

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

ACCOMPAGNEMENT D'ÉQUIPES, APPROPRIATION DU NUMÉRIQUE, DISTRIBUTION
ET DÉCOUVRABILITÉ : ANALYSE DES ENJEUX D'ÉDITION DANS LA PRODUCTION
ET LA MISE EN MARCHÉ DE LIVRES-APPLICATIONS JEUNESSE AU QUÉBEC

THÈSE

PRÉSENTÉE

COMME EXIGENCE PARTIELLE DU

DOCTORAT EN ÉTUDES ET PRATIQUES DES ARTS

PAR

PRUNE LIEUTIER

AOÛT 2022

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de cette thèse se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.04-2020). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

J'ai commencé ma thèse en 2013. Je l'ai terminée en 2022. Neuf années séparent ces deux événements importants dans ma vie. Neuf années pendant lesquelles j'ai évolué, appris, aimé, détesté. Été amoureuse, fâchée, ai déménagé, deux fois, ai acheté près de 1000 albums jeunesse, lu près de 1000 albums jeunesse, ai acheté près de 250 essais philosophiques écrits par des intellectuelles et intellectuels renommés, lu 2 essais philosophiques écrits par des intellectuelles et intellectuels renommés. Neuf années pendant lesquelles j'ai aussi cocréé des productions numériques jeunesse qui me rendent fières. Bien sûr, neuf ans est un temps beaucoup trop long pour une thèse mais c'est aussi, je crois, un temps acceptable pour grandir. Ces neuf années m'ont appris plein de choses : (1) la persévérance est la clé; (2), je suis capable; (3) mes apprentissages peuvent me permettre de contribuer à mon domaine et à ma communauté; (4) j'ai bien peur que mes amies et amis ne me demandent d'arrêter de parler de littératie médiatique multimodale en soirées; (5) les personnes qui partagent ma folie sont précieuses, je dois les garder près de moi. Parce qu'en fait, voici, je crois, ma plus belle réussite de ces neuf années : je suis entourée aujourd'hui de professionnelles et professionnels extraordinaires que je pense aussi, pour la plus grande part, pouvoir appeler des amies et amis. Des gens qui cherchent, qui doutent, qui essaient, qui expérimentent, avec toujours le souci de faire, et de faire bien, pour les publics, pour les enfants, pour changer le monde, un tout petit peu, comme on peut, et, espérons-le, pour le mieux. Je me sens la personne la plus chanceuse du monde de les avoir près de moi et de me sentir appréciée et épaulée par elles et eux.

Merci, infiniment, à Moniques Richard, ma directrice de thèse, pour son soutien indéfectible, son suivi attentif, sa pertinence, sa bienveillance, sa capacité à m'épauler dans mes envies et à m'aiguiller dans mes réflexions, à les rendre plus justes et plus précises. Je souhaite à tout le monde une direction de thèse telle que celle dont j'ai bénéficié, empreinte de sororité et d'intelligence. Merci, infiniment encore, à Nathalie Lacelle, ma co-directrice de thèse, pour son amitié, sa pertinence, son apport précieux à mes réflexions et conclusions, les occasions riches et nombreuses de collaborations, la compréhension de mes envies et besoins, et le je-ne-sais-quoi qui me fait dire qu'on va encore être ensemble pour des années. Il y a parfois des rencontres qui changent le cours

de votre vie, qui la rendent folle et excitante, et qui vous donnent envie de soulever des montagnes. Ma rencontre avec Nathalie est de celles-là.

Merci, tellement, à Véronique Fontaine (Fonfon) et Christian Lebel (Akufen), ancien.e.s associé.e.s, ami.e.s précieux.se, créatrice et créateur extraordinaires, pour les heures passées à imaginer, à rêver, à créer, à penser et à rire. Merci de m'avoir appris tant de choses et de m'avoir fait tant évoluer.

Merci aussi aux nombreuses amies et amis qui m'ont endurée pendant toutes ces années, et en particulier ma dernière année de rédaction : merci à Lucie pour sa relecture attentive et son soutien moral; à Fred d'être la sœur qu'elle est depuis des années, pour ses blagues à n'importe quelle heure du jour et de la nuit, pour son écoute attentive; à Stéphane pour être l'ami qu'il est et bien sûr d'être l'homme le plus drôle du monde; à Sophie pour ces décennies passées à rire et à s'épauler; à Albéric et Marie-Laure, amis mais aussi partenaires précieux (tu vois, Marie-Laure, j'ai déposé pour vrai!), à Maud, Claire, Arnaud, Elsa, Charlie, Maud, Dorian, Julien, Andrée-Ann, Jérôme, Rosalie, Julie, Bénédicte, Charlotte, Pierre-Étienne, Leslie, Julien, Sofiane, Gael, Éléonora, Ève et à tous les autres, pour leur patience et leur affection. Merci à toutes et tous d'être dans ma vie, ça la rend pas mal plus douce et pas mal plus drôle.

Merci à mes trois frères, Théo, Nemo et Corto, pour votre humour et votre intelligence. Le respect mutuel, la solidarité et l'amour qui règnent dans notre fratrie est un cadeau inestimable. Je suis chanceuse d'être tombée sur vous ; finalement, le sacrifice d'une partie de ma chambre en valait pas mal la chandelle. Merci à mon père, Serge, pour ses conseils et son oreille attentive, sa compréhension de mon travail et de mes intentions, pour m'avoir donné le goût de la lecture et des histoires. Merci, P'pa, pour tout.

Et pour finir, merci à ma mère, Martine. Maman, merci pour l'ouverture, merci pour les bouquins quand j'étais gamine, merci pour toutes les heures passées à m'écouter, merci pour tes encouragements, merci pour l'exemple que tu donnes, merci pour tes engagements féministes, merci de m'avoir toujours fait sentir que tout était possible, merci de me rappeler toujours de prendre du temps pour rêver, merci d'avoir ouvert la voie. Quand je serai plus grande, je veux être comme toi.

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS	ii
LISTE DES FIGURES	vi
RÉSUMÉ.....	viii
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE 1 CONTEXTE, OBJET ET PROBLÉMATIQUE.....	7
1.1 Contexte de la recherche.....	7
1.1.1 La démocratisation de l'accès aux équipements et moyens numériques	7
1.1.2 Un large développement des usages	9
1.1.3 Une conséquence immédiate : le développement de l'offre culturelle numérique	14
1.2 Objet de recherche situé dans son champ théorique.....	16
1.2.1 Les livres-applications	16
1.2.2 Les livres-applications pour la jeunesse.....	19
1.2.3 Les livres-applications natifs et les livres-applications remédiés	21
1.3 Problématique	24
1.3.1 Justification de la recherche	24
1.3.2 Question de recherche	27
1.3.3 Objectifs et étapes de la recherche	27
CHAPITRE 2 ASSISES CONCEPTUELLES.....	29
2.1 Le livre et la lectrice ou le lecteur	29
2.2 La multimodalité et l'hybridité	31
2.3 Le geste de remédiation	33
2.4 La découvrabilité	37
2.5 La passeuse ou passeur culturel	38
2.6 La culture numérique	40
CHAPITRE 3 MÉTHODOLOGIE	43
3.1 Posture épistémologique et approche de la recherche	43
3.1.1 Posture épistémologique	43
3.1.2 Approche méthodologique : étude de cas ethnographique	45
3.2 Méthodes de recherche	47
3.2.1 Observation participante et participation observante (méthode 1)	48
3.2.2 Entretiens avec des professionnelles et professionnels des secteurs du livre, du numérique et de la recherche (méthode 2)	50

3.2.3 Examen de documents et artéfacts (méthode d'analyse inductive modérée et analyse génétique - méthode 3)	53
3.2.4 Considérations éthiques	54
CHAPITRE 4 PRÉSENTATION DU TERRAIN DE RECHERCHE DE L'ÉTUDE DE CAS ETHNOGRAPHIQUE	56
4.1 Présentation de la production et de la mise en marché retenues pour la participation observante : <i>Fonfon interactif</i> (2016).....	56
4.1.1 Considérations économiques.....	57
4.1.2 Préproduction	59
4.1.3 Production	60
4.1.4 Description des livres-applications	61
4.1.5 Mise en marché	78
4.2 Production et de mise en marché écartées : <i>Le Club des créatures mystérieuses</i> (2017).....	78
4.3 Présentation des personnes ou équipes de personnes ayant participé aux entretiens	80
4.3.1 Véronique Fontaine (Éditions Fonfon) et Christian Lebel (Akufen) (<i>Fonfon interactif</i> , 2016) 81	
4.3.2 Martine Sousse, 2h60 (<i>De plomb et de sang</i> , 2020)	81
4.3.3 Frédéric Gauthier, <i>La Pastèque</i> (Tout garni, 2017).....	83
4.3.4 Jean-François Cusson (Bibliopresto)	84
4.3.5 Nicolas Rodelet, <i>Le Labo de l'édition de Paris</i>	85
4.3.6 Jonathan Bélisle, Hello Architekt (<i>Wuxia le renard</i> , 2015).....	85
4.3.7 Équipe de création numérique, Télé-Québec (<i>Trousses éducatives numériques</i> , 2020).86	
4.3.8 Arnaud Laborderie, Bibliothèque nationale de France (<i>Candide</i> , 2012).....	86
4.3.9 Agnès Perrin-Doucet et Eleonora Acerra, Laboratoire Interdisciplinaire de Recherche en Didactique, Éducation et Formation (LINUM, 2017).....	87
CHAPITRE 5 LES ENJEUX LIÉS À L'APPROPRIATION DES MÉTIERS, AUX SAVOIR-FAIRE ET À LA CULTURE DU NUMÉRIQUE PAR LES MAISONS D'ÉDITION.....	89
5.1 Le premier enjeu : une méconnaissance des métiers et des savoir-faire du numérique	90
5.1.1 Des équipes de travail élargies impliquant de nouveaux rôles et savoir-faire	90
5.1.2 L'acquisition des savoirs techniques : comprendre les potentiels, contraintes et enjeux de production	100
5.2 Le second enjeu : l'appropriation de la culture numérique - créativité, collaboration et itération.....	104
5.2.1 Une culture numérique réinterrogeant les contours de la créativité : sortir de sa zone de confort ou le défi de la création	104
5.2.2 Une difficulté de compréhension et d'encadrement des professionnels et professionnelles : le défi de la collaboration	108
5.2.3 Des productions aux temporalités nouvelles et plus éclatées : le défi de l'itération.....	111

LISTE DES FIGURES

Figure 4.2 Écran d'accueil – choix d'action (<i>Fonfon interactif</i> , reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.).....	62
Figure 4.1 Écran d'accueil – choix de langue (<i>Fonfon interactif</i> , reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.).....	62
Figure 4.3 Choix du mode avec ou sans narration (<i>Fonfon interactif</i> , reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)	63
Figure 4.4 Page exemple volet livre-application (<i>Fonfon interactif</i> , reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)	64
Figure 4.5 Mini-jeu (<i>Fonfon interactif</i> , reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)	65
Figure 4.6 Panier vide et panier avec un élément ajouté (<i>Fonfon interactif</i> , reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)	66
Figure 4.7 Écran de navigation (<i>Fonfon interactif</i> , reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.).....	67
Figure 4.8 Écran d'accueil du volet création d'histoire (<i>Fonfon interactif</i> , reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)	68
Figure 4.9 Écran « crée une nouvelle histoire » (<i>Fonfon interactif</i> , reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)	69
Figure 4.10 Page de création (<i>Fonfon interactif</i> , reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)	70
Figure 4.11 Banque visuelle de décors (<i>Fonfon interactif</i> , reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.).....	71
Figure 4.12 Banque visuelle de personnages (<i>Fonfon interactif</i> , reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)	71
Figure 4.13 Banque visuelle d'objets (<i>Fonfon interactif</i> , reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.).....	72
Figure 4.14 Écran d'accueil de l'outil d'enregistrement de la voix (<i>Fonfon interactif</i> , reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)	73
Figure 4.15 Écran d'enregistrement de la voix (enregistrement en cours) (<i>Fonfon interactif</i> , reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)	73

Figure 4.16 Outil d'ajout de texte (<i>Fonfon interactif</i> , reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.).....	74
Figure 4.17 Écran signifiant que l'enfant a utilisé toutes les fonctionnalités (<i>Fonfon interactif</i> , reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.).....	75
Figure 4.18 Écran de l'outil de publication de l'histoire (<i>Fonfon interactif</i> , reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.).....	76
Figure 4.19 Écran bibliothèque (<i>Fonfon interactif</i> , reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.).....	77
Figure 5.1 . Rôles et configurations de travail en édition jeunesse traditionnelle. Source : Prune Lieutier, 2022.	91
Figure 5.2 Rôles et configurations de travail impliqués dans la production d'un livre-application pour la jeunesse. Source : Prune Lieutier, 2022.....	92
Figure 5.3 Les sept phases de travail dans la production et la mise en marché d'un livre-application. Source : Prune Lieutier, 2022).	112
Figure 5.4 . Exemple d'arborescence : le cas de Fonfon interactif.....	118
Figure 5.5 Exemple d'une maquette de design d'expérience : le cas Fonfon interactif - volet livre enrichi.....	120
Figure 5.6 Exemple d'une maquette de design d'expérience : le cas Fonfon interactif - volet espace de création	121

RÉSUMÉ

Alors qu'au Québec le taux d'équipement technologique des foyers et des lieux d'apprentissage se développe de manière exponentielle et que les usages des technologies par les jeunes connaissent depuis plusieurs années une augmentation constante, peu de maisons d'édition jeunesse ont véritablement franchi le pas dans l'exploration des potentiels du numérique à destination des jeunes publics. Ainsi, aujourd'hui, rares sont les propositions éditoriales numériques jeunesse québécoises dépassant le simple livre numérique homothétique ou en format Epub. De surcroît (cause ou conséquence?), les propositions éditoriales numériques et interactives disponibles sur ce marché rencontrent un succès commercial très modéré, alors même qu'elles nécessitent le plus souvent des structures de production lourdes et coûteuses.

Dans le cadre de cette recherche ethnographique de nature interprétative et compréhensive, je m'intéresse particulièrement à la production et la diffusion par des maisons d'édition québécoises de livres-applications pour la jeunesse, soit des œuvres littéraires numériques multimodales destinées aux jeunes publics, offertes sous forme d'applications mobiles et assorties de fonctionnalités interactives. Mon objectif est d'identifier, expliquer et analyser les enjeux rencontrés par les maisons d'édition québécoises souhaitant franchir le pas de la production de livres-applications pour la jeunesse, et ce, de l'idéation à la mise en marché, afin de proposer des pistes de solution pertinentes pour mieux les y accompagner.

Suite à près de 18 mois de participation observante de la production et la mise en marché d'une série de livres-applications pensés et produits par la maison d'édition Fonfon interactif (2016), à la réalisation d'entretiens avec dix personnes ou équipes issues de la chaîne du livre, de la production numérique et de la recherche, et enfin à l'examen de documents et d'artéfacts, j'ai pu identifier une série d'enjeux rencontrés par les maisons d'édition québécoises.

Ces enjeux se divisent en deux grandes catégories : d'une part, des enjeux liés à l'appropriation des métiers, savoirs et culture numérique par les maisons d'édition; d'autre part, des enjeux liés à la mise en marché des livres-applications pour la jeunesse au Québec. Dans la première catégorie, plusieurs enjeux ont été identifiés : l'apparition de nouveaux rôles et savoir-faire au sein des équipes de travail, complexifiant la gestion par les maisons d'édition; la nécessité pour ces maisons d'acquérir des savoirs techniques en numérique; la nécessité d'acquérir une culture du numérique; le besoin de compréhension et d'encadrement du personnel d'édition en fonction du numérique; et enfin la nécessité de composer avec de nouvelles temporalités de travail.

Par ailleurs, de l'analyse de cette première catégorie d'enjeux a émergé un rôle hybride mais essentiel, celui de « passeuse ou passeur numérique », une personne possédant des connaissances issues d'au moins deux des différents domaines concernés (édition, numérique, recherche) et étant en mesure de « traduire » les différents langages et réalités coexistant dans les équipes de production et de mise en marché. Dans la seconde catégorie, plusieurs enjeux ont aussi été identifiés : l'existence de freins techniques liés aux différents supports d'exploitation; une grande difficulté d'accès à la distribution au sein des collectivités; la nécessité de repenser les modèles d'affaires; une saturation des espaces numériques, ainsi que le manque d'antennes de promotion et

de recommandation des productions québécoises pour la jeunesse; et enfin la difficulté d'accéder aux espaces traditionnels de découvrabilité du livre pour les maisons souhaitant développer des livres-applications pour la jeunesse.

À la lumière de ces découvertes, une série de pistes de solution ont été dégagées pour soutenir le développement futur des livres-applications pour la jeunesse au Québec : soit la mise sur pied de formations initiales et continues pour le personnel; la création de cellules d'accompagnement incluant édition, numérique et recherche; le développement d'outils d'accès et de recommandations institutionnels pour les publics, la mise en œuvre de projets en convergence papier/numérique et enfin le développement d'un incubateur spécifiquement dédié à l'innovation en édition au Québec.

Mots clés : livre-application; production numérique jeunesse; édition numérique; multimodalité; enjeux de production; enjeux de mise en marché.

INTRODUCTION

Depuis plusieurs années, il est possible de constater que le taux d'équipement technologique des foyers et des milieux d'enseignement est en développement exponentiel, s'accompagnant d'une augmentation constante des usages des technologies par les jeunes publics, que cela soit au sein de leurs familles ou à l'école. Cause ou conséquence, les propositions numériques à destination des jeunes publics se sont multipliées à l'échelle internationale, intéressant jusqu'aux géants des technologies comme Youtube avec sa plateforme Youtube Kids (2014, non encore disponible au Québec), Google avec sa plateforme Kiddle (2018) dédiée aux enfants, Samsung avec sa plateforme Samsung Kids (2019) ou encore Spotify avec sa plateforme Spotify Kids (2020). Le secteur de la production numérique indépendant pour la jeunesse s'est également largement développé, avec notamment la création et la croissance de nombreux studios dédiés, tels que Tralalère en France ou encore Tobo au Québec. De nombreuses maisons d'édition se sont également penchées, et ce, depuis plusieurs années, sur les potentiels numériques à destination des jeunes publics, comme Bayard et sa plateforme mobile de contenus et d'expériences ludiques *Bayam* (2017), Albin Michel avec sa collection d'histoires en réalité augmentée *Histoires animées* (2016) ou Gallimard Jeunesse avec ses propositions de livres enrichis tels que *Du monde dans ta cuisine* (2014).

Cependant, à quelques exceptions près, il est également possible de constater que rares sont les maisons d'édition québécoises explorant les potentiels du numérique interactif (soit dépassant le cadre homothétique) à destination des jeunes publics. Parmi ces exceptions, l'on peut mentionner des maisons d'éditions comme la Pastèque, avec leur production *Tout Garni* (2016), un créateur comme Jonathan Bélisle, avec son livre enrichi et augmenté *Wuxia le renard* (2014), ou les productions augmentées des Éditions Alaska telles que *Le coq qui avait perdu son cri* (2016). Chacune de ces productions numériques propose à la fois du texte et de l'image mais aussi des fonctionnalités interactives, des images animées, des effets sonores et, pour certaines, de la narration préenregistrée. Elles offrent des expériences riches et novatrices exploitant certains des nombreux potentiels de la création numérique.

Je me suis donc demandé pourquoi les maisons d'édition québécoises n'avaient pas exploré plus massivement le domaine de la production numérique pour la jeunesse: quels sont les facteurs qui ont pu les bloquer et quels sont ceux qui pourraient faciliter leurs démarches de production numérique interactive? C'est avec ces questionnements en tête que j'ai démarré mon parcours de recherche doctorale en 2013.

Mon intérêt pour ces questions n'est pas le fruit du hasard, mais procède au contraire de la combinaison de deux facteurs distincts : d'une part, une passion pour la littérature jeunesse depuis mon enfance et d'autre part, un parcours professionnel ancré dans le champ des arts médiatiques et de la création numérique.

Ainsi, d'aussi loin que je me souviens, j'ai toujours été une grande lectrice et en particulier d'albums pour la jeunesse. Encore aujourd'hui, bien qu'adulte et sans enfants, les albums destinés aux jeunes publics d'âge primaire constituent une part importante de ma bibliothèque et de mon bagage culturel. J'aurais de la difficulté à expliquer précisément d'où vient ce goût prononcé pour la littérature jeunesse. Peut-être une exposition importante aux arts visuels, enfant, à la bande-dessinée également, une affection pour des univers liés à l'enfance, une fascination pour le sens que peut produire l'association d'un texte et d'une image, ou encore par la découverte, très jeune, d'autrices, auteurs, illustratrices et illustrateurs pour enfants, subversifs et audacieux, qui m'invitaient à la réflexion? Adulte, je crois cependant pouvoir dire que ce goût m'est resté aussi parce que je trouve le milieu de l'édition jeunesse francophone, et notamment québécois, particulièrement riche, inventif, engagé et courageux. Au fil des ans, j'ai affiné mes préférences en littérature jeunesse, tout en restant à l'affût de nouvelles découvertes et de talents en émergence. J'ai trouvé des sources variées d'information et d'actualités, je me suis intéressée aux débats multiples sur les statuts des artistes, sur le droit d'auteur, sur les difficultés et les enjeux, notamment économiques, rencontrés par le milieu et, bien entendu, sur les impacts des nouvelles technologies sur celui-ci.

Mon appétence pour une littérature jeunesse qui ose donner la parole à des autrices et auteurs qui ont des choses à dire, n'hésitant pas à s'attaquer à des tabous, parfois bien avant les médias d'opinion, les essayistes ou les maisons d'édition pour adultes, est largement servie lors de visites dans n'importe quelle librairie disposant d'un rayon jeunesse. Mon goût pour des factures

graphiques éclatées, parfois dérangeantes ou à contre-emploi, trouve, lui aussi, son bonheur dans les productions littéraires pour la jeunesse de ces dernières années. Je pense entre autres à toute la bibliographie du grand auteur français Tomi Ungerer, et notamment son dernier album, publié peu avant sa mort, *Juste à temps* (2019), sur le réchauffement climatique. Ou encore les nombreuses productions décalées et audacieuses de la maison d'édition française Les fourmis rouges, dont *Vézovèle Tüpoleck* (2020) de Delphine Perret, un album absurde, tendre et drôle composé de trois courtes histoires; l'album *Anatole qui ne séchait jamais* (2018) de Stéphanie Boulay et Agathe Bray-Bourret, publié aux éditions Fonfon, sur l'identité de genre; le fabuleux *Poussin* (2019) de David Merveille et Davide Cali, publié aux Éditions Sarbacane, sur la création littéraire, et tant d'autres. Je crois que la littérature jeunesse est non seulement un témoin précieux de l'état d'une société, de ses tabous, de ses peurs et de ses aspirations, mais aussi qu'elle est capable de faire évoluer la société, de développer les esprits et de créer du lien entre les individus. Je nourris donc un profond respect pour la littérature jeunesse et ses artistes, artisanes et artisans.

Par ailleurs, en tant que professionnelle, je travaille depuis maintenant plusieurs années dans le domaine de la production numérique et des arts médiatiques. À l'époque où j'étais employée du Festival international de musique électronique et d'arts médiatiques MUTEK, soit entre 2009 et 2013, j'évoluais auprès de créatrices et de créateurs en arts médiatiques qui, chaque jour, ouvraient le champ des possibles de la création numérique; j'avais l'occasion quasi quotidienne de découvrir des productions et des artistes qui m'impressionnaient par leur inventivité ainsi que leurs manières originales et distinctives d'utiliser le numérique pour faire vivre des expériences et raconter des histoires au public. Mon emploi de l'époque consistait à travailler au développement stratégique du festival, ce qui impliquait, pour une grande part, de penser la planification stratégique, largement articulée sur la promotion et la visibilité des artistes soutenus, de travailler au développement d'échanges professionnels dans le domaine des arts médiatiques, et à la recherche de financements permettant de financer les stratégies élaborées. À ce titre, je connaissais bien les enjeux rencontrés par le milieu des arts médiatique et de la création numérique mais aussi des dispositifs de soutien financier existants dans ces milieux, aux échelles provinciales et nationales.

C'est ainsi que le constat d'une quasi-absence de productions numériques interactives en édition jeunesse québécoise est rapidement entré en résonance avec ma passion pour la littérature jeunesse et à mon expertise professionnelle dans le milieu des arts médiatiques et de la création

numérique. Forte de ces atouts, j'ai eu envie et me suis sentie assez outillée pour pousser plus loin la réflexion sur les enjeux que pouvaient rencontrer les maisons d'édition souhaitant franchir le pas de la production numérique jeunesse non-homothétique¹. Plus précisément, j'ai très rapidement décidé de m'intéresser aux livres-applications pour la jeunesse, soit des productions littéraires numériques multimodales destinées aux jeunes publics, offertes sous forme d'applications mobiles et assorties de fonctionnalités interactives, car leur haut potentiel créatif et interactif me semblait particulièrement intéressant et riche à explorer. Je me suis demandé quelles pistes de solution imaginer pour soutenir les maisons d'édition souhaitant développer des livres-applications pour la jeunesse et comment les outiller pour pouvoir, à terme, contribuer au développement d'une offre numérique jeunesse québécoise riche, distincte et diversifiée, offrant des expériences à la fois originales et interactives.

Ma question de recherche principale est donc la suivante : quels sont les enjeux que rencontrent les maisons d'édition québécoises souhaitant produire des livres-applications pour la jeunesse, et ce, de l'idéation à la mise en marché? Au terme de cette recherche, il s'agira d'atteindre les objectifs suivants : 1) identifier et expliquer les enjeux rencontrés par les maisons d'édition souhaitant franchir le pas de la production d'un livre-application pour la jeunesse; 2) comprendre les pratiques et les rôles impliqués au sein de la production et la mise en marché de livres-applications québécois pour la jeunesse; et enfin 3), comme objectif final, dégager des pistes de solutions répondant aux enjeux identifiés.

Afin de répondre à cette question, et d'atteindre ces objectifs, j'ai travaillé dans une approche qualitative de nature interprétative et compréhensive en utilisant principalement une étude de cas ethnographique combinant diverses méthodes : la participation observante d'une production de livres-applications pour la jeunesse (frôlant l'auto-ethnographie tant ma participation à la production a été importante), la réalisation d'entretiens avec des professionnelles et professionnels

¹ Un livre numérique « homothétique » est un livre numérique « équivalent, notamment par son format et sa mise en forme, à la version papier du même ouvrage ». (Office québécois de la langue française, 2022).

des secteurs du livre, du numérique et de la recherche, ainsi que l'examen de documents et d'artéfacts produits par les équipes impliquées dans le cadre de la production ayant servi de terrain à ma participation observante.

Cette approche mixte m'a permis de m'adapter aux différentes opportunités d'accès à des terrains de collectes de données qui se sont présentées au fil de ma recherche. L'importance de la part des données issues de ma participation observante et ma grande implication dans la production qui en a été le terrain avec la réalisation des livres-applications *Fonfon interactif* (2016) m'ont menée aux confins de la recherche action et de la recherche développement. D'ailleurs, bien qu'une partie de ma recherche soit liée à une démarche de création au sein de laquelle j'ai été largement impliquée, j'ai en tout temps été vigilante à garder en parallèle de ma posture de participante une posture de recherche et d'utiliser mes observations pour éclairer ma recherche.

Compte tenu des limites temporelles de la recherche, j'ai choisi de me concentrer sur l'analyse et l'interprétation des pratiques d'édition en ayant recours à une approche ethnographique. Ce choix est conforme à l'axe « recherche » dans lequel s'inscrit cette thèse doctorale en Études et pratiques des arts à l'Université du Québec à Montréal (UQAM). L'axe « intervention » aurait pu être une autre voie pour aborder cette problématique, mais cela aurait mené à d'autres résultats alors que la situation de la problématique nécessitait d'abord de se pencher sur les enjeux actuels que vivent les maisons d'édition jeunesse québécoises quant au développement de production de livres-applications.

La thèse qui résulte de cette recherche se subdivise en sept chapitres distincts. Dans le chapitre I, j'aborderai le contexte, l'objet et la problématique de ma recherche. C'est dans ces pages que je présenterai les balises de la recherche, son objet et son champ. J'y présenterai également l'état de la question à partir de ma problématique, ainsi que la justification de la pertinence de ma recherche et ses objectifs et étapes. Le chapitre II est dédié aux assises conceptuelles de la recherche : j'y traiterai des concepts de livre et de lectorat, de multimodalité et d'hybridité, de geste de remédiation, de découvrabilité, de passeuse ou passeur culturel et de culture numérique, autant de concepts utilisés dans mon travail de recherche. Dans le chapitre III, je présenterai ma posture épistémologique, l'approche méthodologique choisie, les méthodes utilisées pour mener à bien ma recherche ainsi que les considérations éthiques. Dans le chapitre IV, je présenterai le terrain de

recherche constitutif de mon étude de cas ethnographique : d'une part le contexte de ma participation observante ainsi que les différents documents et artefacts observés, puis les personnes ou équipes avec qui j'ai pu réaliser des entretiens. Dans le chapitre V, premier chapitre interprétatif, je m'intéresserai aux enjeux rencontrés par les maisons d'édition en ce qui a trait à l'appropriation des métiers, savoirs et culture du numérique. Dans le chapitre VI, je traiterai des enjeux rencontrés par les maisons d'édition liés à la mise en marché des livres-applications pour la jeunesse. Enfin, dans le chapitre VII, je proposerai des pistes de solutions qui, selon moi, pourraient répondre aux enjeux détaillés dans les chapitres V et VI. En conclusion, je reviendrai sur les résultats de la recherche et présenterai de nouvelles pistes de recherche.

Ces années de recherche m'ont, je crois, permis de comprendre plus finement les enjeux rencontrés par les maisons d'édition québécoises souhaitant franchir le pas de la production de livres-applications pour la jeunesse mais m'ont aussi, surtout, offert l'opportunité d'évoluer au plus près de celles et ceux qui, chaque jour, pensent, écrivent, illustrent, animent et conçoivent des histoires pour les enfants, lectrices et lecteurs et jeunes citoyennes et citoyens.

CHAPITRE 1

CONTEXTE, OBJET ET PROBLÉMATIQUE

Dans ce chapitre, je présenterai le contexte, l'objet et la problématique de ma recherche. C'est dans ces pages que je présenterai les balises de la recherche, son objet et son champ d'étude. J'y présenterai également l'état de la question issue de la problématique, ainsi que la justification de la pertinence de ma recherche, ses objectifs et ses phases de travail.

1.1. Contexte de la recherche

1.1.1 La démocratisation de l'accès aux équipements et moyens numériques

Les dispositifs numériques ont, depuis plusieurs années, trouvé leur place dans les habitudes d'accès et de consommation de l'information et des contenus culturels et de divertissement, et ce, notamment au sein des familles. Il semble important de rappeler ces chiffres. En effet, selon moi, ils participent au besoin de s'intéresser à la manière de mieux outiller les maisons d'édition québécoises à produire et diffuser des livres-applications pour la jeunesse (objet de ma recherche, tel que décrit plus loin) ou, plus généralement, de productions numériques, puisque le bassin potentiel de public, aussi bien localement qu'internationalement, est en progression constante.

En 2015, 96 % des élèves de 15 ans habitant un des pays de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) indiquaient avoir un ordinateur à la maison et 72 % déclaraient utiliser un ordinateur de bureau, un ordinateur portable ou une tablette à l'école (OCDE, 2015). Plus près de nous, selon l'enquête NETendances (2017) du Centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations, précédemment Centre francophone en informatisation des organisations (CEFRIO), 9 foyers québécois sur 10 sont connectés à internet, dont 91 % sont dotés du réseau Wifi et 66 % ont une connexion avec un forfait illimité. Un rapport américain montre quant à lui que près de 71 % des districts scolaires des États-Unis ont implanté des technologies mobiles dans au moins un quart de leurs écoles (Amplify, 2013). Les applications les plus recherchées dans le cadre scolaire sont les manuels numériques, les outils de création et les outils de collaboration (Games and Learning, 2014; Banville, 2015).

Par ailleurs, en 2019, 15.3 millions de Canadiennes et Canadiens étaient abonnés à un service internet, selon le Rapport de surveillance des communications 2020 du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications (CRTC). Plus récemment encore, dans son dernier rapport de tendances 2021 couvrant l'année 2020, le Fonds des médias du Canada (FMC) fait état de taux de pénétration des appareils électroniques extrêmement importants. Il y est indiqué que 94.6 % des anglophones et 89.2 % des francophones canadiens possèdent un téléphone intelligent, 79.4 % et 79.3 % un ordinateur portable, 52.3 % et 52.9 % une tablette, 37.1 % et 34.8 % une console de jeux et, enfin, 14.9 % et 10 % un lecteur de livres numériques (FMC, 2021).

Enfin, le marché français, qui est, du fait de sa communauté linguistique avec le Québec, un marché de prédilection pour les productrices et producteurs numériques québécois, n'est pas en reste. Ainsi, le Baromètre du numérique 2019 – Enquête sur la diffusion des technologies de l'information et de la communication de la société française en 2019² fait état de chiffres impressionnants quant aux taux d'équipements des foyers français. En 2019, le taux d'équipement en téléphones intelligents est passé à 77 %, soit une augmentation de 2 points de pourcentage au regard de l'année précédente, dépassant pour la première fois le taux d'équipement en ordinateurs (76 %, soit une diminution de 2 points par rapport à 2018). De surcroît, en 2019, 88 % des Françaises et Français étaient des internautes, avec une augmentation de 2 points de connexion via un appareil mobile.

Par ailleurs, en 2020 et en France métropolitaine, selon le premier rapport commun de l'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse (ARCEP)³ et du Conseil supérieur de l'audiovisuel⁴, le taux d'équipement des foyers avait augmenté lors de l'état des lieux fait au deuxième trimestre 2020 : 1 point de plus pour les tablettes et 2 points pour les téléphones intelligents, en comparaison avec le deuxième trimestre 2019. Cela

² Un document du Conseil général de l'économie, de l'industrie, de l'énergie et des technologies (CGE), de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP) et de l'Agence du numérique.

³ L'ARCEP agit à titre d'arbitre expert et neutre au statut d'autorité administrative indépendante, « l'architecte et gardien des réseaux d'échanges internet, télécoms fixes, mobiles et postaux en France ».

⁴ Autorité publique française de régulation de l'audiovisuel.

porte à 49 % les détenteurs de tablette et 77 % les détenteurs de téléphones intelligents, soit un bassin extrêmement important de la population française (ARCEP, 2021).

Enfin, toujours en France, le rapport de 2020, publié en février 2021 par la Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur internet (Hadopi)⁵ révèle sans surprise une hausse des abonnements payants à des services culturels dématérialisés, pour arriver à 62 % des internautes, contre 56 % en 2019 (Hadopi, 2021). Il est cependant important de garder en tête, lors de la lecture de ces données, le contexte particulier de 2020, année marquée par les confinements successifs.

1.1.2 Un large développement des usages

Au-delà de l'accroissement exponentiel des équipements au sein des foyers et des écoles, l'appétence pour l'usage des technologies est, elle aussi, en constant développement. Là encore, le rappel de ces chiffres me semble important car ils contribuent à justifier l'importance de s'intéresser aux enjeux rencontrés par les maisons d'édition québécoises dans leur exploration des potentiels du numérique. Puisque les usages numériques des publics se développent, les potentiels commerciaux pourraient donc, du même coup, s'accroître. Dans son rapport de tendances 2019, publié le 22 janvier 2020, le Fonds des médias du Canada (FMC) consacre ainsi une section entière aux publics de la « génération Alpha », soit les jeunes nés ou à naître entre 2010 et 2025, selon une expression façonnée et popularisée par le chercheur en sciences sociales Mark McCrindle, qui la qualifie de « la génération la plus éduquée de tous les temps, la génération la plus technologiquement apte et la génération la plus aisée dans l'ensemble » (FMC, 2020). Le FMC souligne ainsi la normalisation de l'accès à des contenus à la demande par cette génération :

Sans grande surprise, la technologie est un élément clé qui caractérise ce groupe démographique : les Alphas ne feront jamais l'expérience d'un monde sans écrans connectés ou médias sociaux. Pour eux, l'accès à du contenu de divertissement à la

⁵ « La Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet est une autorité publique indépendante française créée par la loi Création et Internet, instituée par le décret n° 2009-1773 du 29 décembre 2009. » (Wikipédia).

demande est totalement normalisé et bon nombre de leurs expériences numériques seront façonnées par l'intelligence artificielle. (FMC, 2020)

Selon le rapport, qui s'appuie sur une étude du bureau de sondage MTM réalisée en septembre 2019, « 98 % des enfants canadiens regardent une forme ou une autre de télévision (linéaire ou web) chaque mois ». De plus, « 64 % des enfants dans tous les groupes d'âge indiquent que leur activité favorite par temps libre est le visionnement de contenu vidéo », précisant que YouTube reste la plateforme privilégiée pour visionner du contenu vidéo pour 78 % des enfants âgés de 7 à 11 ans et de 73 % de ceux âgés de 2 à 6 ans. Enfin, le rapport précise que 79 % des enfants canadiens utilisent une console de jeux vidéo au moins une fois par semaine et 37 % y jouent pratiquement tous les jours.

En ce qui concerne le secteur du livre, le rapport de la Mission franco-québécoise sur la découvrabilité en ligne des contenus culturels francophones (2020) rappelle que pour le moment, la part de vente et d'emprunt de livres numériques reste encore marginale au Québec en comparaison avec la part de vente et d'emprunt de livres papier mais que la crise sanitaire semble avoir changé la donne. De surcroît, de plus en plus de lectrices et lecteurs utilisent le numérique pour acheter leurs livres :

Du côté du livre, dans le monde, le chiffre d'affaires du numérique connaît une croissance constante (15 milliards \$ USD en 2019). Mais en France et au Québec, le taux d'adoption de ce support de lecture n'est pas encore significatif et il ne s'agit pas pour le moment d'un renversement du modèle économique passant du physique au numérique, comme c'est le cas pour les secteurs de l'audiovisuel ou de la musique. En France, le livre numérique représente environ 8 % des revenus totaux du livre (Syndicat national de l'édition, 2019). Au Québec, il est estimé que c'est environ 5 % (Rioux et autres, 2019 : 33). Parler du marché du livre en ligne revient donc à parler essentiellement de la vente de livres en format papier par l'intermédiaire du numérique. La distribution des livres en France est encore principalement réalisée en librairie et dans les grandes surfaces (75 % des gens y achètent leurs livres). L'achat en ligne de livres (physiques et numériques) prend tout de même de l'ampleur, puisqu'il représente pratiquement 13 % des ventes aujourd'hui (Syndicat national de l'édition, 2019). Le distributeur américain Amazon détenait, en 2018, 50 % du marché de la vente de livres en ligne (Valette, 2019), au côté des plateformes nationales comme la Fnac ou Decitre.fr. Au Québec, il n'est pas possible de savoir précisément quel site transactionnel est le plus utilisé par les consommateurs pour leurs achats de livres en ligne. On suppose qu'une partie des livres serait désormais achetée non plus auprès de détaillants du Québec, mais auprès de détaillants Web situés hors Québec, comme Amazon.ca. Ce déplacement des dépenses pourrait concerner aussi bien des livres imprimés que des livres numériques et aussi bien des livres en français que des livres en anglais ou dans d'autres langues (Observatoire de la culture et des communications du Québec, 2019). Enfin, le prêt de livres numériques par les bibliothèques du Québec, bien qu'il ait doublé entre 2014 et 2018, ne représente toujours que 5 % des emprunts

totaux de livres imprimés et numériques (Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2017). La crise sanitaire liée à la COVID-19 permet néanmoins à cette pratique de se développer de manière substantielle, la principale plateforme québécoise, Prêtnumérique.ca, enregistrant presque le double d'activité en mars 2020 comparativement à la même période l'année précédente (Lévesque, 2020). (Mission franco-québécoise sur la découvrabilité en ligne des contenus culturels francophones, 2020)

Ainsi, bien entendu, même si les conséquences à long terme ne peuvent, pour le moment, être évaluées, il est clair que la pandémie de COVID-19 et les mesures de protection sanitaire qui en découlent (fermeture des lieux culturels, fermeture des librairies, voire des bibliothèques selon les degrés de confinement, école à la maison, interdiction des rassemblements) ont eu pour conséquence un développement de la consommation de produits culturels numériques dans l'ensemble de la population, jeunes publics compris. L'année 2020 et ses bouleversements ont aussi eu un impact fort sur le développement des usages numériques des foyers et leur consommation culturelle numérique. Ainsi, le rapport de tendances 2020 du Fonds des médias du Canada, publié en février 2021, nous apprend qu'au troisième trimestre 2020, le temps moyen passé par jour sur nos téléphones intelligents était de presque 3 heures, contre 2,5 heures en 2019. Ces chiffres sont cependant à nuancer : l'utilisation moyenne des consoles de jeux vidéo et de consultation des réseaux sociaux n'a pas augmenté de manière significative chez le grand public. Cependant, certains services ont vu leur utilisation exploser, notamment les appels en ligne (avec une augmentation de + 40 % de l'utilisation du service Whatsapp, par exemple (Siccle Digital, 2021). Whatsapp a d'ailleurs atteint un volume historique d'appels lors du réveillon du Nouvel an 2020, avec un total de près de 1.4 milliards d'appels passés via son service (Phone Android, 2021). L'augmentation des communications en ligne et notamment l'accès massif aux réseaux sociaux et ce à l'échelle planétaire laissent imaginer le volume majeur de contenus culturels partagés quotidiennement en ligne.

Par ailleurs, les jeunes ont augmenté leur utilisation des technologies en 2020. En effet, elles et ils ont été particulièrement touchés par les mesures de confinement, en particulier du fait de la fermeture des écoles. Par conséquent, le repli vers les écrans s'est fait ressentir. Ainsi, selon une étude menée par l'Académie de la transformation numérique de l'Université Laval, appelée « *La famille numérique* », 76 % de la population québécoise âgée de 6 à 17 ans passe plus de temps devant les écrans à la maison depuis le début de la pandémie. De surcroît, pour cette même tranche

d'âge, l'utilisation des consoles de jeux vidéo a augmenté de 5 %, une augmentation équivalente à celle constatée pour les tablettes électroniques.

Tel que présenté dans le rapport suscité, le type d'activités que les jeunes du Québec pratiquent sur Internet sont de natures diverses. En première position arrive le visionnage de vid es (79 %), puis l'utilisation de jeux en ligne (66 %), l'utilisation scolaire (61 %), le visionnage de séries ou de films (51 %), la visite de site web de divertissements (50 %), la communication vidéo (45 %), l'écoute de musique (42 %), l' cole à distance (41 %), l'échange de messages textes (41 %), l'utilisation de réseaux sociaux (38 %), la visite de sites web éducatifs (38 %) et l'envoi de messages courriels (26%).

Cette tendance à l'augmentation de l'usage des écrans par les jeunes en 2020 se reflète aussi dans une étude menée par la plateforme éducative en ligne *Bayam* (2017), produite par la maison d'édition Bayard. En effet, l'équipe de *Bayam* a recueilli le témoignage de près de 400 enfants âgés entre 4 et 13 ans au cours du mois de mai 2020 via un sondage envoyé à leurs utilisateurs et utilisatrices. Les réponses révèlent que 74 % des répondants estiment passer plus de temps sur l'ordinateur et la tablette et 68 % à faire des visioconférences avec leurs proches (Bayam, 2020). Les enfants ont passé en moyenne 1 heure 07 minutes par jour sur l'ordinateur, 48 minutes sur un téléphone intelligent, 27 minutes sur une console de jeu et 52 minutes sur une tablette. Par ailleurs, la répartition des activités par outil numérique montre que la tablette reste l'équipement privilégié pour le divertissement.

Enfin, sur l'ensemble de la population, du fait de la fermeture des écoles, cinémas, salles de spectacles voire, pour certains territoires, des bibliothèques et des librairies, la consommation de produits culturels numériques a aussi fortement augmenté depuis 2020, en particulier durant les phases de confinement.

Ainsi, tel que le rappelle le magazine français Actualité dans son article « *Québec : ebook et audiolivre, spectaculaire envolée du prêt numérique* » (juin 2020), entre la mi-mars et la fin 2020, plus d'un million d'ebooks ont été prêtés par les bibliothèques du Québec, soit, en comparaison avec l'année 2019, une augmentation de 56 % en mars, 140 % en avril, et 126 % en mai. Parmi ces formats numériques, ce sont les audiolivres qui tirent le mieux leur épingle du jeu :

comparativement à 2019, les prêts d'audiolivres ont connu une explosion avec une croissance de 312 % en mars, 496 % en avril et 672 % en mai.

Dans le domaine du livre jeunesse, toujours selon le magazine littéraire en ligne *Actualitté*, les chiffres de prêt numérique pour 2020 sont encore plus impressionnants : « La bande dessinée affiche 522 % de progression, 519 % pour les documentaires et 431 % pour les albums et romans. Ces trois segments éditoriaux représentent près de 16,7 % des prêts numériques. Sur la même période l'an passé, ils représentaient à peine 6,3 %. »

La vente de livres numériques suit cette tendance. Dans un autre article du magazine en ligne *Actualitté*, malicieusement intitulé « *Fascinant : des livres numériques moins chers se vendent mieux* » (avril 2021), nous apprenons que la vente de livres numériques a largement augmenté lors de la crise sanitaire :

[...] selon l'Institut de la statistique du Québec, les chiffres sont formels : une enquête présentée ce 31 mars assure qu'en 2019, 400.600 ebooks s'étaient vendus, et que les données globales restaient plutôt stables depuis 2014. Mais au terme de l'année pandémique, 2020 affiche un fantastique 123 % de croissance, avec 894.500 ventes de livrels. (Gary, 2021, s. p.)

