l'échelle internationale, mais aussi d'augmenter les ventes et de s'assurer que les éditeurs puissent continuer à développer leur production et à innover. Si notre industrie du livre est encore jeune, les éditeurs québécois ont néanmoins atteint un degré sans précédent de maturité et de professionnalisme. Ils connaissent un essor fulgurant qui se manifeste par l'engouement que leurs œuvres suscitent au Québec, sur leur propre marché, mais aussi à l'international.

La démarche entreprise par le ministère des Relations internationales et de la Francophonie (MRIF) de renouveler sa politique internationale représente une bonne occasion de réfléchir aux mesures à prendre pour promouvoir la culture du Québec en favorisant à la fois l'exportation du livre d'ici et le rayonnement de nos auteurs et de notre savoir-faire. Depuis les dernières années, l'édition québécoise n'a jamais suscité autant d'intérêt comme en témoignent les nombreuses invitations d'honneur reçues², la participation d'éditeurs québécois à diverses missions commerciales³ et l'immense succès que connaît le programme *Rendez-vous* développé par le comité Québec Édition après seulement trois ans d'existence⁴. Dans ce contexte dynamique, l'ANEL souhaite

¹ Pour en savoir plus sur l'édition québécoise et l'exportation de la production littéraire québécoise, consultez le site de Québec Édition et le catalogue répertoriant l'ensemble des éditeurs actifs sur la scène internationale à l'adresse suivante <http://quebecedition.qc.ca/>.

² Pensons au Québec comme invité d'honneur à la Fête de la BD à Bruxelles (2016) et au Salon du livre et de la presse de Genève (2017), à la Ville de Montréal à l'honneur à la Foire du livre de Bruxelles (2017) et au Québec à l'honneur au marché de la poésie de Paris (2018). N'oublions pas l'invitation de la Foire du livre de Francfort de mettre le Canada à l'honneur en 2020.

³ La diversité des pays visés par les missions commerciales organisées par Québec Édition témoigne de sa volonté d'explorer plusieurs marchés afin d'augmenter les exportations de livres québécois et de faire connaître la culture québécoise à l'extérieur des territoires traditionnels comme les pays d'Europe francophone. Pensons à la mission commerciale à Munich (2016), à la Foire du livre de Göteborg et à la Foire du livre de Turin (2015), au Salon de l'éducation bilingue à New York (2014), aux Rencontres québécoises en Haïti (2013), à la Biennale du livre de Sao Paulo et à la Foire du livre de Taipei (2012), etc.

⁴ Le programme *Rendez-vous* de Québec Édition accueille chaque année une dizaine d'éditeurs étrangers dans le cadre du Salon du livre de Montréal. Ces professionnels ont l'occasion d'explorer

que le MRIF devienne un acteur de premier plan dans le développement et le rayonnement de l'édition de livres québécois, ici comme ailleurs.

Afin que l'industrie du livre poursuive son développement et relève les défis que pose l'exportation dans un contexte de mondialisation et dans un monde de plus en plus numérique, l'ANEL identifie trois enjeux principaux pour lesquels elle propose 11 initiatives concrètes.

sur le terrain le marché de l'édition québécoise. L'excellente diffusion de l'appel de candidatures réalisée par les délégations du Québec dans le monde permet de faire rayonner ce programme et de recevoir plus de 65 candidatures provenant de 26 pays seulement pour la dernière édition. Depuis le début de ce programme, au total, c'est 45 éditeurs d'ici qui ont eu la chance de rencontrer un éditeur étranger lors des 173 rencontres d'affaires organisées. Les retombées de ce programme sont déjà visibles avec la vente des droits d'environ dix titres québécois.

1. Reconnaître la spécificité de l'édition québécoise

Le caractère distinctif du Québec a mené très tôt l'État québécois à édifier des politiques culturelles et à mettre en place des programmes visant à développer et à soutenir la culture québécoise, tant sur son territoire qu'à l'international. Cet engagement de l'État dans le domaine culturel, dont la pierre angulaire est la langue française, s'appuie sur sa spécificité et considère la culture et la question identitaire comme une préoccupation politique à la fois dans ses relations avec le gouvernement fédéral que dans ses missions diplomatiques et commerciales à l'international.