L'article poursuit en précisant les mois et les volumes de vente :

Pour 2020, sans trop de surprises, l'augmentation des ventes a débuté au mois de mars, avec 857.000 \$ dépensés, puis 1,259 million en avril et 1,021 million en mai. Juin est revenu sur un rythme plus souple de 773.000 \$, qui s'est poursuivi jusqu'en septembre, avec 917.000 \$. Octobre, novembre ont flirté avec le million dépensé, que décembre a joyeusement dépassé, 1,156 million \$ précisément. Pour atteindre les 10,5 millions \$ d'achat de livres numériques. (Gary, 2021, s. p.)

Dans cet article, *Actualitté* rappelle que l'Institut de la statistique du Québec lie directement cette augmentation importante à deux phénomènes distincts : d'une part, à la baisse des prix des livres numériques (passé à une moyenne de 15,48 \$ en 2019 à 11,74 \$ en 2020) et d'autre part, aux différents confinements en lien avec la pandémie de COVID-19.

1.1.3 Une conséquence immédiate : le développement de l'offre culturelle numérique

Le développement de l'accès aux supports et des usages numériques au sein des foyers et écoles stimule une offre culturelle numérique conséquente à l'échelle mondiale, en particulier dans les contenus dédiés à la jeunesse. Ainsi, de nombreux grands acteurs de l'industrie numérique se sont lancés dans ce créneau commercial, en sus de ceux déjà traditionnellement investis dans le secteur du jeune public. Par exemple, YouTube a lancé en 2014 sa plateforme dédiée, *YouTube Kids* (2014, pas encore disponible au Québec), et Google a lancé en 2018 *Kiddle* (2018), sa version adaptée aux jeunes publics. Le géant Huawei, spécialisé en apprentissage machine, a lancé en 2019 l'application *Storysign* (2019), destinée à la traduction de contenus jeunesse en langage des signes. Samsung a mis sur le marché une série de contenus littéraires jeunesse en réalité virtuelle, via ses dispositifs de lecture maison, et ce, dans le cadre de sa marque dérivée et plateforme dédiée *Samsung Kids* (2019). Du côté de la production sonore en diffusion numérique, Spotify a créé *Spotify Kids* (2019), sa plateforme de contenus audios, musicaux comme narratifs, à destination des jeunes publics.

Bien qu'émergent, le secteur indépendant n'est pas en reste : Toca Boca, Busy Bee Studios, ou encore le studio québécois Tobo, prennent de plus en plus de place dans le paysage économique du média pour enfants. En 2014, selon les derniers chiffres disponibles, Toca Boca, l'un des plus importants développeurs indépendants, a ainsi réalisé des revenus de 6.1 millions £, soit 28 % de plus que l'année précédente (Dredge, 2015). Le studio québécois Tobo a, pour sa part, développé en 2018 un volet Laboratoire, soutenant ses clients dans l'expérimentation et la mise en marché de projets ludo-éducatifs numériques et travaillant dans une perspective multiplateforme, avec le développement d'applications outillant les familles (*Smala*, 2019) et de contenus (*Bayam*, 2017), ou encore avec la proposition d'univers associant numérique, télévision et livre papier, et incluant la réalité augmentée (*Dounia*, 2020).

Par ailleurs, les médias publics explorent également les possibles du numérique à destination des jeunes publics. En avril 2021, Télé-Québec a ainsi lancé la plateforme Télé-Québec en classe⁶ (2021), proposant une version bien plus complète que ses propositions numériques pour les jeunes

⁶ <https://enclasse.telequebec.tv/>

publics déployés jusqu’alors : contenus vidéo, contenus éducatifs numériques originaux, éducation aux médias, mini-jeux interactifs, etc. Parmi les contenus proposés, des trousse de littérature créées à partir de sept albums québécois pour la jeunesse permettent d’évoluer dans une version interactive des albums tout en répondant à des questions de compréhension et de déduction programmées. Des vidéos mettent en vedette un personnage original de Télé-Québec, appelé Cali, qui permet au jeune utilisateur de s’approprier l’outil et d’aller plus loin dans sa compréhension des thématiques des albums, mais aussi de créer un véritable « fil rouge » entre les différents albums proposés.

De son côté, en 2020, Radio-Canada a massivement investi dans le développement de propositions audionumériques narratives (balados) à destination des jeunes publics, et ce, à travers sa plateforme OHdio⁷ (2020). En quelques mois se sont ajoutées aux séries *El Kapoutchi* (2018) et *Arthur l’aventurier* (2019) de nombreuses autres, dont *Le guide de survie des Débrouillards* (2020), *Bododo* (2020), *Entre filles avec Sarah-Maude Beauchesne* (2020) ou encore *Ingénieux Junior* (2020), sans compter une conséquente offre de livres audio pour enfants, issues de collaborations avec des maisons d’éditions canadiennes.

Enfin, France Télévisions lançait en 2020 sa plateforme éducative multimédia *Lumni*⁸, offrant mini-jeux interactifs, vidéos et contenus sonores à destination des publics scolaires du niveau préscolaire au niveau universitaire. Il va sans dire que le géant américain Sesame Street, déjà connu depuis les années 1970 pour sa créativité et son utilisation des nouveaux médias (d’abord la télévision, puis les médias en ligne), a également largement investi la production numérique, avec notamment une riche plateforme de jeux en ligne⁹.

Bien sûr, il est certain que la pandémie de COVID-19 et les mesures mises en place privilégiant l’enseignement à distance ont favorisé la course au développement de contenus numériques

⁷ <https://ici.radio-canada.ca/ohdio>

⁸ <https://www.lumni.fr/>

⁹ <https://www.sesamestreet.org/games>

jeunesse par les grands acteurs publics suscités. En effet, ces acteurs ont été mandatés, de manière officielle ou implicite, par les gouvernements, notamment français et québécois, pour développer des contenus en ligne afin de compenser les mesures de confinement touchant le milieu scolaire.

1.2 Objet de recherche situé dans son champ théorique

1.2.1 Les livres-applications

Avant d'aller plus loin, il est important de préciser qu'afin d'alléger la lecture, j'utiliserai le terme **livre-application** pour évoquer les livres interactifs multimodaux dont les défis de production et de mise en marché constituent mon objet de recherche. Ce terme est une traduction libre du terme anglais *book-app* qui, pour Bird (2011), désigne une application mobile permettant aux parents et aux enfants de lire, écouter et explorer de manière ludique un livre interactif.

Ainsi, je désignerai par livre-application une production littéraire numérique multimodale, présentée sous forme d'application mobile, assortie de fonctionnalités interactives (cette notion sera élaborée dans chapitre II consacré aux assises conceptuelles de ma thèse). De surcroît, je parlerai de productions et non d'œuvres, un choix délibéré pour fluidifier la lecture, et pour mettre l'accent sur le travail permettant d'arriver au produit plutôt que sur le produit lui-même.

La notion de livre-application s'inscrit dans le champ de recherche sur le livre numérique et plus précisément sur les narrations interactives multimodales. Il importe donc de définir ces dernières, même s'il est encore, aujourd'hui, peu aisé d'en donner une définition claire. Celles-ci peuvent en effet, dans leur acception large¹⁰, intégrer non exhaustivement les narrativités du web-documentaire, des productions proposant de vivre une expérience interactive mobile, des parcours sonores géolocalisés ou encore des projections monumentales collaboratives intégrant un aspect narratif.

¹⁰ Telle qu'elle est entendue dans le Manifeste pour les nouvelles écritures, déposé en 2013 par un groupe de créateurs québécois (Cozzolino *et al.*, 2013).

Cependant, pour une meilleure délimitation de ma recherche, je souhaiterais utiliser comme premier médium (pour reprendre la nomenclature des théories de la remédiation, un concept sur lequel je reviendrai au chapitre II) les productions littéraires, en me concentrant sur les livres-applications. La notion de **production littéraire** est ici importante à souligner en préambule : de nombreux livres-applications pourraient, dans certains de leurs aspects, se rapprocher d'autres types de formats, tels que le jeu vidéo ou le film d'animation interactif, mais il est essentiel de préciser que c'est dans l'univers du livre, défini par ses codes et ses caractéristiques, que se situe ma recherche. Je reviendrai plus longuement sur cette notion au chapitre II, tout en définissant, entre autres, les notions de livre et lecteur.

Afin de mieux cerner le domaine du livre-application, il semble pertinent de revenir à ses fondements théoriques et de définir succinctement les différentes formes de littérature numérique, dans les évolutions qu'elles ont pu connaître, en prenant appui sur un article cosigné avec Nathalie Lacelle (2014). Citons, dans un premier temps, la **littérature virtuelle** dont l'objet est la littérature publiée principalement ou exclusivement sur internet. On pense ici à des productions littéraires numérisées, des PDF ou Epubs accessibles en ligne ou, de manière peut-être plus récente, des dispositifs de publication en ligne. Comme toutes productions littéraires, elles se déclinent en plusieurs genres. Frias Conde (2009) énumère les genres que la littérature virtuelle a permis de faire naître : la micro-littérature (principe de phrases courtes, en prose ou en poésie, mis en ligne sur des sites dédiés), le blogue, littéraire ou non, ou encore le livre électronique en format PDF, à télécharger ou à lire sur des sites de bibliothèques virtuelles.

La **littérature numérique**, quant à elle, est l'une des formes se rapprochant du livre-application les plus documentées et précisées ces dernières années. Elle constitue une prolongation de la littérature virtuelle en ce sens qu'elle ne se définit pas seulement comme une mise en ligne de productions littéraires, mais aussi par une utilisation pertinente des potentiels du numérique dès le début de la création (Bootz, 2011). Bootz (2006) la définit comme « toute forme narrative ou poétique qui utilise le dispositif informatique comme médium et met en œuvre une ou plusieurs propriétés spécifiques à ce médium » (par. 5). Cette définition semble avoir été communément acceptée par les professionnelles et professionnels comme par les théoriciennes et théoriciens. On la retrouve ainsi commentée et illustrée chez Saemmer (2007) ou encore Bouchardon (2011).

Pour ce qui est de la **littérature numérique interactive multimodale**, parfois appelée **littérature enrichie**, elle constitue l'une des évolutions les plus récentes des formes littéraires en lien avec les nouvelles technologies. C'est dans ce champ, précisément, que se situent les livres-applications. Qu'il s'agisse de fictions hypertextuelles (textes reliés entre eux par des liens), de récits cinétiques (récits qui exploitent notamment le mouvement), de récits collectifs ou participatifs (participation des lectrices et lecteurs à l'écriture du récit), ces productions littéraires numériques sont interactives (Bouchardon, 2008, 2014). Cette interaction peut reposer sur une dynamique spatiotemporelle (le texte a des propriétés d'affichage et de déplacement; les caractères peuvent apparaître, disparaître), sur une dynamique en temps réel (par exemple pour les récits collectifs écrits en même temps par différents lecteurs et lectrices), ou encore sur une action de lecture (par exemple, souffler dans le micro d'une tablette, déplacer un objet avec son doigt, sélectionner un hyperlien) (Bouchardon, 2008). Elle peut également résider dans une **augmentation** d'un objet imprimé (Rio, 2014). Une part de la littérarité de ces productions se situe dans le jeu avec les contraintes, les règles, les conventions du discours et du support numérique (Bouchardon, 2008; Saemmer, 2011; De Haro, 2011).

D'ailleurs, en 2011, De Haro prévoyait déjà les modifications majeures qui seraient nécessaires pour augmenter la littérature. Elle dit ainsi, dans un mouvement de défense de la reconnaissance de nouvelles formes littéraires :

Il ne s'agira plus, pour légitimer un ancrage contemporain, de monétiser un PDF « homothétique » ou de mesurer la présence d'Internet à l'aune du nombre des www scandés par le texte. Il faudra faire appel à la richesse des liens internes, à des surprises visuelles, à une ergonomie laissant la porte ouverte au bovarysme, et même aux pages cornées. Il faudra apprendre à être écrivain au-delà de 10 pouces, pour le corps qui tient la tablette et les deux mains qui cliquent. (par. 10)

Dans ce cadre, pour mieux cerner le domaine de ma recherche, je m'arrêterai à la définition suivante : la littérature numérique interactive multimodale pourrait être définie comme une forme de littérature virtuelle (intégrant les composantes suscitées), utilisant les technologies non plus seulement comme un support ou un langage, mais comme des vecteurs d'enrichissement de la narration, par l'ajout de contenus, de dispositifs d'interaction ou encore d'éléments participatifs, et associant à la fois les modes écrit, visuel, sonore et cinétique.

Alors que cette littérature peut prendre la forme de PDF ou de Epubs enrichis, disponibles via, entre autres, des plateformes web, je me concentrerai, dans le cadre de ma recherche, sur l'observation et la documentation des pratiques liées à la production d'applications mobiles de productions littéraires numériques interactives multimodales, soit des livres-applications.

1.2.2 Les livres-applications pour la jeunesse

J'ai pris la décision de concentrer mon travail sur des livres-applications destinés aux jeunes publics d'âge primaire. Au-delà de mes intérêts personnels présentés en introduction de cette thèse, le choix de concentrer ma recherche sur les enjeux de la littérature jeunesse en contexte numérique m'a semblé judicieux et pertinent, car il présente un triple avantage pour quiconque envisage de plonger plus avant dans l'étude de la production et de la mise en marché des productions numériques. Lors de mes recherches préliminaires, j'ai ainsi pu faire trois constats : 1) l'importance de la place de la littérature jeunesse au sein du marché de l'édition québécoise; 2) la nature intrinsèquement multimodale des productions jeunesse, papier comme numérique; et 3) la prise en compte des usages numériques des jeunes publics dans les choix de conception et d'ergonomie.

Le premier constat concerne le marché de l'édition québécoise dont les livres jeunesse constituent une large proportion de la production littéraire annuelle québécoise : près d'un titre sur trois vendu au Québec est destiné à la jeunesse, selon le *Bilan Gaspard 2020*, bilan annuel de référence pour le secteur de l'édition au Québec. Ces résultats placent l'édition jeunesse parmi les meilleurs vendeurs en édition. D'ailleurs, en 2020, l'édition jeunesse a connu une augmentation de 21 % de ses ventes (Société de gestion de la banque de titres de langue française, 2020). Cette tendance semble être bien ancrée puisque cette même proportion avait été constatée dans le bilan Gaspard 2016. Ces bilans s'appuient sur l'analyse des ventes de plus de 260 détaillants de la province.

Le deuxième constat concerne la nature intrinsèquement multimodale des productions jeunesse, papiers comme numériques. En effet, depuis deux siècles, la littérature jeunesse est marquée par la combinaison de l'écrit et du visuel (Chelebourg et Marcoin, 2007) pouvant ainsi être qualifiée de multimodale (Kress, 2010; Lebrun, Lacelle et Boutin, 2012). Les livres-applications ont suivi et fait évoluer cette tendance, les modes utilisés étant extrêmement divers, associant texte, image, son, narration et implication du geste dans les fonctionnalités interactives qui les caractérisent. Plusieurs

études ont d'ailleurs démontré l'importance de cette multimodalité, tel que le rappelle Acerra (2021) dans son texte dédié aux lecteurs et lectrices du site spécialisé Lab-yrinthe.ca :

La quantité et la qualité des enrichissements numériques ont une relation directe sur les performances cognitives des lecteur.rice.s et sur leur perception de l'expérience de lecture. Plusieurs recherches ont étudié les effets provoqués par certaines de ses caractéristiques (telles l'interactivité, la présence de ressources multimodales ou d'éléments hypertextuels) sur la compréhension, la mémorisation, les apprentissages langagiers et l'appréciation de l'expérience de lecture. (Lab-yrinthe, 2021)

Par ailleurs, c'est cette même envie de me concentrer sur des productions numériques impliquant le plus d'éléments multimodaux possible qui me pousse à réduire mon champ d'études à des livres-applications s'adressant à un public de jeunes enfants, assez compétents à la lecture de l'écrit mais encore attachés à la lecture d'images, et à le restreindre encore au public d'âge primaire. Les productions numériques destinées à ce groupe d'âge (niveau primaire) me semblent en effet constituer un champ d'étude riche et passionnant à explorer.

Enfin, un troisième constat m'apparaît important : la façon particulière de s'adresser à des enfants peut avoir un impact sur la manière dont on pense ces livres-applications, sur le choix des structures professionnelles impliquées, sur les éléments de conception, sur les mécaniques de découvrabilité¹¹ des productions, etc. Il s'agit de la prise en compte des usages numériques des jeunes publics dans les choix de conception et d'ergonomie. En effet, comme le rappelle là encore Acerra (2021), les créateurs et créatrices ont toujours en tête la finalité de leurs productions pour la jeunesse :

Comme toute production pour la jeunesse, la création numérique se trouve confrontée au double devoir de séduire les jeunes et de convaincre les adultes prescripteurs qu'elle sera plaisante et formatrice (double visée des œuvres pour la jeunesse). Par cela, elle vient renouer la relation entre la culture, l'école et la pédagogie qui caractérise le livre pour la jeunesse. Diverses stratégies d'auto-légitimation sont mises en œuvre, allant du choix des contenus, au déploiement de fonctionnalités d'aide au décodage ou à la production de contenus ouvertement parascolaires. Ainsi, les éditeur.rice.s qui se

¹¹ Selon l'État des lieux sur les métadonnées relatives aux contenus culturels (Observatoire de la culture et des communications du Québec, 2017) : « [l]a découvrabilité est la capacité d'un contenu culturel de se laisser découvrir aisément par le consommateur qui le recherche et de se faire proposer au consommateur qui n'en connaissait pas l'existence ». (Observatoire de la culture et des communications du Québec, 2017)

lancent dans le numérique déclarent vouloir proposer un univers de la lecture numérique tout aussi riche et valide que celui analogique et aspirent à développer une culture numérique largement répandue (pour répondre aux besoins du marché éditorial, des institutions, des jeunes et des parents). Les producteurs et les diffuseurs partagent par ailleurs des préoccupations pour la qualité des contenus proposés et pour le développement cognitif, affectif, culturel et social de l'enfant. (Lab-yrinthe, 2021)

La nature multimodale intrinsèque aux livres-applications pour la jeunesse, le fait qu'elle soit pensée avec une attention particulièrement importante aux usages et aux contextes d'usage par les publics, ainsi que les besoins spécifiques des publics visés me semblent autant de raisons de penser les livres-applications pour la jeunesse comme un champ de recherche riche et pluriel. En effet, les livres-applications pour la jeunesse impliquent des créatrices et créateurs nombreux, aux relations imbriquées, composant avec des réalités et des considérations souvent très complexes. Ces relations sont au cœur de ma recherche.

Pour alléger la lecture, j'utiliserai parfois dans cette thèse le simple terme de livre-application pour désigner les livres-applications pour la jeunesse.

1.2.3 Les livres-applications natifs et les livres-applications remédiés

Les **livres-applications natifs** peuvent être définis comme des livres-applications conçus avec et pour un dispositif numérique et qui ne peuvent se lire qu'avec un dispositif numérique, sans lien avec un livre papier. Cette définition permet de faire un parallèle avec la notion de littérature **nativement numérique**, telle que donnée par Yaël Boulbil et Jacques Crinon en introduction du numéro des *Cahiers pédagogiques* consacré à la littérature et au numérique, qu'ils coordonnaient en mars 2016.

Cependant, il est possible d'aller plus loin. Dans leur introduction du premier numéro de la revue *Balisages*, intitulé « Les objets nativement numériques : transformations et enjeux documentaires? », Epron, Pinède et Tona rappellent certaines caractéristiques des productions natives numériques :

Derrière cette expression « nativement numériques », nous entendons ici toute chose concrète, fabriquée à l'aide des technologies numériques et perceptibles par nos sens (visuel, auditif, tactile). Camille Paloque-Bergès [2016] en propose, par exemple, la

typologie suivante : données numériques ; code informatique ; documents numériques ; artefacts matériels. Dans notre acception, nous nous focalisons sur les productions numériques non stabilisées, qui s'insèrent dans une logique de flux [Rifkin et St-Upéry, 2002] : données de la recherche, codes sources, simulations ou visualisations, données issues de réseaux sociaux, services de vidéo à la demande, données issues d'objets connectés, pages web, Wikipédia [Barbe et al., 2015], jeux vidéo, streaming musical, cartes et plans interactifs, œuvres de l'art numérique, etc. Cette liste est évidemment non limitative. (Epron, Pinède et Tona, 2020, p.1)

Le principe d'une définition des livres-applications natifs comme étant créés avec et pour les outils et les dispositifs numériques sans lien avec un livre papier me semble particulièrement pertinent. Il permet de les distinguer des livres-applications qui auraient été adaptés en tout ou partie de livres papier existants (textes seulement, textes et images, etc.). Toutefois, la restriction de la définition d'Epron, Pinède et Tona (2020) à des productions numériques non-stabilisées s'insérant dans une logique de flux, ou du moins la compréhension que j'en ai, pourrait moins convenir à des livres-applications natifs. En effet, si ceux-ci sont bien créés avec des outils numériques et pensés pour être utilisés avec des dispositifs numériques, leur non-stabilisation reste relativement limitée et s'insère non pas dans une logique de flux mais plutôt de correction et d'adaptation. Certes, les livres-applications natifs peuvent en tout temps être retravaillés, mis à jour (particulièrement pour les mettre à niveau au fil des mises à jour des plateformes de diffusion que sont, entre autres, Google Play et Apple Store); des contenus peuvent être ajoutés; des fonctionnalités peuvent être modifiées ou des problèmes, corrigés. Cependant, les livres-applications restent dans une forme relativement stable dans la très grande majorité des cas, ne serait-ce qu'à cause des coûts impliqués pour faire ces mises à jour.

Au regard de ces différents éléments, je caractériserais ainsi les livres-applications : des livres-applications créés avec des dispositifs numériques et pensés pour une diffusion numérique; ils peuvent être mis à jour et transformés suite à leur mise en ligne; enfin ils n'intègrent pas de gestes de remédiation.

Selon Bolter et Grusin (1999), qui ont formalisé ce concept, la **remédiation** est l'incorporation ou la trace d'un médium dans un autre médium. Dans le champ de ma recherche, il s'agit d'une production littéraire existante, généralement présentée initialement sous forme imprimée, remédiée par les nouveaux médias, pour arriver à un livre-application remédié. Certains livres-applications,

dont ceux pour lesquels j'observerai la production et la mise en marché (voir les chapitres V et VI de cette thèse), intègrent une importante composante de remédiation (réutilisation du texte, des visuels de la production initiale, notamment). Ils présentent également de nombreux contenus créatifs additionnels et, souvent, une modulation importante des contenus initiaux. Ils constituent donc des productions numériques nouvelles. Ils se rapprochent des livres-applications natifs en ce qu'ils sont, dans une très large mesure, créés avec le numérique pour être diffusés sur des dispositifs numériques, et pouvant être remaniés suite à leur mise en ligne. Seule l'intégration d'un geste de remédiation les distingue des livres-applications natifs. Vous trouverez au chapitre II de ce mémoire une plus longue présentation du concept de geste de remédiation.

Au cours de ma recherche, j'ai pu constater que les maisons d'édition envisagent plus facilement l'adaptation de productions littéraires existantes incluses, pour la plupart, dans leur catalogue ou tombées dans le domaine public, plutôt que d'envisager des livres-applications natifs. L'adaptation d'une production littéraire existante, ayant déjà trouvé son public, peut également être un atout lorsque vient le moment de chercher des soutiens financiers pour réaliser le projet. Les livres-applications tels que *Fonfon interactif* (2016), m'ayant servi de terrain de participation observante (vous trouverez les détails du projet au Chapitre IV) s'inscrivent directement dans cette perspective.

Il est cependant important de noter que les livres-applications remédiés impliquent généralement bien moins les autrices et auteurs dans la création, puisque le texte est très souvent utilisé dans son entièreté et sans modification majeure. Il en va de même pour les illustratrices et illustrateurs qui ne sont généralement amenés qu'à compléter le travail effectué dans le cadre de la création de la production première. Cette particularité sera donc prise en compte lors de l'interprétation de mes données (voir Chapitres V et VI).

1.3 Problématique

1.3.1 Justification de la recherche

Comme il a été rappelé dans le rapport de recherche *Soutien au développement de démarches d'édition numérique jeunesse au Québec à partir de pratiques favorables de production, diffusion et réception* (Lacelle *et al.*, 2021) :

Le XXI^e siècle a vu naître une nouvelle forme d'humanisme centré sur le numérique (Doueïhi, 2011; Ahr, 2015) issu du croisement entre la technologie et l'héritage culturel occidental. Cet humanisme engendre une nouvelle culture, soit une façon différente de voir le monde, basée sur les potentialités de l'informatique. La nouvelle culture en est une d'anthologie, de l'hybridation du réel et du virtuel, d'anciennes et de nouvelles pratiques (Bolter et Grusin, 1999; Doueïhi, 2011; Monjour, Vitali-Rosati et Treleani, 2017). (s. p.)

Le domaine de l'édition n'a pas été épargné par cette révolution. Il a ainsi connu de forts bouleversements, notamment provoqués par un changement de paradigme marqué dans les pratiques de lectures, désormais foncièrement multimodales (Lebrun, Lacelle et Boutin, 2012), et par un développement rapide des nouvelles technologies. Ainsi, nous évoluions précédemment dans un monde dont le mode principal de communication était le langage écrit, mais qui, aujourd'hui, est très fortement marqué par la communication multimodale (Jewitt, Bezemer et O'Halloran, 2016; Kress, 2010; Lebrun, Lacelle et Boutin, 2012). La multimodalité est caractérisée par la présence de différents modes visuels, linguistiques et sonores à l'intérieur d'un même document (Lebrun et Lacelle, 2012). Ainsi, dans une grande proportion des contenus échangés au quotidien s'ajoutent à l'écrit des représentations iconographiques (mode visuel), des gestes / mouvements (mode cinétique) et des sonorités (mode sonore). Télévision, cinéma, jeux vidéo, mais aussi plateformes en ligne, tous contiennent cette multitude de modes évoqués, exigeant des compétences multimodales en lecture et en production (Lebrun *et al.* 2012; Lacelle, Boutin, et Lebrun, 2017). Je présenterai plus longuement le concept de multimodalité au chapitre II de cette thèse.

Nos pratiques actuelles de lecture et de consommation des informations sont, elles aussi, multimodales dans une grande mesure, puisque nous naviguons constamment d'une forme médiatique à l'autre (vidéo, baladodiffusion, texte écrit, image, schéma, etc.) sur les différents

supports que nous utilisons, au gré de nos pérégrinations en ligne (Lacelle et Lieutier, 2014). Ce phénomène est, bien entendu, l'une des conséquences d'un développement important de l'accès aux supports et contenus numériques. L'être communicant connecté et équipé migre ainsi constamment entre un article ou une vidéo en ligne, un service musical d'écoute à la demande, des plateformes sociales, des contenus encyclopédiques, des recueils photographiques et autres. Le développement d'une offre de livres-applications pour la jeunesse suivrait ainsi le développement des modes de consommation médiatiques.

Par ailleurs, si l'accès aux nouvelles technologies a modifié en profondeur nos modes de réception de l'information, ce changement de paradigme est également lié à une plus grande facilité d'accès aux expertises et outils de production numériques. En effet, l'accessibilité économique des outils de production numérique permet aujourd'hui à toute personne équipée de simples appareils disponibles en grande distribution, de devenir à son tour créatrice de contenus, partageables à tous, et à un coût minime. Le développement des communautés en ligne a rendu le contenu mobile universel, rapidement partagé, reproduit, parodié ou adapté. Les technologies plus poussées, elles aussi, ont évolué, et il n'est pas rare aujourd'hui de rencontrer des projets, qu'ils soient artistiques, publicitaires, scientifiques ou autres, incluant des composantes de réalité augmentée, d'interactivité, d'immersion, de géolocalisation, pour beaucoup mettant l'utilisateur et l'utilisatrice au cœur du dispositif.

Les arts se sont rapidement emparés des possibles technologiques, et les exemples de production les intégrant ne manquent pas, qu'elles soient simples supports ou véritables ressorts de création. Les arts littéraires ne sont pas en reste : les opérations de numérisation de contenus littéraires se sont démultipliées. Depuis quelques années, la conception et la mise à disposition de contenus interactifs multimodaux sont de plus en plus fréquentes dans le domaine du livre, qui entame ainsi, aujourd'hui, une mutation irréversible (Bon, 2011; Benhamou, 2012).

Au Québec, il existe quelques exemples notables de livres-applications pour la jeunesse, tels que *Wuxia le renard* (2014), de Jonathan Bélisle, les productions de la maison d'édition Fonfon (*Fonfon interactif*, 2016 et *Le Club des créatures mystérieuses*, 2017), le projet *Tout garni* (2016) de la maison d'édition La Pastèque, ou encore les productions en réalité augmentée des Éditions Alaska (*Le coq qui avait perdu son cri*, 2016; *Le lapin qui ne se brossait pas les dents*, 2017; *Le caniche*

qui avait peur du coiffeur, 2017). Ces exemples relèvent cependant de l'exception puisqu'ils ont peu trouvé écho auprès des médias ou du grand public.

Alors même que les usages numériques à la fois de consommation et de production culturelle ont largement évolué, comment expliquer que les maisons d'édition québécoises ne se soient que si peu emparées des possibles du numérique dans leurs productions à destination des jeunes publics? Considérant à la fois ces éléments, cette manifeste contradiction entre la possible opportunité, créative comme commerciale, que pourrait constituer une exploration plus poussée de productions numériques éditoriales jeunesse, ainsi que l'apparent désintérêt des maisons d'édition pour cette exploration, il m'a semblé pertinent de prendre un temps pour identifier les enjeux rencontrés par les maisons d'édition québécoises en ce cadre. Cette identification des enjeux permettra d'expliquer et d'analyser les raisons pour lesquelles peu de ces maisons ont franchi le pas de la production et de la mise en marché¹² de livres-applications pour la jeunesse, et ce, malgré un fort développement des équipements et des moyens numériques, comme des usages.

Ma recherche pourrait permettre non seulement de contribuer à outiller les maisons d'édition jeunesse québécoises dans leur expérimentation des potentiels du numérique et en particulier des livres-applications jeunesse, à développer de meilleures mécaniques de soutien par les acteurs publics, mais aussi, ultimement, à contribuer au développement d'une offre québécoise riche, pertinente de contenus numériques pour les jeunes publics.

Alors que l'environnement médiatique dans lequel nous évoluons est de plus en plus complexe et multimodal, il semble aujourd'hui en effet essentiel d'outiller les enfants pour les aider à décoder et à produire de tels messages et devenir des adultes et des citoyens éclairés, critiques, capables de s'informer adéquatement et de créer à leur tour. Comme l'énonce l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) dans son rapport *Connectés pour apprendre* de 2015, « si les élèves ne sont pas capables de naviguer dans un environnement numérique complexe, ils ne

¹² Il est important de noter ici que je rassemblerai sous le terme générique de « mise en marché » les notions de distribution, de diffusion et de découvrabilité décrites plus loin.

pourront plus participer pleinement à la vie économique, sociale et culturelle du monde qui les entoure » (OCDE, 2015, p. 1). Le développement d'une offre québécoise riche et pertinente répondrait du même coup à l'objectif de développer les compétences numériques des citoyens inscrit au sein de la Stratégie numérique du Québec, dévoilée le 13 décembre 2017 (Ministère de l'Économie, de la Science et de l'Innovation, 2017).

1.3.2 Question de recherche

Forte de l'ensemble de ces réflexions et de ces considérations préalables, dans un contexte où les productions numériques pour la jeunesse se multiplient, il me semble pertinent de prendre un temps d'identification, d'explication et d'analyse des enjeux de production rencontrés par les maisons d'édition québécoises souhaitant produire des livres-applications pour la jeunesse afin de dégager des pistes de solution pour mieux les y accompagner.

La problématique de ma recherche s'articule donc autour de la question suivante : quels sont les enjeux que rencontrent les maisons d'édition souhaitant produire des livres-applications pour la jeunesse au Québec, et ce, de l'idéation à la mise en marché?

1.3.3 Objectifs et étapes de la recherche

Ma recherche poursuit plusieurs objectifs : 1) identifier et expliquer les enjeux rencontrés par les maisons d'édition souhaitant franchir le pas de la production d'un livre-application pour la jeunesse; 2) comprendre les pratiques et les rôles impliqués au sein de la production québécoise de livres-applications pour la jeunesse; et enfin, 3) comme objectif final, dégager des pistes de solutions répondant aux enjeux identifiés afin de mieux accompagner les maisons d'édition québécoises souhaitant franchir le pas de la production de livres-applications pour la jeunesse. Ces objectifs peuvent être rassemblés sous la bannière d'un objectif principal, soit d'identifier, expliquer et analyser les enjeux rencontrés par les maisons d'édition québécoises souhaitant franchir le pas de la production de livres-applications pour la jeunesse, et ce, de l'idéation à la mise en marché, afin de proposer des pistes de solution pertinentes pour mieux les y accompagner.

Afin d'atteindre ces objectifs, j'ai procédé en plusieurs étapes : la participation observante d'une production de livres-applications pour la jeunesse (frôlant l'auto-ethnographie tant ma participation

à la production a été importante), la réalisation d'entretiens avec des professionnels et professionnelles des secteurs du livre, du numérique et de la recherche, ainsi que l'examen de documents et d'artéfacts produits par les équipes impliquées dans le cadre de la production ayant servi de terrain à ma participation observante. Ces étapes seront détaillées dans le chapitre III.

Ce premier chapitre visait à présenter le contexte, l'objet et la problématique de ma thèse. Ainsi, j'ai pu y rappeler qu'au regard du développement des taux d'équipement en dispositifs technologiques et des usages numériques des publics, et notamment des jeunes publics, l'offre numérique destinée aux enfants était depuis quelques années en forte croissance. J'ai également pu baliser mon objet de recherche, soit les livres-applications pour la jeunesse québécois remédiés, et souligner que peu de maisons d'édition québécoises avaient franchi le pas de se lancer dans de telles productions. Forte de ces constats, j'ai ainsi pu poser ma problématique, s'intéressant aux raisons qui pouvaient expliquer le peu de productions québécoises en livres-applications jeunesse et identifier des éléments pouvant soutenir les maisons d'édition québécoises dans leurs explorations numériques.

CHAPITRE 2

ASSISES CONCEPTUELLES

Ce chapitre vise à présenter les différentes assises conceptuelles balisant ma recherche, soit les notions de livre et de lectrice ou lecteur, de multimodalité et d'hybridité, de geste de remédiation, de découvrabilité, de passeuse ou passeur culturel et de culture numérique. Ces concepts sont fondamentaux dans ma recherche et ont servi de cadre pendant toute la durée de celle-ci.

2.1 Le livre et la lectrice ou le lecteur

Dans le cadre de ma recherche, les notions de livre et de lectrice ou de lecteur sont fondamentales. Elles permettent de définir et de contextualiser mon domaine de recherche, le livre-application, dans un historique de création et d'évolution des supports, mais aussi, par voie de conséquence, des lectrices et lecteurs, et de leurs modes de lecture. Cette contextualisation permet, d'une part, de comprendre quels sont les arrimages, les créations et les besoins qui ont mené au développement de ce domaine, mais aussi d'identifier les éléments qui caractérisent un livre, ainsi qu'une production littéraire, notamment en termes de codes et de modes sémiotiques.

Selon une définition accessible à un large public, le livre peut être défini comme « un assemblage (broché ou relié) d'un nombre assez grand de pages, à l'exclusion des périodiques (*Larousse*, 2022). Le mot livre provient du latin *liber* (*Dictionnaire du moyen français*, 2021), qui, dans sa première acception, désigne la fine pellicule entre l'arbre et l'écorce, rapidement utilisée comme support d'écriture. En chinois, l'idéogramme du livre est d'ailleurs à l'image de tablettes de bambou. Au regard de son étymologie, le livre est ainsi intrinsèquement défini par un support, dont la matérialité première est aujourd'hui disputée par les nouvelles technologies. Cependant, il échappe aussi à son support en s'ouvrant à l'imaginaire du lecteur et de la lectrice et en invitant à l'évasion. Au-delà du papier ou de l'écran tactile, définissant de manière fort réductrice l'objet livre, le livre est aussi, pour une lectrice ou un lecteur expérimenté ou non, une porte vers le rêve, la découverte, la réflexion et le plaisir.

Par ailleurs, Pelachaud (2011) propose de ramener le livre à la page comme un autre support dont la compilation le constitue :

La page est à l'origine du livre, apparue à travers les feuillets de papyrus collés les uns aux autres, des rouleaux égyptiens ou grecs, puis dans les codex des parchemins sous forme de rectangles pliés, pour arriver à la page de l'écran impalpable, dont la matérialité s'efface. (Pelachaud, 2011, p. 26)

Il importe de noter que le mouvement même de la page reste une constante, à la fois au temps des rouleaux qu'à celui, bien plus récent, de la page numérique, mais qu'il est devenu, au fil du temps, un code d'identification du livre. On peut se demander si, finalement, le livre dématérialisé n'a pas juste migré sur un autre support toujours aussi matériel, soit les tablettes ou ordinateurs.

Quant à la notion de **lectrice ou de lecteur**, elle est elle-même particulièrement importante dans ma recherche en ce qu'elle peut influencer la production des livres-applications. Cette notion provient du latin *lector*, « celui qui lit ». Le fait de lire est, pour sa part, en latin, désigné par le verbe *legere* (Dictionnaire du moyen français, 2021), soit le fait de recueillir par les yeux, lire ou encore expliquer. La lectrice ou le lecteur désigne à la fois une personne qui s'adonne à l'occupation de la lecture et à la réception d'un récit. Il est d'ailleurs intéressant de noter que ce sont les différentes pratiques de lecture qui ont fait l'objet d'analyses au fil du temps. Ainsi, pour Chartier (1985), la lecture est définie parfois comme une pratique culturelle, mais également comme une production de sens. Quant à Troger (1999), il énonce que la lecture est aujourd'hui en train de se diversifier. Nous pourrions ici dissenter longtemps sur les différents genres de lecture et, par voie de conséquence, de types de lecteurs, mais je me concentrerai plus particulièrement dans ma recherche sur la notion de lectrice ou de lecteur modélisé. La lectrice ou lecteur modélisé est celle ou celui qu'envisage l'autrice ou l'auteur lors de la création de sa production littéraire. Selon Jouve (1992), « le texte, objet de communication, ne se conçoit pas sans destinataire implicite » (p. 107), à qui s'adressent les « effets de lecture programmés par le texte » (p. 109). La lectrice ou le lecteur modélisé s'inscrit en comparaison à la lectrice ou au lecteur réel, celle ou celui qui est effectivement en train de procéder à un acte de lecture. Tel que l'énonce Sève (2008), si « le texte programme une lecture, il modélise son destinataire » (par. 18). L'acte de lecture est alors « une négociation entre les lecteurs empiriques [...] et le lecteur modélisé par le texte » (par. 21).

On peut se demander comment les intervenantes et intervenants impliqués dans la production d'un livre-application pour la jeunesse envisagent la lectrice ou le lecteur au sein de leur travail, en particulier quant à l'impact qui lui est désormais possible d'avoir grâce aux fonctionnalités d'interactivité offerte par le numérique. Comment cette lectrice ou ce lecteur modélisé par les créatrices et créateurs vient-il ou vient-elle s'insérer dans cette réflexion? Cette question fait partie des éléments réflexifs qui sous-tendent ma recherche.

2.2 La multimodalité et l'hybridité

Les livres-applications dont j'étudie la création sont par essence multimodales : elles réunissent différents médias dans une seule et même création, afin de construire un tout cohérent et producteur de sens. La notion de multimodalité, envisagée à la fois comme processus et comme résultat, est donc centrale dans ma recherche.

Le terme **multimodalité** est composé de la notion de mode et de multiple. Mode est un dérivé du latin *modus*, désignant la mesure, la manière, le procédé, la forme. Le mot mode a pour racine l'indo-européen *med*, recouvrant notamment la notion de mesure, de manière. Le préfixe multi, quant à lui, vient du latin *multus*, et désigne la diversité et le nombre important. La multimodalité est ainsi une diversité et une multiplication des manières, des procédés et des formes.

Kress et Van Leeuwen (2001) définissent la multimodalité comme l'usage, en contexte réel de communication médiatique, de plus d'un mode sémiotique pour concevoir un objet ou un événement sémiotique. Selon Lebrun, Boutin et Lacelle (2014), « le mode sémiotique est alors toute ressource – sémiotique – utilisée afin de représenter le sens, par exemple l'image, l'écriture, le son, la gestuelle, le regard, voire la parole, etc. » (p. 3). Il s'agit d'une notion que l'on peut retrouver chez Jewitt, dans son ouvrage conjoint avec Kress, *Multimodal Literacy* (2003). Buckingham (2000), quant à lui, énonce que c'est l'ensemble des possibilités techniques de communication médiatique (langue écrite, images fixes et mobiles, musique, sonorités, parole) qui constitue la multimodalité.

Par ailleurs, par son étymologie (en latin, *hybrida* signifie « sang mêlé »), le terme **hybridité** évoque une fécondation qui ne suit pas les lois naturelles : c'est le fait de croiser deux espèces ou

deux genres différents, pour provoquer la naissance de spécimens réunissant, à un degré plus ou moins marqué, des caractères spécifiques des deux parents. Dans le domaine des arts, elle « permet d'expérimenter de nouvelles relations entre processus de transformation, formes composées et figures résultantes, ainsi que fonctions » (Richard *et al.*, 2015, par. 4). Sa première composante est l'hybridation. Molinet (2006) détaille les éléments qui, selon lui, caractérisent l'hybridation en esthétique :

En esthétique, l'hybridation caractérise des phénomènes de contacts culturels ne conduisant pas à une assimilation ou à une intégration totale. L'œuvre d'art hybride laisse alors transparaître – par sa technique, ses matériaux, ses formes, ses catégories esthétiques – une fusion inachevée ou imparfaite de cultures distinctes. Si l'hybridation est actuellement un terme couramment utilisé dans le langage de l'art, il l'est avant tout pour caractériser l'implication des nouvelles technologies et particulièrement des images de synthèse, ainsi que du numérique. (Molinet, 2006, par. 4)

Couchot (1991) définit ce phénomène comme « un nouvel ordre visuel, qui ne définit plus le réel, mais le simule mettant un terme à un système de figuration perdurant depuis plus de cinq siècles [...], l'image numérique substituant au monde réel un monde virtuel » (cité par Molinet, 2006, par. 4). Molinet dit ainsi qu'« un autre aspect de la technologie numérique est qu'elle favorise l'apparition "d'une esthétique de l'hybridation" » (par. 4).

C'est ainsi la « combinatoire des stratégies de production [qui] donne naissance à des médias hybrides : installation interactive, application vidéoludique, narration augmentée, etc. » (Richard *et al.*, 2015, par. 1). Richard *et al.* (2015) précisent ainsi les différentes notions qui peuvent permettre de décrire les transformations apportées :

Plusieurs notions apparentées permettent de décrire ces transformations : croisement, mélange, métissage (Berthet, 1999); amalgame, entrelacement, brouillage (Rancière, 2000); montage, mutation, fusion, transgression (Molinet, 2006); collage, mixage, inclusion, incrustation, permutation (Couchot, 2013); bricolage (Lévi-Strauss, 1962; Odin et Thuderoz, 2010); appropriation, braconnage, détournement (de Certeau, 1990); bisociation (Koestler, 1965); échantillonnage, prolongement, morcellement (Richard, 2006). (Richard *et al.*, par. 5).

L'hybridation est ainsi particulièrement caractéristique des livres-applications : fusion des genres et des modes, croisement des processus, les livres-applications sont dans leur nature même hybrides. Cette forme hybride est une résultante du processus d'hybridation (Richard *et al.*, 2015).

Ils constituent une évolution transmédiate de la littérature dite classique, tout en empruntant les caractéristiques intrinsèques à chacun des médiums qu'ils explorent. Sans les faire disparaître, ils les fusionnent et les retravaillent, pour en faire émerger une forme nouvelle (Molinet, 2006). La notion d'hybridité, dans une acception large, mais aussi en ce qu'elle évoque et inclut souvent les nouvelles technologies et leurs impacts, semble ainsi l'un des piliers de mon domaine de recherche.