En matière d'exportation, l'enjeu principal pour les éditeurs québécois est le développement des marchés à l'international dans un contexte où la compétitivité est de plus en plus forte et où la production québécoise représente une faible proportion de la production mondiale. Pour y faire face, il est important que le gouvernement du Québec, par son ministère des Relations internationales et de la Francophonie, reconnaisse la spécificité de l'édition québécoise et investisse plus de ressources pour soutenir les actions de diffusion et de promotion des éditeurs québécois (ce dernier aspect est davantage abordé au point 3).

Initiative #1

Reconnaître la langue française comme fondement de l'identité québécoise et de l'image du Québec à l'international

L'édition québécoise contribue à la vitalité de la francophonie en faisant connaître au monde l'enrichissement de la langue française au Québec au rythme des changements sociaux (pensons à l'arrivée des technologies de l'information et des médias sociaux), des nouvelles découvertes scientifiques et du contact avec les autres cultures. Les livres d'ici permettent aussi de garder vivant l'héritage linguistique des Québécois, témoin de leurs racines françaises et de leur identité de francophones en Amérique du Nord. Cette langue colorée, à la fois moderne et empreinte d'histoire, est ce qui rend l'édition québécoise unique et si intéressante. En plus de garder la langue française vivante, ce métissage enrichit notre littérature nationale comme en témoignent les nombreux livres écrits par des auteurs d'ailleurs ayant fait le choix d'adopter la langue française pour s'exprimer culturellement.

Alors que le Québec a joué un rôle essentiel dans l'élaboration de la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* de l'UNESCO, et au moment où le gouvernement du Canada s'engage dans une révision en profondeur de sa politique culturelle à l'ère numérique, il est urgent que le gouvernement du Québec réaffirme la langue française comme élément essentiel au développement de la culture québécoise (surtout à l'ère numérique) et comme élément fondateur des relations du Québec à l'international.

Initiative #2

Reconnaître l'enjeu de la géographie sur le développement de l'édition québécoise

Le fait d'être coupé du marché européen francophone par l'océan Atlantique représente à la fois un avantage, mais aussi un désavantage pour les éditeurs québécois. Alors que cette barrière naturelle permet à l'édition québécoise de développer sa propre identité, elle représente aussi un obstacle pour les éditeurs qui doivent assumer les coûts de transport de leurs livres. Cette distance impose aussi des délais de livraison pour les librairies étrangères et représente donc un enjeu important dans la présence du livre québécois à l'international. L'ANEL souhaite que le MRIF soutienne les éditeurs dans leurs efforts d'exportation considérant que la majorité des initiatives vise la vente de produits finis.

Initiative #3

Collaborer avec le gouvernement fédéral afin de s'assurer que les programmes canadiens de subvention encouragent la capacité d'exportation des éditeurs québécois

Depuis maintenant dix ans, l'ANEL demande au gouvernement canadien d'élargir le programme actuel de traduction pour créer un programme plus ouvert à l'ensemble de la production des éditeurs. L'assouplissement du programme national de traduction proposé par l'ANEL au Fonds du livre du Canada compléterait le programme déjà existant du Conseil des arts du Canada consacré aux œuvres littéraires, favoriserait la diffusion des livres québécois auprès de tous les Canadiens et permettrait d'accroître les ventes de livres au Canada et à l'étranger, notamment en élargissant la portée d'ouvrages destinés à des marchés spécifiques. Même si ce programme est du ressort du gouvernement fédéral, il est essentiel que le MRIF collabore avec Patrimoine canadien afin d'identifier et de développer les outils permettant à l'industrie du livre québécois d'accroître ses ventes à la fois sur le marché hors Québec et sur le marché international. Cette communication entre les deux ministères sera d'autant plus importante, car Patrimoine canadien mène actuellement des consultations sur le contenu canadien dans un monde numérique et que la ministre Mélanie Joly a affirmé sa volonté de développer la première stratégie canadienne d'exportation culturelle.

Initiative #4

Reconnaître la diversité de la production des éditeurs québécois

Notre littérature peut compter sur des auteurs de renommée internationale, dont Dany Laferrière, Larry Tremblay, Kim Thuy, Marie Laberge et Michel Tremblay, pour n'en nommer que quelques-uns. En plus de porter leurs œuvres à l'étranger, ces auteurs sont de fiers ambassadeurs de la culture québécoise lors d'événements internationaux ou lorsqu'ils sont invités par la presse culturelle ailleurs. Malgré ces succès littéraires indéniables, une partie importante de l'édition québécoise ne peut être

représentée sur la scène internationale, en raison du sujet ou du type de livre. Pensons à l'édition scientifique et à l'édition scolaire et technique dont les efforts de promotion passent davantage par les éditeurs lors des Salons et des Foires du livre et le travail des représentants auprès des libraires.

Afin de valoriser l'ensemble de l'œuvre produite par les éditeurs québécois il est essentiel que le MRIF, à travers ses délégations et ses bureaux à l'étranger, joue un rôle plus actif dans la promotion des livres d'ici. Même si la lecture de certains livres s'avère plus difficile que pour d'autres, l'édition est peut-être la seule industrie culturelle pouvant représenter les Québécois dans ce qu'ils ont d'intrinsèque à travers les histoires et les connaissances qu'elle diffuse, soit leur créativité et la capacité d'innovation et d'adaptation dont ils ont toujours fait preuve.

2. Assurer la présence de l'édition québécoise à l'étranger et soutenir les éditeurs dans leurs efforts de promotion

Contrairement à un film ou à un spectacle pour lesquels la promotion se fait en partie par la diffusion d'extraits, le livre est un produit culturel qui nécessite qu'on parle de lui et pour lui. Que ce soit une histoire ou des résultats de recherche, la promotion d'un livre doit s'effectuer à la fois pour les revendeurs (libraires) et les lecteurs (presse culturelle) afin de le rendre visible et accessible.

Cette double action de représentation nécessite un meilleur soutien du gouvernement du Québec à la diffusion à l'exemple de ce que fait l'État français, mais aussi une meilleure connaissance de l'offre littéraire par les représentants du Québec à l'international afin de mieux cibler les marchés. Dans un contexte de mondialisation accélérée et de concurrence accrue, et compte tenu de la taille modeste de son marché local, les éditeurs québécois doivent être plus que jamais en mesure de diffuser et de faire connaître leur production sur la scène internationale et ailleurs au Canada.

Initiative #5

Faire rayonner la culture québécoise à l'ère numérique dans un contexte de mondialisation

L'ère numérique est une occasion de faire rayonner la littérature d'ici, d'explorer de nouvelles formes créatives et de développer de nouveaux modèles commerciaux. Toutefois, dans un marché de surabondance de l'offre et de gratuité, susciter l'intérêt du public et promouvoir tout autant le livre numérique que le livre papier sur la Toile deviennent des défis de taille. Pour l'ANEL, il est essentiel que la prochaine politique internationale du Québec précise la volonté du gouvernement d'affirmer l'identité culturelle québécoise par rapport aux autres cultures nationales et de soutenir les industries culturelles vis-à-vis des grands joueurs du numérique que sont Amazon, Google, Facebook, Apple et autres. Des gestes concrets, marquants et rassembleurs peuvent et doivent être posés par nos représentants politiques, et ce, tant à l'échelle nationale qu'internationale pour affirmer notre diversité culturelle et notre leadership.

Quant au livre numérique comme produit d'exportation, une réflexion doit être faite et elle devra reposer sur des données complètes permettant d'avoir une vision précise de ce marché au Québec et à l'international, mais aussi d'évaluer les enjeux liés au contenu culturel numérique dans les traités commerciaux internationaux. Il est important que le gouvernement du Québec, par sa prochaine politique internationale, continue à veiller à ce que les décisions prises ailleurs ne viennent pas limiter la capacité de la société québécoise à se développer selon les choix qui sont les siens et à assurer une présence accrue des contenus culturels francophones en format numérique sur le Web.

Initiative #6

S'assurer que les acteurs culturels québécois puissent bénéficier d'une presse culturelle exportable afin que notre culture soit connue et reconnue par la presse culturelle internationale

Actuellement, le milieu culturel québécois souffre de l'absence d'une presse qui serait exportable, mais aussi d'une diffusion sur les territoires étrangers par les chroniqueurs culturels locaux. Le défi est donc double. Pour que la culture québécoise, et plus particulièrement le livre québécois, puisse rayonner à l'international, il faudrait s'assurer dans un premier temps que l'information littéraire puisse être présente dans le réseau culturel du marché ciblé, mais qu'elle soit aussi présentée par les gens du pays concerné et non uniquement par le réseau des Québécois à l'étranger.