Tel que j'ai pu le traiter dans le cadre d'un article co-écrit avec Nathalie Lacelle en 2014 à propos de l'hybridité dans le cadre numérique :

Il est intéressant de noter que le contenu numérique, selon de nombreux auteurs tels que Douehi ou Gervais (2009), est, par sa nature même, hybride. Ainsi, même si le contenu du texte, son genre, ses caractéristiques linguistiques restent les mêmes, à peu de choses près, que dans les formes traditionnelles, l'hybridité intrinsèque des nouvelles formes vient libérer la littérature des conventions génériques, et permet l'explosion des modes de création et de réception. Selon Gervais, Van der Klei, Paquet, Mackrous, Dubé, Langlois-Béliveau et Gaudette (2009), le numérique devient le « lieu de l'aventure » dont « on ne peut anticiper ni la forme ni la limite, qui n'a pas d'espace ou de détermination autre qu'électronique » (p. 57). Grâce à l'hypertexte, le document, plus qu'un texte, devient un mélange interactif d'écrits, d'images, de sons, de graphiques et autres. Le texte s'augmente et se transforme par l'intervention du médium numérique. Il devient multi-texte, les illustrations et autres modes accompagnant le texte se fusionnant à la trame écrite, au lieu de s'y superposer comme dans la littérature traditionnelle. (Lacelle et Lieutier, 2014)

2.3 Le geste de remédiation

Dans le cadre de ma recherche, le geste de remédiation m'intéresse tout particulièrement, en ce qu'il a trait aux pratiques individuelles et collaboratives impliquées dans le passage de l'imprimé au livre-application. Tel qu'énoncé dans le chapitre I, le concept de remédiation et ses composantes ont été formalisés par les auteurs Bolter et Grusin dans leur ouvrage fondateur *Understanding New Media* de 1999. Pour reprendre les termes de Klucinkas (2003) qui rappelle les éléments clés de la notion de remédiation :

L'idée de remédiation [exposée par Bolter et Grusin] est dérivée d'une thèse de Marshall McLuhan voulant que chaque nouveau média se déploie en imitant les formes du médium auquel il succède ; le CD par exemple adopte la forme du disque vinyle ! Bolter et Grusin ont vu dans cette relation intermédiaire une logique évolutive des médias. Le concept de remédiation souligne d'abord une répétition, la trace d'un ancien médium dans un nouveau. Outre cette répétition, deux phénomènes caractérisent ce

concept, la proximité au réel et la transparence. En produisant une nouvelle représentation du monde, chaque nouveau média prétend offrir un accès plus direct au réel – la technologie de la couleur produit une image plus réelle que l’image noir et blanc. L’évolution d’un média est aussi caractérisée par l’effacement de son dispositif. (Klucinskas, 2003, par. 3)

Les livres-applications peuvent parfois être, au regard de la définition du concept développé par Bolter et Grusin (1999), des productions de remédiation de la littérature dite classique telle qu’on peut l’entendre usuellement comme étant des productions littéraires présentées sur des supports papier.

La première question à laquelle il est nécessaire de s’atteler est celle de la nature du geste de remédiation ici à l’œuvre. Si *a priori* la réponse semble évidente, soit que ce geste consiste en une appropriation et une transformation du médium littéraire par les nouveaux médias, il semble cependant pertinent de s’attarder sur la nature de ces nouveaux médias. En effet, il apparaît depuis plusieurs années qu’au sein même de cette catégorique médiatique, il est possible d’isoler différents mécanismes, et, peut-être, de voir à l’œuvre des gestes de remédiation différents au sein même du champ large des nouveaux médias. Ainsi, la littérature virtuelle, telle que définie plus tôt, a longtemps consisté en une remédiation du médium littéraire par les outils premiers du numérique (si l’on peut les appeler ainsi!), soit, entre autres, l’ordinateur.

Cependant, de nombreux exemples actuels de littérature numérique, et notamment les livres-applications, mettent à l’œuvre un médium numérique plus poussé (mobile, réalité augmentée, etc.). Les livres-applications offrent ainsi des potentiels en lien avec le toucher de l’utilisateur, voire son souffle ou le son de sa voix, et même, parfois, des dispositifs de réalité augmentée et autres types d’interactions.

Bien d’autres exemples pourraient être cités pour proposer l’hypothèse qu’une nouvelle catégorie de technologies ou de nouveaux médias semble se dessiner, impactant largement les processus créatifs. Cette nouvelle catégorie se différencierait du média numérique « classique » en ce qu’elle intègre des dimensions interactives, participatives, tactiles, mobiles, ou encore des liens avec l’environnement réel des lecteurs et lectrices, soit via de la réalité augmentée ou la géolocalisation.

Cette hypothèse d'une nouvelle voie au sein des nouveaux médias, si elle venait éventuellement à décomposer le geste de remédiation au sein des livres-applications, ne changerait pourtant pas le fond de ce geste de remédiation, soit la réappropriation de composantes de la littérature par les nouvelles technologies.

Il est intéressant de noter que, bien au-delà de la simple numérisation des contenus, le geste de remédiation peut aller plus loin. De la même manière que Bolter et Grusin (1999) évoquent, dans leur ouvrage fondateur, l'exemple du film d'animation *Toy Story* (1995) en ce qu'il se réapproprie des codes du film de cinéma classique, nous pourrions ici remarquer que de nombreux essais de livres-applications s'attèlent à retrouver les codes classiques du livre, en tant qu'objet et en tant que production. Ainsi, dans ses outils de base de création, la plateforme de production d'Apple, *iBook Author*¹³, offre la possibilité de tourner les pages, d'annoter les livres en ligne, mais aussi de surligner ou de marquer sa page. Les bandes dessinées interactives de la plateforme *Madefire*¹⁴ (2012) respectent le principe de cases, et même si l'on peut s'attarder sur certaines d'entre elles en zoomant dans l'image pour en découvrir les détails, le rythme de lecture impulsé par le découpage de chaque page reste le même que dans une bande dessinée classique.

Toutefois, si la plupart des créatrices et créateurs ont souhaité garder ces codes classiques du livre, il y a tout de même de nombreux exemples d'explosion des formes littéraires. À ce titre, nous pourrions citer des productions telles que *Old's Man Journey* (Broken Rules, 2017), un jeu narratif linéaire dans lequel le lecteur évolue en redessinant le relief des décors en temps réel, seule interaction permettant d'avancer dans l'histoire, ou encore *Phallaina* (Ren, 2016), bande-dessinée à faire défiler sur sa tablette par un simple mouvement de doigt, comme un papyrus à dérouler.

Il est donc fascinant de constater *in situ* la réalité et la matérialité des théories de Bolter et Grusin (1999) concernant la quasi-impossibilité de créer une véritable forme nouvelle qui se détacherait de tout code artistique, et de voir à quel point les nouveaux médias ne peuvent que transcender,

¹³ www.apple.com/ca/fr/ibooks-author/

¹⁴ www.madefire.com

retransformer et s'approprier ce qui les a précédés. Il est d'ailleurs possible de faire un pont avec les théories intermédiales en citant Müller (1994) : « [s]i nous entendons par intermédialité qu'il y a des relations médiatiques variables entre les médias [...] cela implique que la conception de "monades" ou de sortes de médias isolés est irrecevable. » (Müller, 1994, p. 211)

Par ailleurs, afin d'embrasser le concept de geste de remédiation tel que décrit par Bolter et Grusin (1999), il est nécessaire de s'interroger également sur les conséquences du geste, soit dans la sphère des socialités impliquées par les livres-applications. Les auteurs rappellent en effet que la remédiation matérielle ne peut pas vraiment être distinguée de la remédiation sociale, et ce, que l'on s'intéresse aux praticiens et praticiennes ou, bien plus encore, aux publics. Dans le cadre des livres-applications qui l'intègrent, le geste de remédiation provoque un bouleversement des socialités, tel qu'on peut par ailleurs le constater dans d'autres types de remédiation par les nouveaux médias. Ainsi, il est possible de retrouver, dans le domaine du cinéma, le même phénomène abordé par Bolter et Grusin lorsqu'ils parlent du souhait des acteurs et actrices de cinéma d'obtenir le même statut social que les acteurs et actrices de théâtre, ou que celui des réalisatrices et réalisateurs d'être considérés comme autrices et auteurs de leurs films. De la même façon, dans le domaine des livres-applications, nous pouvons constater, depuis quelques années, un véritable mouvement de défense du statut des autrices et auteurs pratiquant de nouvelles formes narratives en lien avec les technologies. Selon le *Manifeste pour les nouvelles écritures*, signé par neuf productrices, producteurs, créatrices et créateurs québécois en 2013, « la création interactive n'est pas une déclinaison d'une autre forme d'expression. Elle est une forme artistique en soi. Il faut nommer la pratique et l'appuyer par une démarche qui lui est propre. » (Cozzolino *et al.*, 2013, par. 3) Les créatrices et créateurs numériques sont ainsi aujourd'hui lancés dans une démarche de légitimation de leur travail, qu'elles et ils ne veulent pas voir rangé dans une sous-catégorie, un parent pauvre de formes artistiques mieux connues ou documentées. Il s'agit ici d'une démarche dont les impacts sont pluriels : une reconnaissance sociale, certes, du statut d'artiste, mais aussi économique, puisqu'en dépend notamment, l'accès à des fonds publics pour permettre la création de contenus ou le développement de nouvelles formes.

Par ailleurs, tel que dit précédemment, selon Bolter et Grusin (1999), le geste de remédiation a pour conséquence, parmi d'autres, une modification des socialités. Les productions littéraires numériques, et parmi elles les livres-applications, s'inscrivent dans un mouvement mondial de

modification des socialités par les nouvelles technologies. Bien entendu, l'insertion de composantes participatives au sein même de certaines productions vient créer des espaces de dialogue et de partage des savoirs nouveaux. Certaines productions proposent ainsi non seulement de donner son avis et de partager son opinion sur ses propres réseaux, mais aussi de participer à l'agrégation d'un savoir commun sur des thématiques. Ces productions se font alors génératrices de communautés intéressées à des sujets communs, et ce, dans une recherche de dialogue. D'autres, poussant plus loin le lien avec les lectrices et lecteurs, permettent, par la géolocalisation, de se connecter avec des lectrices et lecteurs proches de nous, au sein même de l'histoire. D'autres encore offrent la possibilité de créer de manière participative des histoires communes dont le fil narratif devient alors le produit des lecteurs et lectrices. Cette notion de lectorat/autorat permise par les potentiels de l'interactivité vient donc complètement bouleverser les composantes du livre classique, de manière bien plus poussée que pouvaient l'être les livres dont vous êtes le héros, par exemple.

2.4 La découvrabilité

Le concept de découvrabilité étant central dans ma recherche, il semble important en premier lieu de définir ce terme qui, même s'il est de plus en plus en vogue aujourd'hui, conserve des contours flous. Selon l'État des lieux sur les métadonnées relatives aux contenus culturels (Observatoire de la culture et des communications du Québec, 2017), la découvrabilité pourrait être définie comme tel : « la capacité d'un contenu culturel de se laisser découvrir aisément par le consommateur qui le recherche et de se faire proposer au consommateur qui n'en connaissait pas l'existence » (p. 23).

Plus récemment, le ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCC) et le Ministère de la culture de France (MCF), dans un rapport conjoint intitulé « Mission franco-québécoise sur la découvrabilité en ligne des contenus culturels francophones » (2020), a apporté la définition suivante de la découvrabilité en ligne :

La découvrabilité d'un contenu dans l'univers numérique se réfère à sa disponibilité en ligne et à sa capacité à être repéré parmi un vaste ensemble d'autres contenus, notamment par une personne qui n'en faisait pas précisément la recherche. (MCC et MCF, 2020, s. p.)

Aujourd'hui, peu de recherches et d'indicateurs existent en ce qui concerne la découvrabilité des contenus québécois. Ainsi, le laboratoire de recherche québécois LATICCE (Laboratoire de

recherche sur la découvrabilité et les transformations des industries culturelles à l'ère du commerce électronique), créé en mars 2018 au sein de l'Université du Québec à Montréal, relève un morcèlement des connaissances à ce sujet :

Les transformations que provoquent la numérisation des pratiques et des objets culturels ont jusqu'ici été peu étudiées. La numérisation bouleverse profondément l'offre culturelle, les méthodes de travail de ce secteur, les pratiques de fréquentation et de consommation. Par ailleurs, les connaissances sur le sujet sont morcelées et fondées sur des outils statistiques dépassés. Il importe de développer de nouvelles connaissances qui reposent sur des bases méthodologiques, et moins sur des constats intuitifs, et de jeter un regard critique qui sera susceptible de révéler en quoi consiste la découvrabilité à l'ère du numérique tout autant que les barrières qui la restreignent. (Roux, 2018, s. p.)

D'ailleurs, le LATTICE, dont le démarrage a été rendu possible grâce au Programme de recherche sur la culture et le numérique du Fonds de recherche du Québec – Société et Culture (FRQSC), travaille au développement de mesures du niveau de découvrabilité pour les contenus culturels québécois, « afin d'évaluer l'efficacité des efforts d'accroissement de celle-ci, engagés par les pouvoirs publics, les acteurs de terrain et les producteurs de contenus » (LATTICE, 2018).

2.5 La passeuse ou passeur culturel

Au cours de ma recherche, j'ai pu constater l'existence, au sein des équipes de production et de mise en marché de livres-applications pour la jeunesse, de professionnelles et professionnels étant en mesure de traduire et de transmettre les informations, tout en facilitant la communication entre les différentes expertises convoquées. Ces professionnelles et professionnels sont bien souvent essentiels à la réussite de la production et de la mise en marché d'un livre-application pour la jeunesse. Je les ai nommés des **passeuses ou passeurs numériques**, en référence à la notion bien connue de **passeuses et passeurs culturels**. Je reviendrai sur le rôle des passeuses et passeurs numériques dans le chapitre V de cette thèse, mais il me semblait essentiel de détailler ici, avant tout, la source de cette notion.

La passeuse ou le passeur culturel est généralement associé à la figure de l'enseignante ou de l'enseignant, qui, depuis plusieurs années au Québec, assume bien souvent cette fonction de médiation culturelle et de transmission des savoirs, offrant des réflexes et des clés de

compréhension culturels à leurs élèves. Nadeau (2021), qui a consacré sa thèse doctorale à la figure de l'enseignante passeuse et de l'enseignant passeur culturel, rappelle que ce concept théorisé par le pédagogue français Jean-Michel Zakhartchouk (1999, 2006) est affermi dans les diverses versions du *Programme de formation de l'école québécoise* (PFEQ) (Gouvernement du Québec, 2001a, 2003b, 2007a). Elle explicite aussi le rôle de la pédagogie pour la médiation culturelle :

Simard (2002) affirme que c'est par la pédagogie que l'enseignant arrive à jouer le rôle de passeur, « par cet effort pour adapter la culture aux besoins et aux capacités des élèves et cet effort pour amener les élèves à faire face aux exigences de la culture » (p. 6). Cette réflexion est cohérente avec celle de Zakhartchouk (2006) : « Être un passeur culturel ne s'improvise pas. Il ne suffit pas d'être soi-même cultivé, amoureux de culture, ni de compter sur son charisme ou sa bonne volonté » (p. 201). Il faut donc user de pédagogie, en plus d'adopter les bonnes attitudes : ouverture, respect, écoute, accueil, curiosité. L'enseignant passeur culturel transmet que ce qui est appris à l'école est rattaché à des repères significatifs, ici et ailleurs, passés ou à venir. Il doit savoir saisir l'occasion, offrir des « échappées de lumière » (Inchauspé, 2007, p. 75). (Nadeau, 2021, p. 6)

Nadeau précise que l'enseignante ou l'enseignant, comme passeuse ou passeur culturel, « favorise le dialogue dans sa classe et entretient un lien dynamique avec la culture dans toutes ses dimensions », ajoutant qu'il ou elle permet « ainsi aux élèves de faire des découvertes, de développer un regard critique et de faire des apprentissages significatifs, puisque culturellement ancrés » (p. 134)¹⁵.

Ces caractéristiques de la passeuse ou du passeur culturel se retrouvent, tel que détaillé dans le chapitre V de cette thèse, dans les fonctions de passeuse ou de passeur numérique.

¹⁵ Il est cependant important de noter que dans son « *Référentiel de compétences professionnelles : Profession enseignante* » publié en 2020, qui se présente comme un guide de formation des enseignantes et enseignants du Québec, le ministère de l'Éducation du Québec utilise le terme plus large de médiatrice ou médiateur d'éléments de culture, et y appose la définition suivante : « désigne l'enseignante ou l'enseignant qui assume pleinement son rôle d'interprète, de critique et de passeur de culture » (ministère de l'Éducation du Québec, 2020).

2.6 La culture numérique

Ma recherche est ancrée dans le numérique et en particulier dans la production et la mise en marché du numérique. La notion de culture numérique est donc centrale à mon travail. Il importe ainsi en ce cadre de d'abord définir ce qu'est la **culture numérique**, et de la mettre en contexte dans son acception plus large, soit l'humanisme numérique. Comme le rappelle l'auteur Cavalleri dans une note de lecture en ligne portant sur l'ouvrage *Culture numérique* (Cardon, 2019), l'humanisme numérique est une notion complexe :

L'humanisme numérique est l'affirmation que la technique actuelle, dans sa dimension globale, est une culture, dans le sens où elle met en place un nouveau contexte, à l'échelle mondiale, et parce que le numérique, malgré une forte composante technique qu'il faut toujours interroger et sans cesse surveiller (car elle est l'agent d'une volonté économique), est devenu une civilisation qui se distingue pour la manière dont elle modifie nos regards sur les objets, les relations et les valeurs, et qui se caractérise par les nouvelles perspectives qu'elle introduit dans le champ de l'activité humaine. (Cavalleri, 2019, s. p.)

Cavalleri (2019) poursuit par une définition novatrice du terme de « culture » et par son articulation avec le numérique :

La « culture » est un ensemble varié et cohérent, on pourrait dire un système, de pratiques et de visions du monde, de valeurs et de savoirs, de méthodes et de comportements, de façons de penser et de communiquer, de protocoles et de normes, d'instruments de la connaissance et les connaissances mêmes qui en découlent. Si ce système, dont la dimension constitutive est sociale, est articulé, agencé et régi par une technologie aussi diffusée et omniprésente que la technologie numérique, alors la culture numérique peut être conçue comme la culture à l'époque du numérique. C'est-à-dire la culture propre à notre société contemporaine, car – renversant le concept avec une apparente lapalissade – à l'époque du numérique, la culture ne peut pas ne pas être numérique, parce que la sociabilité qui l'anime et la constitue en tant que produit collectif, elle, est créée et façonnée par « le » numérique. (Cavalleri, 2019, s. p.)

Par ailleurs, selon Lehmann (2020), le numérique est un élément profondément transformateur de nos sociétés :

L'élément le plus important dans une transformation numérique ne relève pas de la technologie : il relève de la pensée. Une transformation numérique visant à reproduire d'anciens comportements en intégrant de nouvelles technologies est irrémédiablement vouée à l'échec. Michel Serres considère que le numérique est une transformation

sociétale aussi considérable que l'arrivée de l'écriture ou de l'imprimerie. Le numérique a profondément bouleversé l'ensemble de nos sociétés, nos façons de communiquer, notre accès aux connaissances, nos cultures. Il est ainsi impératif de prendre acte de ces changements et d'adapter notre pensée en conséquence. (Lehmann 2020, s. p.)

Lehmann ajoute que « [l]es valeurs que la Silicon Valley a imposées dans le monde du travail contemporain peuvent être regroupées en trois grandes catégories : la créativité, la collaboration¹⁶ et l'itération » (Lehmann, 2020, s. p.). Ces trois caractéristiques se retrouvent sans conteste au cœur des productions numériques, *a fortiori* dans le cadre de productions qui nécessitent une grande diversité d'intervenantes et d'intervenants, tel que c'est le cas lors de la production de livres-applications pour la jeunesse impliquant des professionnelles et professionnels issus des secteurs du livre, du numérique et de la recherche.

J'ai pu rappeler au sein de ce chapitre les différents concepts qui balisent ma recherche et m'ont permis de faire le tri dans mes observations et analyses, soit les notions de livre et de lectrice ou lecteur, d'hybridité et de multimodalité, du geste de remédiation, de découvrabilité, de passeuse ou de passeur culturel et de culture numérique. Bien sûr, ces concepts évoluent rapidement, au même rythme que l'évolution des technologies et des expérimentations créatives des maisons d'édition, des studios de production numérique et des artistes. En quelques mois, le domaine de la création numérique fait des bonds de géant et il y a fort à parier que ce qui est vrai aujourd'hui, en août 2022, ne le sera peut-être plus à la fin de l'année, et *a fortiori* dans trois à cinq ans. Il est donc important de souligner que ma recherche s'ancre dans la réalité des années 2017 - 2022. Cependant,

¹⁶ Dans le cadre de ma thèse, j'utiliserai les termes de créativité et de collaboration tels que définis par Lehmann (2020). Cependant, j'aurais aussi pu utiliser le terme de cocréation, largement utilisé dans les pratiques. Selon Fortin et Louesdon (2020), ce terme désigne une « pratique collaborative de développement d'une initiative », mettant « l'accent sur l'exploration et l'interdisciplinarité », impliquant de « nouvelles relations entre une diversité de personnes » et « utilisant un processus créatif pour générer des résultats significatifs ». Elle se situe donc aux confins de la création et de la collaboration.

ces concepts représentent des ancrages de recherche solides me permettant de développer des analyses qui, je l'espère, sauront être pertinentes dans les prochaines années.

CHAPITRE 3

MÉTHODOLOGIE

Dans ce chapitre, je présenterai ma posture épistémologique, mon approche méthodologique, les méthodes utilisées pour mener à bien ma recherche ainsi que les considérations éthiques. Je détaillerai en particulier les trois méthodes utilisées dans ma recherche, soit la participation observante de la production et de la mise en marché de livres-applications pour la jeunesse, la réalisation d'entretiens avec des professionnelles et professionnels des secteurs du livre, du numérique et de la recherche et enfin l'examen de documents et artéfacts issus de la production et de la mise en marché m'ayant servi de terrain de participation observante.

3.1 Posture épistémologique et approche de la recherche

3.1.1 Posture épistémologique

Tel que présenté dans le chapitre I de cette thèse, ma recherche aborde les enjeux rencontrés par les maisons d'édition québécoises souhaitant franchir le pas de la production de livres-applications pour la jeunesse, et ce, de l'idéation à la mise en marché. Dans ce contexte, je m'intéresse aux personnes humaines dans leurs interactions, leurs attentes, leurs objectifs et leurs limites de travail.

À travers ma recherche, j'ai donc tenté d'identifier et d'expliquer ces enjeux mais aussi de comprendre les pratiques et les rôles impliqués au sein de la production québécoise de livres-applications pour la jeunesse, le tout afin de dégager des pistes de solutions pertinentes pour mieux accompagner en ce sens les professionnelles et professionnels des maisons d'édition québécoises.

Pour atteindre ces objectifs, et tel que décrit plus loin dans ce chapitre, j'ai travaillé selon une posture interprétative et compréhensive.

Cette posture épistémologique fait partie du paradigme compréhensif et est « désigné[e] par Berthelot (2001), dans les termes de la raison interprétative » (Charmillot, 2021). Ce paradigme compréhensif peut se définir comme suit :

Ce paradigme fait référence aux démarches de recherche compréhensive, interprétative, constructiviste et herméneutique. Genard (1999) et Roca i Escoda (2010) parlent de « posture participante » ou de « posture responsabilisante ». Les caractéristiques de la figure du chercheur ou de la chercheuse correspondent, à l'intérieur de ce paradigme, à celles du « chercheur ou de la chercheuse solidaire » (Piron, 1996). Cette figure est marquée par le souci d'autrui, autrement dit, par un questionnement permanent sur les effets des actions qui jalonnent la recherche, et en particulier l'effet des textes. Le chercheur ou la chercheuse solidaire se demande « quelle forme d'humanité, quel modèle des rapports avec autrui et quelle représentation du lien social » (Piron, 1996 : 141) produisent ses textes. (Charmillot, 2021, s. p.)

Selon Charmillot et Fernandez-Iglesias (2019), l'expérience des personnes est au cœur de ce paradigme et convient donc à ma posture et au contexte de ma recherche :

Ce qui fonde le paradigme compréhensif, c'est la recherche des significations que les acteurs sociaux et les actrices sociales attribuent à leurs actions, aux événements et aux phénomènes auxquels ils et elles sont confronté.e.s. Cette démarche s'intéresse à la compréhension des expériences des personnes situées dans un contexte socio-historique, dans une « logique de la découverte ». Comme le dit l'anthropologue François Laplantine (1995), il s'agit de « faire advenir avec les autres ce qu'on ne pense pas, plutôt que de vérifier sur les autres ce qu'on pense » (p. 86). Le raisonnement est basé sur des « ensembles de significations » relatifs à des dynamiques sociales et culturelles qui se construisent dans l'interaction, d'où la référence à l'interactionnisme historico-social. L'expérience des chercheurs et des chercheuses participe de la construction de l'objet. (Charmillot et Fernandez-Iglesias, 2019, s. p.)

Pour aller plus loin dans cette réflexion, nous pourrions convoquer l'épistémologie du lien de Piron (2017) et la notion de couche signifiante :

Tout processus de création d'un savoir est traversé par des « couches signifiantes », comme par exemple des souvenirs de moments particuliers, des rencontres ou des discussions plus ou moins repérables dans le temps et l'espace, des textes qui les figent et les archivent en « données », des interlocuteurs ou interlocutrices qui interpellent une sensibilité à des configurations cognitives variées, etc. Et toutes ces couches sont constituées de « liens entre des humains qui se parlent, s'écoutent, essaient de se comprendre ». (Piron, 2017, p. 54).

La posture épistémologique interprétative et compréhensive me semble la plus en mesure de me permettre d'atteindre mes objectifs en ce qu'elle vise à faire émerger du sens à partir de mon interprétation des significations du monde communiquées par les participants et participantes, ainsi que de l'étude de leurs interactions, sans omettre la prise en considération des contextes sociaux,

historiques et culturels (Berger et Luckmann, 1967). Une recherche adoptant une posture épistémologique interprétative et compréhensive vise, en effet, à envisager les pratiques de création comme un ensemble qui comprend les attitudes, les actions et les productions qui en résultent (Boutin, 2008), ce qui rentre en parfaite correspondance avec mes intentions et objectifs.

Paquin (2015) rappelle que les données empiriques collectées dans le cadre d'une recherche de ce type sont généralement des « captations des données par l'intermédiaire des humains (observations, coupures de presse, entrevues, carnets de dessins, récit de vie, captations audiovisuelles) » (p. 9). Paquin (2015) rappelle l'importance de laisser place à la subjectivité dans le processus de recherche mais aussi à devenir un chercheur « bricoleur », au sens exprimé par Nelson *et al.* (1992), qui décrivent la méthodologie des études culturelles « as a bricolage. Its choice of practice that is, is pragmatic, strategic and self-reflexive » (p. 2).

3.1.2 Approche méthodologique : étude de cas ethnographique

La production et la mise en marché de livres-applications pour la jeunesse impliquent des démarches complexes et diversifiées, impliquant de nombreuses professionnelles et professionnels aux expertises diverses et dans des temps de travail souvent longs et coûteux. Non seulement les compétences, les sensibilités artistiques et, dans une certaine mesure, les personnalités des personnes, aux divers rôles professionnels, qui sont impliquées dans la recherche influent nécessairement sur le livre-application pour la jeunesse qui émerge de leur travail, mais aussi sur la qualité et la fluidité de ce même travail. En gardant cela en tête, il me semble que l'étude de ces processus nécessite des méthodes et outils de terrain proches de ceux de l'ethnographie.

L'étude de cas ethnographique « représente une méthode permettant de rendre compte de faits sociaux en mettant en place une « étude complète des phénomènes, et non pas à une recherche du sensationnel, de l'original, encore moins de l'amusant et du bizarre » (Malinowski, 1963, p. 68). » (Cléret, 2013). Cléret (2013) rappelle que cette approche implique les constituants d'une démarche ethnographique :

La démarche ethnographique a pour particularité de se baser sur une participation importante du chercheur dans le phénomène étudié. Que son immersion soit partielle ou complète, le chercheur-ethnologue ne peut être détaché de son objet d'étude. La

subjectivité est alors partie intégrante de toute ethnographie. Malinowski (1963) précise que l'ethnographe doit prendre en considération trois approches s'il veut atteindre ses objectifs : (1) « L'organisation de la tribu ainsi que l'anatomie de sa culture doivent être fixées sous forme de canevas clairs et précis » (Malinowski, 1963, p. 81). Une des premières missions de toute approche ethnographique est donc de décrire, le plus précisément possible, la structuration du phénomène étudié; (2) « [L]es impondérables de la vie authentique et le type de comportement doivent être insérés. Il convient de recueillir ces éléments par des observations minutieuses, détaillées, sous forme d'une espèce de journal ethnographique, rendues possibles par un contact étroit avec l'existence indigène » (Malinowski, 1963, p. 81); (3) « [U]ne collection de rapports ethnographiques, récits caractéristiques, expressions typiques, faits folkloriques et formules magiques, doit former un *corpus inscriptionum* servant de témoignage sur la mentalité indigène » (Malinowski, 1963, p. 81). La constitution d'un corpus de données multiples et variées est donc nécessaire à la description du phénomène étudié. (Cléret, 2013, p. 55)

Cette démarche correspond ainsi en tous points à mes objectifs de recherche, en ce qu'elle permet, selon moi, par une combinaison de méthodes, la reconnaissance de la participation de la chercheuse ou du chercheur au phénomène observé et l'importance donnée à la subjectivité, et me permettre de comprendre et d'expliquer dans toutes leurs complexité et subtilité, la production et la mise en marché des livres-applications pour la jeunesse.

Il est important de souligner que j'ai sciemment choisi de ne m'intéresser non pas à l'objet produit, soit le livre-application en tant que tel, dans ses composantes et caractéristiques, mais bien aux processus de travail, individuels comme collectifs, qui permettent la production de livres-applications, de l'idéation à la mise en marché. Il est important de souligner que pour alléger la lecture, je parlerai **de production et de mise en marché** pour désigner les processus de travail, entre autres, de production, de distribution, de diffusion, et de découvrabilité.

Cela implique notamment d'étudier, chez les professionnelles et professionnels impliqués, l'imbrication de leurs rôles respectifs, leur chronologie d'intervention, leur impact créatif et leur articulation collaborative, auxquels s'ajoutent les impacts positifs comme négatifs des plateformes de distribution et de diffusion ou encore des réalités de marché (réalités techniques, disponibilité des expertises, accessibilité des moyens de production, existence et adéquation d'espaces de découvrabilité, etc.).

3.2 Méthodes de recherche

Ma recherche utilise principalement une étude de cas ethnographique combinant diverses méthodes : la participation observante d'une production de livres-applications pour la jeunesse (frôlant avec l'auto-ethnographie tant ma participation à la production a été importante), la réalisation d'entretiens avec des professionnelles et professionnels des secteurs du livre, du numérique et de la recherche, ainsi que l'examen de documents et d'artéfacts produits par les équipes impliquées dans le cadre de la production ayant servi de terrain à ma participation observante.

Ces méthodes m'ont permis d'atteindre mon objectif principal, soit d'identifier, de comprendre et d'analyser les principaux enjeux rencontrés par les maisons d'édition québécoises souhaitant franchir le pas de la production d'un livre-application pour la jeunesse, et ce, de l'idéation à la mise en marché, afin de dégager des pistes de solutions pour mieux les y accompagner. La figure 3.1. ci-dessous résume les différentes méthodes utilisées, ainsi que les outils, échantillons et étapes de travail associés (fig. 4.2).

Figure 3.1. Résumé des méthodes. Source : Prune Lieutier, 2022.

Méthodes	Outils	Échantillons	Étapes
Observation participante (Malinowski et Layard, 1933), participation observante (Soulé, 2007).	Carnet de documentation de production.	Équipes de conception, de production et de distribution et mise en marché de 3 livres-applications Fonfon interactif.	Participation aux étapes de : Préconception; Financement; Pré-production; Conception; Production; Tests; Distribution et mise en marché.
Entretiens avec du personnel professionnel issu des domaines de l'édition et du numérique.	Questionnaire d'entretien semi-dirigé, grille d'analyse des occurrences de discours.	10 personnes ou équipes.	Sélection des participant.e.s; Tenue des entretiens; Analyse des résultats.
Examen de documents et artéfacts : Analyse inductive modérée (Savoie-Zajc, 2000); Analyse génétique (Hay, 2007).	Collecte de documents de conception, budgets, arborescences, maquettes, etc.	25 documents.	Collecte en continu lors de la participation observante; Analyse des éléments collectés.

3.2.1 Observation participante et participation observante (méthode 1)

Avec l'appui de ma direction de recherche, j'ai choisi de m'inscrire dans la dynamique de l'observation participante (OP). L'OP est une méthode d'étude ethnographique ainsi que sociologique introduite, entre autres, par Malinowski et Layard au début du XX^e siècle (1933), consistant à étudier une société en partageant son mode de vie, en se faisant accepter par ses membres et en participant aux activités des groupes et à leurs enjeux.

Plus précisément, j'ai choisi une méthode basée sur l'ethnographie sensorielle telle que décrite par Pink (2009, 2011), lors de la participation à la production de livres-applications pour la jeunesse *Fonfon interactif* (2016).

Il est intéressant de noter que mon travail est plus proche de la participation observante (PO) que de l'OP au sens strict. En effet, dans le cadre de l'OP, il est usuel que les ethnographes soient « alternativement émotionnellement engagés, en tant que participants, et froidement observateurs, dépassionnés, des vies des autres » (Tedlock, 1992, p. 13). Cependant, lorsque la participation devient plus importante que l'observation, comme cela a pu être le cas dans le cadre de la production *Fonfon interactif* (2016), on peut alors légitimement parler de PO. Ainsi, comme le rappelle Soulé (2007) lorsqu'il fait la distinction entre PO et OP :

Pfadenhauer (2005) énumère plusieurs aspects par lesquels la PO diffère de l'OP : 1) idéalement, la recherche vise la production de données d'observation, mais aussi de données expérientielles; 2) si des arbitrages sont nécessaires sur le terrain, la participation est prioritaire par rapport à l'observation; 3) le chercheur est centré sur la connaissance de la perspective existentielle de l'*insider*, identifiée à travers une expérience subjective, plutôt que sur le développement d'un point de vue approximatif d'*outsider* distant. (Soulé, 2007, p. 132)

L'auteur ajoute, à propos du lien entre le chercheur ou la chercheuse et son terrain :

L'approche préconisée n'est pas tant destinée à résoudre une difficulté plus ou moins incontournable, qu'à accepter les problèmes, tout comme la richesse, que représente l'intrication du chercheur et de son terrain. L'accent passe de l'observation de l'autre à l'observation de la relation humaine entre soi, en tant qu'ethnographe, et l'autre (les gens avec lesquels l'ethnographe travaille pour produire son étude). (Soulé, 2007, p. 131)

Tout au long de la production et de la mise en marché du projet de livres-applications *Fonfon interactif* (2016), j'ai ainsi documenté les contraintes rencontrées, les défis, les étapes de production ainsi que les réflexions qui m'ont accompagnée tout en participant activement à la production et aux prises de décision. Ces observations et notes ont été consignées dans un carnet de documentation de la production, et ce à travers toutes les étapes de travail décrites au chapitre IV de cette thèse. À l'analyse, j'ai mis au propre ces observations et je les ai classées par thématiques et mots-clés, me permettant d'identifier les grandes tendances d'enjeux qui pouvaient en émerger. Ce sont ces observations de tendances d'enjeux que j'ai par la suite voulu confirmer ou infirmer dans le cadre de mes entretiens avec des professionnelles et des professionnels issus des domaines de l'édition et du numérique (voir plus loin).

Il m'a été nécessaire d'avoir toujours conscience de mon impact dans le projet, comme le rappelle Soulé (2007) lorsqu'il évoque la participation active de la chercheuse ou du chercheur :

Dès lors, comme l'affirme Emerson (2003, p. 410), « la solution est davantage du côté de la prise de conscience des effets de l'enquête que de la tentative de les minimiser [...]. On tient pour allant de soi que l'observateur altère ce qu'il observe, mais que ces altérations font partie de l'objet d'étude [...]. Le travail de terrain est donc nécessairement de nature interactionnelle et la présence de l'enquêteur a des conséquences dans la vie des enquêtés. Les solutions à la réactivité ne sont pas dans la régularisation, la restriction ou la suppression des interactions sur le terrain. Elles réclament que l'on devienne sensible et réceptif à la façon dont les protagonistes se perçoivent et se traitent les uns les autres. Le chercheur est une source de résultats, non pas de contamination de ceux-ci ». C'est cette prise de conscience qui appellerait un changement de conception de l'observation, prenant pleinement en considération la participation active du chercheur à son terrain, et en faisant un réel outil de connaissance. (Soulé, 2007, p. 132)

Dans le cadre de ma participation à cette production, j'ai probablement dépassé le niveau d'implication usuel d'une participation observante, étant non seulement impliquée, mais disposant également d'un pouvoir décisionnel sur certains choix d'expérience ou de fonctionnalités. De surcroît, j'ai été chargée de la recherche de financements dès le démarrage du projet, une tâche qui a, par la force des choses, eu un impact stratégique sur plusieurs éléments de projet, qui doivent souvent être précisés ou peaufinés pour s'assurer de la bonne réception des financeurs publics ou privés. À ce titre, nous pourrions ainsi parler d'une approche par moments quasi « auto-

ethnographique », le contexte et mon implication me demandant à de nombreuses reprises d'observer et d'analyser mes propres travaux.

3.2.2 Entretiens avec des professionnelles et professionnels des secteurs du livre, du numérique et de la recherche (méthode 2)

Afin de compléter les observations de terrain réalisées dans le cadre de la participation observante du projet *Fonfon interactif* (2016), de confirmer ou d'infirmer mes observations des grandes tendances d'enjeux, j'ai réalisé une série d'entretiens avec des professionnelles et professionnels étant en mesure de m'éclairer sur les différents enjeux rencontrés par les maisons d'édition québécoises souhaitant franchir le pas de la production de livres-applications pour la jeunesse et ce de l'idéation à la mise en marché.

Ces entretiens sont de deux ordres : d'une part, j'ai interrogé les professionnelles et professionnels les plus impliqués dans la production et la mise en marché du projet *Fonfon interactif* (2016), soit Véronique Fontaine¹⁷ et Christian Lebel¹⁸. Cet entretien a eu lieu en décembre 2018, en aval de la commercialisation du projet *Fonfon interactif* (2016).

Je les ai interrogés sur leur perception de la production et de la mise en marché du projet *Fonfon interactif* (2016) et des enjeux rencontrés (ressources financières et humaines, possibilités et contraintes techniques, possibilités et contraintes artistiques, contraintes de diffusion, réalités commerciales, etc.).

Afin de compléter ces données, j'ai également réalisé des entretiens avec d'autres professionnelles et professionnels issus des secteurs du livre, du numérique et de la recherche. Mon échantillon de recherche pour ces entretiens inclut des créatrices, créateurs et gestionnaires impliqués dans la production d'autres livres-applications pour la jeunesse, des professionnelles et professionnels de

¹⁷ Directrice générale de la maison d'édition Fonfon, maison d'édition productrice de *Fonfon interactif* (2016) et initiatrice du projet.

¹⁸ Directeur technologique et associé du studio de création numérique Akufen, qui a assuré la co-conception du projet *Fonfon interactif* (2016), le design de son expérience, son design graphique et son développement.

la distribution et de la mise en marché de la littérature numérique, des professionnelles et professionnels de recherche, des responsables de réseaux ou d'espaces d'incubation de projets littéraires numériques et autres. J'ai sciemment fait le choix d'ouvrir cet échantillon à des professionnelles et professionnels au Québec comme hors-Québec, alors même que ma PO se concentrait sur une production entièrement faite au Québec. Ce choix d'ouverture à d'autres professionnelles et professionnels francophones était important pour moi. En premier lieu, il s'explique par les limites du domaine des livres-applications pour la jeunesse au Québec, qui n'implique que peu de professionnelles et professionnels et m'offrait ainsi un échantillon limité. En deuxième lieu, explorer des contextes tels que celui du Labo de l'édition parisien me permettait d'observer, entre autres, un dispositif d'incubation dont il n'existe pas d'équivalent au Québec.

La réalisation de ces entretiens a été facilitée par ma participation au projet de recherche intitulé « *Soutien au développement de démarches d'édition numérique jeunesse au Québec, à partir de pratiques favorables de production, de diffusion et de réception* » (2017-2021)¹⁹. Mobilisant dix chercheuses et chercheurs spécialistes de la didactique des langues, de la littérature, des arts et de la musique du réseau de l'Université du Québec²⁰ placés sous la direction de Nathalie Lacelle (UQAM) et trois partenaires acteurs en charge de l'accompagnement de projets²¹, cette recherche

¹⁹ Ce projet impliquait notamment des maisons d'édition et des producteurs numériques ayant expérimenté la production de livres-applications pour la jeunesse, mais aussi des professionnels de la distribution et de la diffusion de la littérature numérique, ainsi que le représentant de l'incubateur parisien le Labo de l'édition. Cette recherche a reçu une approbation positive du Fonds de recherche du Québec - Société et culture (FRQSC) en 2017 et s'est étalée sur 3 ans et demi, soit jusqu'au mois de juin 2021. Six mois de délais supplémentaires ont en effet été demandés pour collecter les retours d'expériences des partenaires ainsi que les impacts qu'a pu avoir la pandémie de COVID-19 sur leurs pratiques. La recherche se divisait en deux temps : d'une part un temps de collecte de données à travers des rencontres et entretiens avec des professionnels de l'édition et du numérique, mais aussi avec des enseignants, médiateurs du livre et jeunes publics; d'autre part un temps d'accompagnement personnalisé de projets « d'édition d'œuvres numériques et d'éducation aux œuvres numériques pour la jeunesse ». Les objectifs de la recherche étaient les suivants : « (1) Documenter les enjeux, les besoins et les meilleures pratiques de production et de diffusion d'œuvres littéraires numériques pour la jeunesse ainsi que les pratiques de réception de jeunes lecteurs. (2) Co-construire un outil de référence adapté avec les partenaires-acteurs et les partenaires-consultants. (3) Élaborer un plan d'action pour le développement d'un projet avec chaque partenaire-participant. » (Lacelle, 2017, s. p).

²⁰ Eleonora Acerra, Université du Québec en Abitibi-Témiscamingue; Vincent Bouchard-Valentine, Université du Québec à Montréal; Marie-Christine Beaudry, Université du Québec à Montréal; Sylvain Brehm, Université du Québec à Montréal; Jean-François Boutin, Université du Québec à Rimouski-Lévis; Monique Lebrun, Université du Québec à Montréal; Virginie Martel, Université du Québec à Rimouski-Lévis; Moniques Richard, Université du Québec à Montréal, et Elaine Turgeon, Université du Québec à Montréal.

²¹ Véronique Fontaine (Editions Fonfon), Christian Lebel (Akufen) et moi-même.

m'a en effet fourni l'occasion d'interroger 7 des 18 partenaires du projet de recherche, tous professionnelles et professionnels des secteurs du livre, du numérique ou de la recherche²². Ces professionnelles et professionnels, partenaires du projet de recherche, ont été identifiés de manière collective par l'équipe de recherche ainsi que les partenaires acteurs, dont je faisais partie.

Les entretiens réalisés ont d'abord porté sur l'expérience des professionnelles et professionnels interrogés en production, distribution, diffusion ou développement de stratégies de découvrabilité de livres-applications pour la jeunesse, puis sur leur perception, selon leurs expertises et expériences, des enjeux que pouvaient rencontrer les maisons d'édition québécoises qui souhaiteraient franchir le pas de la production de livres-applications pour la jeunesse, de l'idéation à la mise en marché. Je les ai également questionné sur leur perception des pistes de solutions qui pourraient faciliter le développement de livres-applications pour la jeunesse au Québec.

Lors de l'analyse des données collectées lors de ces entretiens, j'ai élaboré une grille d'analyse des occurrences de discours. Cela me permet là-encore de classer par thématiques et mots-clés les grandes tendances d'enjeux, puis de les confronter à mes propres observations.

Par ailleurs, au cours de la recherche « *Soutien au développement de démarches d'édition numérique jeunesse au Québec, à partir de pratiques favorables de production, de diffusion et de réception* » (2017-2021), j'ai eu pour mandat d'accompagner le développement de projets portés par des partenaires (organismes ou entreprises) issus de l'édition ou du numérique. Si l'ensemble des projets accompagnés visait le développement de propositions numériques narratives pour la jeunesse, aucun ne consistait à développer plus concrètement des livres-applications pour la jeunesse, ce qui explique la raison pour laquelle je n'ai pas intégré mes observations liées à

²² Martine Sousse (2h60), Pierre Marion (Scenarex), France Desmarais (Communication jeunesse), Nicolas Rodelet (Labo de l'édition de Paris), une représentante de l'Association nationale des éditeurs de livres (ANEL), Agnès Perrin-Doucet et Eleonora Acerra (Laboratoire interdisciplinaire de recherche en didactique, éducation et formation - LIRDEF), Jean-François Cusson et Nancy Lusignan (Bibliopresto), Simon de Jocas (Éditions les 400 coups), Véronique Fontaine (Éditions Fonfon), Christian Lebel (Akufen), Frédéric Gauthier (Éditions de La Pastèque), Cynthia Racine (Télé-Québec), Arnaud Laborderie (Bibliothèque nationale de France), une représentante de Livres Ouverts (Livres Ouverts), Jenny Thibault (XN Québec), Yuri Kruk (Minimus), Olivier Charbonneau (Université de Concordia), Jonathan Bélisle (Hello architekt) et Tom Lebrun (Université Laval).

l'accompagnement de ces projets dans mes données de thèse. Cependant, il est certain que j'ai pu constater de nombreuses similitudes dans les enjeux rencontrés par les porteurs et porteuses de ces projets et ceux rencontrés par les maisons d'édition québécoises souhaitant produire des livres-applications pour la jeunesse. Ces constats ont pu alimenter ma réflexion, confirmer certaines hypothèses, appuyer certaines des interprétations que j'aie pu faire de mes données de recherche ou, encore, élargir mes horizons ainsi que ma compréhension du plus large contexte de la production et de la mise en marché de projets artistiques numériques à destination de la jeunesse au Québec²³.