L'absence d'une presse culturelle qui traverse les frontières et qui serait reprise par les chroniqueurs culturels des différents pays est un obstacle majeur à la diffusion du livre québécois. Il ne faut pas seulement parler de nous là-bas, mais il faut faire parler de nous par les gens sur place. Cet enjeu est encore plus important à l'ère numérique où le défi est d'être visible par ceux qui ne nous cherchent pas. Considérant que ce qui s'écrit sur le Québec dans la presse étrangère concerne principalement le domaine culturel, les industries culturelles contribuent donc directement au développement de l'image de marque du Québec à l'étranger.

Initiative #7

Défendre la spécificité de l'édition québécoise dans les ententes internationales

Dans un contexte de mondialisation, les législations internationales ainsi que les accords commerciaux peuvent influencer l'industrie du livre d'ici, tant sur son propre marché que dans ses initiatives d'exportation. Que ce soit sur le plan légal, économique ou tout simplement sur sa capacité à innover, il est de plus en plus important que l'industrie du livre soit au courant des décisions et des initiatives qui sont prises dans les autres pays. Cette connaissance permet non seulement à l'industrie du livre québécois de se positionner sur la scène québécoise, mais lui permet aussi de développer les outils nécessaires pour relever rapidement les défis liés au numérique dont celui du rayonnement des livres québécois sur la Toile.

3. Préciser le rôle des délégations générales du Québec dans le développement de nouveaux marchés et la consolidation des marchés actuels pour l'industrie du livre

Même si le milieu de l'édition québécoise est dynamique, le nombre de titres publiés représente une faible proportion de la production mondiale et de la production francophone. Dans ce contexte, il est important de bien identifier les nouveaux marchés à développer tout en consolidant la présence des éditeurs sur les marchés plus traditionnels comme l'Europe francophone. Pour y parvenir, les délégations générales du Québec à l'étranger ont un rôle important à jouer comme agent de liaison entre les éditeurs d'ici et les milieux de l'édition des territoires qu'elles supervisent.

Pour l'ANEL, ce soutien passe en partie par une étroite collaboration entre les délégations et les éditeurs québécois et une excellente compréhension du milieu de l'édition québécoise par les représentants du Québec à l'étranger. De plus, l'appui public du gouvernement du Québec envers les éditeurs d'ici représente un soutien indéniable au maintien et au développement d'activités commerciales, car il témoigne de l'importance pour la culture québécoise d'avoir une édition nationale. Cet appui démontre aussi l'importance de l'industrie du livre dans ses relations commerciales et diplomatiques avec les autres nations.

Initiative #8

Intégrer les arts et la culture dans les stratégies diplomatiques et commerciales québécoises et canadiennes

En dotant les ambassades du Canada et le réseau des représentations du Québec à l'étranger de moyens appropriés à l'exercice de leur rôle de promotion et d'accompagnement des artistes, compagnies et producteurs culturels provenant du Québec, ceux-ci pourront davantage appuyer les éditeurs dans leurs démarches à l'international. Ce soutien pourrait prendre les formes suivantes : fournir des données précises sur l'industrie culturelle des pays concernés, assurer un pied-à-terre dans les délégations et ambassades et être une vitrine de l'édition québécoise.

Initiative #9

Encourager l'accueil d'acheteurs et d'éditeurs étrangers au Québec

Pour l'ANEL, la recherche de nouveaux marchés, tant pour l'exportation de produits finis que pour la vente de droits, passe autant par la participation des éditeurs d'ici à des événements internationaux que par l'accueil d'éditeurs étrangers. Depuis 2014, grâce au programme *Rendez-vous* de Québec Édition, une dizaine d'éditeurs étrangers viennent chaque année s'immerger dans l'univers littéraire québécois lors du Salon du livre de Montréal. Ces rencontres sont l'occasion pour des maisons d'édition d'ici d'explorer la vente de droits et pour d'autres de développer leur réseau d'affaires. Avec une dizaine de ventes de droits à chaque édition de *Rendez-vous*, l'ANEL estime qu'un soutien stable de ce programme permettrait aux éditeurs de développer de nouveaux marchés

et, à terme, de les consolider. Précisons que le programme jouit déjà d'une réputation internationale comme en témoignent les nombreuses candidatures reçues à chaque édition.

Initiative #10

Encourager et soutenir la présence du Québec à l'honneur lors de grands événements internationaux

Au-delà de la présence des éditeurs et des auteurs dans les Salons et les Foires du livre à l'international, l'ANEL constate à travers les actions de Québec Édition l'importance que peut avoir une présence d'honneur sur les ventes de livres et les relations d'affaires qui se sont tissées à cette occasion. Ce type d'événement est l'occasion de faire connaître la culture québécoise par une riche programmation favorisant les échanges entre les auteurs et le public. Pour l'organisation de ce type d'événement, le soutien des gouvernements fédéral et provincial ainsi que la collaboration et l'appui des ambassades et des délégations du Québec sont indispensables, tant pour la logistique que pour la promotion de l'événement.

Initiative #11

Encourager la collaboration entre les associations professionnelles comme l'ANEL et les délégations générales du Québec à l'étranger

Actuellement, le réseau des délégations à l'étranger est un partenaire essentiel à la participation des éditeurs à des événements internationaux, tant par leur dynamisme que par leur soutien logistique. Toutefois, le type de partenariat varie selon la délégation avec laquelle nous collaborons. Par exemple, la délégation à Berlin va appuyer les éditeurs lors des missions commerciales en rendant disponible la liste des titres de livres québécois traduits en allemand. Quant à la délégation à Bruxelles, les multiples invitations d'honneur que le Québec reçoit témoignent de son dynamisme. Finalement, la délégation à Londres aide au développement de missions commerciales dans d'autres territoires, dont les pays scandinaves.

L'ANEL se questionne sur la possibilité d'uniformiser les ressources mises à la disposition de l'industrie du livre d'ici et d'ailleurs afin que les délégations puissent être un point de rencontre et sur la façon dont les associations professionnelles, comme l'ANEL, peuvent aider les représentants du Québec à l'étranger. Quels sont les besoins des délégations en matière d'information sur l'industrie du livre au Québec? Comment évaluer le potentiel commercial des pays dont ils s'occupent? Comment mieux soutenir les éditeurs québécois en mission à l'international sur le plan de la logistique et comme pôle d'information? Il serait pertinent de connaître les besoins des délégations en matière d'information et de données et d'évaluer si l'ANEL peut répondre rapidement à ces questions.

Conclusion

L'un des objectifs de la dernière politique internationale du Québec (2006) était la promotion de l'identité et de la culture du Québec à l'international, dans un monde où les pôles d'influences se déplacent, où la révolution technologique transforme la circulation et la consommation des biens culturels et où la mondialisation oblige les nations à réfléchir à la protection et à la promotion des diversités culturelles. Alors que le gouvernement du Québec réfléchit à sa politique culturelle à l'ère numérique et que le gouvernement du Canada mène des consultations sur le contenu canadien dans un monde numérique et souhaite se positionner sur la scène internationale comme un leader en innovation, comment le ministère des Relations internationales et de la Francophonie peut-il s'inscrire dans ces réflexions? Comment peut-il concrètement soutenir les industries culturelles, dont celle de l'édition de livres, à relever les défis que pose la mondialisation et le numérique pour l'exportation des produits culturels et la promotion de la culture du Québec?

Pour l'ANEL, la recherche de nouveaux marchés, tant pour l'exportation de produits finis que pour la vente de droits, ne peut exister sans une reconnaissance claire de la spécificité de l'édition québécoise par le gouvernement du Québec, sans un soutien des éditeurs dans leurs efforts de promotion à l'étranger et sans une collaboration étroite avec les délégations générales du Québec à l'étranger. Ce soutien du gouvernement du Québec et la reconnaissance de l'apport de l'édition québécoise à l'économie du Québec et au rayonnement de sa culture assurerait non seulement à l'industrie du livre la stabilité dont elle a besoin pour continuer à se développer, mais lui permettrait également d'innover et de saisir les occasions qui se présentent et d'en faire profiter l'ensemble des Québécois et des Québécoises.