3.2.3 Examen de documents et artéfacts (méthode d'analyse inductive modérée et analyse génétique - méthode 3)

Il m'a semblé nécessaire de compléter les deux premières méthodes, centrées sur des professionnelles et professionnels parfois peu objectifs sur leurs propres pratiques, par une autre approche se focalisant sur les traces de la création, soit l'examen d'artéfacts et de documents produits dans le cadre de la production *Fonfon interactif* (2016), terrain d'étude de ma PO. En ce cadre, je me suis penchée sur les théories génétiques d'analyse des œuvres. Selon De Biasi, Herschberg Pierrot et Boltz (2010), qui s'essayent à la définition suivante de la discipline :

Discipline jeune, née dans le prolongement du structuralisme, la critique génétique constitue l'une des principales innovations critiques des trente dernières années dans les méthodes d'approche de la littérature et de la création. Elle se propose de relire les œuvres à la lumière de leurs manuscrits en déplaçant l'interrogation critique de l'auteur vers l'écrivain, de l'écrit vers l'écriture, de la structure vers les processus, du texte vers l'avant-texte, de l'œuvre vers sa genèse. (De Biasi, Herschberg Pierrot et Boltz, 2010, quatrième de couverture)

Toujours selon ces auteurs, la critique génétique est ainsi une « recherche indicielle fondée sur l'étude des traces de la création » (s. p.). Elle permet d'analyser « les archives de l'œuvre en développant une théorie originale des processus créatifs » (s. p.). Au fil des années, la recherche

²³ Le rapport de cette recherche, intitulé *Soutien au développement de démarches d'édition numérique jeunesse au Québec, à partir de pratiques favorables de production, de diffusion et de réception* (Lacelle et al., 2021), a été rendu disponible en septembre 2021 sur le site internet du FRQSC Fonds de recherche du Québec - société et culture.

dans le domaine a déterminé ce qui constituait les traces matérielles d'écriture, comme le rappelle Hay (2007) : soit les signes du manuscrit (Anis, 1983), les marqueurs du langage (Gresillon et Lebrave, 1983), la typologie des opérations (De Biasi, 2000) et des caractéristiques individuelles. Hay (2007) ajoute à propos des traces de la création :

Ces traces où nous lisons une origine, sont déjà une fin, « l'aboutissement d'une suite de modifications intérieures aussi désordonnées que l'on voudra, mais qui doivent nécessairement se résoudre, au moment où la main agit, en un commandement unique, heureux ou non. » (Valéry, 1937). Pour rendre compte de ces phénomènes, l'étude génétique se trouve en position d'observation et à une distance de son objet qui est, [lui] semble-t-il, celle de toute relation critique. (Hay, 2007, p. 23)

Cette approche m'a semblé nécessaire pour me détacher de la perspective subjective des professionnelles et professionnels impliqués au sein de la production et de la mise en marché des livres-applications *Fonfon interactif* (2016) pour compléter la documentation de leurs perceptions par des traces matérielles. Parmi les traces étudiées dans le cadre de ma recherche, je peux compter sur des documents de planification et de conception (budgets, échéancier, demandes de financements), ou encore, des documents de travail en design et en ergonomie tels que des maquettes, des scénarimages, des planches de tendances (document rassemblant les orientations graphiques envisagées pour le projet) ainsi que des documents d'architectures narratives. Des exemples de ces documents et artéfacts sont disponibles en annexe. Ces documents ont été collectés en continu lors ma PO et ont été ramenés, selon leur nature, aux grandes tendances des enjeux observés dans le cadre des deux précédentes méthodes.

3.2.4 Considérations éthiques

Pour ma recherche doctorale, je me suis inscrite dans le cadre de deux protocoles éthiques différents : un premier pour le suivi du projet en PO et l'examen des artéfacts et documents et le second pour la réalisation des entretiens. Dans les deux cas, j'ai été attentive au respect de la confidentialité des données, notamment en anonymisant les résultats lorsque demandé par les partenaires participants (ils et elles ont été invités à remplir un formulaire de consentement). Par ailleurs, j'ai également été vigilante au respect du consentement à la recherche, tel qu'indiqué dans les certificats éthiques que vous trouverez en annexe de ma recherche.

L'ensemble de ces méthodes m'a permis de dégager des données plurielles sur les enjeux rencontrés par les maisons d'édition québécoises souhaitant franchir le pas de la production de livres-applications pour la jeunesse. Dans le chapitre suivant (*voir Chapitre IV*), je présente plus longuement la production et la mise en marché m'ayant servi de terrain de participation observante ainsi que les personnes ou équipes de personnes m'ayant accordé des entretiens.

Dans le cadre de ce chapitre, j'ai pu présenter à la fois ma posture épistémologique (interprétative et compréhensive), mon approche méthodologique (l'étude de cas ethnographique), ainsi que les trois méthodes utilisées lors de ma recherche (la participation observante, la tenue d'entretiens semi-dirigés avec des professionnelles et professionnels issus des domaines de l'édition et du numérique, et l'analyse génétiques d'artéfacts collectés au cours de la participation observante). J'aurai pu y inclure également la description du terrain de recherche de la participation observante (soit les applications *Fonfon interactif*, 2016), incluant les artéfacts collectés, ainsi que le profil des professionnelles et professionnels avec qui j'ai eu l'opportunité de m'entretenir. Cependant, j'ai décidé de consacrer un chapitre séparé, soit le chapitre IV, à ces éléments. En effet, il me semblait important de prendre le temps d'approfondir ces éléments afin de pouvoir, notamment, détailler de manière extensive la production et la mise en marché d'un livre-application jeunesse au Québec.

CHAPITRE 4

PRÉSENTATION DU TERRAIN DE RECHERCHE DE L'ÉTUDE DE CAS ETHNOGRAPHIQUE

Dans ce chapitre, je présenterai le terrain de recherche de mon étude de cas ethnographique, dans ses trois méthodes, soit la production et la mise en marché des livres-applications ayant servi de terrain de ma participation observante (*Fonfon interactif*, 2016), les documents et artéfacts examinés et les entretiens réalisés. Ainsi, en premier lieu, je décrirai le contexte de ma participation observante, incluant des exemples des différents documents et artéfacts observés. En second lieu, je présenterai les personnes ou équipes de personnes issues des secteurs du livre, du numérique et de la recherche avec qui j'ai pu réaliser des entretiens. Ce chapitre m'a semblé nécessaire afin de pouvoir présenter de manière poussée et détaillée ces éléments, et en particulier la production et la mise en marché d'un livre-application jeunesse au Québec, ce qui, à ma connaissance, n'avaient pas été détaillé à ce jour.

4.1 Présentation de la production et de la mise en marché retenues pour la participation observante : *Fonfon interactif* (2016)

Le projet *Fonfon interactif* (2016) pourrait être résumé par la rencontre heureuse de plusieurs professionnelles et professionnels aux expertises diversifiées, qui se sont retrouvés à un moment opportun avec l'envie de développer ensemble une production de livres-applications pour la jeunesse qui se voulait, dès le départ, espérée pertinente et riche.

Le point de départ de ce projet a été le besoin, pour moi, d'identifier un terrain de collecte de données pertinent afin de mener à bien la phase de participation observante de ma recherche. Il me semblait en effet important de plonger dans la production d'un livre-application jeunesse pour en éprouver moi-même les enjeux et comprendre de l'intérieur les réalités de travail des professionnelles et professionnels impliqués sur une telle production.

4.1.1 Considérations économiques

Les réalités économiques du secteur de l'édition rendent souvent complexe l'embauche d'une ressource dédiée au développement d'un projet expérimental aux retombées économiques difficiles à anticiper. Afin de faciliter mon intégration au sein d'une maison d'édition québécoise, j'ai donc en premier lieu procédé à une recherche des financements disponibles pour financer tout ou partie de mon implication. Il me semblait en effet plus efficace, facilitant et incitatif de proposer aux maisons d'édition, en même temps que mes services, un moyen de les financer. C'est alors que j'ai découvert l'organisme MITACS, un organisme de recherche sans but lucratif qui, « en partenariat avec les universités, le secteur privé et le gouvernement canadien, offre des programmes de recherche et d'observation dans des domaines liés à l'innovation industrielle et sociale »²⁴ (MITACS, 2021).

Parmi ses différents programmes, MITACS propose le programme Accélération, qui permet le financement de stages en entreprises d'étudiantes et étudiants à la maîtrise et au doctorat sur une période allant de 4 à 36 mois, pour développer des projets industriels ou sociaux présentant une caractéristique innovante. Le déploiement du stage s'inscrit dans une logique tripartite impliquant l'étudiant ou l'étudiante, sa direction de recherche et une représentante ou un représentant de l'entreprise. Sa durée permet une implication de l'étudiante ou de l'étudiant à hauteur de 20 heures par semaine pendant la période décidée de manière conjointe. L'étudiante ou l'étudiant est alors intégré à un projet déjà en cours de réalisation ou développe un nouveau projet lors de son temps dans l'entreprise, sous la supervision de cette dernière et, par ailleurs, lors de son temps restant, il ou elle travaille à sa propre recherche. Bien entendu, il est nécessaire qu'il existe une adéquation entre la recherche de l'étudiante ou de l'étudiant et le projet auquel elle ou il sera amené à contribuer dans le cadre de son stage. Par ailleurs, l'entrée au programme Accélération est soumise au dépôt d'une demande officielle auprès de MITACS et à son acceptation par l'organisme.

²⁴ <https://www.mitacs.ca/fr>

Les conditions du programme Accélération sont particulièrement avantageuses, à la fois pour l'étudiante ou l'étudiant et pour l'entreprise d'accueil : une bourse totale de 15 000 \$ est prévue par tranche de 4 à 6 mois. Sur ce montant global, un montant minimum de 10 000\$ doit être remis à l'étudiante ou l'étudiant, afin de lui permettre d'assurer ses frais de subsistance, et le reliquat de 5000 \$ peut être utilisé pour l'achat de produits ou services nécessaires au développement du projet (services de graphisme, logiciels, matériels informatiques ou autres)²⁵. Ce dispositif semblait parfaitement en adéquation avec mes besoins : il me permettait de développer ma connaissance des enjeux de production et de mise en marché des livres-applications pour la jeunesse en intégrant une maison d'édition désireuse d'explorer une telle avenue, et le tout à moindre frais pour celle-ci.

Suite à un tour d'horizon des maisons d'édition jeunesse, j'ai contacté plusieurs responsables éditoriaux. Parmi eux, la maison d'édition Fonfon, en la personne de sa directrice générale Véronique Fontaine, s'est rapidement montrée intéressée par une potentielle collaboration. Véronique Fontaine, musicienne de formation et devenue éditrice jeunesse du fait d'un événement de vie imprévu, particulièrement attentive aux nouvelles tendances et aux potentiels de convergence entre musique et édition, cherchait en effet depuis longtemps une manière d'explorer les potentiels du numérique. Elle souhaitait cependant développer une production numérique qui ne se limite pas au format PDF et qui vienne enrichir ses productions papier.

Dans le cadre d'un dispositif tripartite m'associant à Véronique Fontaine ainsi qu'à Nathalie Lacelle (professeure au département de didactique des langues de l'UQAM mais aussi ma co-directrice de thèse), nous avons déposé et obtenu un financement MITACS permettant d'amorcer l'idéation d'une proposition numérique correspondant aux objectifs, contraintes et envies créatives des éditions Fonfon.

²⁵ Le programme se déploie selon une formule *1 \$ pour 1 \$* : l'entreprise investit 50 % dans la bourse, soit, par tranche de 4 à 6 mois, 7500 \$, qui sont versés à MITACS. MITACS bonifie ce montant d'un autre 7500 \$ et verse le tout dans les comptes de bourses du professeur encadrant l'étudiant. Le montant négocié (entre 10 000 et 15 000 \$ par tranche de 4 à 6 mois, donc) est ensuite versé à l'étudiant.

Rapidement, nous avons identifié à trois une autre possibilité de financement en mesure de nous donner les moyens de nos ambitions : le programme Expérimental du Fonds des médias du Canada²⁶ (FMC). Ce programme vise à financer des projets numériques interactifs (applications mobiles, plateformes web, dispositifs de réalité virtuelle, etc.) qui présentent un caractère innovant, dans les technologies utilisées ou bien dans les usages proposés aux utilisateurs et utilisatrices, et qui offrent un potentiel commercial important.

Les montants, qui peuvent être substantiels, permettent de financer, selon les volets du programme, l'idéation, la production ou encore la mise en marché des projets. Les montants obtenus sont ensuite remboursables sur les revenus générés par les ventes du projet²⁷ à hauteur de 50 % des montants récoltés, et ce, pour une durée de 7 ans²⁸. Ce fonds est ainsi une avenue intéressante pour développer des projets innovants avec une prise de risque minime et étalée dans le temps. Cependant, afin d'être admissibles au programme, il s'agit de démontrer que le projet possède un vrai potentiel de viabilité commerciale et dispose d'un caractère innovant.

4.1.2 Préproduction

Afin de disposer d'une proposition solide à présenter au programme Expérimental, Véronique Fontaine et moi avons sollicité l'expertise d'un studio de production interactive, Hypractif, qui nous a accompagnées dans le développement d'un concept de livres-applications pour la jeunesse assortis de plateformes de création d'histoires, que nous avons appelé *Fonfon interactif*. Pour nous aider dans la conceptualisation, nous avons également très vite mobilisé l'expertise de Nathalie Lacelle et de son équipe afin de nous épauler dans la conceptualisation pédagogique du projet. L'implication de Nathalie Lacelle et de son équipe était pour nous essentielle : en effet, nous

²⁶ Le Fonds des médias du Canada est une institution canadienne résultant de la fusion du Fonds canadien de télévision et du Fonds des nouveaux médias du Canada. Son mandat est de financer, promouvoir et diffuser des contenus audiovisuels et des applications canadiens. Elle est la plus grande institution canadienne en ce qui a trait au soutien financier de productions audiovisuelles et interactives et accompagne chaque année des centaines de projets issus de l'ensemble des provinces canadiennes.

²⁷ Il peut s'agir de ventes auprès du grand public ou bien de clients institutionnels ou entreprises, par exemple.

²⁸ Une fois les 7 ans écoulés suite à la mise en marché du projet, une reddition de compte est opérée par le Fonds des médias du Canada, que le montant ait été remboursé dans son entièreté ou pas.

souhaitions dès cette première mouture de travail s'assurer de proposer une production numérique pertinente au regard des compétences numériques, des usages et des besoins en développement de compétences littéraciques et numériques de nos publics cibles, connaissances et expertises que les équipes de recherche pouvaient nous apporter.

Ce premier concept a été déposé au Fonds des médias du Canada en mai 2014 et, quelques mois plus tard, nous apprenions la nouvelle de son acceptation par le programme Expérimental et d'une dotation de 295 000 \$ accordée au projet. Nous pouvions alors commencer la production et du même coup la mise en œuvre de ma participation observante de la production et de la mise en marché d'un livre-application pour la jeunesse.

4.1.3 Production

Dès l'annonce de l'obtention du fonds du programme Expérimental du Fonds des médias du Canada, Véronique Fontaine et moi nous sommes mises en quête des meilleurs partenaires pour l'idéation, la production et la mise en marché de ce projet. En effet, l'entreprise Hypractif qui nous avait accompagnées lors du dépôt auprès du Fonds des médias du Canada avait entre-temps fait faillite, nous obligeant du même coup à trouver un nouveau partenaire numérique de production.

Nous avons contacté le studio de création numérique Akufen et, en particulier, son directeur technologique, co-fondateur et associé Christian Lebel. Dès la première rencontre, nous avons pu constater une adéquation entre notre vision créative et les expertises du studio. Cependant, il a aussi semblé nécessaire de moduler le projet déposé auprès du FMC pour raffiner le projet *Fonfon interactif* (2016) et s'assurer de sa faisabilité financière et technique.

Nous avons parfait l'idéation du projet et lancé la production. Celle-ci a mobilisé à la fois Véronique Fontaine (éditrice) et moi (chargée de projet générale), des illustratrices et illustrateurs (Vincent Gagnon, Marianne Chevalier, Guillaume Perrault et Pishier), des autrices et auteurs (Benoit Dutrizac, Caroline Allard, Jannick Lachapelle), un directeur technologique (Christian Lebel) et son équipe, un directeur artistique (Bruno Choinière) et son équipe, une chargée de projet production (Cindy Labranche), des comédiennes et comédiens, des pédagogues, des stratèges en diffusion numérique, et des chercheuses et chercheurs.

La production en tant que telle s'est étalée de mai 2014 à février 2016. Elle a mobilisé 44 personnes, pour un budget total de 419 789 \$, promotion incluse. *Fonfon interactif* (2016) a été récompensé du Grand Prix NUMIX 2016 et du Prix pour la commercialisation MITACS-CRNC / PARI 2016.

4.1.4 Description des livres-applications

À la fin de la production, les livres-applications *Fonfon interactif* (2016) ont été mis en ligne et commercialisés en février 2016. Ces livres-applications s'adressent aux enfants du premier cycle du primaire ainsi qu'à leurs enseignantes et enseignants. Ils prennent la forme de trois livres-applications distincts, chacun rassemblé sous la bannière *Fonfon interactif* (2016). Chaque livre-application est une remédiation d'un album papier déjà disponible en librairies :

- *La reine et-que-ça-saute*, de Caroline Allard et Guillaume Perrault (2014);
- *Meuh où est Gertrude?*, de Vincent Gagnon, Marianne Chevalier et Benoit Dutrizac (2014);
- *Un à zéro pour Charlot*, de Pishier et Jannick Lachappelle (2015).

Chaque livre-application se déploie selon une même structure à deux volets, soit, d'une part, un volet lecture et, d'autre part, une interface de création d'histoires. Chaque application est disponible en français et en anglais, sur les plateformes de distribution Apple store et Google play.

Les deux écrans d'accueil se déclinent tels que suit : un premier pour faire le choix de la langue d'usage (*voir fig. 4.1*) et un second pour choisir si l'on préfère lire ou créer une histoire (*voir fig. 4.2*).

Figure 4.2 Écran d'accueil – choix de langue (*Fonfon interactif*, reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)



Figure 4.1 Écran d'accueil – choix d'action (*Fonfon interactif*, reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)



- Le volet lecture

Le volet lecture du livre-application *Fonfon interactif* (2016) se décline de la même manière dans chacune des trois applications. Il est ici important de noter que les textes des albums papier ont été entièrement repris sans modification. Par ailleurs, dans l'ensemble, les illustrations de l'album papier ont également été reprises pour le livre-application, mais certaines ont été légèrement modifiées pour être adaptées aux contraintes techniques de la production numérique. De plus, des commandes additionnelles ont été faites aux illustratrices et illustrateurs pour compléter les besoins visuels du livre-application, notamment dans le cadre de la création de mini-jeux interactifs, mais aussi de la plateforme de création d'histoire.

Figure 4.3 Choix du mode avec ou sans narration (*Fonfon interactif*, reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)



Lors de son entrée dans le volet lecture, l'enfant est invité à choisir s'il préfère un mode avec narration ou sans narration. Le mode avec narration lui permet d'entendre une comédienne ou un

comédien raconter l’histoire et les mots du texte se colorent au fur et à mesure qu’ils sont dits par le comédien ou la comédienne, dans une formule s’apparentant à du karaoké (voir fig. 4.3).

Une fois qu’il a fait son choix, l’enfant commence l’histoire. Chaque écran associe, à la manière d’un album papier, du **texte et de l’illustration**. Par ailleurs, de la **musique** d’ambiance est intégrée ainsi que, selon le choix de l’usager, la **narration** faite par la comédienne ou le comédien. Par ailleurs, certains éléments de l’écran sont interactifs : l’enfant peut, selon les pages, utiliser les fonctionnalités du clic ou du déplacement d’éléments. Les éléments interactifs peuvent, lors de leur activation, générer un son ou une animation ou encore offrir un mini-jeu.

Sur cet écran (voir fig. 4.4), par exemple, l’enfant peut cliquer sur les pommes pour faire apparaître un ver qui se promène de pomme en pomme. Par ailleurs, en cliquant sur les animaux, l’enfant provoque un son et une légère animation.

Figure 4.4 Page exemple volet livre-application (*Fonfon interactif*, reproduit avec l’autorisation de la maison d’édition Fonfon.)



Sur cet autre écran (voir fig. 4.5), un mini-jeu est proposé : en se saisissant du rasoir, l'enfant peut raser la laine du mouton.

Figure 4.5 Mini-jeu (Fonfon interactif, reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)



-Maman Gertrude m'a appris cette devinette. Pourquoi le mouton a-t-il puni son agneau ? Parce qu'il a fait des

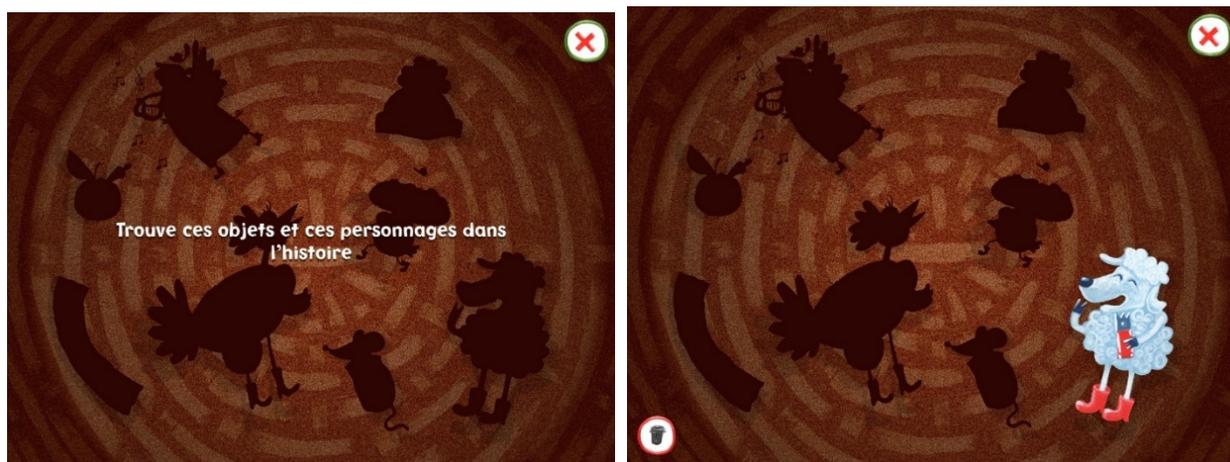


bêêêtises...



L'enfant est également invité à faire glisser certains éléments visuels de l'histoire au sein du panier (ou du coffre, selon les applications) (*voir fig. 4.6*). Ces éléments lui serviront d'objets supplémentaires dans le volet de création d'histoires. Dans la figure 4.6, on peut voir à gauche le panier vide, permettant à l'enfant de deviner les éléments visuels qu'il peut y faire glisser. À droite, on peut voir que lorsqu'un élément visuel a été ajouté au panier, il prend forme en couleur en se superposant à sa silhouette.

Figure 4.6 Panier vide et panier avec un élément ajouté (*Fonfon interactif*, reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)



Dans les livres-applications *Fonfon interactif* (2016), la navigation entre les écrans peut se faire via les flèches qui se situent à gauche et à droite du bas de chaque écran, mais aussi par

l'intermédiaire d'un écran dédié permettant d'aller en un seul clic à l'écran désiré. Cet écran est accessible par le bouton en haut à droite de chaque écran (fig. 4.7).

Figure 4.7 Écran de navigation (*Fonfon interactif*, reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)



Chacun des trois livres-applications produits épouse la même structure, la seule différence entre eux étant la facture visuelle des boutons de navigation et du panier, adapté en fonction du style visuel des illustrations du livre-application. Par ailleurs, les interactions proposées sont toujours les mêmes (clic et déplacement d'éléments) afin de faciliter le développement et de réaliser des économies d'échelle.

Tout au long de la production, nous avons mobilisé des équipes de recherche en didactique pour valider ou infirmer nos perceptions et idées, notamment en ce qui a trait au cheminement de l'enfant dans les livres-applications et au type d'interactions proposées au regard des compétences et connaissances du public visé.

- Le volet création d’histoire

Le volet création d’histoire de *Fonfon interactif* (2016) est probablement ce qui a donné au projet son caractère distinctif. En effet, il s’agissait d’une idée originale de Véronique Fontaine, directrice générale des éditions Fonfon, qui souhaitait permettre aux jeunes de se réapproprier les livres-applications et de devenir, à leur tour, créatrices et créateurs. Dans notre exploration préliminaire, en phase d’idéation, nous n’avions d’ailleurs pas trouvé de projets francophones utilisant le même mécanisme.

Le volet création d’histoire permet aux enfants de créer leur propre histoire à partir des éléments visuels du livre-application, et d’y intégrer leur texte, leur voix ou les deux. L’enfant peut créer des histoires comportant jusqu’à dix écrans et en choisir le titre et la couverture. Il est important de noter qu’ici aussi, pour des raisons d’uniformisation et d’économies d’échelle, nous avons fait le choix de proposer une structure identique dans chacune des trois applications, la seule différence étant bien entendu la facture visuelle.

Le premier écran du volet création d’histoire est un écran d’accueil qui offre l’accès soit directement à l’expérience de création soit à un tutoriel vidéo permettant de comprendre le mode de fonctionnement du dispositif (*voir fig. 4.8*).

Figure 4.8 Écran d’accueil du volet création d’histoire (*Fonfon interactif*, reproduit avec l’autorisation de la maison d’édition Fonfon.)



Lors de son arrivée dans l'espace de création, l'enfant est tout d'abord invité à créer une nouvelle histoire. Il ou elle peut créer jusqu'à dix histoires, mais aussi supprimer ou modifier les histoires qu'elle ou il a déjà créées. L'écran d'ajout d'une nouvelle histoire apparaît comme dans la figure 4.9 ci-dessous.

Figure 4.9 Écran « crée une nouvelle histoire » (*Fonfon interactif*, reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)

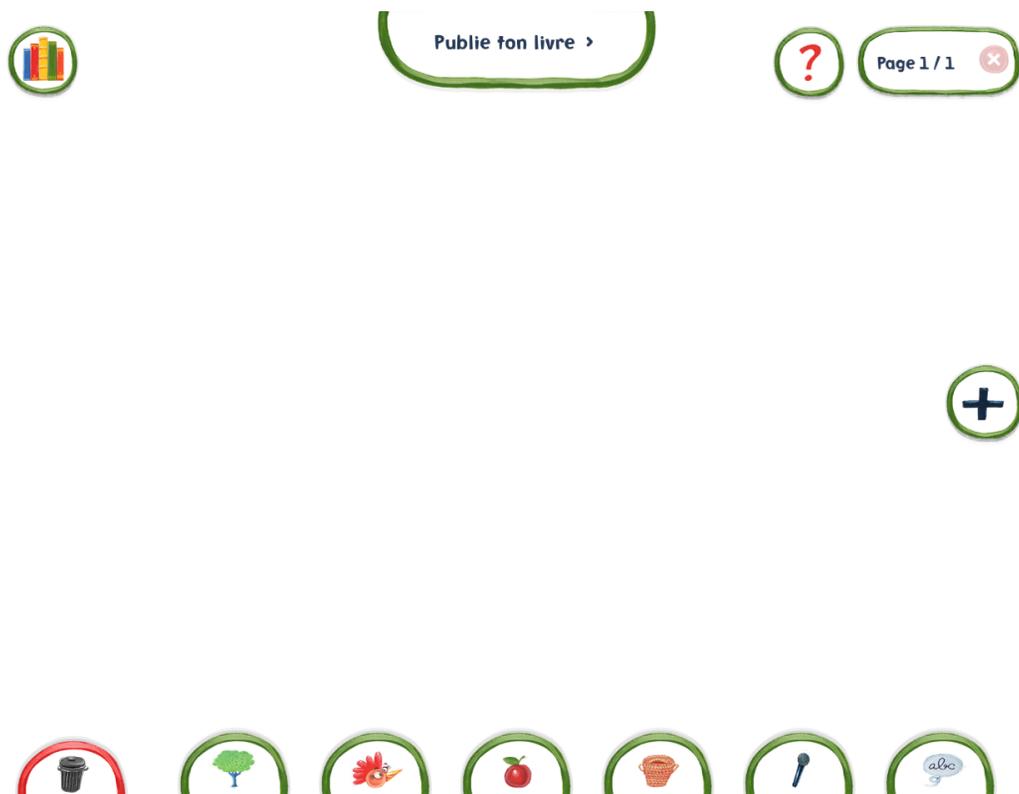


À l'écran suivant, l'enfant est amené à débiter son histoire en créant sa première page. Il ou elle dispose de plusieurs options offertes par les boutons en bas de l'écran : ajouter un décor, un ou des personnage(s), un ou des objet(s), un ou des éléments visuels issus de son panier; ajouter sa voix; ajouter du texte.

Une fois sa « page » terminée, il ou elle peut passer à une page suivante en cliquant sur le bouton « + » au milieu de l'écran, à droite, pour ajouter une page. Il peut aussi accéder en tout temps au

tutoriel (bouton « ? » en haut et à droite de l'écran), « publie ton livre » (bouton en haut de l'écran) ou encore revenir à sa « bibliothèque » (bouton en haut à gauche), soit le catalogue des histoires qu'il ou elle a déjà créées. La page de création est représentée en figure 4.10.

Figure 4.10 Page de création (*Fonfon interactif*, reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)



L'enfant peut alors choisir à travers une banque visuelle de décors (voir fig. 4.11) et une banque visuelle de personnages qu'il ou elle pourra grossir, rapetisser et positionner grâce à l'écran tactile (voir fig. 4.12).

Figure 4.11 Banque visuelle de décors (Fonfon interactif, reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)

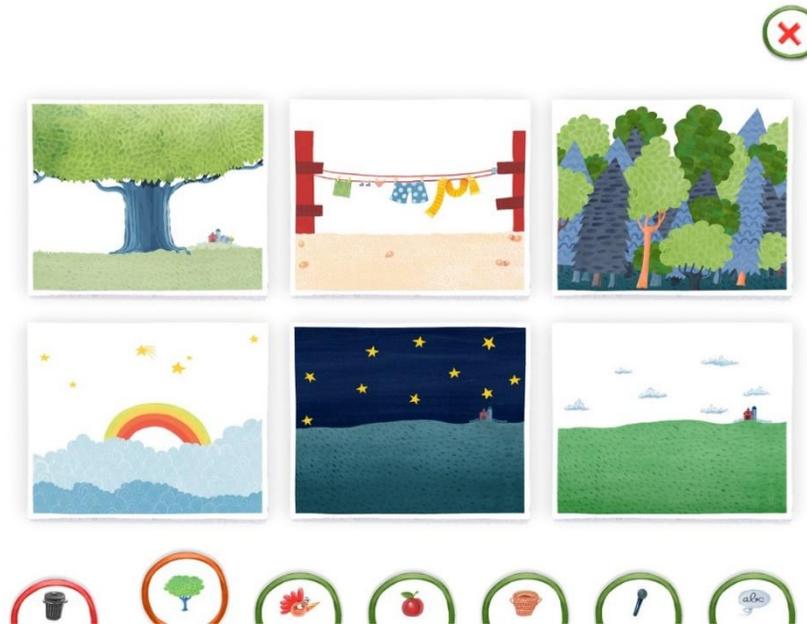
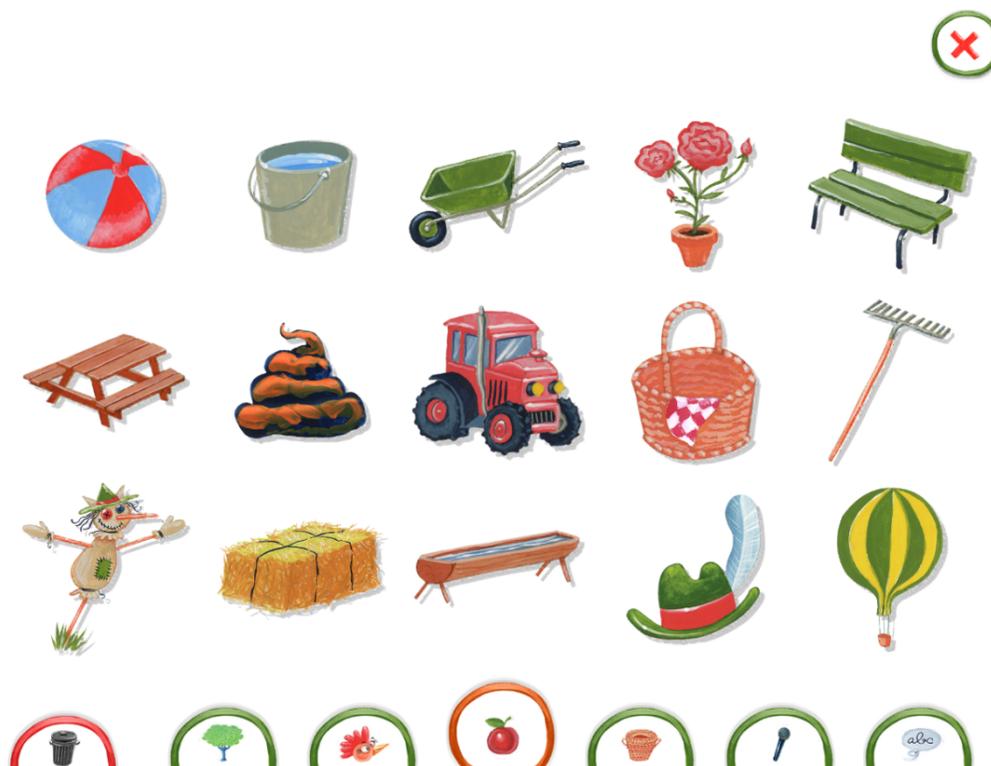


Figure 4.12 Banque visuelle de personnages (Fonfon interactif, reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)



L'enfant dispose aussi d'une banque visuelle d'objets, en sus des objets disponibles dans son panier (voir fig. 4.13).

Figure 4.13 Banque visuelle d'objets (*Fonfon interactif*, reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)

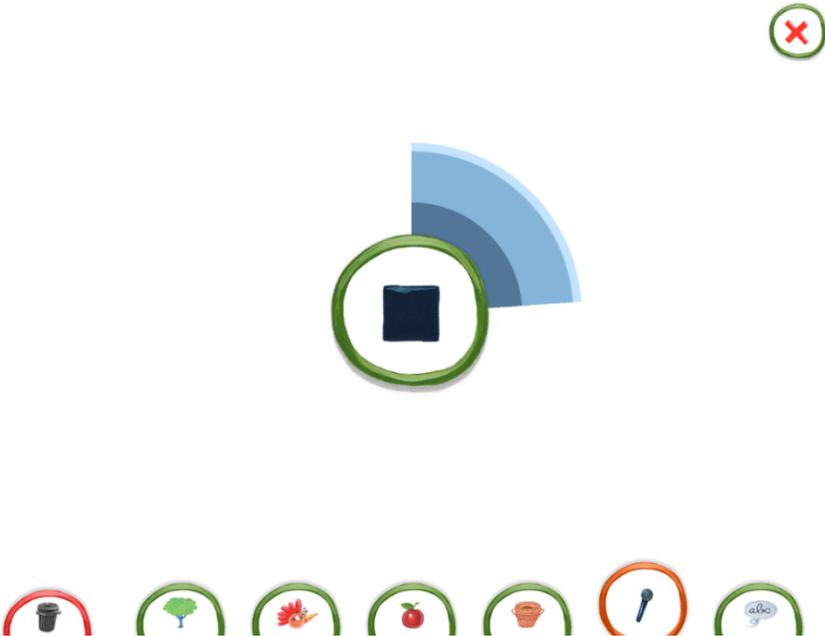


L'enfant a également à sa disposition un outil d'enregistrement de sa voix (voir fig. 4.14 et 4.15).

Figure 4.14 Écran d'accueil de l'outil d'enregistrement de la voix (Fonfon interactif, reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)

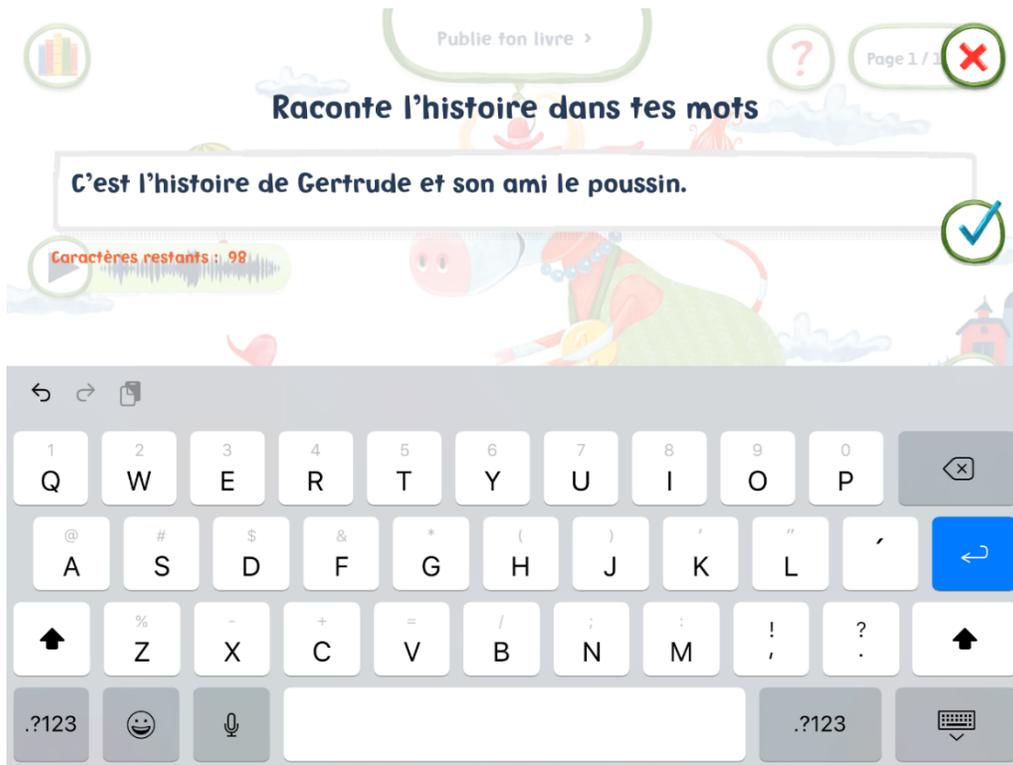


Figure 4.15 Écran d'enregistrement de la voix (enregistrement en cours) (Fonfon interactif, reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)



Enfin, l'enfant peut utiliser un outil d'ajout de texte (voir fig. 4.16).

Figure 4.16 Outil d'ajout de texte (*Fonfon interactif*, reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)



Tous ces éléments peuvent être supprimés si l'enfant change d'avis ou souhaite transformer son histoire. Si l'enfant a utilisé toutes les fonctionnalités, l'écran prend alors une forme similaire à celle de la figure 4.17.

Figure 4.17 Écran signifiant que l'enfant a utilisé toutes les fonctionnalités (*Fonfon interactif*, reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)



Lorsqu'elle ou il est satisfait de son histoire, l'enfant peut alors la « publier » en choisissant parmi l'une des trois couvertures proposées. Elle ou il peut également ajouter son nom d'auteur ou d'auteur ainsi que le titre de son histoire dans l'écran représenté en figure 4.18.

Figure 4.18 Écran de l'outil de publication de l'histoire (*Fonfon interactif*, reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)



L'histoire est alors archivée dans la « bibliothèque » où elle pourra y être consultée, mais aussi modifiée ou supprimée (voir fig. 4.19).

Figure 4.19 Écran bibliothèque (*Fonfon interactif*, reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon.)



Pour le volet de création d'histoires, à nouveau, nous avons sollicité les équipes de recherche en didactique à différents moments-clé de la production, pour s'assurer de l'adéquation de l'expérience proposée avec les besoins et compétences des publics visés.

4.1.5 Mise en marché

Les applications *Fonfon interactif* (2016) ont été mises en marché en février 2016 sur les plateformes Apple Store et Google Play, au prix de 3,99 \$ chacune. Un achat groupé pour 10,99 \$ était également proposé. Elles ont été promues via un lancement public et une stratégie de médias sociaux et de relations de presse, ainsi qu'une vidéo promotionnelle de type *making-off*²⁹. De surcroît, un espace de découverte a été proposé en kiosques pour les Éditions Fonfon dans l'ensemble du réseau de salons du livre du Québec.

Cependant, si le succès médiatique et d'estime a bien été au rendez-vous, le succès commercial, lui, n'a pas été atteint : moins de 2000 applications ont été vendues, pour un total de revenus de 4 390 \$, un chiffre loin d'être suffisant pour atteindre une rentabilité commerciale.

En 2020, Véronique Fontaine a amorcé la création d'une plateforme web reprenant le dispositif du volet de création d'histoires de *Fonfon interactif* (2016) pour permettre la création d'histoires dont l'univers visuel est issu d'autres albums de ses collections papier. Ainsi, dans une convergence papier-numérique, Véronique Fontaine offre une nouvelle manière d'explorer ses collections et de permettre à l'enfant de se les approprier à travers une activité créatrice. Cette production sera prochainement mise en ligne.

4.2 Production et de mise en marché écartées : *Le Club des créatures mystérieuses* (2017)

Suite à la mise en marché des applications *Fonfon interactif* (2016), Véronique Fontaine (Éditions Fonfon), Christian Lebel (Akufen) et moi-même avons démarré une seconde production dans le cadre de l'entreprise de développement numérique pour enfants La boîte à pitons, que nous avons créée ensemble en 2015³⁰.

²⁹ <https://www.facebook.com/laboteapitons/videos/708124872696333>

³⁰ Cette entreprise est fermée depuis 2018, les productions ayant alors été intégrées aux activités courantes de la maison d'édition Fonfon.

Cette seconde production, appelée *Le club des créatures mystérieuses* (2017), a été elle aussi financée par le Fonds des médias du Canada, mais cette fois-ci dans le cadre de leur programme de co-production Canada - Nouvelle-Zélande et en partenariat avec l'entreprise néo-zélandaise Yoozoo. Le montant total obtenu était de 105 000 \$.

Le Club des créatures mystérieuses (2017) est un projet s'inscrivant dans un univers narratif aux frontières de la mythologie et de l'histoire, et pensé pour les enfants entre 6 et 8 ans. L'objectif était de permettre aux enfants de découvrir 25 créatures mythologiques du monde (telles que le Yéti, le monstre du Loch Ness, le Chupacabra, etc.) et d'en apprendre plus sur elles, leur histoire et le contexte socio-culturel dans lequel elles s'insèrent. Par ailleurs, il s'agissait d'utiliser l'arc narratif des créatures mystérieuses pour sensibiliser les jeunes publics à l'importance du respect et de la préservation des écosystèmes naturels.

Le projet comprenait :

- Un **site internet** proposant une expérience interactive, à savoir un globe terrestre à explorer pour situer sur une carte et en apprendre plus sur les 25 créatures documentées;
- **2 livres-applications**, chaque livre-application suivant l'histoire d'un groupe de jeunes partis à la découverte et à la rescousse d'une créature mystérieuse en danger;
- Une **application de réalité augmentée** permettant, en interaction avec des cartes imprimées, de « collecter » les 25 créatures mystérieuses, de les voir s'animer et d'entendre leur cri distinctif.

Le projet, créé pour une diffusion essentiellement numérique (production native), a mobilisé les expertises d'un illustrateur, de deux auteurs, de développeuses et développeurs web et mobile, d'un musicien, de comédiennes et comédiens, d'animatrices et d'animateurs et, bien entendu, de gestionnaires de production dont moi-même, soit en tout 28 personnes. Il est, depuis sa mise en ligne en 2017, offert gratuitement aux publics, en français et en anglais.

Ce projet a été une riche source d'apprentissage personnel et m'a permis de me développer professionnellement. Cependant, j'ai sciemment fait le choix de l'écarter de ma collecte de données

de participation observante. En effet, de nombreux éléments constitutifs de cette production l'éloignaient de mon champ de recherche ou le rendaient trop différents de mon autre terrain et, du même fait, rendaient les données difficilement comparables.

Ainsi, à la différence du projet *Fonfon interactif* (2016), le projet *Le Club des créatures mystérieuses* (2017) proposait une expérience gratuite, d'une part, et transmédia, de l'autre. Mais aussi et surtout, la grande majorité du travail de production de la composante de livres-applications n'a pas été réalisée par nos équipes québécoises, mais par celles de notre partenaire néo-zélandais, rendant impossible la collecte de données sur les enjeux rencontrés au Québec dans cette production. En effet, les équipes québécoises se sont concentrées sur la portion web du projet, un type de production qui ne rentre pas dans mon champ de recherche compte tenu des limites temporelles et géographiques associées aux terrains.

Tout au long de ma participation observante, j'ai observé des documents et artefacts liés à la production et à la mise en marché de *Fonfon interactif* (2016). Parmi eux, on peut compter des documents de planification et de conception (budgets, échéancier, demandes de financements), ou encore, notamment des documents de travail en design et en ergonomie tels que des maquettes, des scénarimages, des planches de tendances (document rassemblant les orientations graphiques envisagées pour le projet), ainsi que des documents d'architectures narratives. Vous trouverez au fil de ce chapitre et du chapitre VI ainsi qu'en annexe de cette thèse des exemples de ces documents et artefacts.

4.3 Présentation des personnes ou équipes de personnes ayant participé aux entretiens

Lors de ma recherche, j'ai pu interroger dix personnes ou équipes issues des secteurs du livre, du numérique et de la recherche :

- Deux personnes ont été interrogées dans le cadre du projet *Fonfon interactif* (2016), soit Véronique Fontaine (Éditions Fonfon) et Christian Lebel (Akufen);
- Huit personnes ou équipes de personnes ont été interrogées dans le cadre d'entretiens complémentaires, soit Martine Sousse (2h60), Frédéric Gauthier (La Pastèque), Jean-

François Cusson (Bibliopresto), Nicolas Rodelet (Labo de l'édition), Jonathan Bélisle (Hello Architekt), l'équipe portant le projet Trousses numériques éducatives (Télé-Québec), Arnaud Laborderie (Bibliothèque nationale de France) et l'équipe portant le projet LINUM (LIRDEF).

Les données collectées lors de ces entretiens se reflètent dans les différents verbatims utilisés lors de l'analyse et de l'interprétation des résultats (voir Chapitre V et suivants). Ces données m'ont permises de venir confirmer ou infirmer mes observations issues de ma participation observante réalisées dans le cadre de la production *Fonfon interactif* (2016).

4.3.1 Véronique Fontaine (Éditions Fonfon) et Christian Lebel (Akufen) (*Fonfon interactif*, 2016)

Véronique Fontaine est la directrice générale des Éditions Fonfon. Christian Lebel est directeur technologique et associé du studio de production numérique Akufen. Avec moi, ils formaient le trio de direction et de coordination de la production *Fonfon interactif* (2016), terrain de ma participation observante et d'observation des documents et artéfacts. Véronique Fontaine était plus spécifiquement en charge de la direction, de la co-conception, de la gestion et de l'administration et du suivi éditorial, tandis que Christian Lebel était plus spécifiquement impliqué sur la co-conception et la gestion de la production du projet. Ensemble, ils ont également déterminé les balises et la stratégie de la mise en marché du projet.

Lors de notre entretien (décembre 2018), nous avons pu aborder les enjeux rencontrés lors de la production et de la mise en marché du projet *Fonfon interactif* (2016) ainsi que leur perception des besoins plus généraux du secteur du livre au Québec pour le développement d'une offre éditoriale numérique jeunesse riche et pérenne.

4.3.2 Martine Sousse, 2h60 (*De plomb et de sang*, 2020)

Martine Sousse est une productrice française d'expériences narratives numériques depuis de nombreuses années. Au cours de sa carrière, elle a été chargée la production de plateformes numériques destinées à la promotion des arts ou encore de projets éditoriaux de mise en valeur d'artisanat local. Elle a également travaillé au développement d'objets connectés à impact social

et communautaire. Depuis 2019, elle dirige l'entreprise 2h60, qui produit et accompagne des projets éditoriaux numériques.

Dans le cadre de ma recherche, j'ai interrogé Martine Sousse en mars 2019 sur le projet *De plomb et de sang* (2020), dont elle a été la directrice. Ce projet est issu d'une collaboration associant l'Université Aix-Marseille (France) et l'entreprise marseillaise 2h60 (France), le studio de création montréalais Akufen (Canada) et l'école de bande-dessinée italienne Napoli scuola di comics de Naples (Italie). Il a également mobilisé l'auteur-illustrateur tunisien Seif Eddine Neichi. Le projet a été financé par le programme européen Europe créative.

De plomb et de sang (2020) est un projet transmédia destiné aux adolescents associant une bande-dessinée papier distribuée aux publics scolaires des écoles secondaires françaises, une bande-dessinée numérique, une exposition itinérante et un site internet informatif. Il vise à traiter de la problématique des montées de l'extrémisme (religieux, politique, ou autres) en mettant en parallèle l'extrémisme des années Bataclan en France et celui des années de plomb à Bologne, en Italie (1970 - 1975). La bande-dessinée papier offre un arc narratif historique principal, se focalisant sur l'histoire semi-fictionnalisée d'Alessia et de Peter, personnages centraux des événements des années de plomb à Bologne.

La bande-dessinée numérique, quant à elle, offre une perspective intime de la quête d'Alessia, tentant d'arrêter les actions de Peter, activiste anti-pouvoir, alors qu'elle le soupçonne d'être sur le point de commettre un acte irréparable. L'exposition itinérante, elle, offre un regard historique sur ces événements. Enfin, le site internet livre des ressources complémentaires pour soutenir les enseignants et enseignantes en histoire des écoles secondaires françaises dans la médiation de cette période à leurs élèves, mais aussi la problématisation de la radicalisation religieuse ou politique actuelle.

Lors de notre entretien, Martine Sousse m'a confié sa perception des enjeux de l'édition de bandes-dessinées en France, du point de vue de la création, de la production et de la mise en marché, mais aussi sa compréhension des enjeux du marché de l'édition numérique à l'échelle internationale. De plus, elle a évoqué son vécu de productrice de productions littéraires numériques, et les enjeux qu'elle a pu rencontrer dans la production et la mise en marché de *De plomb et de sang* (2020).

4.3.3 Frédéric Gauthier, La Pastèque (Tout garni, 2017)

Frédéric Gauthier est le co-fondateur et le directeur général des éditions La Pastèque, une populaire maison d'édition québécoise se spécialisant en édition de bande-dessinées et d'albums jeunesse depuis désormais plus de 20 ans. Depuis sa création La Pastèque s'est démarquée par son fort attachement au développement de propositions visuelles et textuelles distinctives et son dynamisme dans l'exploration de formes innovantes de création narrative.

Ainsi, ces dernières années, les éditions de La Pastèque ont développé, outre la production *Tout garni* (2017) qui nous intéresse ici :

- Une série animée humoristique en 13 épisodes adaptée de la bande-dessinée *La liste des choses qui existent* (2019), des créatrices Iris et Cathon, créée en collaboration avec l'Office national du film;
- Une série balado de fiction adaptée de la bande-dessinée jeunesse *Le facteur de l'espace* (2020), du créateur Guillaume Perreault, créée en collaboration avec La puce à l'oreille;
- *La Pastèque audio* (2021), une série de balados documentaires en lien avec des albums jeunesse papier documentaires, créée en collaboration avec La puce à l'oreille.

Tel que décrit par les équipes du site Lab-yrinthe.ca, *Tout garni* (2017) se présente dans une forme innovante particulièrement originale :

Une bande dessinée interactive en 12 épisodes, publiés progressivement et signés par 12 illustrateurs différents. Le projet, fruit d'une collaboration entre les Éditions de la Pastèque, le diffuseur Télé-québec, la productrice Vali Fugulin et le studio de création et de développement Dpt., visait à offrir au public une nouvelle expérience numérique chaque mois, et ce pendant une année, dans le but de célébrer les vingt années d'existence de la maison d'édition et d'entretenir les lecteur.rice.s sur une longue période. Les illustrateurs, ayant tous déjà publié chez les Éditions de la Pastèque auparavant, se sont ainsi attachés à écrire de manière collaborative la bande dessinée, en présentant chacun un chapitre différent autour d'une idée de scénario d'André Marois. Le résultat est une création qui emprunte plusieurs factures artistiques et

technologiques, chacun des auteurs ayant apporté son univers créatif et ses choix d'exploration du numérique. (Lab-yrinthe, 2021, s. p.)

Dans le cadre de ma recherche, j'ai rencontré Frédéric Gauthier en avril 2019, soit deux ans après la mise en marché de la production *Tout garni* (2017), pour l'interroger sur les enjeux rencontrés au cours de la production et de la mise en marché de cette production.

Lors de notre entretien, Frédéric Gauthier m'a confié, tel que présenté dans les différents verbatims qui contribuent à mes chapitres d'interprétation des données de recherche (voir *Chapitres V et VI*), les difficultés qu'il a pu rencontrer lors de la production et de la mise en marché de *Tout garni* (2017). Il a aussi partagé avec moi ses impressions générales sur les potentiels du numérique en édition jeunesse, mais aussi sur les contraintes financières, commerciales, stratégiques et artistiques qu'il a observé dans le cadre de ses explorations des pratiques innovantes en édition.

4.3.4 Jean-François Cusson (Bibliopresto)

Jean-François Cusson est le directeur général de Bibliopresto, un organisme en charge de la diffusion du livre numérique au sein des bibliothèques publiques, via, notamment, la solution prenumerique.ca. Par ailleurs, depuis 2020, l'organisme Bibliopresto opère également un nouveau système de prêt numérique destiné aux bibliothèques scolaires, Biblius. Dans le cadre de son mandat, Jean-François Cusson a pu développer une expertise unique en ce qui a trait aux enjeux en diffusion et distribution du livre numérique auprès des collectivités (bibliothèques publiques et bibliothèques scolaires).

Lors de ma rencontre avec Jean-François Cusson, en avril 2019, nous avons abordé différentes questions liées à sa compréhension du marché de l'édition numérique jeunesse au Québec, aux enjeux techniques et financiers de diffusion du livre-application au sein des collectivités québécoises, aux avenues à observer en ce qui a trait à la découvrabilité du numérique jeunesse dans les espaces de distribution en collectivités québécoises, ou encore aux potentiels du numérique dans le domaine de l'édition jeunesse.

4.3.5 Nicolas Rodelet, Le Labo de l'édition de Paris

Nicolas Rodelet dirige Le Labo de l'édition de Paris depuis désormais plus de 10 ans. Le Labo de l'édition de Paris est, tel qu'énoncé sur son site internet, un « lieu dédié au monde du livre et à toutes ses transitions : numériques, mais aussi écologiques et sociétales. A l'initiative de la Ville de Paris, le Labo de l'édition est opéré par Paris&Co, l'agence de développement économique et d'innovation de Paris. » (En ligne).

Le Labo de l'édition de Paris incube ainsi chaque année plusieurs entreprises et organismes en démarrage pour développer des projets innovants en littérature, forme et outille des professionnelles et professionnels intéressés par l'édition numérique et organise des événements d'apprentissage et de réseautage.

Lors de notre entretien en mai 2019, j'ai pu discuter avec Nicolas Rodelet de sa perception des enjeux en livre-application jeunesse à l'échelle de la francophonie, de sa vision des tendances de marché en édition numérique et des pistes de solutions possibles pour soutenir au mieux les maisons d'édition jeunesse désireuses d'expérimenter avec le numérique.

4.3.6 Jonathan Bélisle, Hello Architekt (*Wuxia le renard*, 2015)

Jonathan Bélisle est un producteur d'expériences numériques qui s'adressent à différents types de publics et sont diffusées dans différents types d'espaces : en ligne, sur les plateformes de diffusion d'application ou encore en musées ou dans l'espace public.

Dans le cadre de ma recherche, j'ai interrogé Jonathan Bélisle en avril 2019 sur son projet *Wuxia le renard* (2015). *Wuxia le renard* (2015) est une proposition interactive multi-sensorielle pour la jeunesse créée par le studio de Jonathan Bélisle, Hello Architekt, en 2015. Elle se présente sous la forme d'un livre imprimé associé à une application mobile fonctionnant via un système de reconnaissance vocale. À chaque phrase lue à voix haute par l'enfant, une action est déclenchée sur l'écran (déclenchements sonores, visuels, animation et autres).

Wuxia le renard (2015) a été distribué en librairie et auprès des collectivités. Au cours de notre entretien, Jonathan Bélisle m'a confié les difficultés qu'il avait pu rencontrer avec ce projet en

termes, notamment, de financements et de viabilité commerciale, mais aussi sa vision des tendances à venir en matière de numérique pour la jeunesse et en particulier, en livre-application pour la jeunesse.

4.3.7 Équipe de création numérique, Télé-Québec (*Trousses éducatives numériques*, 2020)

Le projet *Trousse éducatives numériques* (2020) de Télé-Québec vise à proposer des outils et des ressources numériques interactives autour d'une sélection d'albums jeunesse. Les trousseaux sont conçues pour permettre aux enseignants et enseignantes de travailler, en fonction de leurs exigences pédagogiques à partir de différents parcours, correspondant à autant de modes d'exploitation didactiques des œuvres. Une première salve de contenus a été proposée au cours de l'année 2020 et une seconde au cours de l'année 2021.

Lors de notre entretien, en novembre 2019, nous avons pu échanger sur les difficultés rencontrées lors de la production de ce projet mais aussi sur la vision par les équipes de Télé-Québec des tendances de marché en production numérique jeunesse et en particulier en livres-applications pour la jeunesse.

4.3.8 Arnaud Laborderie, Bibliothèque nationale de France (*Candide*, 2012)

Arnaud Laborderie est chef de projet *Gallica : exploitation des données de Gallica pour la recherche* à la Bibliothèque nationale de France. Il a notamment travaillé à la production du livre-application *Candide* (2012), mettant en valeur le roman éponyme de Voltaire. Cette production, portée par la Bibliothèque nationale de France dans le cadre de sa collection *Les Essentiels* a bénéficié d'un soutien financier et technique de la Fondation Orange.

Offerte gratuitement, cette production permet une exploration de la célèbre œuvre de Voltaire à travers trois entrées distinctes rassemblées au sein de la même application (également disponible sur le web). La Bibliothèque nationale de France décrit le projet ainsi :

Organisée selon 3 parties distinctes, l'application comprend tout d'abord Le Livre : celui-ci propose un affichage synchronisé du texte et du manuscrit conservé à la BnF. Il est également possible d'y écouter une lecture du texte par l'acteur Denis Podalydès ainsi que d'y consulter de multiples ressources telles que des définitions et des fiches

de lecture sur les personnages, les lieux ou encore les concepts cités. Le Monde permet, à travers une carte, de suivre le voyage de Candide tout en proposant des approfondissements pédagogiques autour de thèmes présents dans l'œuvre et à travers l'interview de personnalités telles que Michel Le Bris, Alain Finkielkraut ou Georges Vigarello. Enfin, Le Jardin, véritable espace collaboratif, permet à chacun d'organiser et de commenter sa lecture sous la forme d'un carnet. L'ensemble de ces contributions, apparaissant dans Le Jardin comme autant « d'arbres de la connaissance », sont consultables en ligne. (s. p.)

Lors de notre entretien, en février 2019, Arnaud Laborderie m'a confié les enjeux rencontrés dans la mise en œuvre de cette production, les apprentissages réalisés et sa vision des tendances en développement littéraire numérique en lien avec le patrimoine.

4.3.9 Agnès Perrin-Doucet et Eleonora Acerra, Laboratoire Interdisciplinaire de Recherche en Didactique, Éducation et Formation (LINUM, 2017)

L'équipe du Laboratoire Interdisciplinaire de Recherche en Didactique, Éducation et Formation de l'Université de Montpellier et de l'Université Paul Valéry (LIRDEF) a participé à une production numérique (LINUM, 2017) destinée à accompagner la lecture critique au premier degré. Cette production s'est étalée d'octobre 2014 à décembre 2017 et visait à développer, produire et diffuser un dispositif innovant de création et distribution de livres numériques enrichis pour à destination des enseignants et enseignantes du premier cycle du primaire français à partir de collections de littérature jeunesse. En sus des ouvrages numériques, le dispositif proposait aussi des outils d'évaluation, de suivi de progression et d'accompagnement de l'écrit pour les élèves.

Ce projet rassemblait, en plus des équipes de recherche du LIRDEF, des partenaires privés prestigieux : la maison d'édition Bayard, le studio de production numérique spécialisé en jeunesse Tralalère et la fondation Bic Éducation. De surcroît, deux autres équipes de recherche contribuaient au projet, soit le Laboratoire Informatique, Image et Interaction (L3i) de l'Université de la Rochelle et le pôle Recherche et Innovation de l'École des Gobelins.

Les équipes du LIRDEF ont participé à la conception de la production de ce projet ainsi qu'à la documentation de son expérimentation au sein de classes de niveau primaire françaises désignées pour tester le dispositif. Elles ont suivi l'ensemble de la production et les questionnements qui l'ont émaillée et ont participé à la réflexion en ce qui a trait à sa mise en marché.

Dans le cadre de notre entretien, en mai 2019, Agnès Perrin-Doucet et Eleonora Acerra, les deux chercheuses de l'équipe du LIRDEF les plus impliquées sur cette production m'ont confié leur perception des enjeux rencontrés par les équipes du projet, mais aussi leur vision de leur rôle d'équipes de recherche dans le cadre de la production et de la mise en marché du projet.

Dans le cadre de ce chapitre, j'ai pu présenter plus longuement le terrain de ma participation observante, soit la production des livres-applications *Fonfon interactif* (2016), incluant les artéfacts que j'ai pu y collecter. Par ailleurs, ce chapitre m'a aussi permis de présenter le profil des professionnelles et professionnels issus des domaines de l'édition et du numérique, interrogés dans le cadre de mes entretiens de recherche. Il me semblait en effet important de prendre un temps d'arrêt pour détailler de manière poussée ces éléments, afin de faciliter la compréhension des chapitres suivants, consacrés à l'interprétation de mes données.

CHAPITRE 5

LES ENJEUX LIÉS À L'APPROPRIATION DES MÉTIERS, AUX SAVOIR-FAIRE ET À LA CULTURE DU NUMÉRIQUE PAR LES MAISONS D'ÉDITION

Dans ce premier chapitre interprétatif, je m'intéresserai aux enjeux rencontrés par les maisons d'édition québécoises en ce qui a trait à l'appropriation des métiers, savoirs et culture du numérique. En premier lieu, j'aborderai l'enjeu de la méconnaissance des métiers et savoir-faire du numérique et en second lieu, je traiterai de l'enjeu de l'appropriation de la culture numérique par les maisons d'édition québécoises.

En production numérique, les rôles et les compétences nécessaires au développement de projets sont multiples et éclectiques. Dans ma recherche (observation participante de terrain et entretiens avec des professionnelles et professionnels), j'ai rapidement vu augmenter le nombre de professionnelles et professionnels impliqués dans une production, et ce, en fonction de la complexité de l'objet produit, d'une petite équipe de 2 à 4 membres à une équipe de plusieurs dizaines de personnes aux expertises diverses (jusqu'à 44 dans le cas de la production *Fonfon interactif*, 2016). Cette nouvelle configuration élargie peut être difficile à envisager, à comprendre et à gérer pour des maisons issues de l'édition traditionnelle, dans le cadre de la production de livres interactifs numériques dépassant le simple livre homothétique. Les spécialistes de la musique, de l'animation, de la conception, du développement, de l'ergonomie et autres viennent ainsi s'ajouter aux rôles classiques impliqués dans l'édition jeunesse, tels que les autrices et auteurs ainsi que les illustratrices et illustrateurs.

Certaines professions émergent également : ainsi, les architectes narratifs (un rôle que j'ai pu occuper, conjointement avec la chargée de projet du studio de production Akufen dans le cadre de la production *Fonfon interactif*, 2016), dont le rôle est de s'assurer de la cohésion des composantes d'un dispositif narratif qui peuvent sembler incompatibles, comme la narrativité et l'interactivité (Bouchardon, 2014), deviennent des piliers centraux, situés entre la création artistique, la gestion et le développement. Faire collaborer une telle diversité de créateurs et créatrices engendre parfois des tensions et des problèmes de communication (Bolka et Després-Lonnet, 2016), et peut désarçonner des maisons d'édition traditionnelles, faisant du même coup apparaître un rôle hybride

mais essentiel, celui de la passeuse ou du passeur numérique. De surcroît, les méthodologies de travail, les outils, ou encore les savoir-faire, peuvent, selon mes observations et entretiens, différer pour beaucoup entre l'édition traditionnelle et la production numérique.

Les résultats obtenus dans le cadre de ma recherche (observation participante de terrain et entretiens avec des professionnelles et professionnels) m'ont permis d'identifier deux enjeux principaux en ce qui a trait aux métiers, aux savoir-faire et à la culture du numérique. Tout d'abord, l'enjeu de composer avec un éclatement des configurations de travail et, du même coup, celui de procéder à une acculturation des métiers et des savoir-faire du numérique pour les maisons d'édition (enjeu 1) est constaté dans ma participation observante et les entretiens réalisés pour la recherche. De surcroît, il apparaît que ce premier enjeu soit accentué par la difficulté d'acquérir des réflexes propres à la culture numérique (enjeu 2).

Ainsi, 80 % des personnes interrogées ont trouvé difficile de gérer des configurations d'équipe et des professionnels et professionnelles dont ils ne connaissaient pas le métier, 70 % ont estimé que de nouveaux métiers émergeaient des configurations numériques comparativement à l'édition traditionnelle, et 80 % ont estimé qu'elles n'étaient pas assez formées aux nouveaux métiers et réalités du numérique. À ces données s'ajoutent plus de 30 occurrences d'observations évoquant la difficulté de gérer les professionnels et professionnelles du numérique par les professionnels et professionnelles de l'édition traditionnelle, 15 occurrences mentionnant l'apparition de nouveaux métiers et 22 occurrences concernant les besoins de formation (enjeu 1). Par ailleurs, 75 % des personnes interrogées ont évoqué une méconnaissance de la culture numérique ou des outils liés et cette préoccupation revient dans 45 occurrences d'observations (enjeu 2).

5.1 Le premier enjeu : une méconnaissance des métiers et des savoir-faire du numérique

5.1.1 Des équipes de travail élargies impliquant de nouveaux rôles et savoir-faire

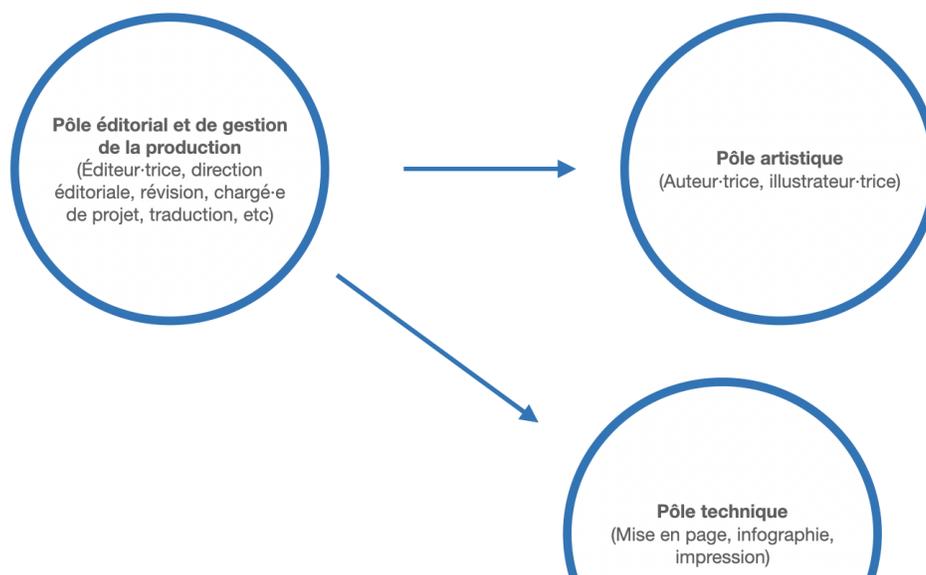
Selon mes observations de recherche, la production de livres-applications pour la jeunesse s'accompagne de la mise en place tâtonnante, et encore grandement itérative, de nouvelles configurations de travail, individuelles comme collaboratives. Les différents professionnelles et professionnels impliqués peinent à identifier les composantes et les limites de leurs rôles respectifs,

apprenant à travailler ensemble dans des dynamiques qu'ils et elles n'avaient souvent que peu ou jamais eu l'occasion d'explorer.

J'ai ici sciemment choisi de rassembler l'ensemble de ces professionnels et professionnelles sous le terme **d'équipe de production**, car mes observations de terrain m'ont permis de constater que, du fait du caractère novateur de ces productions, mais aussi de la nature polyvalente des équipes convoquées, dans la très grande majorité des cas, l'ensemble de l'équipe de production a un impact sur le résultat final.

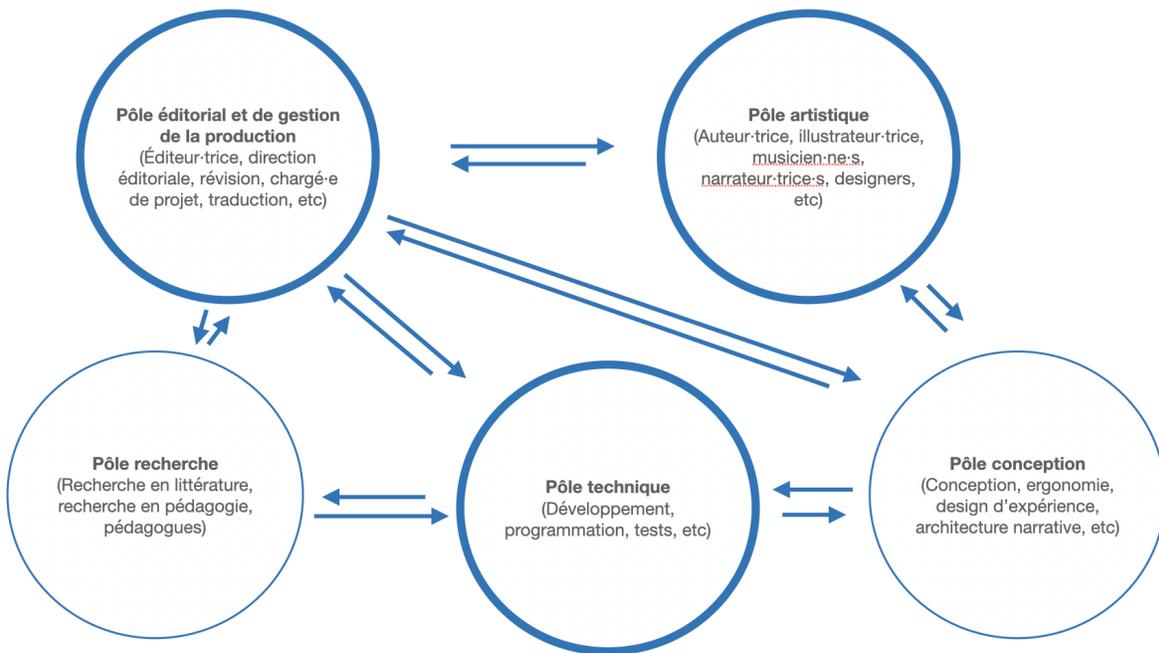
Comme mentionné, les configurations de travail en production numérique dépassent les cadres classiques connus et éprouvés par l'édition jeunesse traditionnelle. Ainsi, dans un cadre traditionnel, les rôles et les configurations se déploient généralement selon le modèle graphique présenté à la figure 5.1 (que j'ai créée), soit un **pôle éditorial et de gestion de la production**, un **pôle artistique** et un **pôle technique**.

Figure 5.1 . Rôles et configurations de travail en édition jeunesse traditionnelle. Source : Prune Lieutier, 2022.



Par ailleurs, dans un cadre de production de livre-application pour la jeunesse, selon mes observations et entretiens, le cadre de travail est plutôt équivalent à celui présenté en figure 5.2 (que j'ai créée), soit un **pôle éditorial et de gestion de la production**, un **pôle artistique**, un **pôle technique**, un **pôle conception** et un **pôle recherche**.

Figure 5.2 Rôles et configurations de travail impliqués dans la production d'un livre-application pour la jeunesse.
Source : Prune Lieutier, 2022.



Tel qu'exposé dans cette figure, dans le cadre d'une production de livre-application pour la jeunesse, les configurations de travail se complexifient, elles intègrent des dynamiques de travail et du personnel professionnel non présent en édition traditionnelle pour la jeunesse. J'ai ainsi pu constater la présence quasi systématique de cinq pôles principaux d'expertises mobilisées lors de la production d'un livre-application pour la jeunesse, soit, pour rappel, un pôle éditorial et de gestion de la production, un pôle artistique, un pôle de conception, un pôle technique et un pôle recherche. Ces cinq pôles sont décrits ci-dessous.

- Pôle 1 : le pôle éditorial et de gestion de la production

Le pôle éditorial et de gestion de la production comprend à la fois l'éditrice ou éditeur, la directrice ou directeur éditorial, la réviseuse ou le réviseur, la traductrice ou le traducteur, des rôles présents dans une production dite traditionnelle (production papier) mais aussi, comme rôles additionnels, le directeur ou directrice et le chargé ou la chargée de production. Ce pôle gère et encadre les pôles artistiques, de conception et de recherche. Il est le chef d'orchestre de la production et, à ce titre, il est garant, entre autres, de l'élaboration et de la gestion des échéanciers et des budgets, mais aussi de la définition des stratégies de mise en marché et de découvrabilité.

Par ailleurs, les décisions du pôle éditorial et de gestion de la production sont influencées par les réalités et besoins des autres pôles impliqués. Les rôles de ce pôle sont donc en mouvance constante en fonction des enjeux rencontrés par les autres pôles. Je reviendrai plus loin dans ce chapitre sur les difficultés rencontrées par ce pôle pour gérer des productions aux échéanciers et réalités souvent bien différents de productions dites traditionnelles (productions papier).

- Pôle 2 : Le pôle artistique

Dans une production numérique, le pôle artistique comprend de nouveaux rôles non présents en édition dite traditionnelle, notamment les musiciennes et musiciens, les conceptrices et concepteurs d'effets sonores, les comédiennes et comédiens (dans le cas de la présence d'une narration préenregistrée au sein de la production), ou encore les *designers* graphiques et de l'expérience usager (en charge, au-delà de l'aspect graphique et de direction artistique, de la lisibilité de l'information. Ce terme, bien qu'étant un anglicisme, est communément utilisé dans le domaine de la production numérique).

Ces rôles s'ajoutent aux rôles traditionnellement présents en édition jeunesse (autrices et auteurs, illustratrices et illustrateurs). Dans le cadre d'une production adaptée en format numérique à partir d'une production imprimée, l'autrice ou l'auteur peut différer ou être la même personne. Dans le cas d'une production native, c'est-à-dire créée directement pour le numérique, l'autrice ou l'auteur travaille directement sur le texte de la production numérique, de même que l'illustrateur ou

l'illustratrice. À ces rôles peuvent s'ajouter, selon les besoins de la production, des animateurs et animatrices, des artistes de bruitage, des scénaristes, etc.

Ce pôle est en interaction constante avec les pôles éditorial et de gestion de la production, de conception et technique. En effet, la production doit à la fois répondre à l'intention créative et commerciale énoncée par le pôle éditorial et de gestion de la production, mais aussi s'insérer dans les éléments d'architecture narrative et d'ergonomie posés par le pôle de conception, sans oublier de s'avérer techniquement viable et financièrement réaliste, en fonction des balises énoncées par le pôle technique.

Ainsi, j'ai pu observer des allers-retours constants entre le pôle artistique, le pôle éditorial et de gestion de la production, le pôle de conception et le pôle artistique. Ces pôles doivent en permanence réévaluer leurs choix (éditoriaux, de gestion, techniques, conceptuels, artistiques) et, du même coup, leurs tâches et livrables respectifs. Martine Soussé, productrice française de projets de bande-dessinée numérique pour adolescents, énonce ainsi l'aller-retour constant entre ces pôles :

Les auteurs, les illustrateurs, les chercheurs, on les questionne sans arrêt. Et sans arrêt on remet le travail sur l'ouvrage, parce qu'on sait bien qu'on est en train de construire une matière qui est vraiment en émergence. Donc, le rôle du chef d'orchestre, l'éditeur, c'est vraiment aller sentir toutes les sensibilités, les faire chanter ensemble et puis, à un moment donné, arriver à la bonne... Partir d'une partition, la faire bouger, arriver au bon rendu. Ça, c'est un travail de remise en cause permanente. (Entretien, mars 2019)

De ce fait, dans le cadre d'une production numérique, les autrices ou auteurs et illustratrices ou illustrateurs voient souvent leur rôle « désacralisé », comparativement à la manière dont leur rôle est valorisé dans le cadre de la grande majorité des productions traditionnelles. Leur implication dans le résultat final devient celle de fournisseurs ou fournisseuses de service plutôt que de créatrices ou créateurs initiaux. Ces constats sont confirmés par mes entretiens de recherche. Martine Soussé poursuit ainsi, sur la réalité du travail avec un auteur ou une autrice dans le cadre d'une production numérique :

Lorsque l'on travaille avec un auteur, c'est vraiment une position particulière, qui nous interroge beaucoup. On a tout de suite identifié qu'il fallait un architecte narratif [dans notre processus de production]. Mais, à un moment, le binôme [illustrateur - auteur]

existait, et le binôme n'entendait pas, je pense, l'arrivée d'une troisième personne, qui, du coup, les bridait dans leur créativité. Dans la relation d'auteur-illustrateur, il y a quelque chose d'un peu sacré, il ne faut pas y toucher. L'auteur a tous les droits, l'illustrateur a tous les droits de produire quelque chose, la forme originale qui sort de son imagination. Et, en l'occurrence, lorsque l'on est en face d'un produit qui intègre de l'interaction, des fonctionnalités, de la discussion, il faut en accepter le cadre. Et le cadre est bridant. Il est créatif mais aussi bridant. (Entretien, mars 2019)

Le pôle artistique doit ainsi se mettre au service de la production, mais aussi d'une équipe de production comprenant des réalités de travail et des contraintes diversifiées, alors que dans un contexte traditionnel, les autrices, auteurs, illustratrices et illustrateurs jouissent d'une grande liberté créative, certes encadrée par le travail du pôle éditorial et de gestion de la production mais de manière généralement souple et au service de l'expression artistique des créatrices et créateurs. Bien sûr, les contraintes restent nombreuses : type d'impression, intention pédagogique, contraintes budgétaires, etc. Mais le travail du pôle artistique reste central et l'équipe éditoriale et de gestion de la production s'assure, dans la très grande majorité des cas, d'en respecter l'essence.

Dans un contexte de livre-application, les créatrices et créateurs se soumettent non seulement aux indications éditoriales de la maison d'édition, mais également aux contraintes liées à l'expérience numérique envisagée, aux besoins des pôles de conception, de technique ou de recherche impliqués, ou encore aux intentions en termes de plateformes et supports de diffusion. Qu'il s'agisse d'une remédiation d'un album papier préexistant en livre-application ou d'une production de livre-application dite « native » pensée directement pour le numérique, le travail de production numérique nécessite dans la grande majorité des cas une adaptation en profondeur de la part des artistes habitués aux modes de travail de l'édition jeunesse traditionnelle.

Par ailleurs, dans de nombreux cas observés au cours de la recherche, il est apparu qu'il était difficile pour la maison d'édition habituée à des productions traditionnelles en édition jeunesse d'encadrer des créateurs et créatrices dans un cadre numérique. Si les maisons d'édition connaissent, bien entendu, parfaitement le travail artistique déployé dans un cadre traditionnel, il leur est encore difficile de s'approprier les réalités et les contraintes liées à une production numérique. Je reviendrai plus tard dans ce chapitre sur cet enjeu.

- Pôle 3 : le pôle de conception

Le pôle de conception rassemble les professionnelles et professionnels qui pensent l'expérience globale de la production. On y trouve, dans la grande majorité des cas, les conceptrices et concepteurs et les ergonomes, plus généralement appelés « *designers* d'expérience » au cours de mes entretiens et dans le cadre de mes observations, qui sont en charge de la fluidité de l'expérience numérique globale. Ils et elles doivent entre autres répondre efficacement à plusieurs questions importantes : quel est le parcours de lecture que va mener l'enfant? La forme numérique utilisée répond-elle bien à l'intention créative et aux réalités d'usage par les jeunes publics? Les éléments invitant à l'action et à l'interaction sont-ils bien disposés et visibles? La navigation est-elle simple et fluide, et permet-elle une appropriation agréable pour l'enfant? Ces questionnements ont notamment émergé dans les entretiens réalisés avec Christian Lebel et Véronique Fontaine (décembre 2018).

Le pôle de conception peut inclure des architectes narratifs, qui sont en charge de la construction du fil narratif ainsi que de la combinaison des modes et interactions dans un tout cohérent, signifiant, agréable et fluide. Comme le dit Martine Sousse, l'architecte narratif est « celui ou celle qui donne des avis, dresse le cadre, définit le squelette, définit les *guidelines* de conception » (entretien, mars 2019). Martine Sousse apporte d'ailleurs cette belle définition de cette fonction :

Je pense que l'architecte narratif doit être dans un vrai respect du talent de la créativité de l'auteur, mais il a aussi une vision d'auteur du projet. Sauf que son produit à lui, son œuvre, elle est différente. En fait, il y a deux œuvres qui cohabitent en permanence, l'œuvre qui est dans la tête de l'auteur et de l'illustrateur, et l'œuvre qui est dans la tête de l'architecte narratif. Ce ne sont pas les mêmes. Mais tout s'appuie sur les mêmes fondements. Et d'une certaine manière, auteur et illustrateur sont au service de l'architecte narratif, mais l'architecte narratif n'est rien sans le travail de ces deux artistes-là. Donc, c'est cette espèce de mash-up qui est un peu compliqué, parce que ça veut dire une grande capacité d'écoute, ça veut dire, pour les auteurs, un vrai respect de la contrainte formelle qui, parfois, est considérée comme triviale. On est dans une vision peut-être plus créative, plus belle et plus finalisée d'un produit. Mais la contrainte numérique, la contrainte que donne le numérique, elle peut être aussi vecteur [sic] de très, très belles productions. (Entretien, mars 2019)

Le pôle de conception est impliqué plus spécifiquement en début de production, lorsque vient le moment d'établir les lignes directrices du travail. Dans ce cadre, ce pôle est amené à collaborer de

manière étroite avec l'ensemble des autres pôles, afin d'établir le cadre d'une production qui soit à la fois au service de l'intention créative, réaliste en termes techniques et budgétaires, pertinente en termes pédagogiques, et intéressante artistiquement. Il est notamment celui qui s'intéresse de près à la « lectrice ou lecteur modélisé », tel que défini dans le chapitre II, en tentant de répondre aux questions suivantes : comment l'enfant va-t-il ou elle vivre l'expérience qui lui est proposée? Cette expérience est-elle adaptée à son âge, son niveau de connaissances et ses compétences? Quels apprentissages va-t-il pouvoir en tirer? Bien entendu, sur ces points, la collaboration avec le pôle de recherche est essentielle. Ici encore, ces questions sont issues de mes entretiens avec Christian Lebel et Véronique Fontaine (décembre 2018).

Au fil de la production, le pôle de conception peut être amené à se remettre à l'ouvrage, notamment si des opportunités ou des pertes de financement viennent modifier les réalités budgétaires du projet, si des contraintes techniques s'avèrent difficilement surmontables ou si des idées spécifiques et pertinentes émergent. Là encore, et nous y reviendrons plus tard dans ce chapitre, l'encadrement de telles professions reste un défi pour les maisons d'édition, qui en connaissent peu les réalités.

- Pôle 4 : le pôle technique

Le pôle technique rassemble la portion développement et programmation du projet, ainsi que les expertises arrivant en aval de la phase de production (voir plus loin pour un éclaircissement sur la phase de production et ses étapes de production), soit au cours de la phase de test et de contrôle des éléments numériques. On peut notamment y compter les développeuses et développeurs (soit les professionnelles et professionnels en charge du développement du code informatique de la production), les responsables de l'intégration (soit les professionnelles et les professionnels en charge d'assembler les différents éléments de design et de développement en fonction des directives données par les différents pôles) et enfin, les bêta-testeuses et bêta-testeurs. Il est intéressant de noter ici que le pôle technique peut avoir, et a souvent, un impact créatif. Pour illustrer cette réalité, Christian Lebel, directeur technologique chez Akufen évoquait la notion de *creative coder* ou développeur créatif (entretien, décembre 2018) :

Ensuite on a des *creative coders*, des développeurs créatifs. Maintenant [les développeurs] sont aussi créatifs que les *designers*. Ils peuvent modifier les technologies existantes pour faire quelque chose qu'elles ne faisaient pas à la base. Ça c'est de la création aussi. (Entretien, décembre 2018)

Le pôle technique en contact régulier avec les quatre autres pôles, avec lesquels il doit interagir à la fois pour s'assurer de la pertinence des choix techniques au regard de l'expérience envisagée, des réalités budgétaires et des échéanciers, de la stratégie de mise en marché, et autres. Nous reviendrons plus loin dans ce chapitre sur la méconnaissance des aspects techniques de la production et de la mise en marché de productions numériques par les maisons d'édition.

- Pôle 5 : le pôle recherche

Le pôle recherche n'est pas systématiquement présent dans la production et la mise en marché de livres-applications pour la jeunesse. Lorsqu'il l'est, il peut rassembler des équipes de recherche en littérature ou en didactique et/ou des pédagogues consultants dont la mission est à la fois d'assurer une cohérence de l'expérience proposée avec l'intention pédagogique et l'âge des publics visés, voire des programmes scolaires et de la réalité d'usage des enseignants et enseignantes. Ce même pôle peut également encadrer le développement d'outils d'appropriation des œuvres pour les publics scolaires, tels que des suggestions d'activités, des fiches pédagogiques ou encore des ressources exemplifiant les possibles usages pédagogiques de la production.

Ce pôle de recherche est notamment particulièrement important pour permettre aux professionnelles et professionnels de l'édition et du numérique de mieux saisir les besoins et réalités des jeunes publics. La littérature jeunesse donne en effet une place particulière aux fonctions que les productions peuvent avoir pour leurs publics, qu'il s'agisse de la transmission de valeurs, de connaissances ou de compétences (Chelebourg et Marcoin, 2007). Dans le cadre d'une production à destination de la jeunesse, l'ergonomie de la production, le choix du vocabulaire ou encore l'intention artistique prennent ainsi une place de choix, et ajoutent un niveau de difficulté pour les créateurs et créatrices. La « lectrice ou lecteur modélisé » prend ici toute son importance.

Bien entendu, cette attention particulière aux fonctions se retrouve également dans le cadre de la production numérique. Les narrations pré-enregistrées intégrant un dispositif « karaoké »

permettant de suivre les mots au fil de leur lecture (par colorisation ou surlignage des mots), les explications de mots de vocabulaire, les mini-jeux permettant d'explicitier certains sens, et autres fonctions similaires, font partie des dispositifs les plus classiques que l'on peut rencontrer dans les livres-applications pour la jeunesse.

Cependant, les créatrices et créateurs disposent aujourd'hui de peu d'accès aux équipes de recherche et aux connaissances vulgarisées en sciences de l'éducation, en enseignement des arts ou en littérature, comme mentionné par la quasi-unanimité des personnes interrogées au cours de ma recherche. Et lorsque le lien se fait, l'adaptation des résultats de recherche en dispositifs concrets semble complexe, du fait du manque de mécanismes de collaboration directe entre le monde universitaire et les professionnelles et professionnels de la production numérique, ainsi que du manque de ressources pratiques issues de la recherche et pensées pour les producteurs. Cette constatation m'amène à penser qu'il est plus qu'essentiel de créer des liens plus étroits entre création et recherche afin de permettre aux maisons d'édition de concevoir et développer des livres-applications adaptés aux enjeux de lecture et d'apprentissage rencontrés par leurs publics.

D'ailleurs, la production d'un plus grand nombre de livres-applications pour la jeunesse permettrait de soutenir les communautés de recherche en littératie, notamment en ce qui a trait à la documentation et l'exploration de dispositifs permettant le développement de compétences en littératie médiatique multimodale. En effet, comme l'expriment Lacelle, Lebrun et Boutin (2012), « l'univers de l'écrit s'est radicalement métamorphosé avec l'avènement du numérique, les modes sémantiques (texte, image, son) et les supports technologiques étant toujours plus diversifiés » (Quatrième de couverture). La recherche doit donc suivre cette métamorphose.

Cependant, tel que précisé au chapitre I, peu de recherches empiriques auprès des jeunes existent sur la lecture et de l'écriture numériques à ce jour (voir à ce propos le rapport de recherche *Compétences, processus et stratégies de lecture en fonction des genres textuels numériques et des supports numériques*, Lacelle, Beaudry, Brehm, Lebrun, 2017). Or, les données collectées dans ma recherche viennent confirmer l'importance, pour les maisons d'édition ou pour les studios de production numérique souhaitant développer des projets de publication à destination de la jeunesse, de proposer des mécanismes de développement de l'apprentissage de la lecture et de l'écriture en contexte scolaire. À cette fin, plusieurs personnes interrogées expriment le besoin de travailler

avec les secteurs de la recherche, dont Jonathan Bélisle : « de s'arrimer à un programme de recherche, ça peut donner de la crédibilité, et avec un groupe de chercheurs qui regarde tes choses, d'avoir une forme de *critical thinking* » (entretien, avril 2019).

Ce lien avec la recherche peut d'ailleurs être un atout significatif dans le développement d'une production, d'une part au stade du financement (public ou privé), mais aussi au niveau de sa mise en marché, par la crédibilité qu'il confère. Ainsi, selon un autre participant : « on me demandait quelles étaient les preuves [de la pertinence didactique de mon projet]. Si j'avais eu un *backing* plus académique, cela aurait changé la donne » (Jonathan Bélisle, entretien, avril 2019). Néanmoins, la collaboration avec la recherche, même lorsqu'elle est possible, comporte son lot de défis. Nous y reviendrons un peu plus loin dans ce chapitre.

5.1.2 L'acquisition des savoirs techniques : comprendre les potentiels, contraintes et enjeux de production

L'accessibilité économique des technologies de production et de réception des contenus permet aujourd'hui à toute personne équipée de simples appareils disponibles en grande distribution de devenir consommatrice, voire même créatrice de contenus, et à un coût minime. Les technologies plus poussées, elles aussi, sont sorties pour beaucoup de leur niche et sont devenues de plus en plus accessibles. Il n'est pas rare de rencontrer des productions, qu'elles soient artistiques, publicitaires, scientifiques ou autres, incluant des composantes de réalité augmentée, d'interactivité, d'immersion, de géolocalisation, et mettant, pour beaucoup, l'utilisateur ou l'utilisatrice au cœur du dispositif. Il est d'ailleurs intéressant de noter que les dernières versions des tablettes Apple et Samsung intègrent des dispositifs de création de modules de réalité augmentée, permettant une appropriation très facile par des usagères ou usagers non professionnels.

En parallèle, ou incidemment, se développent chez les utilisatrices, utilisateurs, lectrices et lecteurs des dispositifs de lecture et d'interactivité de plus en plus complexes et recherchés. Ainsi, les veilles régulières de tendances du Fonds des médias du Canada (FMC), l'un des plus importants subventionneurs de projets numériques du pays, démontrent un usage en évolution de technologies telles que la réalité virtuelle (celle-ci étant, cependant, en courbe descendante), la réalité augmentée, les bornes audio, ou autres. Ces dernières années, plusieurs productions destinées au

grand public utilisant ce type de technologies ont d'ailleurs été mises sur le marché en lien avec ces tendances : pour ne citer que quelques exemples canadiens, nous pourrions évoquer le *Club des créatures mystérieuses* (2017), ou *Ennemi* (2017), qui utilisent des mécanismes de réalité augmentée, ou encore *Wuxia le renard* (2016), qui permet une reconnaissance vocale déclenchant des animations et interactivités.

Par ailleurs, dans le cadre de ma recherche, il est intéressant de noter que le rapport de tendances du Fonds des médias du Canada de janvier 2019 intègre aussi l'intelligence artificielle « créatrice » comme une tendance à surveiller pour les années à venir :

Que ce soit pour des images fixes, en mouvement ou encore dans le son, les essais nous poussent à redéfinir les contours de la créativité, la nôtre, mais aussi celle des machines, le tout dans un esprit de collaboration. Raconter des histoires ensemble, entre humains et machines. Le public peut déjà s'approprier cet élan d'exploration de la cocréation avec les histoires interactives des haut-parleurs intelligents. Serait-ce là un premier pas vers la démocratisation de ces processus? (Fonds des médias du Canada, 2019, s. p.)

Ainsi, l'explosion des potentiels techniques et leur démocratisation permettent aujourd'hui aux productrices et producteurs de contenus narratifs jeunesse de pouvoir composer avec une multitude de possibilités lorsque vient le temps de choisir les supports, techniques et composantes interactives de leur récit numérique. Cependant, les technologies comme les supports de diffusion comportent de nombreux défis, souvent méconnus des producteurs de contenus. Ces nouvelles réalités, ces nouveaux dispositifs, ces nouvelles manières de créer complexifient le travail des maisons d'édition, de leurs choix créatifs à leurs stratégies de mise en marché. Si je reviendrai plus loin sur les enjeux liés à la mise en marché (et à leur pendant naturel, la découvrabilité des productions), il importe de s'attarder ici sur les enjeux liés au manque de connaissances techniques des maisons d'édition désireuses de se lancer dans la production de livres-applications.

Au-delà de leur propre formation (de gestion, technique ou autres), les professionnelles et professionnels de l'édition soulignent le besoin d'accès à des conseils techniques, afin de comprendre et d'envisager les possibilités technologiques, leurs coûts ainsi que les échéanciers et enjeux de production. Ainsi, la quasi-unanimité (80 %) des personnes interrogées ont exprimé un défi de compréhension des réalités et enjeux techniques d'une production numérique.

De surcroît, les dispositifs technologiques sont en constant développement, ainsi que les potentiels d'utilisation qu'ils permettent d'envisager. Les maisons d'édition souhaitant s'aventurer dans la production de livres-applications pour la jeunesse manquent de repères et de réflexes de veille leur permettant de s'outiller adéquatement et de développer des projets en lien avec les tendances de marché ainsi qu'avec leurs intentions créatives. Ces besoins concernent à la fois la connaissance des différents supports technologiques (ordinateurs, téléphones intelligents, tablettes intelligentes, lunettes de réalité virtuelle, objets connectés, tableaux blancs interactifs, bornes intelligentes, etc.), des systèmes d'exploitation (iOS, Android, Windows, etc.), des dispositifs technologiques (réalité augmentée, réalité virtuelle, dispositif interactif tactile, géolocalisation, chronolocalisation, intelligence artificielle, etc.), des interactivités (frottement, basculement, 360 degrés, reconnaissance vocale, clic, souffle, etc.), voire même des genres numériques (livre-application, bd en ligne, contenus liés à une temporalité, contenus à architecture complexe, etc.).

Ainsi, lors d'un entretien, Nicolas Rodelet, directeur du Labo de l'édition de Paris, dont le mandat est d'incuber des projets innovants dans le secteur de l'édition, a déploré l'absence régulière dans les équipes des projets qu'ils soutiennent d'équipes de développement ou de directions techniques dès la conception des productions :

Plein de modèles différents [coexistent au Labo de l'édition de Paris], mais ce sont souvent de petites équipes, en moyenne de deux, trois personnes, sans forcément la technologie en interne. Et ça, c'est une grosse problématique. Un développeur se fait payer très cher aujourd'hui parce que c'est une ressource rare, et certains n'ont pas les moyens de se la payer. Cela permettrait pourtant de faire les bons choix techniques et, de ce fait, pas mal d'erreurs se font à ce stade-là. Très souvent, ils vont développer quelque chose qu'ils vont être obligés de mettre à la poubelle pour redévelopper, parce que quand ils vont grandir, cela ne sera plus viable, ou bien ils vont s'apercevoir que ce n'était pas le bon choix technique pour la suite. (Entretien, mai 2019)

Cette nécessité d'obtenir un soutien technique dès le stade de la conception, ne serait-ce que pour comprendre les potentiels et faire des choix éclairés, est partagée par de nombreux autres professionnelles et professionnels interrogés dans le cadre de la recherche, parmi ceux qui ne disposaient pas de personnel dédié et formé au sein leur équipe régulière. Les équipes de recherche du groupe de recherche montpellierain LIRDEF déplorent ainsi, en évoquant un projet de développement d'application jeunesse auquel ils et elles ont collaboré : « [i]l aurait fallu qu'on ait

des gens qui soient vraiment, véritablement en capacité de produire cet outil. Le problème est là. Je pense que c'est la maîtrise technologique qui n'était pas là. » (entretien, mai 2019).

Selon Christian Lebel, directeur technologique et associé du studio de création Akufen, l'intervention d'une ou d'un spécialiste technique très tôt dans le travail est à privilégier. Elle permettrait d'éviter des écueils liés à l'inadéquation entre les choix techniques, les intentions créatives, les publics cibles ou encore les réalités de la mise en marché d'une production numérique. Sur ces deux derniers points, il s'agit surtout pour les maisons d'édition de réaliser des choix techniques (en termes, notamment, de supports technologiques, de systèmes d'exploitation ou d'interactivités) qui soient pertinents au regard de la réalité d'usage des publics visés. Christian Lebel énonce ainsi l'utilisation des technologies au regard de l'intention créative :

Nous, on va se servir de ce qui est disponible sur le marché, mais on va le transformer pour raconter une histoire, ou créer quelque chose autour de ça, parce qu'on croit que cette techno là pour servir le propos, ou va aider à faire comprendre, ou va avoir une valeur ajoutée à tout ça. C'est un peu ce qui est arrivé avec Fonfon interactif. On n'aurait pas rentré dans Fonfon quelque chose qui ne correspondait pas, juste pour mettre de la techno. Fonfon, c'est une tablette tactile, on a utilisé le gyroscope, c'était parfait. (Entretien, décembre 2018)

À titre d'exemple, un projet dont la vocation première est éducative et ayant pour objectif une distribution en classe aura intérêt à prendre en considération l'éclectisme des dispositifs techniques présents dans les classes québécoises (tableaux blancs interactifs, chrome books, iPads et autres). Si le projet a vocation à être distribué hors-Québec, et que les équipes souhaitent opérer une mise en marché au sein du système scolaire français par exemple, il sera important de considérer que les équipements présents sur ce marché soient majoritairement des tablettes Android, et non des tablettes Apple.

S'il s'agit de toucher un très jeune public, des interactivités telles que le souffle, difficilement assimilables par les tout-petits de manière efficace, seraient ainsi à éviter (pour en avoir fait l'expérience nous-mêmes dans le cadre de sessions de tests avec le projet *Fonfon interactif* (2016), un tout-petit ne souffle pas sur un micro, mais y crache, le plus souvent, au grand désarroi des parents). De la même manière, une expérience trop longue, au regard du temps d'usage autorisé généralement par les parents pour leurs enfants de moins de 5 ans, manquerait sa cible. Ces

apprentissages, faits d'observations de terrain dans le cadre de productions, pourraient également émaner de recherches sur les processus de lecture et sur les compétences des lecteurs et lectrices de livres-applications pour la jeunesse.

Ainsi, chaque production nécessite un examen attentif, afin de s'assurer de pouvoir réellement proposer une expérience valide au regard des capacités, balises, défis et enjeux de distribution et d'usages par les publics. Les combinaisons projets / solutions techniques sont donc infinies, et sont difficiles à comprendre lorsque l'on ne possède pas une connaissance large des possibilités. Les équipes de Télé-Québec le confirment : « dans la phase de développement, on aurait pu, en fait, y mettre un petit peu plus de temps et être accompagnés de spécialistes » (entretien, novembre 2019). D'ailleurs, Christian Lebel le rappelle, les usages anticipés lors de la conception et de la production de projets tout comme les usages réels des publics sont rarement les mêmes :

Je vais vous montrer des expériences qui vont vous faire dire « oh my god! C'est hot! », mais je suis presque sûr que tu n'y retourneras jamais. Les dispositifs sont là, mais ne sont pas assez intégrés, sont trop dispendieux, ou encore le contenu n'est peut-être pas encore là où il pourrait être... C'est plein de petits trucs, en fait, qui déconnectent l'usage et l'ambition. (Entretien, décembre 2018)

5.2 Le second enjeu : l'appropriation de la culture numérique - créativité, collaboration et itération

Le deuxième enjeu lié à l'appropriation des métiers, culture et savoir-faire du numérique par les maisons d'édition québécoises souhaitant franchir le pas de la production de livres-applications pour la jeunesse est celui de l'appropriation de la culture numérique par les professionnels et professionnelles de l'édition jeunesse dite traditionnelle (soit papier). J'ai défini la notion de culture numérique dans le chapitre II de cette thèse en rappelant ses trois caractéristiques : créativité, collaboration et itération (Lehmann, 2020).

5.2.1 Une culture numérique réinterrogeant les contours de la créativité : sortir de sa zone de confort ou le défi de la création

Au cours de ma recherche, j'ai pu constater que les exigences éditoriales présentes chez les maisons d'édition diffèrent souvent des réalités des productrices et producteurs numériques ou encore des

équipes de recherche présentes dans les projets. Les équipes de recherche du LIRDEF, qui ont eu à collaborer à la fois avec une maison d'édition jeunesse mais aussi avec un studio de production numérique, nous confiaient ainsi le besoin d'arrimer les différentes exigences :

En fait, c'est un projet de trois ans qui a mis presque deux ans pour définir l'outil qui allait être produit. C'est ça qui a été compliqué dans ce projet. C'est que... en fait, l'idée, c'était de générer un prototype d'enrichissement numérique, pour la littérature de jeunesse. Mais pour définir ce prototype, qui devait coller le plus possible aux besoins des classes et, en fait, à la recherche aussi, on a amené une exigence didactique qu'au départ, les industriels et les éditeurs n'avaient pas du tout en tête. (Entretien, mai 2019)

Frédéric Gauthier, directeur général des éditions La Pastèque, exprimait pour sa part la difficulté de faire le passage conceptuel entre l'édition traditionnelle et la production numérique et, du même coup, de s'inscrire dans une dynamique créative différente de celle connue en édition traditionnelle : « Nous, on travaille vraiment sur des objets quand on fait des livres, et c'est presque impossible de transférer ce sentiment, celui de la vision du créateur, dans une tablette. » (Entretien, avril 2019)

C'est en effet ici que l'on retrouve cette idée de « rupture », caractéristique des écosystèmes d'innovation évoqués plus haut. Il est intéressant de noter, d'ailleurs, que plusieurs des professionnelles et professionnels de l'édition interrogés dans le cadre de ma recherche ont souligné que l'une des conditions de la réussite de leurs projets numériques était leur capacité à sortir de leur zone de confort, à se mettre en danger et à adopter une posture créative différente de leurs schémas habituels. Dans un extrait d'entretien, Véronique Fontaine, fondatrice et directrice générale des éditions Fonfon, énonce ainsi cette réalité :

Véronique : Peut-être qu'il faut que je spécifie que, moi, je viens du milieu de la musique avant d'être en édition. J'ai une maîtrise en clarinette classique, et la musique est toujours très importante... Puis je voyais une occasion de joindre mes deux passions, si on veut, et d'amener Fonfon par quelque chose de multimédia et d'ajouter la dimension sonore.

Question : C'est comme un état d'esprit, celui de se dire « ok! Je sors de ma zone de confort pour aller faire autre chose ». Peut-être que le fait que tu l'avais déjà fait, en passant de la musique à l'édition, a facilité ton passage à l'édition numérique.

Véronique : Je pense que tu soulèves quelque chose d'important, parce que, moi, je ne suis jamais confortable dans ce que je fais, parce que c'est tout le temps nouveau, on dirait. Et ça fait peut-être partie de ce que je suis. Mais effectivement, si tu as une maison d'édition bien établie, qu'il y a une façon de faire, et que t'as toujours fait ça, pourquoi tu changerais? Pourquoi tu te mettrais en danger? Alors que moi, c'est comme si j'étais en danger en permanence. (Entretien, décembre 2018)

Par ailleurs, le développement d'une production numérique implique de réinterroger les formes de conception et de vision créatives des productions littéraires traditionnelles. Il s'agit d'une création nouvelle et singulière, comme le rappelle Hoguet (2016) :

Une œuvre numérique ouvre la possibilité d'une symbiose entre une narration et une interface, une interaction. Une symbiose subtile qui nécessite une adaptation de l'une à l'autre et de l'autre à l'une, aboutissant à chaque fois à la création d'une œuvre singulière qui jamais ne sera exactement répliquée. (Hoguet, 2016, p. 31)

Les professionnels et professionnelles faisant partie du pôle artistique en édition traditionnelle n'ont pas toujours conscience de ces nouvelles réalités, contraintes et potentiels de création impliquées dans une production numérique. Martine Sousse, productrice d'expériences numériques, nous confiait ainsi les enjeux rencontrés dans le cadre de sa collaboration avec l'illustratrice d'une production numérique antérieure à *De plomb et de sang* (2020)³¹ :

On a travaillé sur un concept et un modèle, et un premier scénario qui ne nous convenaient pas tout à fait et qu'on a beaucoup retravaillés avec les équipes. On a perdu du temps. Après, la deuxième difficulté, c'est que les illustrateurs, les scénaristes ne sont pas forcément suffisamment sensibles aux problématiques d'une forme transmédia, même si on est allés chercher une scénariste qui s'y attendait, qui avait déjà pratiqué un peu cette chose-là. L'illustratrice, en revanche, n'était pas tout à fait ouverte à ça, et que produire pour du papier et produire pour de l'écran, c'est bien différent. [...] L'illustratrice [avec qui nous travaillons] est quelqu'un qui ne produit que pour le papier. La scénariste, en revanche, travaille sur les deux médias. Mais en l'occurrence, c'est un binôme qu'on a fait travailler. Et donc, la dessinatrice dessine. Donc, elle dessinait très, très vite, presque à main levée, ce qui lui passait par la tête, mais dans une vision papier. Dans une vision de case, dans une vision de récit linéaire, dans une

³¹ Martine Sousse a souhaité garder le nom de la production concernée confidentielle.

vision de contrôle. La scénariste l'a un peu soutenue dans la manière d'écrire, de raconter le récit, mais les choses n'ont pas abouti où nous le souhaitions, en état.

Donc un petit problème de *casting*, d'abord parce que l'illustratrice ne travaillait pas dans la perspective de l'écran numérique, donc n'imaginait pas comment on pouvait travailler avec l'image, avec des effets dans l'image, avec des zooms, avec des manipulations d'image, avec... tous les détournements et toutes les augmentations possibles, qui impactaient, du coup, le récit. Et la scénariste, un peu bridée certainement par cette vision-là, n'est pas allée très loin dans la dimension numérique du récit. Donc, en fait, aujourd'hui, dans ce projet-là, on a un binôme qui a travaillé sur le projet papier, qui n'a pas intégré le deuxième niveau de lecture, qui est le niveau de la lecture numérique, et notre objectif n'a jamais été de produire une bd papier sur tablette, mais plutôt, vraiment, d'avoir un produit numérique dans lequel il est possible de jouer avec une frise chronologique, de jouer avec des personnages, de jouer avec des situations. donc, cette étape-là manque, et certainement, et je ne suis pas sûre, moi, aujourd'hui, qu'il existe, au niveau de la production de BD, des couples auteurs-scénaristes qui puissent aborder ces deux choses de manière simultanée.

Peut-être qu'on aurait dû, c'est une question qu'on s'est posée, peut-être qu'on aurait dû aller directement chercher des professionnels du numérique, pour penser le récit dans une vision presque 3D, une vision plus riche, tout de suite, transmédia. Mais, je ne sais pas s'ils existent, moi, ces couples-là. Je n'en ai pas trouvé. (Entretien, mars 2019)

Véronique Fontaine, des éditions Fonfon, abonde dans le même sens :

Je pense que c'est plutôt une culture de travail à inculquer, au-delà des techniques. C'est vraiment une culture de travail que d'aller explorer ailleurs, d'autres formes artistiques, ou encore d'envisager des mariages qui sont peut-être un peu étonnant à prime abord. (Entretien, décembre 2018)

Ainsi, afin de dépasser cette problématique d'acculturation des modes de travail entre édition traditionnelle et numérique, et de favoriser la transition des professionnelles et professionnels issus de l'édition traditionnelle, il semble nécessaire de soutenir les occasions d'ouvertures aux nouvelles cultures de travail présentes dans le domaine du livre-application. Nous reviendrons au chapitre VII sur les pistes de solution envisageables pour favoriser l'ouverture à de nouvelles cultures de travail.

5.2.2 Une difficulté de compréhension et d'encadrement des professionnels et professionnelles : le défi de la collaboration

L'ajout de pôles usuellement non présents dans les productions éditoriales traditionnelles complexifie la tâche des maisons d'édition qui peinent souvent à les comprendre et à les encadrer. Les professionnelles et professionnels des maisons d'édition sont ainsi souvent dépassés par les besoins, les réalités de travail et les enjeux rencontrés par les professionnelles et professionnels du numérique, mais aussi par les besoins, les réalités de travail et les enjeux rencontrés par les artistes dans le cadre nouveau que représente une production numérique. Cet état de fait vient complexifier la gestion de telles productions. De surcroît, la multiplication des rôles et l'imbrication complexe des relations de travail entre les différents pôles professionnels vient placer l'aspect collaboratif au cœur des productions. La hiérarchie décisionnelle est bousculée, et les lignes éditoriales, artistiques et conceptuelles sont en redéfinition constante, impliquant des allers-retours entre les pôles en fonction des contraintes et des besoins.

Cette complexité et ce besoin d'expertises diversifiées exigent souvent des maisons d'édition une externalisation et une multiplication des ressources. Ainsi, l'immense majorité des professionnelles et professionnels de l'édition avec qui j'ai pu m'entretenir ont eu à externaliser le développement de leurs productions numériques soit en embauchant des collaborateurs ou collaboratrices pigistes, dans une minorité de cas, soit en collaborant avec des studios de production, pour la grande majorité.

La maison d'édition Fonfon a ainsi collaboré avec moi en tant que chargée de projet et s'est également adjointe les services du studio de création numérique Akufen pour la conception et production numérique. Les éditions La Pastèque, quant à elles, ont travaillé avec une productrice numérique issue de l'univers du jeu, et ont collaboré avec le studio de création Dpt. Télé-Québec a travaillé avec l'entreprise de ressources numériques scolaires Challenge U, ainsi qu'avec une conseillère pédagogique dédiée au projet. Le laboratoire français LIRDEF a lui aussi été fortement mobilisé sur la création de l'expérience interactive jeunesse LINUM, en collaboration avec les entreprises Tralalère (production numérique) et Bayard (maison d'édition).

À l'inverse, il est d'ailleurs intéressant de noter que, même pour les maisons d'édition disposant d'une expertise numérique, le besoin s'est rapidement fait sentir d'externaliser certains aspects de la production de leurs productions numériques. Ainsi, Jonathan Bélisle, de *Wuxia le Renard* (2014), énonce ce besoin de la façon suivante :

Je me suis rendu compte que j'étais un scénariste, et non un écrivain. Donc, j'ai engagé Charles Prémont, qui fait des livres jeunesse. Je lui ai dit : aide-moi à me réécrire! Il y a 5 ans, je n'étais pas prêt avec cette idée-là. [...] Mais finalement, lui, l'a mieux mis en bouche, il a retravaillé le niveau de langage. (Entretien, avril 2019)

Cette externalisation d'une partie ou de l'ensemble de la production peut créer au sein des maisons d'édition un sentiment de perte de contrôle sur la production. Ce sentiment est notamment provoqué par une incompréhension des méthodes, délais et expertises impliqués dans un cadre numérique. De plus, entre les pôles eux-mêmes, lorsque sont combinées les expertises de plusieurs professionnelles et professionnels différents, peut apparaître un fonctionnement en silo, puisque les différentes entités ne disposent pas nécessairement des codes et du langage des autres.

Par ailleurs, la collaboration avec le pôle recherche peut, elle aussi, comporter son lot de défis. Il est important de noter en premier lieu que la cocréation est un mode de travail apprécié. On découvre ainsi dans le rapport du projet de recherche *FRQSC - Soutien à l'édition numérique jeunesse au Québec* (2021) que plusieurs des équipes de production avec qui la Chaire en LMM a pu collaborer, que Julie Provencher (chargée de projet pour Télé-Québec en classe), s'est réjouie d'une collaboration avec les équipes de la Chaire en LMM dans le cadre du développement de nouvelles trousse de littérature numérique Télé-Québec en classe qui a permis de valider « [ses] choix et de coconstruire [sa] méthodologie » (entretien, novembre 2019). Cette notion de cocréation, et la valeur qui y est donnée, est aussi relevée par plusieurs autres partenaires de cette recherche. Johanne Proulx, chargée de projet pour le Réseau éducation collaboration innovation technologie³² (RÉCIT), a mentionné l'importance des pratiques collaboratives :

³² Les RECIT regroupent « près de 200 personnes-ressources au service du personnel scolaire dans les écoles primaires et secondaires, les centres d'éducation aux adultes et de formation professionnelle au Québec ». (RÉCIT, en ligne).

Ce projet de recherche, qui invite les chercheurs en milieu scolaire, met de l'avant des pratiques collaboratives entre les différents acteurs impliqués. En misant sur la cocréation, il suscite un plus grand engagement des partenaires et tire profit des expertises de chacun. C'est aussi une occasion unique pour les praticiens de réinvestir les connaissances issues de la recherche et de contribuer à leur avancement. (Entretien, novembre 2019)

De son côté, France Leduc (chargée de projet au Salon du livre de Montréal), a considéré, dans le cadre de la collaboration de la Chaire LMM avec l'équipe du Salon pour développer un espace innovation, que « l'accompagnement a permis à la fois un contenu de qualité, des intervenants hors du réseau du Salon et une coordination optimale entre les différents collaborateurs » (entretien, novembre 2019).

Cette importance de la collaboration avec le *pôle recherche* a également été fortement soulignée tout au long ma participation observante de la production *Fonfon interactif* (2016). Cette production a en effet été une occasion de collaboration rapprochée entre l'éditrice Véronique Fontaine (Fonfon) et la professeure Nathalie Lacelle (UQAM). Véronique Fontaine a ainsi nommé, à plusieurs reprises lors de la participation observante, la crédibilité que cette collaboration pouvait donner au projet, à la fois au cours de sa phase de recherche de financement mais aussi lors de sa mise en marché.

Cependant, au regard des observations et entretiens menés au cours de ma recherche, deux éléments font défaut à une collaboration optimale avec la recherche. D'une part, perdure encore aujourd'hui une méconnaissance des dispositifs d'appui et d'accompagnement existants du côté de la recherche pour les professionnels et professionnelles de l'édition et du numérique. Ainsi, Véronique Fontaine a découvert les mécanismes de financement et de soutien de recherche lors de ma prise de contact initiale (notamment le dispositif MITACS). Cette réalité a été confirmée par Jonathan Bélisle, producteur du projet *Wuxia le renard* (2014): « j'ai découvert l'existence de financements et de soutiens de recherche uniquement lorsque j'ai commencé à créer et que l'on m'a dit : "Oh! Ça, ça pourrait être un projet de recherche"- mais je n'avais pas l'expérience ni les contacts". » (Entretien, avril 2019)

D'autre part, reste encore à régler une inadéquation des dispositifs de recherche avec les besoins concrets des productions. Ainsi il existe une différence de temporalité entre les échéanciers de

recherche (souvent longs et rigoureux) et ceux du terrain (souvent courts et intuitifs), qui ont du mal à s'accorder. Nicolas Rodelet, du Labo de l'édition de Paris, a expliqué lors d'un entretien mené en mai 2019, que certains projets innovants initiés par des *starts-ups* avaient connu une mort précipitée du fait de la longue période de rétroaction observée par la recherche, mettant conséquemment à mal la survie de l'entreprise. Cette différence de temporalité peut provoquer des échecs non anticipés par les équipes de production (nous y reviendrons dans le chapitre VI consacré aux pistes de solution pouvant soutenir les maisons d'édition souhaitant produire des livres-applications). Toutefois, selon nos données, il est clair que les collaborations entre équipes de production et équipes de recherche pourraient être mieux servies par la mise en place de cellules de cocréation informées des réalités de travail des différents professionnelles et professionnels impliqués.

En conséquence, il a été évoqué, à plusieurs reprises au cours de mes entretiens, l'atout que peut constituer, au sein des équipes, la présence de **passeurs ou passeuses numériques** habiles maîtrisant deux ou plusieurs langages utilisés par des pôles différents de la production. Cette *passeuse ou ce passeur numérique* pourrait, par exemple, être une professionnelle ou un professionnel de recherche qui aurait de l'expérience en production numérique et qui pourrait ainsi faire le lien entre les pôles recherche et éditorial, ou bien un ou une artiste qui aurait une connaissance des enjeux techniques d'une production numérique, facilitant du même coup la collaboration entre *le pôle artistique* et les *pôles techniques et de conception*, etc. Nous traiterons plus longuement de ce rôle de *passeuse ou passeur numérique* plus loin dans ce document.

5.2.3 Des productions aux temporalités nouvelles et plus éclatées : le défi de l'itération

Lors de ma recherche, j'ai pu constater que la production et la mise en marché d'un livre-application pour la jeunesse se divise en une série de phases de travail impliquant de manière plus ou moins concentrée un ou plusieurs pôles de métiers. Ces phases de travail ont des contours flous et, surtout, peuvent se mélanger, se répéter ou encore se subdiviser en une infinité de variations et de phases. Cependant, et nous y reviendrons, le caractère grandement itératif de la production et de la mise en marché d'un livre-application pour la jeunesse oblige, à de nombreuses reprises, à revenir en arrière et à réinterroger des choix de conception, techniques, de diffusion ou encore, parmi de nombreux autres, de financement, qui pouvaient avoir été entérinés seulement lors d'une

étape de travail précédente. À de nombreux égards, cet éclatement des temporalités peut désarçonner des maisons d'édition qui, certes, sont habituées à un certain niveau d'itération dans les processus éditoriaux d'un livre ou d'un album imprimé mais toutefois, généralement pas à ce niveau d'ampleur et de complexité.

Selon mes observations, la production et la mise en marché d'un livre-application pour la jeunesse peut ainsi se présenter selon les phases de travail suivantes (voir fig. 5.3) : la préconception; la recherche de financement; la préproduction; la conception; la production; les tests de la production numérique; la distribution et la mise en marché.

Figure 5.3 Les sept phases de travail dans la production et la mise en marché d'un livre-application. Source : Prune Lieutier, 2022).

<p>PRÉ-CONCEPTION Définition du projet et de ses éléments clés, aussi bien créatifs que pédagogiques que de distribution et de mise en marché, budgétisation, etc.</p>
<p>FINANCEMENT Recherche de partenaires financiers (privés et publics).</p>
<p>PRÉ-PRODUCTION Création des outils de gestion, embauche des personnels clé, établissement des contrats, etc.</p>
<p>CONCEPTION Définition de l'expérience utilisateur, des interactions, de la direction artistique, de l'ergonomie, etc.</p>
<p>PRODUCTION Création des éléments créatifs, développement et programmation, design graphique, etc.</p>
<p>TESTS Tests de la production numérique avec une équipe de bêta-test et, si possible, avec des jeunes lecteur-trice-s.</p>
<p>DISTRIBUTION ET MISE EN MARCHÉ Mise en ligne de la production numérique et déploiement de la stratégie de prix, de promotion et de découvrabilité.</p>

- Première phase de travail : la préconception

La pré-conception, première phase de travail de la production et de la mise en marché d'un livre-application pour la jeunesse recouvre toutes les étapes de travail préliminaire de la production et de la mise en marché, soit la définition de celui-ci et de ses éléments clés, son intention (artistique comme en termes d'expérience pour l'enfant), ses ressources clés et, enfin, ses objectifs. Cette étape de travail permet d'aborder divers questionnements : s'agit-il de proposer une expérience

essentiellement axée sur le divertissement? De travailler essentiellement pour les enseignantes et enseignants en complétant un besoin de ressources en lien avec le développement d'une ou de plusieurs compétences particulières? De proposer un objet artistique dont l'intention première est d'offrir une immersion totale dans l'œuvre? Ou encore, parmi les myriades de possibilités, de relever un défi technologique en expérimentant une production utilisant de nouveaux dispositifs ou langages?

Cette étape de travail est essentielle en ce qu'elle permet de mesurer l'ampleur de la production envisagée, d'en définir les premiers contours ainsi que les rôles clés, mais aussi et surtout de préciser les besoins budgétaires et le temps total qui sera nécessaire à la production et la mise en marché. Il est en effet primordial de percevoir très tôt dans la production et la mise en marché quels seront ces besoins afin de s'assurer, d'une part, de s'entourer de partenaires adéquats à même de soutenir la production (financièrement, techniquement, ou encore du point de vue de la diffusion, de la promotion ou de la découvrabilité) et, d'autre part, de disposer des sommes adéquates pour mener à terme la production et la mise en marché. Ces sommes seront soit (dans une infime minorité de cas) prises sur le budget propre de la maison d'édition ou bien (dans une large majorité de cas) demandées à des bailleurs de fonds publics ou privés.

- Deuxième phase de travail : la recherche de financement

La recherche de financement, deuxième phase de travail de la production et de la mise en marché d'un livre-application pour la jeunesse, est un passage quasi-obligé pour les maisons d'édition souhaitant se lancer dans la production de livres-applications pour la jeunesse. La recherche de financement demande des compétences spécifiques (stratégiques, informationnelles et rédactionnelles, notamment) et une vision claire de l'intention de la production, de ses éléments clés de conception, de sa production et de sa mise en marché, de son budget et de ses potentiels retours sur investissements (qu'ils soient commerciaux ou d'estime). Ces compétences ne sont pas nécessairement déjà présentes au sein des maisons d'édition, *a fortiori* lorsqu'il s'agit d'aller demander des fonds auprès de bailleurs de fonds et de programmes de financement qui se concentrent sur le financement de productions numériques, ce qui peut comporter son lot de difficultés. Les maisons d'édition vont alors devoir travailler main dans la main pour les dépôts de demandes de subvention avec les professionnelles et professionnels du numérique auxquels elles

et ils se sont associés, mais aussi parfois, avec des consultantes ou consultants spécialisés dans ce type de démarches.

De surcroît, la phase de travail de la recherche de financement provoque généralement un retour vers les éléments définis lors de l'étape de travail de la préconception. Ainsi, il arrive souvent que les maisons d'édition aient à revenir à la table de travail afin de modérer l'ampleur budgétaire de la production (si l'on se rend compte que les ambitions ont été trop importantes au regard des budgets disponibles), son intention (si l'on réalise que les budgets adéquats seraient plus facilement accessible si la production avait une intention de divertissement ou bien s'adressait à un public spécifique) ou encore, entre autres aspects, sa diffusion (si l'intention évolue d'un public familial à un public scolaire, ou si les budgets obligent à changer de technologie et ainsi revoir les avenues de diffusion, par exemple). Le caractère itératif de la production et de la mise en marché est donc visible dès l'étape de travail de recherche de financement (lorsqu'il n'a pas déjà, selon la complexité des projets, commencé dès l'étape de travail de la pré-conception!), déstabilisant parfois les professionnelles et professionnels impliqués. Il s'agit alors d'opérer des choix, parfois cornéliens, entre l'intention artistique, éditoriale et stratégique, et les balises des programmes disponibles (en termes de montants ou de critères d'admissibilité).

- Troisième phase de travail : la préproduction

La troisième phase de la production et de la mise en marché d'un livre-application pour la jeunesse, la pré-production, permet de préparer le plus adéquatement possible la suite du travail en s'assurant d'avoir tous les éléments et ressources en place. Il s'agit du temps consacré à la mise en place des outils communs (notamment des outils collaboratifs qui, le plus souvent, permettent un suivi approprié aux productions, en particulier celles impliquant un large réseau de collaborateurs et collaboratrices³³), à la mobilisation des collaboratrices et collaborateurs (qu'ils ou elles soient déjà salariés de l'entreprise ou collaboratrices et collaborateurs externes tels que des pigistes ou fournisseuses et fournisseurs), l'établissement des contrats pour l'ensemble des collaboratrices,

³³ Nous pensons ici, par exemple, aux outils de production de contenus tels que Google Drive ou Figma, de communication instantanée tels que Microsoft Teams ou Slack, ou encore de gestion de projets tels qu'Asana ou Trello.

collaborateurs, fournisseuses et fournisseurs, la définition précise du budget par pôle (pôle éditorial, pôle artistique, pôle technique, etc.) et enfin la définition précise de l'échéancier de la production et de la mise en marché. Cette phase de travail intervient généralement après que tout ou partie des fonds nécessaires à la production et à la mise en marché du livre application pour la jeunesse aient été rassemblés, c'est-à-dire une fois les balises budgétaires du projet suffisamment définies pour s'assurer de ne pas prendre de risques financiers inconsidérés.

Habituellement, il s'agit également de la phase au cours de laquelle a lieu une grande rencontre de démarrage impliquant tous les collaboratrices et collaborateurs à la production et à la mise en marché du livre-application pour la jeunesse. Cette rencontre permet à la personne en charge de son bon déroulement d'informer l'ensemble des collaboratrices et collaborateurs de l'intention du projet, de ses balises et de ses contraintes. Elle offre aussi une opportunité pour les collaboratrices et collaborateurs externes à la maison d'édition responsable de la production, le cas échéant, de se rencontrer et d'échanger, une stratégie permettant, dans la grande majorité des cas, de fluidifier et faciliter par la suite les relations de travail et de collaboration.

- Quatrième phase de travail : la conception

La quatrième phase de travail de la production et de la mise en marché d'un livre application, la conception, se distingue de celle de la préconception en ce qu'elle rentre plus précisément dans l'intention du projet, mais aussi et surtout dans l'expérience qui sera proposée à l'enfant. À cette phase de travail, les balises budgétaires et d'échéancier ayant été posées, il arrive fréquemment que les idées initialement émises en préconception évoluent pour mieux satisfaire les objectifs du projet et s'adapter à ses contraintes. Cette phase de travail implique des collaboratrices et collaborateurs issus des différents pôles qui sont pilotés par les professionnelles et professionnels du pôle conception et ceux du pôle éditorial et de gestion de la production. Elle est marquée par un caractère grandement itératif : il n'est pas rare de voir se développer plusieurs versions des documents de conception (des documents et artefacts ayant été observés au cours de ma participation observante), au gré des recherches, des groupes focus avec les publics cibles, le cas échéant, des relectures attentives des professionnelles et professionnels des pôles techniques et de recherche, et autres. Étape de travail essentielle, la conception détermine en grande partie le succès du projet.

Lors de la phase de travail de la conception, l'ensemble du livre-application envisagé est passé en revue afin d'en déterminer les éléments principaux et d'en définir l'expérience précise que vivra l'enfant. Les équipes vont alors définir les balises de travail et de conception, en partant à la fois de **l'intention artistique et pédagogique** du livre-application (apprentissage de la lecture, développement du plaisir de lire, développement de la créativité des jeunes usagers, acquisition de savoirs, découverte d'un domaine ou d'une technique artistique, etc.), mais aussi **des objectifs d'usage** (expérience partagée parent-enfants, expérience individuelle en contexte familial, expérience collective en classe, expérience individuelle en classe, etc.) et **des contextes anticipés d'usage** (salle de classe, temps du coucher, temps calme, temps de transport, etc.).

Ainsi, si l'objectif d'usage du livre-application est de proposer une expérience collective en classe, dans un contexte anticipé d'usage étant la salle de classe, il conviendra d'imaginer une expérience qui s'adapte bien à une utilisation à plusieurs, sur tableau blanc interactif, ou encore ne nécessitant pas de disposer d'une tablette pour chaque élève (une configuration rarement présente dans les salles de classe). Si, par contre, le contexte anticipé d'usage est le temps du coucher, il serait peut-être pertinent de travailler sur une facture essentiellement sonore, ou de proposer peu d'interactions, afin de contribuer à l'apaisement de l'enfant et de rassurer les parents sur sa capacité à s'endormir suite à la consultation du livre-application. Dans la même idée, une expérience pensée pour convenir aux parents souhaitant occuper leurs enfants pendant les temps de transport gagnerait à être accessible hors-connexion, afin de ne pas utiliser les données d'itinérance des forfaits téléphoniques parentaux.

Il conviendra ici aussi, toujours en fonction des intentions artistiques et pédagogiques, des objectifs d'usages et des contextes anticipés d'usage du livre-application, de définir les meilleurs supports technologiques et plateformes de diffusion idéales. Ainsi, si le livre-application vise à être utilisé en classe, il semble plus adéquat de proposer une expérience web (ou une application web) facilement utilisable sur les tableaux blancs interactifs. Pour une expérience familiale, le développement (iOS ou *web-app*) devrait se concentrer sur une diffusion via tablette iPad et ordinateur, les deux supports les plus utilisés dans les familles, tel que précisé dans le chapitre I de cette thèse.

Cette étape de travail de la conception est également celle, une fois ces premières grandes lignes définies, de la définition de l'identité visuelle du livre-application. On décide alors de la charte graphique qui sera déclinée dans l'ensemble des éléments du livre-application (logo, couleurs, formes, typographie, facture visuelle, etc.), et l'on définit le graphisme des éléments principaux, tels que les boutons d'interaction, les pages d'accueil, les pages informatives et autres. Bien entendu, ces éléments graphiques sont pensés en lien avec les publics cibles, mais aussi en fonction de l'intention artistique du livre-application.

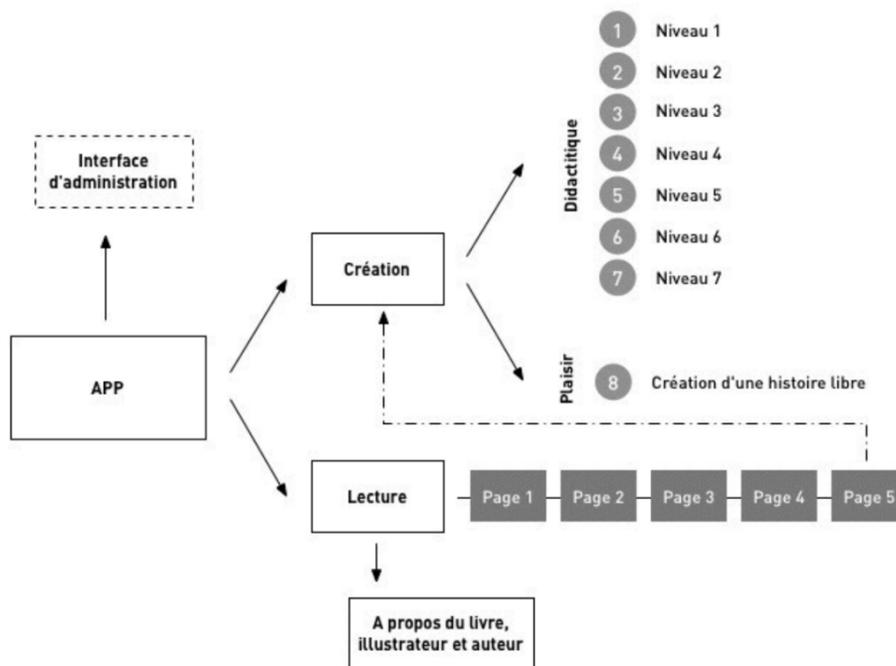
Par la suite, vient le temps de définir le design d'expérience qui sera proposé aux utilisateurs. Cela permettra de véritablement « fixer » l'ensemble du livre-application et de s'assurer de la pertinence de l'expérience au regard des intentions artistiques et pédagogiques, des objectifs d'usage et des contextes anticipés d'usage du livre-application.

Dans le cadre du design d'expérience, une arborescence est développée afin de prévoir l'ensemble des pages que va traverser l'enfant. On y retrouve toutes les pages qui seront présentes au sein de l'expérience et la manière dont elles sont connectées (les liens permettant de naviguer de l'une à l'autre) et la manière dont se déploie le parcours de l'enfant. Ce travail permet notamment de s'assurer que l'enfant ne sera jamais perdu dans son exploration et pourra en tout temps rebrousser chemin, mais aussi que le livre-application rejoint les objectifs fixés.

L'arborescence modélise ainsi les différents parcours que peut suivre l'enfant. Elle indique aussi les niveaux de progression, lorsque pertinent, et les pages « fonctionnelles » que peuvent être la page **À propos** (informations sur le livre-application, crédits de réalisation, hyperlien vers un site web associé dans le cas d'une application, etc.), la page **Tutoriel** (vidéo ou étapes visuelles des parcours des enfants, par exemple) ou encore, selon les livres-applications, des pages destinées aux **Parents** (informations sur les atouts du projet, liens vers d'autres projets connexes produits par la maison d'édition, informations sur les temps d'écran, par exemple) ou aux **Enseignantes et enseignants** (informations sur les atouts pédagogiques du livre-application, liens avec les programmes scolaires, outils pédagogiques complémentaires, etc.).

Ainsi, dans la figure 5.4 ci-dessous, qui représente la première itération de conception des livres-applications *Fonfon interactif* (2016), l'on peut déjà voir la double entrée dans chaque livre-application, soit le volet lecture (menant au livre enrichi) et le volet création (menant à l'interface de création d'histoire), ainsi que la page À propos, de même que l'interface d'administration qui avait été initialement prévue pour permettre aux enseignants et enseignantes de définir un certain nombre de préférences d'utilisation pour leurs élèves (difficulté des niveaux, exercices connexes, confidentialité, anonymisation des créations, etc.).

Figure 5.4 . Exemple d'arborescence : le cas de Fonfon interactif (reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon)



On peut également constater, dans le volet création, une déclinaison en « niveaux ». À la première itération, cette déclinaison anticipait la création d'une série de niveaux de difficulté permettant d'avancer dans les apprentissages liés à la création d'une histoire, dans une mécanique de ludification. Ainsi, l'enfant pouvait gagner des « étoiles » au fil de son évolution dans les niveaux, afin de bénéficier en bout de course d'un bassin d'étoiles donnant accès à une récompense

(récompense d'estime sous la forme de messages de félicitations). On peut également constater, en parallèle de cette déclinaison par niveaux, considérée comme la déclinaison « didactique », une interface dédiée à la création libre, soit ne segmentant pas l'exercice de création en différents paliers, mais plutôt laissant à l'enfant le loisir d'explorer à sa guise les fonctionnalités proposées, au gré de sa curiosité et de son inspiration.

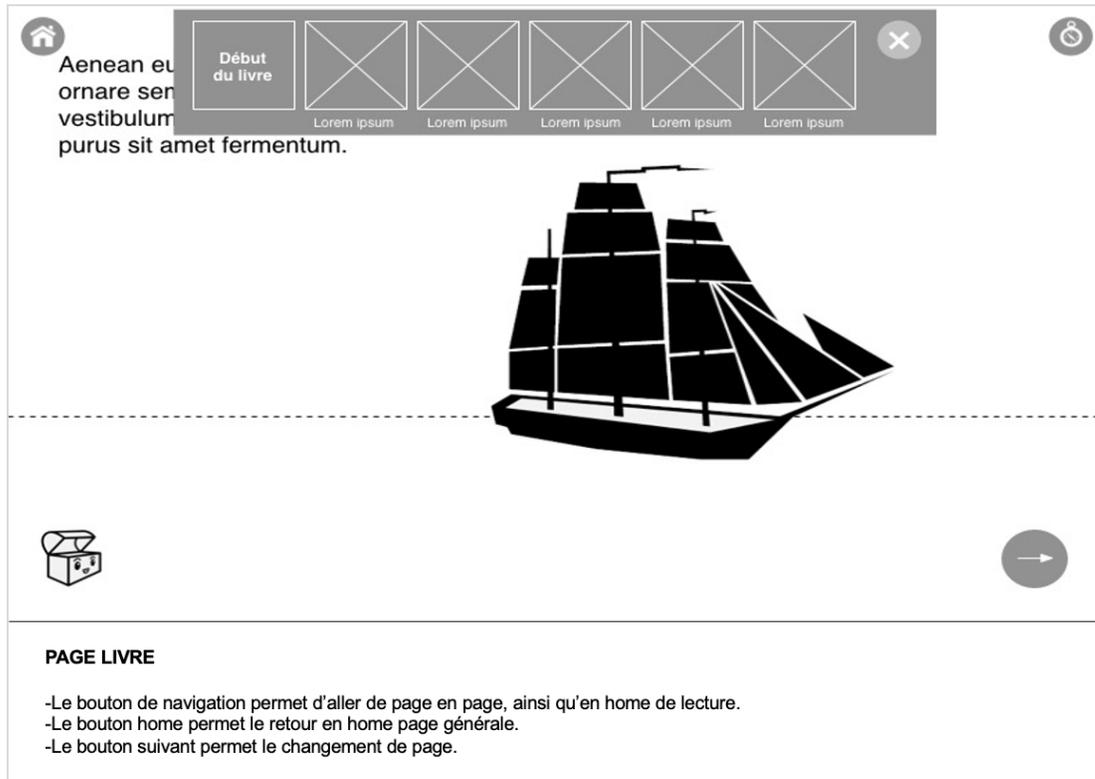
Toutefois, à l'itération suivante, ces deux caractéristiques de l'expérience ont disparu et, du même coup, dans l'expérience finale. En effet, un choix de conception a été fait, d'une part, de ne proposer qu'une expérience unique, celle de l'exploration libre, qui semblait la plus porteuse et adaptée pour tous les publics et contextes anticipés d'usage du livre-application (familiaux comme scolaires) et, d'autre part, pour ne pas complexifier le développement technique du livre-application, et incidemment, son budget. On voit donc ici que les intentions pédagogiques initiales (émises par le pôle de recherche) ont dû être réexaminées et modulées par le pôle conception en fonction des réalités d'usage, mais aussi des contraintes budgétaires (émises par le pôle éditorial et de gestion de la production) et techniques (émises par le pôle technique).

Une fois le parcours des enfants défini au sein de l'arborescence, le pôle de conception se penche sur la mise en place du *design* d'expérience. Ce *design* permet une visualisation sous la forme d'une maquette page par page, de l'expérience qui sera proposée aux enfants; il permet également de définir l'ergonomie de la proposition numérique : le type et la localisation des éléments interactifs et de navigation, l'emplacement des textes et des visuels, l'organisation des informations, etc. Ce travail est essentiel car il permet de passer en revue l'ensemble de l'expérience numérique.

Ces dernières années, le travail de *design* d'expérience a été grandement facilité par la démocratisation de l'accès à des logiciels tels que Figma (2016) ou Invisio (1999), qui permettent notamment de rendre les maquettes interactives : la personne qui effectue les tests peut ainsi vivre l'expérience qui sera vécue par le public cible et, du même coup, pointer les manques et les défaillances de l'expérience (incluant la navigation) dès l'étape de travail de la conception.

À titre d'exemple, quelques éléments de *design* d'expérience développés pour les livres-applications *Fonfon interactif* (2016) sont présentés dans la figure 5.5.

Figure 5.5 Exemple d'une maquette de design d'expérience : le cas Fonfon interactif - volet livre enrichi (reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon)

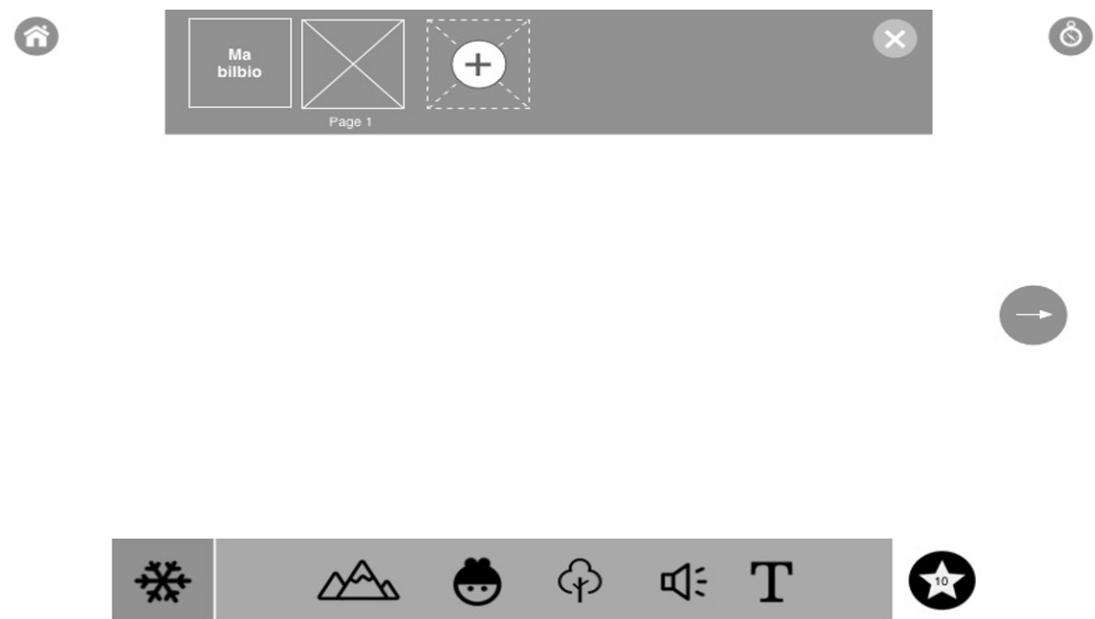


On y voit une page type de l'expérience proposée dans le volet lecture du livre-application : la capacité de navigation page par page (à la fois par une navigation via les flèches sur l'écran, mais également grâce au menu des pages en haut de l'écran); l'icône du coffre permettant la récupération d'objets; la possibilité de revenir en page d'accueil en cliquant sur l'icône de la maison en haut à gauche de l'écran; et bien entendu, l'image et le texte. À ce stade-ci du travail ne figurent pas encore les éléments d'architecture narratifs (éléments d'interaction au sein de l'image, choix des effets sonores et musique, etc.), qui seront travaillés dans l'étape de travail suivante, celle de la production.

Cependant, on peut constater que le minuteur situé en haut à droite de l'écran, qui permettait à l'enfant (et l'enseignant ou enseignante) de pouvoir évaluer le temps de lecture a, pour sa part, disparu de la version finale. En effet, l'itération suivante du document de conception a remis en question la présence de cet élément qui, au regard des retours du pôle technique, semblait d'une part difficile et coûteux à mettre en place et, d'autre part, au regard du pôle de recherche, non nécessaire, voire contre-productif, puisqu'il pouvait s'avérer anxiogène pour les enfants.

La figure 5.6 restitue la première itération du volet création d'histoire des livres-applications *Fonfon interactif* (2016). La grande majorité des éléments qui seront présents dans la version finale y figurent : la possibilité de créer plusieurs pages, le choix des décors et des personnages, ou encore la capacité d'intégrer du texte sur chacune de ses pages.

Figure 5.6 Exemple d'une maquette de design d'expérience : le cas Fonfon interactif - volet espace de création (reproduit avec l'autorisation de la maison d'édition Fonfon)



- Sac étoile à supprimer

Cependant, certains éléments ont évolué entre cette première itération et la version finale. Ainsi, le compteur d'étoiles présent dans la première itération a disparu, l'expérience ayant été recentrée sur la création libre et non par niveaux. Par ailleurs, le choix d'éléments de décor (représenté sur cette figure par l'icône arbre), a été supprimé, et le nombre de pages possibles limité à 10. Ces choix ont été faits afin de simplifier et de fluidifier l'expérience de l'enfant, en lien avec les apports du pôle

technique, d'une part (économie de coûts, poids moins important de l'application sur les tablettes des usagers, facilitation et plus grande rapidité de la production), et du pôle recherche d'autre part (simplification et meilleure appropriation de l'expérience par le jeune usager). Là encore, le travail s'est montré grandement itératif et collaboratif : ce n'est qu'après trois à quatre versions des documents de conception qu'a été définie l'expérience finale. Pareillement, une fois passée la phase de production (voir ci-dessous), des choix ont dû être faits, ramenant de nouveau le tout sur la table de travail. Enfin, c'est le plus souvent à l'étape de la conception que sont décidées les formes d'interaction qui seront proposées aux usagères et usagers.

- Cinquième phase de travail : la production

La phase de travail de la production est le moment où les équipes rendent opérationnels les choix faits lors des étapes de travail précédentes, et en particulier ceux de l'étape du travail de conception. La phase de travail de la production peut durer de longs mois, selon l'ampleur de la production et de la mise en marché ainsi que des moyens déployés pour sa réalisation. Elle peut aussi impliquer des dizaines de personnes aux compétences diversifiées : autrices et auteurs, développeuses et développeurs, animatrices et animateurs, comédiennes et comédiens, architectes narratifs, etc. Le tout, selon la production et la mise en marché concernées, sous la direction du producteur ou de la productrice ou encore de la maison d'édition, voire des deux pour les productions associant une maison d'édition et un studio de production numérique.

La phase de travail de la production peut être divisée en plusieurs étapes qui, selon mes observations de terrain, concernent l'immense majorité des productions de livres-applications pour la jeunesse.

En premier lieu (étape 1), le pôle technique commence par installer la structure technique du livre-application, le « squelette » de développement qui va permettre de créer l'expérience. Les architectes narratifs se chargent de construire, pas à pas et page par page, la proposition créative du livre-application : les éléments visuels et narratifs de chaque page, les interactions et mini-jeux qui y seront proposés, le cas échéant, ou encore l'ambiance musicale et les effets sonores qui y seront disponibles. Ce travail est essentiel en ce qu'il permet de définir le scénarimage du livre-application et, du même coup, de s'assurer de sa conformité avec les intentions artistiques et

pédagogique du livre-application. La construction du scénarimage peut là aussi impliquer, en sus de l'architecture narrative, diverses compétences, pour valider ou infirmer les choix faits par la personne en charge. Ainsi, il peut arriver que le pôle recherche intervienne pour poser à nouveau le contexte ou rappeler les balises de création en lien avec des données empiriques pertinentes.

À titre d'exemple, dans le cadre des livres-applications *Fonfon interactif* (2016), une balise claire a été posée dans la création de l'architecture narrative : s'assurer que les éléments d'interaction proposés s'inscrivaient en cohérence avec le fil narratif de l'histoire. Ce choix n'est pas dû au hasard. En effet, les recherches démontrent que la proposition d'éléments interactifs en lien avec les éléments textuels facilite la compréhension et l'appropriation des productions littéraires numériques jeunesse, comme cela a été rappelé par Acerra (2019) dans le cadre de son rapport sur les jeunes lecteurs et lectrices, où elle détaille les impacts des éléments multimodaux sur la compréhension et la mémorisation de récits :

De nombreuses recherches [voir par ex. Bus *et al.*, 2014] ont montré que les éléments multimodaux peuvent favoriser les apprentissages littéraires, notamment s'ils sont en relation étroite avec les contenus affichés. Verhallen, Bus et de Jong [2006], par exemple, en interrogeant les bénéfices éventuels apportés par les contenus multimédia sur la compréhension et la mémorisation du récit, ainsi que sur le développement des compétences langagières, ont démontré que enfants ayant écouté un album en regardant des images statiques comprennent seulement une partie de l'histoire et n'évoquent que 40 % de faits et moments significatifs dans leurs rappels du récit. Au contraire, quand des vidéos, des sons et des musiques sont combinés au tissu iconotextuel de l'album, les restitutions correctes s'élèvent à 55 %. Les effets seraient plus prononcés sur le rappel des implicites du texte, qui sont presque absents des rappels des enfants ayant été exposés seulement aux images statiques. [...] En revanche, De Jong et Bus ont relevé que les enfants ayant écouté une histoire enrichie d'éléments avec un lien faible avec le récit restituent moins d'éléments langagiers et structurels par rapport aux enfants ayant écouté la même histoire par la voix d'un adulte. (Acerra, 2019. s. p.)

On voit donc ici, à nouveau, l'importance de la collaboration entre les pôles, tel que cela a été décrit précédemment.

Cette première étape de la phase de la production, qui fait le pont entre la conception et la production, permet notamment de passer une commande adéquate aux professionnelles et professionnels du pôle artistique (étape 2). Ainsi, par exemple, les illustratrices et illustrateurs reçoivent une liste d'éléments visuels à produire. Il s'agit le plus souvent, des « pages » du livre-

application, mais, selon les cas, il peut également s'agir des éléments de navigation - boutons cliquables, interfaces, etc. Si nécessaire, les auteurs et autrices sont mobilisés sur la production des éléments textuels. Les *designers* graphiques reçoivent une liste d'éléments à imaginer; les concepteurs et conceptrices sonores, une liste d'effets et de boucles musicales, etc. La définition de ces commandes artistiques permettra aussi de peaufiner l'échéancier de la production et de la mise en marché du livre-application, en particulier lorsque ces besoins font appel à des ressources extérieures à l'équipe de la maison d'édition ou du studio de production numérique. Si besoin, il s'agira aussi du temps d'enregistrement des voix des comédiennes et comédiens.

Une fois l'ensemble des éléments artistiques réunis (visuels, effets sonores, boucles musicales, narrations, etc.) et la structure de développement installée vient ensuite le temps de la programmation et de l'intégration des contenus (étape 3), qui, elle aussi, peut se révéler grandement itérative. Pour les livres-applications *Fonfon interactif* (2016), il a ainsi été nécessaire de compléter les commandes d'éléments additionnels, faites au pôle artistique, ou encore de retravailler l'architecture narrative afin de la rendre techniquement plus facilement réalisable. Parfois, confrontés à des difficultés techniques, il nous a même été nécessaire de revoir certains éléments établis lors de l'étape de travail de la conception.

- Sixième phase de travail : les tests du livre-application

Lors de la sixième phase de travail de la production et de la mise en marché d'un livre-application pour la jeunesse, celle des tests du livre-application, une équipe de bêta-tests s'attèle à tester de manière exhaustive le livre-application afin de s'assurer de l'absence de tout bogue. Lorsque la maison d'édition en a les moyens, ce qui malheureusement est rarement le cas, il leur est possible de faire tester le livre-application pendant l'étape de travail de la production, directement par des enfants. En fonction du retour de ce jeune public, l'expérience peut être modifiée, notamment pour être simplifiée ou explicitée. Dans le cadre des livres-applications *Fonfon interactif* (2016), par exemple, des tests avec les enfants ont été faits. Ils ont révélé le besoin d'un tutoriel simple pour expliquer les mécaniques du volet de création d'histoires proposé au sein des livres-applications. Ce tutoriel a été ajouté dans la version finale, sous la forme d'une courte et simple vidéo disponible directement dans les livres-applications.

Plus généralement, les tests sont la dernière étape de travail qui précède la mise en marché des livres-applications, qu'elles s'adressent, d'ailleurs, aux jeunes publics ou non. Il s'agit de traverser, avec une équipe de bêta-test, l'ensemble de l'expérience afin de s'assurer que tout fonctionne et qu'aucun problème technique ne survient. Cette phase de travail peut prendre du temps et obliger à un retour à l'étape de travail de la production important si les erreurs et bogues techniques sont nombreux.

- Septième phase de travail : la mise en marché de la production numérique

Une fois le livre-application terminé, il est temps de le mettre en marché, soit le rendre disponible pour les publics et en assurer la découvrabilité. Il convient alors, pour le pôle éditorial et de gestion de la production, de déterminer d'abord les stratégies de prix (quel sera le prix unitaire auquel sera vendu le livre-application? Des offres groupées seront-elles disponibles? Les prix seront-ils différents en période de lancement promotionnel ou lors de moments spéciaux, tels que les fêtes de fin d'année, par exemple?). Puis, de mettre en ligne le livre-application sur les plateformes choisies pour sa distribution (Apple Store, Google Play, etc.). La mise en ligne est elle-même complexe puisqu'il s'agit d'intégrer des éléments facilitant la découvrabilité (mots-clés pertinents, titre attirant, images permettant de faciliter la compréhension de l'offre de la production numérique, etc.).

Suite à la mise en ligne, le travail du pôle éditorial et de gestion de la production ne s'arrête pas là puisque commence alors tout le déploiement de la stratégie promotionnelle : organiser la promotion du livre-application, s'assurer de relations de presse efficaces, développer la découvrabilité du livre-application en démultipliant les métadonnées associées et les lieux de référencement, etc. Cette dernière étape de travail génère ainsi de nombreuses difficultés pour les maisons d'édition québécoises, tel que nous pourrons le voir dans le chapitre VI de cette thèse.

5.2.4 L'émergence d'un rôle hybride mais essentiel : la passeuse ou le passeur numérique

- Essai de définition

La fonction de *passeuse ou de passeur numérique* a émergé au cours de ma recherche. Elle réfère à la notion de passeuse ou de passeur culturel, telle que présentée dans le chapitre II de cette thèse. Rappelons qu'elle peut être définie comme la fonction assumée par une professionnelle ou un professionnel possédant une expertise du numérique et des connaissances issues d'au moins deux des différents pôles impliqués dans la production et de la mise en marché du livre-application. Cette personne doit être en mesure de *traduire* les différents langages et réalités de chacun des professionnels et professionnelles des autres pôles et, du même coup, de fluidifier les communications et, par voie de conséquence, l'ensemble des étapes de travail. S'il n'est pas nécessairement le pivot central des pôles, la passeuse ou le passeur numérique est cependant essentiel au bon déroulement de la production et de la mise en marché du livre-application en ce qu'il ou elle permet d'éviter des écueils d'incompréhension et une perte de temps liés à des itérations trop nombreuses ou dues à une mauvaise traduction des besoins et contraintes de chaque pôle.

Ce besoin a été identifié par plusieurs des professionnelles et professionnels interrogés lors de ma recherche. Ainsi, Martine Sousse, directrice générale de l'entreprise de production de récits numériques 2h60 explique ainsi que, dans le cadre de *De plomb et de sang* (2020), la compréhension de la réalité du pôle recherche mais aussi des réalités du numérique s'est avérée une vraie valeur ajoutée :

Pour les équipes de l'Université d'Aix-Marseille, la valeur ajoutée de travailler avec nous, 2h60, c'était de travailler avec des gens qui comprenaient leurs réalités mais maîtrisaient également, ou en tout cas qui avaient compris, j'espère, la dimension d'ouverture et la profondeur qu'apportait le numérique. Et donc, qui pouvaient sortir du cadre. (Entretien, mars 2019)

Christian Lebel, professionnel du numérique ayant collaboré aux livres-applications *Fonfon interactif* (2016), exemplifie, pour sa part, différentes compétences que peuvent avoir une passeuse ou un passeur numérique :

C'est, par exemple, quelqu'un qui est à l'interne dans la maison d'édition, qui a une connaissance du numérique, donc un directeur technologique quelconque, qui va être capable de diriger un peu, de conceptualiser et de faire le pont avec le studio de production, ou bien quelqu'un qui comprend les réalités de la recherche et du numérique, ou encore quelqu'un qui travaille avec les équipes numériques mais qui sait comment marche le milieu de l'édition. (Entretien, décembre 2018)

Enfin, l'équipe du LIRDEF souligne le besoin qu'ils auraient eu, dans le projet *LINUM* (2017), d'une personne supplémentaire endossant ce rôle :

[Le fait de ne pas être intégrés aux choix de conception] nous a déresponsabilisé de la phase de conception. On peut la regarder en étant des chercheurs externes, mais on n'a pas fait les choix, on n'évalue pas nos propres choix. Je pense que c'est intéressant de voir comment toutes les choses ont été traduites. Je pense qu'il aurait vraiment fallu une troisième personne externe pour traduire nos besoins au sein de la production. (Entretien, mai 2019)

L'ensemble de ces verbatims, associé aux observations de terrain que j'ai pu faire dans le cadre de ma participation observante sur les livres-applications *Fonfon interactif* (2016) me donne à imaginer les expertises de cette passeuse ou de ce passeur numérique. Il s'agit, selon moi, d'une professionnelle ou d'un professionnel qui détiendrait une expertise du numérique et des connaissances issues d'au moins deux des cinq pôles impliqués dans la production et la mise en marché des livres-applications : pôle éditorial et de gestion de la production, pôle artistique, pôle de conception, pôle technique ou pôle recherche.

Aujourd'hui, ce rôle existe par défaut au sein de la production et de la mise en marché des livres-applications pour la jeunesse. La plupart du temps, il est improvisé et pris en charge par l'une des professionnelles ou l'un des professionnels du pôle de conception ou du pôle éditorial et de gestion de la production. Cependant, ce rôle n'est souvent pas prévu en tant que tel dans la mise en place des équipes de travail, à la phase de la préproduction, mais s'organise de manière organique au fil de la production et de la mise en marché du livre-application. Parfois, aucune professionnelle ou aucun professionnel ne le prend en charge, ce qui peut entraîner des retards de production et des irritants liés à la mauvaise traduction des besoins et contraintes de chacun.

Si l'on doit résumer les caractéristiques de la passeuse ou du passeur numérique idéal, devenues de plus en plus évidentes au fil des entretiens et des observations, nous pourrions les synthétiser dans la liste suivante :

- Une expertise du numérique;
 - Une compréhension des rôles et savoir-faire d'au moins deux des différents pôles impliqués dans la production et la mise en marché du livre-application;
 - Idéalement, une compréhension des enjeux et contraintes de la conception, de même que de la production, incluant une compréhension des enjeux technique ainsi qu'une compréhension des besoins et objectifs pédagogiques et de recherche;
 - Une facilité à traduire et communiquer les besoins et contraintes de chacun des pôles à l'ensemble de l'équipe;
 - Une facilité à fluidifier les échanges entre les différents pôles impliqués.
- De passeuse ou passeur culturel à passeuse ou passeur numérique

Si l'on reprend les éléments essentiels de la définition du passeur culturel par Nadeau (2021), tels que présentés au chapitre II, pour les appliquer en contexte de la production numérique, l'on peut se rendre compte d'une concordance intéressante entre les rôles de passeuse ou passeur culturel et de passeuse ou passeur numérique. Ainsi, il est clair, dans ma recherche, que la passeuse ou le passeur numérique a aussi pour fonction de « favoriser le dialogue » (Nadeau, 2021), ici non pas dans une classe, mais plutôt dans une équipe de travail. Elle ou il est aussi chargé « [d']entretenir un lien dynamique avec la culture dans toutes ses dimensions » (Nadeau, 2021), si l'on entend le terme de culture ici utilisé dans le sens de « culture numérique », telle que nous l'avons définie précédemment, c'est-à-dire impliquant création, collaboration et itération. Le passeur ou la passeuse numérique doit en effet s'assurer de comprendre et de traduire les différents langages d'au moins deux des pôles impliqués dans la production et la mise en marché des livres-applications pour la jeunesse, mais aussi de fluidifier les liens de collaboration entre au moins deux des différents pôles impliqués, de faciliter au mieux de ses compétences les différentes itérations qui adviennent au cours de la production et de la mise en marché des livres-applications, de s'assurer de leur efficacité et de s'assurer, finalement, que la version finale du livre-application soit une

somme acceptable de compromis entre les intentions des pôles dont il ou elle comprend les langages, les besoins et les réalités.

Rappelons aussi que, selon Nadeau (2021), le passeur ou la passeuse culturel ouvre les élèves à la découverte, au regard critique et aux apprentissages significatifs. Là aussi, le parallèle avec le passeur ou la passeuse numérique semble pertinent. Bien entendu, les professionnelles et professionnelles impliqués dans la production d'un livre-application ne sont pas des élèves du passeur ou de la passeuse numérique, bien au contraire. L'apprentissage dans le cadre d'une production et d'une mise en marché d'un livre-application est fluide, changeant, évolutif. Il se fait même parfois ténu, voire invisible, et d'autres fois majeur et significatif.

Cependant, la passeuse ou le passeur numérique, dans la définition que j'en donne, a tout de même la charge de garder les professionnels et professionnelles des différents pôles impliqués en contact avec les réalités, contraintes et possibles de la production numérique. Il ou elle occupe, finalement, ce rôle important, souvent discret, de facilitateur.

- La passeuse ou le passeur numérique, une version "augmentée" de la productrice interactive ou du producteur interactif?

Dans son ouvrage intitulé *Créer et produire pour les nouveaux médias*, l'auteur Benjamin Hoguet (2016), spécialiste des narrations interactives, décrit avec une grande précision les caractéristiques de la productrice interactive ou du producteur interactif, un rôle essentiel et central dans les productions numériques. Le chapitre qui leur est dédié est justement intitulé « Les qualités du producteur interactif ». L'auteur pose dès le départ une nuance importante car, selon lui, la plupart de ces producteurs et productrices « n'ont pas appris leur métier sur les bancs de l'université et il n'y en a donc pas deux pareils. Chacun apporte une sensibilité et un savoir-faire spécifique à son activité et aux projets qu'il ou elle porte » (Hoguet, 2016).

Cependant, malgré la singularité du parcours de ces producteurs et productrices, Hoguet (2016) a réussi à déterminer une série de qualités partagées par l'ensemble de ces professionnels et professionnelles. Il en a retenu quatre :

- 1) La capacité à faire preuve d'« implication créative renforcée et [d']une autre façon d'accompagner les auteurs » (p. 36). Cela lui permet d'assurer « à la fois un rôle de canalisateur et de catalyseur pour ses auteurs [soit,] d'un côté, montrer l'étendue des possibles et motiver la créativité et de l'autre, se prémunir des projets qui se dispersent trop et deviennent irréalistes » (p. 37).
- 2) La capacité à bien s'entourer et à parler plusieurs langages » (Hoguet, 2016, p. 37). Cela oblige à s'assurer de bien comprendre les réalités de chacun des professionnelles et professionnels impliqués et de travailler à la réussite collective de la production numérique.
- 3) Le fait de posséder une « réflexion poussée au-delà de la fabrication de l'œuvre » (Hoguet, 2016, p.37). Il s'agit ici de penser au-delà de la mise en ligne et d'intégrer dans la réflexion de production les mécaniques de distribution, de découvrabilité et de pérennité.
- 4) « La volonté de se réinventer en permanence » (Hoguet, 2016, p. 38). Elle nécessite de rester alerte de manière constante quant aux nouveaux possibles et territoires ouverts par l'évolution des technologies, et de les utiliser de manière pertinente pour réinventer continuellement la manière dont on peut raconter des histoires interactives.

Ces qualités me semblent extrêmement pertinentes pour décrire le rôle de la passeuse ou du passeur numérique tel que j'ai pu le percevoir à travers ma recherche. Cependant, il semble y manquer, en ce qui concerne la production et la mise en marché des livres-applications pour la jeunesse, une compréhension des enjeux, réalités et contraintes des pôles éditoriaux et de recherche. Cela voudrait-il dire que pour développer l'efficacité et la pertinence de la production et de la mise en marché des livres-applications pour la jeunesse, il serait essentiel de faire évoluer les compétences des productrices et producteurs interactifs en les formant aux réalités, contraintes et possibles non seulement des domaines de l'édition mais aussi de la recherche? Développer une formation pour les productrices ou producteurs interactifs, pourrait peut-être faire évoluer leur rôle et augmenter leur sensibilité aux enjeux liés à l'édition et à la recherche nous mènerait-il vers des productrices et producteurs interactifs **augmentés**?

Ce chapitre V m'a permis de présenter mon interprétation des données de recherche en ce qui concerne les enjeux liés à l'appropriation des métiers, des savoir-faire et de la culture numérique rencontrés par les maisons d'édition québécoises souhaitant s'aventurer dans la création de livres-applications pour la jeunesse. J'y ai exposé en premier lieu un fort enjeu de méconnaissance des métiers et savoir-faire du numérique, lié à la présence d'équipes élargies au sein des productions de livres-applications pour la jeunesse, et impliquant ainsi de nouveaux rôles et savoir-faire mais, également au besoin pour les maisons d'édition québécoises d'acquérir des savoirs techniques. En second lieu, j'ai présenté l'enjeu d'appropriation de la culture numérique, pour ces maisons, dans ses composantes de créativité, collaboration et d'itération telles que définies par Lehmann (2020).

CHAPITRE 6

LES ENJEUX LIÉS À LA MISE EN MARCHÉ DES LIVRES-APPLICATIONS POUR LA JEUNESSE

Dans ce deuxième chapitre interprétatif, je traiterai des enjeux rencontrés par les maisons d'édition liés à la mise en marché des livres-applications pour la jeunesse, terme général couvrant les enjeux de distribution, de diffusion et de découvrabilité. En premier lieu, j'adresserai l'enjeu pour les maisons d'édition québécoises d'anticiper les contraintes de distribution et de diffusion des livres-applications pour la jeunesse (enjeu 1). En second lieu, j'aborderai l'enjeu de la découvrabilité par les publics des livres-applications pour la jeunesse de maisons d'édition québécoises (enjeu 2).

Dans ce chapitre, nous aborderons plus en profondeur l'enjeu de la distribution et de la découvrabilité des livres-applications pour la jeunesse, qui constitue souvent un point de rupture important dans la volonté même des maisons d'édition de franchir le pas de la production d'un livre-application pour la jeunesse. Ce chapitre examine ainsi deux enjeux qui ont émergé de la recherche, soit, d'une part, la difficulté d'anticiper les contraintes de distribution et de diffusion des livres-applications jeunesse par les éditeurs (enjeu 1) et d'autre part, la difficulté d'accéder, pour les livres-applications jeunesse, aux avenues traditionnelles de découvrabilité du livre jeunesse (enjeu 2).

82 % des personnes ou équipes de personnes interrogées lors de mes entretiens de recherche ont ainsi évoqué l'enjeu, une proportion confirmée par 25 occurrences d'observation de recherche. Par ailleurs, l'enjeu 2 a été évoqué dans 75 % des entretiens de recherche et confirmé par 65 occurrences d'observations de recherche.

6.1 Le premier enjeu : anticiper les contraintes de distribution et de diffusion des livres-applications pour la jeunesse

Dans le cadre de ma recherche, j'entends la distribution et la diffusion comme étant l'« ensemble des opérations et circuits qui mettent un produit à la disposition des acheteurs » (*Wikipédia*, 2021). En ce cadre, la distribution recouvre à la fois la mise en ligne, étape finale des opérations stratégiques de planification de la mise en marché, mais aussi les opérations annexes, soit la stratégie de prix par exemple. Par ailleurs, la distribution et la diffusion recouvrent aussi les choix de supports techniques et de systèmes d'exploitation pour les livres-applications, ainsi que l'opérationnalisation des actions promotionnelles. J'ai pris la décision, pour des questions de lisibilité et de clarté, de mettre à part les questions de découvrabilité qui, même si elles sont, bien entendu, liées aux questions de mise en marché, nécessitaient un développement plus approfondi.

La production et la mise en marché des livres-application pour la jeunesse sont, de manière bien plus importante que ceux des livres papier pour les mêmes publics, des projets coûteux, en temps, en ressources et en argent. Les volumes budgétaires nécessaires pour la production et la mise en marché d'un livre-application, bien qu'extrêmement variables selon les niveaux d'interactions et de contenus qui y sont impliqués, peuvent tout de même rapidement atteindre plusieurs dizaines, voire centaines de milliers de dollars. Ainsi, à titre d'exemple, la production et de mise en marché des livres-applications *Fonfon interactif* (2016) a coûté 410 000 \$, dont 293 450 \$ en production (*voir budget détaillé à l'Annexe A*).

De son côté, bien que là aussi les montants prévisionnels soient difficiles à uniformiser tant les variables sont nombreuses, la production et la mise en marché d'un livre papier par une maison d'édition jeunesse indépendante s'élève rarement au-delà de 15 à 20 000 \$ en conception et en production, la grande majorité de ce montant étant dédié aux cachets des créatrices et créateurs, ainsi qu'à leur gestion et accompagnement par l'équipe éditoriale.

Les coûts extrêmement élevés inhérents à la production et la mise en marché d'un livre-application donnent tout d'abord une importance cruciale à l'existence d'avenues de financement (publiques comme privées) accessibles et pertinentes pour les maisons d'édition désireuses de franchir le pas de la production d'un livre-application pour la jeunesse, mais les impacts de ces coûts sont

également majeurs en ce qui concerne la distribution et la découvrabilité des livres-applications pour la jeunesse. Sans ventes, et sans visibilité permettant ces ventes (que ce soit auprès des lecteurs et lectrices directement, ou bien d'institutions ou d'entreprises), l'attractivité du secteur de la production de livres-applications jeunesse reste limitée pour les maisons d'édition, faute de rentabilité avérée.

Au fil de ma recherche, j'ai pu identifier plus particulièrement deux éléments en lien avec l'enjeu de l'anticipation des contraintes de distribution et de diffusion des livres-applications : un premier lié aux freins techniques de mise en ligne et de pérennisation des livres-applications pour la jeunesse et un second lié aux difficultés d'accès aux marchés des collectivités pour les livres-applications pour la jeunesse. Ils sont abordés dans les sections suivantes.

6.1.1 Des freins techniques liés aux différents supports d'exploitation complexifiant la mise en ligne et la pérennisation des livres-applications

- Une pluralité de systèmes d'exploitation aux contraintes variées

À ce jour, les trois avenues principales de distribution et de diffusion d'un livre-application jeunesse sont le Apple Store (fonctionnant avec les systèmes d'exploitation iOS), le Google Play Store (fonctionnant avec le système d'exploitation Android) et les applications web :

- iOS est le système d'exploitation d'**Apple**, accessible sur les téléphones iPhone et tablettes iPads, et, pour certaines applications, les ordinateurs Mac et les enceintes et objets connectés;
- Android est le système d'exploitation de **Google**, associé à la plateforme de vente en ligne Google Play (ou Play Store) et offrant des applications disponibles sur tablettes téléphones et ordinateurs de constructeurs non affiliés à Apple, ainsi que, pour certaines, à des enceintes et objets connectés, ou encore des Chromebooks;
- Les **applications web** sont téléchargeables via un site internet, et peuvent être utilisées sous la forme d'une interface en ligne sur un ordinateur, ou comme une application lorsque

téléchargées via un téléphone intelligent ou une tablette, quel qu'en soit le modèle ou le fabricant.

Il est important de noter qu'il existe de plus en plus d'applications destinées aux tablettes Windows ou encore au système d'exploitation BlackBerry, mais cela reste confidentiel au regard des géants Apple et Android. Par ailleurs, bien entendu, différents formats de productions non-homothétiques jeunesse existent hors application, notamment via des plateformes en ligne, la forme adoptée, entre autres, par la production *Tout garni* (La Pastèque, 2017), ou encore sous la forme de livres en ePub ou de projets de réalité virtuelle. Ces productions souffrent de leurs propres enjeux dans leur production et leur mise en marché, mais elles ne sont pas l'objet de ma recherche³⁴.

En 2019, le Google Play store était présent sur 80 % des téléphones intelligents en circulation, les téléphones utilisant Android étant largement majoritaires sur le marché, tous fabricants confondus. Selon le magazine en ligne spécialisé *Phonandroid* (2019), Google Play avait également généré, sur le seul premier trimestre 2019, près de 41,9 milliards de téléchargements d'applications, un chiffre largement supérieur aux 14,8 milliards de téléchargements d'applications réalisés sur l'Apple store sur la même période.

Cependant, et ce, même si le marché semble très favorable à Google, cette différence d'engouement ne se reflète pas dans les revenus réalisés sur chacune des plateformes de distribution, incluant les ventes d'applications et les achats intégrés aux applications. Le magazine *PhonAndroid* (2019) rappelle ainsi qu'Apple domine largement le pion aux autres plateformes de distribution :

Depuis le début de l'année 2019, et selon les données de Sensor Tower reprises par Apple Insider, l'App Store des iPhones a généré quelques 25,5 milliards de dollars de revenus en à peine six mois – ce qui est 13,2 % plus élevé que sur la première moitié de 2018 (22,6 milliards de dollars). En face, le Google Play Store n'est parvenu à générer que 14,2 milliards de dollars. [...] Ainsi, malgré 2,8 fois plus d'applications

³⁴ La production *Tout garni* (La Pastèque, 2017) a été conservée dans mon échantillon d'entretiens car son éditeur, Frédéric Gauthier, a pu y piocher des réalisations et des enseignements qui m'ont paru pertinents pour ma recherche.

installées sur le Google Play Store, l'App Store parvient encore à générer 1,8 fois plus de revenus. (PhonAndroïd, En ligne)

Ces éléments de marché ont été confirmés en 2020, une année tout de même particulière à bien des égards concernant les usages et les comportements d'achats des consommateurs et consommatrices d'applications et, de manière générale, de numérique, tel que rappelé dans le chapitre I de cette thèse. Le magazine en ligne spécialisé *Clubic* (2020) souligne ainsi le volume financier important généré par la plateforme de distribution Apple :

L'App Store est une vache à lait bien plus imposante aux yeux d'Apple que le Play Store ne l'est à ceux de Google. Sur les neuf premiers mois de l'année [2020], l'App Store a généré 51,8 milliards de dollars de revenus (44,2 milliards d'euros), contre 'seulement' 27,6 milliards de dollars (23,5 milliards d'euros) pour le Play Store. (Clubic, En ligne)

Ces chiffres sont impressionnants, d'autant plus que le système d'exploitation iOS ne détient que 24.99 % des parts de marchés, contre 74.43 % pour Android, mais aussi et surtout que le Play Store a enregistré 81,5 milliards de téléchargements sur les 9 premiers mois de l'année 2020 contre seulement 26,5 milliards de téléchargements sur le Apple Store. Il est intéressant de noter que ces chiffres sont obtenus avec un nombre d'applications disponibles sur les deux plateformes presque équivalentes, soit 1,21 million d'applications disponibles sur le Apple Store contre 1,43 million d'applications disponibles sur le Google Play Store en 2020 (données issues de *Clubic*, 2020).

Les utilisatrices et utilisateurs de l'Apple Store sembleraient donc plus largement enclins à dépenser de l'argent en application ou encore en achats intégrés. Mais l'explication n'est probablement pas aussi simple. En effet, le nombre d'applications gratuites est tout d'abord plus important sur le Google Play Store (57 % des applications) que sur le Apple Store (28 % des applications) - certaines applications, telles que le populaire jeu mobile Angry Birds, par exemple, sont d'ailleurs gratuites sur Google Play et payantes sur Apple Store.

L'une des raisons de la propension plus importante des usagères et usagers de l'Apple Store à faire des dépenses en ligne sur la plateforme est peut-être également l'aspect qualitatif donné par Apple. Les applications y sont en effet sélectionnées de manière plus stricte que sur Google Play, leur organisation et présentation plus travaillées et harmonieuses, les virus moins présents et de vrais

efforts de curation sont faits par Apple, qui s'affaire à proposer des sélections thématiques, des coups de cœur, des articles de fonds (près de 20 000 articles) mettant en vedette les applications du moment ou bien les sélections de l'équipe. Ces efforts de curation sont moins présents sur Google Play.

La plus large proportion de revenus réalisés sur l'Apple Store que sur le Google Play Store ainsi que le soin porté par Apple à l'esthétique de sa plateforme et à la qualité de ses propositions éditoriales et de curation sont peut-être deux raisons qui poussent les maisons d'édition franchissant le pas de la production de livres-applications à privilégier une distribution et une diffusion sur le Apple Store plutôt que sur le Google Play Store. Mais pas seulement.

En effet, le système d'exploitation iOS (permettant une distribution sur le Apple Store) présente l'avantage important de proposer une uniformité technique et de langage de ses plateformes de diffusion (téléphone, tablette, ou ordinateur), offrant du même coup la possibilité de concevoir un livre-application adaptable à différents supports, à moindre coût (le design, le design d'interfaces, et la conception des écrans pouvant être adaptés sans modifications majeures entre les différentes plateformes). Cette réalité est bien entendu favorisée par Apple dont l'objectif commercial est de soutenir l'adhésion à ce système d'exploitation.

A contrario, le développement d'une application destinée au Google Play Store (et donc utilisant le système d'exploitation Android) est plus complexe, selon les retours d'expérience collectés dans le cadre de ma recherche. Le nombre et la diversité des modèles de supports (tablettes comme téléphones intelligents) qui y sont associés demandent aux producteurs et productrices un important effort d'adaptation de leurs contenus, afin de s'assurer d'une utilisation harmonieuse sur chacun.

La distribution et la diffusion doivent ainsi être pensées dès les premiers temps de la production du livre-application, afin de garantir son adéquation aux systèmes d'exploitation et aux supports techniques. Au-delà des charges financières liées, ces contraintes imposent l'obligation de constituer des équipes disposant de grands niveaux d'expertises, souvent spécifiques, et donc, pour la très grande majorité des maisons d'édition, l'obligation d'externaliser.

Ces éléments influent sur les choix des maisons d'édition, qui, dans leur majorité, favorisent le développement de livres-applications pour le Apple Store seulement, plutôt que pour les deux plateformes de distribution. Aucune des personnes que nous avons rencontrées n'a fait le choix de développer de livre-application pour la jeunesse pour Google Play seulement. Arnaud Laborderie, chargé de projet sur l'application *Candide* (BnF, 2013) de la Bibliothèque nationale de France, dit ainsi que le Google Store a rapidement été écarté des choix de distribution et de diffusion :

Au début on avait imaginé faire une application iPad et Android. Il faut se remettre en contexte de 2013 voire même de 2012, époque de conception. Android n'était vraiment pas un acteur important des applications culturelles et donc, je ne sais plus les chiffres mais ça devait être 80-90 % des contenus qui fonctionnaient via iPad [sur l'ensemble des contenus culturels produits], et on a donc fait le choix de uniquement développer sur iPad. (Entretien, février 2019)

Cette impression est confirmée par d'autres entretiens, dont celui avec Véronique Fontaine, des éditions Fonfon, qui précise l'importance des choix de distribution et de diffusion :

Je pense que, parmi les choses auxquelles il faut réfléchir vraiment bien, il y a aussi le type d'appareil. Au départ on avait développé iOS et Android, parce qu'on se disait qu'on voulait être sur toutes les tablettes, puis rapidement on s'est rendu compte qu'un développement Android est vraiment compliqué. (Entretien, décembre 2018)

De manière générale, le choix de la plateforme de distribution du livre-application et des appareils sur lesquels il sera accessible (ordinateur, tablette, téléphone intelligent, etc.) a un impact important sur les choix créatifs opérés par les équipes. Par exemple, comme nous l'avons dit, le développement d'une application-web limite les possibilités créatives et, notamment, les choix d'interactions possibles, alors que le choix d'une mise à disposition sur l'ordinateur influence les interactions disponibles (notamment celles liées au tactile ou au souffle par exemple). Cependant, une application-web sera moins coûteuse à développer et pourra être rendue disponible sur l'ensemble des plateformes de distribution et systèmes d'exploitation. Une application pensée pour iOS pourra offrir un large potentiel d'interactions de même que des animations riches, mais présentera un coût important au développement et à la mise à jour. Ce sera également le cas pour les applications pensées pour le Google Play Store, plus coûteux encore en termes de *design* d'interface notamment.

Les maisons d'édition qui souhaitent franchir le pas de la production de livres-applications pour la jeunesse le font souvent avec une connaissance peu élevée des potentiels et des contraintes de chaque système d'exploitation et se retrouvent peu outillées dans leurs choix. Elles ont ainsi à faire, souvent seules, des choix cornéliens venant parfois complètement transformer leur vision créative et artistique initiale. Ces choix peuvent également remettre en question jusqu'à l'intention narrative même du livre-application, si celle-ci est trop complexe ou non adaptée aux potentiels techniques des systèmes d'exploitation.

Par ailleurs, même une fois la ou les plateformes de distribution identifiées, il reste encore à établir le prix idéal. Or, la stratégie de prix la plus adéquate reste aujourd'hui une grande inconnue pour les maisons d'édition souhaitant produire des livres-applications pour la jeunesse. De nombreux livres-applications (ou, plus généralement, des applications mobiles pour enfants) sont offerts gratuitement, ce qui oblige les maisons d'édition à s'adapter en proposant des contenus gratuits ou à moindre coûts. La stratégie de prix devient alors une problématique majeure, sur laquelle nous disposons de peu d'exemples de bonnes pratiques, ou de données permettant une prise de décision adéquate, comme le résumait Véronique Fontaine (Fonfon) et Christian Lebel (Akufen), qui se sont longuement interrogés sur la stratégie de prix lors de la mise en ligne des livres-applications *Fonfon interactif* (2016) :

Si on parle des éditeurs de livre qui veulent devenir producteurs de contenu numérique, le problème, c'est la stratégie de prix. Parce que nous, quand on vend un livre papier, souvent le livre numérique va être le PDF, ça va être le même prix moins 25 % ou quelque chose comme ça. Mais tu ne peux pas te retrouver avec une publication interactive à 12 dollars sur l'App Store. Il faut réfléchir aux prix selon l'appareil que tu choisis et la plateforme sur laquelle ton contenu va être en vente, pour que ce soit adapté. On s'est posé de grandes questions sur la stratégie de prix, qui a aussi beaucoup évolué en cours de route. Au départ c'était 5,49 \$, il me semble, puis on a fait un *package* avec les trois applications. On a essayé beaucoup de choses pour faire connaître et vendre nos applications. (Entretien, décembre 2018)

Par ailleurs, il existe une habitude de la gratuité des produits virtuels qu'il est difficile de contrer, et ce, même lorsque la production et la mise en marché d'un livre-application peut, comme nous l'avons rappelé plus tôt dans ce chapitre, représenter des montants bien plus élevés que pour la production et la mise en marché d'un livre papier. Les consommateurs et consommatrices vont, en effet, souvent avoir de la difficulté à passer un certain seuil psychologique d'achat en l'absence

d'un objet physique, rechignant bien souvent à dépenser de l'argent pour un produit virtuel qui donne le sentiment d'une grande volatilité.

Il est donc souvent nécessaire, comme nous le rappellerons au chapitre VII consacré aux pistes de solutions, que les maisons d'édition se rapprochent de studios de production numérique dès les phases de travail de préconception et de financement afin de s'assurer de cibler adéquatement la ou les plateformes de distribution, de déterminer une stratégie de prix adéquate et de budgétiser en concordance lors des recherches de financement.

- Un contrôle important des plateformes de distribution sur les applications

L'Apple Store comme Google Play ne posent pas seulement des contraintes techniques aux productrices et producteurs souhaitant distribuer leurs applications sur leurs plateformes de ventes en ligne. Ils exercent aussi un contrôle étroit sur les publications d'applications faites sur leurs plateformes, notamment en termes de contenus, et plus particulièrement lorsque les contenus ciblent les jeunes publics. Dans le cadre des applications pour la jeunesse, cela peut être, à bien des égards, une protection appréciable et même nécessaire pour les enfants qui pourraient y avoir accès. Toutefois, cela peut parfois avoir une incidence fâcheuse sur les échéanciers de production (Apple, en particulier, peut prendre plusieurs jours voire semaines pour valider et permettre la publication d'une application sur la plateforme Apple Store), mais parfois également sur les contenus des applications en eux-mêmes, les productrices et les producteurs pouvant être amenés à moduler leur contenu afin de s'assurer d'une approbation.

De surcroît, certaines applications peuvent même être tout bonnement refusées par l'une, l'autre, ou les deux plateformes, réduisant à néant des mois de travail. À titre d'exemple, une application imaginée et produite par les Jeunes pousses, un groupe-école d'étudiants de l'UQAM intégré à l'Office national du film (ONF) afin d'y développer un projet d'application dont ils sont les maîtres d'œuvre, s'est vu refuser l'accès au Apple Store et à Google Play. Ce projet, intitulé *Clit-moi* (2019) visait les adolescents et adolescentes ainsi que les jeunes adultes. Il traitait de l'orgasme féminin et cherchait « à démystifier le clitoris au moyen d'un volet pédagogique et ludique » (Grignon-Francke, 2018, s. p.). Dans un article de *La Presse +*, dédié à cette affaire et daté de novembre 2018, la journaliste Isabelle Grignon Francke précise d'ailleurs : « lorsqu'on soumet une

application aux géants Apple et Google, le produit doit se conformer à une série de politiques et de paramètres techniques assurant sa mise en ligne de façon adéquate » (s. p.).

« Lorsqu'une application est publiée sur l'Apple Store ou sur le Google Play store, il y a une intervention humaine. Il y a quelqu'un qui applique des politiques, mais ils ne peuvent pas déterminer s'il s'agit ou non d'une œuvre d'art », souligne, dans ce même article, Guillaume Déziel, spécialiste de la culture numérique (cité par Grignon-Francke, 2018, s. p.). « Ceux qui appliquent les politiques sont souvent des travailleurs payés 20 \$ de l'heure environ qui disent oui si y et non si x », précise, toujours dans cet article, Sébastien Fitch, professeur en enseignement des arts à l'Université Concordia (cité par Grignon-Francke, 2018).

Ces éléments techniques peuvent donc mettre dans l'embarras même les productrices et productrices les plus expérimentés. Il va sans dire que, dans le domaine des livres-applications, lorsqu'il s'agit pour une maison d'édition jeunesse d'une première incursion dans le domaine de la production numérique, ces éléments techniques peuvent parfois s'avérer insurmontables et mettre à mal des livres-applications qui ne rentreraient pas dans les cadres des systèmes de contrôle des plateformes de distribution d'applications.

Au-delà même de la distribution des livres-applications sur les plateformes, de nombreux freins techniques existent encore durant leur vie en ligne. En effet, les mises à jour régulières des systèmes d'exploitation iOS et Android ont souvent pour conséquence l'impossibilité de maintenir l'accessibilité des livres-applications pour les publics qui en auraient fait l'acquisition ou qui souhaiteraient les acquérir. Ainsi, si les maisons d'édition elles-mêmes n'adaptent pas les livres-applications mis en ligne au fur et à mesure des mises à jour des systèmes d'exploitation, ceux-ci seront probablement perdus.

Or, ces adaptations sont coûteuses puisqu'elles impliquent des frais additionnels de développement et de programmation, des frais souvent non anticipés dans les budgets de production et non inclus dans les contrats de services des studios de production numérique, tout du moins au-delà des trois premiers mois de vie des livres-applications en ligne. En effet, les studios de production numérique vont généralement intégrer aux contrats de fourniture de services une banque d'heures permettant d'assurer les mises à jour pendant les trois mois suivant la mise en ligne du livre-application (mais

ce n'est pas toujours le cas). Au-delà de ces trois mois ou de la banque d'heures, les maisons d'édition auront à payer des heures à l'unité pour les mises à jour subséquentes pour s'assurer de maintenir disponibles les livres-applications sur les plateformes de distribution. Ces heures peuvent rapidement représenter un important budget qui n'avait pas été prévu par les maisons d'édition dans le plan de financement.

Dans le cadre de productions coûteuses nécessitant pour les maisons d'édition de nombreux et lourds efforts de financement de même que des prises de risques importantes, il est souvent, pour elles, très frustrant et décourageant de devoir renoncer ou réinvestir massivement, uniquement pour contrer l'obsolescence de leurs livres-applications au regard des décisions de mises à jour des plateformes.

À chaque mise à jour, ce sont ainsi de nombreux livres-applications qui disparaissent, ce qui pose également la vaste question de la conservation de ces livres-applications, qui nécessite une conservation liée aux supports tout en permettant la lecture. Jean-François Cusson, directeur de l'organisme opérateur des prêts numériques en bibliothèques publiques, rappelle l'importance de devoir conserver à la fois les contenus et les appareils de lecture :

De façon générale, le prêt numérique, c'est un projet [de] bibliothèque publique. On est donc vraiment dans une logique de diffusion et non pas dans une logique de conservation. Cette question-là, de l'archivage par exemple, préoccupe beaucoup mes collègues de Bibliothèque et Archives nationales du Québec. Ce dont ils se rendent compte, c'est qu'ils doivent conserver à la fois le contenu qui a été produit mais aussi l'appareil pour le lire. (Entretien, avril 2019)

Dans sa documentation de la problématique de l'obsolescence des dispositifs et de son impact sur la conservation des productions littéraires numériques présentée sur le site Lab-yrinthe.ca, Acerra (2021) note que différentes stratégies d'archivages opérées par les personnes en charge de la conception ou de la recherche existent, toutes ayant malheureusement de nombreuses contraintes et limites. Elle rappelle ainsi les trois stratégies identifiées par Bootz (2014) : soit des enregistrements documentant l'expérience de l'utilisateur; la restauration des « dispositifs de la première exécution et de leur environnement » (s. p.); ou encore la remédiatisation des productions « pour les exécuter dans un autre contexte technologique et assurer leur interopérabilité » (s. p.).

Cependant, ces stratégies comportent de nombreux inconvénients (Acerra, 2021) : soit, pour les enregistrements, le fait qu'ils « ne permettent pas aux utilisateurs d'expérimenter la dimension de manipulation qui est pourtant une caractéristique centrale de la rencontre avec l'œuvre numérique » (s. p.); pour la restauration des dispositifs, le constat qu'elle « n'assure pas une véritable pérennisation des contenus, car elle se fonde sur la possibilité d'entretenir les matériaux et les logiciels » (s. p.); et, enfin, en ce qui concerne la remédiatisation des productions, le fait qu'elle « dissocie l'œuvre de son environnement de reproduction » (s. p.). D'ailleurs, de nombreux artistes décident sciemment, sur le modèle de l'artiste Alexandra Saemmer par exemple, de ne pas opérer de conservation ou d'archivage de leurs œuvres numériques et de composer avec leur « condition éphémère » (Acerra, 2021, s. p.). Ce choix, qui peut même en soi devenir un moteur de création, est difficile à assumer pour une maison d'édition misant sur une rentabilité minimale du livre-application mis en ligne. Les ventes du livre-application doivent en effet, *a minima*, en l'absence de financements publics, de rentrer dans ses coûts ou, tout du moins, dans le cadre d'une production expérimentale et assumée en tant que telle, de ne pas mettre en danger l'équilibre financier de la maison d'édition.

Bien qu'elle soit passionnante, compte tenu des limites de ma recherche, je ne rentrerai pas ici plus avant dans la problématique extrêmement vaste de la conservation des productions numériques.

Cependant, il me semble intéressant de citer tout de même, comme matière à réflexion, les propos des artistes numériques Antoine Schmitt, Miguel Chevalier et Hugo Verlinde, rapportés par le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC, France) en février 2021 dans un article intitulé « Comment conserver l'art numérique malgré l'obsolescence technologique? » (CNC, 2021). Miguel Chevalier y rappelle l'importance de se « remettre en cause constamment » (CNC, 2021, s. p.) dans sa position et son appropriation des technologies, ainsi que dans son adaptation aux évolutions de celles-ci. Antoine Schmitt, lui, estime important de transmettre le code source en même temps que la production elle-même :

Personnellement, lorsque je vends une œuvre, je donne le code source du programme. Si quelqu'un veut la restaurer dans cinquante ans, il peut le faire. Si l'œuvre ne tourne plus sur un ordinateur du futur, il peut la fabriquer de nouveau avec ce code source, de manière la plus proche possible de l'originale. (CNC, 2021)

Miguel Chevalier, lui, va plus loin en expliquant qu'il fait évoluer ses productions en même temps que la technologie :

Si les anciens ordinateurs tombent en panne, on peut la faire évoluer sur une machine plus actuelle. Ce ne sont pas l'ordinateur et l'écran qui font l'œuvre, mais le logiciel. Et ce dernier est réactualisé au fur et à mesure de la technique. Je fais le nécessaire pour qu'on puisse le mettre sur une nouvelle machine, si les ordinateurs sur lesquels les œuvres ont été créées n'existent plus sur le marché (CNC, 2021).

Cette citation soulève de nombreux questionnements et pourrait permettre de développer une posture critique. Le geste artistique et l'intention derrière celui-ci peuvent être, dans certains cas, séparés du dispositif et du support de sa présentation. Mais dans tout geste artistique, et *a fortiori* dans le cadre de productions numériques, l'objet production n'est-il pas pensé intentionnellement pour un support défini? Le support n'est-il pas une composante essentielle de la production elle-même? Et si oui, comment distinguer cette dernière ou bien la conserver sans, finalement, comme le souligne le critique d'art Dominique Moulon dans ce même article (CNC, 2021), s'assurer que les conservateurs d'art deviennent non seulement des spécialistes des productions numériques mais aussi des supports technologiques?

6.1.2 Une grande difficulté d'accès à la distribution et à la diffusion au sein des collectivités

En édition jeunesse au Québec, la distribution et la diffusion au sein des marchés scolaires ainsi que dans les réseaux de bibliothèque (désignés ici par le terme générique de « vente aux collectivités ») est aujourd'hui encore une avenue essentielle de la mise en marché d'un livre papier, même non scolaire, et représente une part importante des ventes. Selon une étude réalisée en mars 2019 par la Société de gestion de la Banque de titres de la langue française (SGBTLF) pour l'Association des libraires du Québec (ALQ), intitulée « Portrait des ventes dans les librairies indépendantes de 2016 à 2018 » (ALQ, 2019), la part des ventes destinées aux collectivités dans les ventes totales des maisons d'édition québécoise en livres jeunesse atteignait 55 % pour l'année 2018, et de 59 % pour les maisons d'éditions québécoises toutes catégories éditoriales confondues.

Par ailleurs, dans ce même portrait, l'on peut observer, dans la ventilation des ventes aux collectivités par catégorie, que les ventes de titres jeunesse sortent largement dominantes, avec un pourcentage de 39.6 % des ventes globales aux collectivités (ALQ, 2019).

Cependant, en ce qui concerne les livres-applications, la distribution et la diffusion aux collectivités est très difficile d'accès, ce qui freine largement le développement commercial de telles productions en les privant d'un important bassin de ventes. Cette incapacité à rejoindre adéquatement le marché des collectivités par les maisons d'édition pour leurs livres-application peut s'expliquer par différents facteurs, à la fois contextuels et techniques : l'absence d'un système organisé de distribution et de diffusion aux collectivités; la grande diversité d'équipements; les freins techniques mis en place par les plateformes en ce qui a trait aux prêts.

- L'absence d'un système de distribution et de diffusion aux collectivités laissant les maisons d'édition isolées dans leurs efforts promotionnels des livres-applications

Depuis 1981, le Québec est doté d'un système régissant les achats de livres par les collectivités, un système intéressant pour les maisons d'édition, mais qui n'a pas encore été adapté pour la production de livres-applications. Comme le résume le ministère de la Culture et des Communications (MCCQ) dans la rubrique dédiée à la loi du livre sur son site Internet³⁵, la Loi sur le développement des entreprises québécoises dans le domaine du livre (chapitre D-8.1) oblige ainsi les acheteurs institutionnels « à acheter leurs livres, à l'exception des manuels scolaires, dans au moins trois librairies agréées de leur région administrative. » (MCCQ, s.p). Le Ministère rappelle que « cette mesure vise à augmenter l'accès d'un point de vue territorial au livre dans toutes les régions du Québec par l'entremise d'un réseau de librairies sur l'ensemble du territoire. » (En ligne). La capacité de vendre des livres aux collectivités est donc réservée aux librairies ayant reçu un agrément du MCCQ.

Au sens de la loi, les « collectivités » comportent notamment les bibliothèques et le réseau scolaire. Quant aux livres pour enfants concernés, ils désignent « les publications non périodiques imprimées destinées aux enfants, comptant au moins 16 pages de textes ou d'illustrations, ou les deux, ou sous une forme de bande dessinée avec ou sans texte, sous couverture brochée ou

³⁵ <https://www.quebec.ca/culture/encadrement-livre/commerce-livre>

cartonnée » (MCCQ, s.p). La chaîne de distribution du livre au Québec se décline donc en une chaîne passant de l'autrice ou de l'auteur à la maison d'édition, puis aux organismes de distribution et de diffusion, puis aux librairies, aux grandes surfaces et à la vente en ligne et enfin aux bibliothèques et écoles et aux publics.

Tout au long de cette chaîne, différents professionnelles et professionnels vont ainsi agir en soutien à la diffusion et la distribution du livre, notamment auprès des plus gros organismes acheteurs, soit les collectivités (ANEL, 2021, s. p). D'abord, les organismes diffuseurs qui, souvent, sont aussi des organismes distributeurs, se chargent de représenter les maisons d'éditions auprès des organismes revendeurs (librairies, grandes surfaces, etc.). Puis, les librairies fournissent un important travail de recommandation et de médiation du livre au grand public, bien sûr, mais aussi et surtout aux collectivités.

En ce qui concerne les organismes diffuseurs, ils disposent, pour les plus importants d'entre eux, de larges équipes commerciales, à même de démarcher aussi bien au Québec qu'à l'international et, bien souvent, de présences en salons du livre québécois comme canadiens et internationaux. Par ailleurs, ils disposent de grilles d'office, des grilles qui, selon les profils des librairies (type et volume de clientèle, spécialisations, etc.), définissent le nombre et le type de nouveautés qui seront envoyés d'office aux librairies. Ainsi, une grande majorité de nouveautés sont envoyées aux librairies disposant ainsi d'une distribution large. L'organisme diffuseur s'assure aussi, pour certains titres, de fournir aux librairies détaillantes des outils promotionnels (catalogues, signets, présentoirs, etc.), permettant la mise en valeur d'un livre.

Quant aux librairies, elles disposent d'expertises poussées en médiation du livre. Elles possèdent elles-mêmes des équipes commerciales qui offrent une série de services facilitant et améliorant les mécanismes de découverte et d'achat du grand public et des collectivités.

Dans le cadre d'un livre-application pour la jeunesse, les organismes à la fois distributeurs et diffuseurs que sont le Apple Store et le Google Store ne font pas ce travail de terrain de défense des titres qui leur sont confiés. Par ailleurs, les librairies ne sont pas présentes dans la chaîne de distribution et de diffusion.

Cet état de fait a pour conséquence de laisser les maisons d'édition ayant développé un livre-application pour la jeunesse très isolées dans le cadre de la distribution et de la diffusion de leurs livres-applications auprès du grand public, mais aussi et surtout auprès des collectivités qui constituent, dans le cadre de leurs productions papier, plus de la moitié de leurs ventes. Pour distribuer un livre-application aux collectivités, il convient ainsi que les maisons d'édition aillent de manière autonome taper aux portes des bibliothèques et des commissions scolaires, voire des écoles elles-mêmes, pour essayer de les convaincre de l'intérêt et de la pertinence de leurs livres-applications, le tout avec le plus souvent peu de formation pour démontrer leur potentiel pédagogique. Il s'agit d'un travail titanesque pour des maisons d'édition disposant souvent de peu de moyens en mise en marché et qui, bien souvent, génèrent de grandes frustrations.

- Des disparités d'équipement, de moyens et de formation rendant difficiles la création de livres-applications adaptés aux besoins et réalités des collectivités

Tel que cela a été abordé par de nombreux professionnels et professionnelles au cours de ma recherche, la grande diversité des réalités scolaires rend difficile d'anticiper les modes d'utilisation faites par le personnel enseignant en classe. Certaines enseignantes et certains enseignants disposent en effet d'un parc significatif d'équipements, allant jusqu'à plusieurs tablettes pour les élèves au sein de leur classe, en complément d'un tableau blanc interactif, ou encore d'ordinateurs portables. D'autres, au contraire, n'auront accès qu'au tableau blanc interactif, voire à aucun équipement technologique. Cette disparité est également visible dans les niveaux de formation à l'enseignement en ce qui a trait au numérique, du temps disponible pour investir dans de l'auto-formation ou de la formation continue, de la possibilité ou non d'être dégagé de sa charge régulière pour explorer les potentiels numériques, mais aussi, tout simplement, de l'intérêt manifesté pour les contenus technologiques en support à l'enseignement. Jean-François Cusson, de Bibliopresto³⁶, résume bien ces disparités :

³⁶ Il est important de signaler que Bibliopresto ne distribue pas de livres-applications mais plutôt des PDFs et ePubs et a une mission publique.

On se rend compte que, dans les écoles, les appareils de lecture sont très diversifiés. Certaines écoles vont avoir des parcs à iPad, dans d'autres, ça fait partie du matériel scolaire que les parents doivent acheter, il y a beaucoup d'écoles maintenant avec des ChromeBook, aussi. Il faut que l'on soit capable de travailler avec tout. Parce que si l'on arrive avec quelque chose qui est trop précis, nécessairement, ça exclut plein de monde. On est aussi dans un contexte d'école publique, donc il faut que ce que l'on met en place puisse être utilisable, fonctionnel, dans un milieu défavorisé, dans un milieu plus favorisé, à Montréal, en région... (Entretien, avril 2019)

De surcroît, et nous y reviendrons plus loin dans ce chapitre, les enseignants et enseignantes disposent de peu d'avenues de découverte ou de recommandations pour les livres-applications, ou pour les contenus numériques de manière générale, ce qui les oblige, pour ceux et celles qui souhaitent s'y intéresser, à effectuer des recherches ciblées, sur leur temps et leur budget personnels. De ce fait, il est encore aujourd'hui très complexe, long et coûteux, en l'absence d'avenues centralisées d'achats et de recommandation pour le personnel enseignant, de distribuer au sein des marchés scolaires. Jonathan Bélisle, producteur de *Wuxia le renard* (2014), partage ainsi les blocages rencontrés lors de la distribution et la diffusion de sa production :

Au Québec, tous les enseignants me disaient... tu es sur quelque chose ! Mais je n'étais pas dans le bon rythme. [...] J'ai connu tous les blocages. Et puis, je suis allé en Ontario. L'Ontario, c'est un autre système. En Ontario, je suis allé voir TFO [média télévisé et numérique franco-ontarien], qui a le droit de distribuer les livres dans les écoles. Ici, ils n'en auraient pas eu le droit. Un jour, j'ai rencontré toutes les commissions scolaires, une semaine après, j'étais dans toutes les écoles. J'étais comme, wow! Il y a vraiment un système... (Entretien, avril 2019)

Les équipes de Télé-Québec, opérateur majeur pourtant extrêmement reconnu pour ses productions technopédagogiques, confirment ce sentiment de difficulté d'accès aux écoles :

On sait pertinemment que notre prochain défi va être comment amener ça à l'école. On y réfléchit vraiment beaucoup. On a rencontré beaucoup de gens. L'enseignant est maître dans sa classe et c'est une excellente chose. Je pense que cette liberté-là, elle est nécessaire puisqu'elle rencontre la réalité de la région, la réalité de la classe, la réalité du milieu. Je pense que c'est important mais ça donne l'impression de devoir aller frapper à chacune des portes pour être capable d'introduire nos produits pis d'en montrer la pertinence. (Entretien, novembre 2019)

Ici aussi, Véronique Fontaine (Fonfon) et Christian Lebel (Akufen) ont eu cette impression de difficulté d'accès aux écoles lors de leurs mises en marché des livres-applications *Fonfon interactif* (2016) :

Comment veux-tu rentrer dans les écoles avec une application si tu ne sais même pas qui a des tablettes, si tu ne sais pas comment le prof va faire pour l'acheter... C'est comme perdu d'avance. Quand tu es enseignant, il y a un vrai défi, il faut vraiment que tu sois motivé pour aller tester des choses, les acheter sur ton compte personnel pour les tester, ça demande des efforts. Tu ne peux pas les emprunter en bibliothèque pour les explorer avant de les utiliser en classe, il faut que tu sois motivé. (Entretien, décembre 2018)

Pour le moment, l'un des moyens les plus centralisés de rejoindre les enseignants et enseignantes dans le cadre de la mise en marché de livres-applications pour la jeunesse pourrait être le vaste réseau des *Apple Distinguished Educators* (ADE) mis en place par le géant Apple. Les ADE forment un réseau étendu, à l'échelle mondiale, d'enseignants et enseignantes qui utilisent les produits Apple dans leurs pratiques et témoignent de leurs retours d'expérience auprès d'autres collègues. Conscient de l'importance des marchés scolaires, Apple chouchoute son réseau, en offrant des produits, de l'information et des formations gratuites.

Cependant, cette réalité pose un important problème éthique : souhaite-t-on, en tant que société, voir un géant tel qu'Apple prendre une place de plus en plus importante dans nos écoles pour combler des lacunes quant à l'information, la formation et l'accès aux livres-applications pour la jeunesse? Plus largement, souhaiter-t-on favoriser une hégémonie d'Apple sur les contenus numériques pour la jeunesse par les enseignantes et enseignants et les valeurs véhiculées aux élèves?

Par ailleurs, les bibliothèques, et ce, même si depuis quelques années s'y développent de manière exponentielle des heures du conte numérique, des ateliers d'initiation au numérique, ou encore la présence de tablettes dans les locaux, pour consultation sur place d'applications triées sur le volet, ne sont pas encore en mesure, pour des raisons techniques, de prêter des livres-applications ou contenus autres que des livres numériques homothétiques. En effet, les systèmes d'exploitation iOS comme Android n'offrent pas cette possibilité, bloquant du même coup toute possibilité pour les maisons d'édition de développer le marché des livres-applications en ce sens.

Ainsi, l'important marché des collectivités échappe quasiment complètement aux maisons d'édition souhaitant franchir le pas de la production de livres-applications. Il les prive à la fois de revenus potentiellement conséquents, mais aussi d'un accès à de nouveaux bassins de publics. Par ailleurs, il prive les publics d'un accès plus direct aux productions numériques locales et, de manière générale, à un pan de la culture québécoise.

6.1.3 La conséquence directe des enjeux de distribution et de diffusion : la nécessité pour les maisons d'édition souhaitant franchir le pas de la production de livres-applications de repenser les modèles d'affaires

Il est intéressant de noter que cette difficulté à s'assurer d'une distribution et d'une diffusion adéquate et, par conséquent, de ventes confortables de leurs livres-application conduit de nombreuses maisons d'édition souhaitant proposer des livres-applications à les penser comme des **vitrines d'expertises** auprès d'autres professionnelles et professionnels. Ces vitrines sont des garanties de potentielles ouvertures de commandes de direction de production ou de directions artistiques, ou bien de les penser comme des éléments promotionnels de leurs productions traditionnelles.

Ainsi, d'une part, dans ma recherche, j'ai pu constater dans ma recherche qu'une part importante de ces maisons d'édition ayant franchi le pas de la production de livres-applications pour la jeunesse ont très rapidement, voire dès leur réflexion stratégique sur la mise en marché, mis de côté le grand public comme public prioritaire pour, au contraire, cibler les entreprises, médias et institutions. Leurs livres-applications deviennent ainsi, pour elles, des manières de démontrer leur capacité à marier harmonieusement création et innovation, et de ce fait même, leur aptitude à répondre à des appels d'offres privés ou publics de création de contenus innovants, pertinents et qualitatifs pour la jeunesse, notamment dans les secteurs du dessin-animé, du jeu vidéo, du muséal, et autres.

Dans ce cadre, leurs grandes qualités de direction littéraire et artistique, leur vaste réseau de créatrices et créateurs triés sur le volet et de surcroît, leur réputation de qualité, se révèlent recherchées.

Ainsi, avec *Tout garni* (2017), La Pastèque envisage aujourd'hui d'autres avenues de distribution et de diffusion, sous les formes d'une exposition interactive et de deux autres projets, l'un de jeu vidéo sur mobile et l'autre de série d'animation. *Tout garni* (2017), projet éditorial expérimental s'il en est, peut ainsi ici être vu comme une vitrine des expertises de production numérique de la maison d'édition qui affirme, d'ailleurs, être en train de développer un volet de production numérique au sein de sa structure. Frédéric Gauthier, directeur de La Pastèque, énonce à ce propos la manière dont *Tout garni* (2017) pourrait se déployer en dehors de son cadre initial :

Pour nous, exploiter *Tout garni* dans un contexte muséal offrait des sources de revenus, car l'on pouvait vendre l'exposition à des musées. Ça tourne mondialement. Pour nous c'est plus dans cette optique-là qu'on voit la suite de *Tout garni* plutôt que d'essayer de refaire une production similaire. (Entretien, avril 2019)

Frédéric Gauthier complète en soulignant la reconnaissance que *Tout garni* (2017) a pu apporter à La Pastèque en tant que maison d'édition productrice de numérique :

J'ai été invité durant l'année de *Tout garni* à environ 8 ou 10 conférences sur le numérique. J'y ai rencontré plein de gens, qui ont exprimé de l'intérêt pour nous, et sur le fait que La Pastèque pouvait peut-être être un producteur numérique. Donc, c'est un peu ça qu'on est en train de devenir, en créant une division de production. Là, on a trois projets en développement ou en financement. (Entretien, avril 2019)

D'autre part, j'ai pu également constater que, pour certaines maisons d'édition, le développement d'un projet numérique devient non pas le cœur d'une production, mais plutôt un élément promotionnel, généralement rendu disponible gratuitement. Ce développement visant à mettre en lumière le livre imprimé, et à ramener les publics vers ce dernier, reste ici le maillon central des projets. Ainsi, Véronique Fontaine (Fonfon) se confie sur sa déception par rapport à la production de livres-applications natifs :

La conclusion de la production native, c'est que c'est quasiment à perte. Ça ne vaut pas vraiment la peine de faire du natif, c'est ce que je comprends. Quand je dis du natif, c'est une œuvre qui n'est pas liée à un autre produit que tu vends physiquement. (Entretien, décembre 2018)

À titre d'exemple, Véronique Fontaine a obtenu en 2020 un financement de la SODEC dans le cadre du Programme de soutien aux initiatives innovantes pour développer une plateforme de

création d'histoires numériques basée sur le modèle développé pour les livres-applications *Fonfon interactif* (2016). La plateforme ne proposera pas de livres-applications, comme c'était le cas dans le cadre des livres-applications *Fonfon interactif* (2016), mais s'en tiendra à proposer un volet de création d'histoires seul, en lien avec des livres papier de la maison d'édition. La plateforme de création d'histoires sera distribuée et diffusée gratuitement, et offrira ainsi une nouvelle avenue de promotion des livres papier.

C'est également la stratégie du studio québécois Tobo qui, dans le cadre de leur application de réalité augmentée *Dounia* (2020), a fait un choix intéressant. *Dounia* (2020) est au départ une websérie d'animation jeunesse diffusée sur Télé-Québec qui ne disposait pas de volet numérique interactif. Au lieu d'imaginer une expérience numérique additionnelle à celle de la websérie, le studio, en partenariat avec Télé-Québec et la maison d'édition Bayard Canada, a pris le parti de publier un livre papier pour la jeunesse auquel est associée une application de réalité augmentée permettant d'animer certaines parties de l'album. Cette stratégie est également celle de la maison d'édition française Albin Michel jeunesse et de ses *Histoires animées* (2016) : une série de livres papier assortie d'une application de réalité augmentée offrant du contenu additionnel (animations, interactions, musiques et effets sonores) aux ouvrages. Dans ces deux cas encore, la proposition numérique est gratuite, permettant de ramener vers une proposition papier payante.

Cette nouvelle manière d'envisager la distribution et la diffusion des livres-applications, dans une logique de convergence papier-numérique pourrait-elle être l'avenue royale pour les maisons d'édition souhaitant explorer les potentiels du virtuel? Il sera important de documenter plus largement les impacts commerciaux qu'auront ces projets dans les prochaines années mais, comme nous y reviendrons dans la deuxième partie de ce chapitre, ils pourraient aussi avoir l'avantage de développer de manière exponentielle la découvrabilité (ou repérabilité) des livres-applications, en leur permettant d'accéder à la fois aux espaces traditionnels et aux espaces numériques de découvrabilité.

6.2 Le second enjeu : assurer la découvrabilité par les publics des livres-applications pour la jeunesse de maisons d'édition québécoises

Au fil de ma recherche, et en particulier via mes nombreux entretiens, j'ai pu constater l'importance mais aussi la difficulté pour les maisons d'édition ayant fait le choix de s'essayer à la production d'un livre-application, de trouver leur public, d'être repérables et découvertes. Il s'agit ici d'un important enjeu de découvrabilité des livres-applications (une définition du concept de découvrabilité est proposée au chapitre II).

Dans le domaine du livre spécifiquement, peu d'études de fonds sur la découvrabilité ont pu être menées au Québec. La Mission franco-québécoise sur la découvrabilité en ligne des contenus culturels francophones (MFQDLCCF)³⁷, a annoncé des actions à mettre en place pour favoriser la découvrabilité des contenus culturels francophones en ligne (MFQDLCCF, 2021). Une série de leviers à activer a été identifiée par la Mission.

Parmi ces leviers, on trouve notamment la nécessité de la formation des actrices et acteurs culturels aux nouvelles pratiques, l'importance du travail en synergie au sein des milieux culturels, l'utilisation de métadonnées descriptives de qualité, ou encore la modernisation du cadre réglementaire tout en préservant la promotion de la diversité culturelle. Bien que cette étude ne s'intéresse pas au livre-application pour la jeunesse en tant que tel, les deux catégories de segmentation des leviers proposée (adapter les contenus culturels à l'environnement numérique et adapter l'écosystème aux pratiques numériques) est intéressante et pourrait potentiellement également s'appliquer aux livres-applications.

Une autre étude publiée en septembre 2020 et menée par la Société de gestion de la banque de titres de langue française, l'Association nationale des éditeurs de livres (ANEL) et le *Professorship* en

³⁷ Le MFQDLCCF s'intéresse à la musique enregistrée, l'audiovisuel et le cinéma, le livre, les arts de la scène et le spectacle vivant et enfin les arts visuels, la muséologie et le patrimoine.

données massives pour les arts et la culture de HEC Montréal³⁸, a également retenu mon attention. Cette étude révèle les effets, sur la vente de livres papiers et numériques, de la présence de métadonnées, de leur type et de leur nombre, dans les notices des livres présentes sur les plateformes de ventes numériques. Les principales métadonnées envisagées sont la présence d'une imagerie, d'un résumé, d'une quatrième de couverture et d'une biographie. Grâce à leur analyse, on se rend rapidement compte de l'importance de la présence de métadonnées sur les ventes en ligne, notamment dans le domaine de la littérature jeunesse (ANEL, 2020).

Par ailleurs, Joanie Grenier, membre du Groupe de recherches et d'étude sur le livre au Québec, travaille actuellement à une thèse sur la découvrabilité du livre québécois en ligne. Elle a pu présenter les résultats préliminaires lors d'une communication intitulée « Mesurer la découvrabilité du livre québécois en ligne : méthodologie développée et premiers résultats de recherche » (Grenier, 2021), diffusée dans le cadre de la série de conférences virtuelles *Études du livre au XXI^e siècle* au printemps 2021. Elle s'intéresse notamment à l'impact des recommandations des sites sur les ventes de titres ainsi que sur les notations et les commentaires faits par les lectrices et lecteurs.

L'ensemble de ces études et rapports informent sur la découvrabilité en ligne des livres québécois papier ou numériques qui sont présents sur les plateformes de vente et de prêts numériques. Cependant les livres-applications, pour la jeunesse ou non, du fait de leur format, ne peuvent y être distribués.

D'autres projets de recherche en cours travaillent, quant à eux, à la découvrabilité en ligne des productions littéraires québécoises, tels que celui de l'organisme Rhizome, *Créer du lien* (2021). Ce projet de recherche, en cours de déploiement suite à son financement par le MCCQ dans le cadre du tout nouveau programme Ambition numérique « a pour but d'augmenter la découvrabilité et d'améliorer la présence des écrivain.e.s québécois.es, comprenant des écrivain.e.s autochtones et de la diversité culturelle » (Rhizome, 2021). Il sera certainement passionnant de suivre son

³⁸ L'étude s'intitule *Analyse de la relation entre les métadonnées d'enrichissement et les ventes de livres* (ANEL, 2020).

évolution et d'observer de quelles manières ce type de développement peut avoir une incidence, aussi, sur des productions littéraires pensées pour le numérique et non nécessairement accessibles sur les plateformes de vente ou de prêt en ligne classiques.

Cependant, aucune étude ne s'est penchée plus avant sur la question de la découvrabilité, en ligne ou non, des livres-applications, que ce soit pour la jeunesse ou pour un public adulte. Pourtant, tel que j'ai pu le constater dans ma recherche, deux problèmes majeurs en lien avec la découvrabilité des livres-applications ont été rencontrés par les maisons d'édition jeunesse : la difficulté d'être visibles et repérables dans un univers numérique déjà saturé, et la difficulté d'accéder aux espaces traditionnels de découvrabilité du livre jeunesse. Ces problèmes, ajoutés à ceux évoqués plus haut pour la distribution et la diffusion des livres-applications, poussent les maisons d'édition à envisager d'autres avenues de mises en marchés et modèles d'affaires, et, du même coup, d'autres formes de productions numériques.

6.2.1 Des espaces numériques saturés et des antennes de promotion, recommandation et curation rares et peu visibles

Tel que mentionné plus haut, les manières principales de mettre en ligne un livre-application est sa distribution et sa diffusion sur l'une des deux plateformes de distribution majeures, soit Apple Store et Google Play. Or, ces plateformes « noient » les applications à travers un océan de publications permettant une recherche par filtre relativement limitée. Pour donner une idée de la masse de contenus disponibles sur ces plateformes, rappelons qu'Apple a annoncé en 2018 la présence de plus de 2,2 millions d'applications disponibles sur son magasin en ligne. Son concurrent principal sur le marché des plateformes de distribution et de diffusion d'applications, Google Play, développé par Samsung et destiné aux téléphones Android (Mediavilla, 2018), compte, quant à lui, près de 3 millions d'applications disponibles. Et ces chiffres sont en constante évolution.

En effet, selon l'institut de statistiques Statista (2017), en une dizaine d'années³⁹, le nombre d'applications disponibles est passé de quelques dizaines de milliers à plusieurs millions⁴⁰. Une tendance qu'il ne serait pas surprenant de continuer à voir évoluer dans les années à venir, en particulier au regard du développement des appareils mobiles au sein des foyers (tel que présenté au chapitre I).

Au cours de l'année 2017, il est intéressant de noter que l'Apple Store a connu une diminution de 5 % du nombre d'applications mobiles disponibles, et ce, du fait d'un « grand ménage » opéré par Apple. Par contre, comme le notait en 2018 le magazine spécialisé *Clubic* :

Google Play, le marché d'applications d'Android, a fortement grossi (+ 30 %) sur la même période, passant de 2,8 à 3,6 millions d'applications recensées. L'écart en nombre de nouveautés apparues l'an dernier est aussi spectaculaire : 755 000 sur l'App Store (- 29 % par rapport à 2016) contre 1,6 million sur Google Play (+ 17 % sur la même période). Mais le contraste s'explique par le fait qu'Android a accueilli de nombreux portages d'applications ayant fait leur preuve sur iOS. (Paulson, 2018, s. p.)

De surcroît, parmi l'ensemble de ces applications, les deux géants Apple et Samsung révélaient qu'en 2016 les applications de la catégorie « Éducation » représentaient 8,5 % des ventes sur Apple et 8,9 % des ventes sur Google (Statista, 2017). À titre de comparaison, pour cette même année, les applications catégorisées comme « Jeux » représentaient 31 % des téléchargements sur Apple (mais 75 % des revenus de l'écosystème) (Mediavilla, 2018). Les données semblent, par contre, non disponibles pour le Google Play Store. Il est ici intéressant de noter le flou imposé par certaines des catégories de l'Apple Store et du Google Play Store : entre les catégories suscitées, par exemple, laquelle devrait choisir une maison d'édition ou un studio de production numérique qui désirerait télécharger une application ludo-éducative, pour obtenir une plus grande visibilité et un accès le plus direct à ses publics cibles?

³⁹ Apple a lancé sa plateforme en 2008 et Google en 2007.

⁴⁰ 500 seulement le jour du lancement de la plateforme Apple Store, comme le rappelle le magazine *Les échos* (Mediavilla, 2018).

Selon les personnes interrogées au cours de mes entretiens, la solution pour sortir du lot au sein de ces plateformes de distribution et de diffusion, mais aussi bien sûr, *a fortiori*, au sein de l'univers numérique en général, est donc tout naturellement le développement d'avenues de communication en ligne permettant de rejoindre plus directement les publics. Selon les personnes interrogées, cela peut se faire à travers des stratégies de mise en marché adéquates et bien pensées, et des promotions pertinentes au regard des publics visés. Mais là aussi, le bât blesse : les budgets promotionnels nécessaires sont conséquents, souvent trop importants pour des maisons d'édition qui peinent à investir dans des projets dont elles ne peuvent garantir la rentabilité. Par ailleurs, les plateformes numériques de curation et de recommandation, qui pourraient être des avenues promotionnelles naturelles, sont quasiment inexistantes dans le domaine du livre-application jeunesse.

Dans le domaine de l'édition traditionnelle, de nombreuses plateformes de curation et de recommandation existent (médias spécialisés, rubriques dédiées dans les médias généralistes, blogues, groupes sur les réseaux sociaux, listes gouvernementales à destination des enseignantes et enseignants, etc.), qui s'ajoutent aux recommandations personnalisées disponibles en librairies, en bibliothèques, en clubs de lectures, voire même via des applications dédiées et des communautés de lecture en ligne. En jeu vidéo également, un domaine dont les livres-applications pour la jeunesse sont parfois rapprochés bien que proposant une expérience relativement différente, nous retrouvons cette même présence forte de plateformes de curation et de recommandation, telles que des médias spécialisés ou encore la plateforme d'achat Steam. Véronique Fontaine et Christian Lebel rappellent ainsi la différence de niveau de difficulté d'être repéré pour les publics entre un jeu vidéo et un livre-application :

La diffusion d'un jeu vidéo est énorme. Tu sors ton jeu, et tu le mets sur Steam, sur le Playstation Store, etc. ... Les gens qui aiment ça, connaissent ça, et ils voient toutes les nouveautés, les promotions, les notes des utilisateurs, puis ils achètent des jeux directement, là, et ça, on ne l'a pas dans le livre-application encore. Dans l'appli numérique, on a les *stores* Apple et Google, mais ces *stores* ont des millions de choses. Et lorsque l'on parle du web, là encore il n'y a pas de plateforme de diffusion comme, mettons, Steam, qui est LA grosse plateforme de jeux vidéo. (Entretien, décembre 2018)

Dans le domaine du livre-application, les maisons d'édition disposent de peu de lieux dédiés pour promouvoir ou espérer que leurs productions puissent être recommandées. Parmi les (rares)

plateformes de curation et de recommandations existantes, on peut en premier lieu citer le très riche site Futurlivre (Futurlivre.fr). Mis en place par le gouvernement français en 2018, à travers son opérateur dédié au rayonnement culturel de la France à l'international, l'Institut Français, ce site assure une très belle couverture de projets virtuels littéraires utilisant le numérique de manière innovante et créative⁴¹. Pour chaque livre-application présenté, soumis par les maisons d'édition à la rédaction du site pour sélection, on retrouve un visuel principal ou, si elle existe, une bande-annonce vidéo, un à-propos, de l'information sur les auteurs et autrices, le type d'expérience proposée, les supports et systèmes d'exploitation sur lesquels le livre-application est accessible, le public cible et la ou les langues dans lesquelles le livre-application est disponible. Le site propose aussi un répertoire de créateurs et créatrices, de productrices et producteurs, d'organismes diffuseurs ou autres « acteurs et actrices de la littérature innovante en France » (Futurlivre, 2021), ainsi que des rencontres en vidéo avec des professionnels et professionnelles agissant dans le domaine de la littérature numérique. Cependant, ce site, porté par un opérateur public français, ne met en valeur que les réalisations, les livres-applications et les professionnelles et professionnels français, et non francophones. Les livres-applications québécois n'y sont donc pas représentés.

Nous pouvons aussi citer le média indépendant français *La Souris Grise* qui, depuis 2010, travaille activement à proposer des recommandations d'applications jeunesse, à la fois pour les publics familiaux et scolaires. Chacune des applications recommandées fait l'objet d'un article dédié dans lequel on peut retrouver un descriptif très complet de l'expérience proposée, le nom de la maison d'édition ou du studio de production numérique, la date de publication, le type d'application (jeu libre, livre-application, etc.), puis une partie dédiée à la critique de l'application, exprimée via un texte critique et un nombre plus ou moins grand de « souris » (l'équivalent d'étoiles) pour marquer le degré d'intérêt. Une dernière section de la fiche-application complète l'appréciation en suggérant l'âge idéal d'utilisation, mais aussi une appréciation de 0 à 5 étoiles sur les éléments suivants : éducatif, amusement, graphisme, son et animation, durée de vie, sécurité, ergonomie et originalité. À la suite de ces éléments, on retrouve des visuels et, lorsque disponible, une bande-annonce vidéo.

⁴¹ Il est important de noter que ce site a été fusionné en novembre 2021 avec les autres sites dédiés de l'Institut français dédiés à la promotion de l'innovation, soit CultureVR sur la réalité virtuelle, Cultureimage dédié à l'audiovisuel et Culturegamer dédié au jeu vidéo.

La Souris Grise propose aussi des sélections thématiques et des services de conseil et de formation. Cependant, *La Souris Grise* reste un média indépendant, et doit donc se battre pour sa propre découvrabilité et promotion. Par ailleurs, la plateforme traite de tous types d'applications à destination des jeunes publics, et non seulement des livres-applications ou même des œuvres littéraires numériques plus largement. Enfin, *La Souris Grise* est un média français, et son site internet dispose d'une extension .fr, ce qui le rend moins facilement découvrable au Québec.

Au Québec, les deux plateformes principales de curation et de recommandation dédiées à la littérature jeunesse ne traitent pas de livres-applications. Ainsi, la plateforme Livres Ouverts (récemment rebaptisée Constellations), prescriptrice en matière de littérature jeunesse pour les enseignants et enseignantes au Québec, ne propose pas encore de prescription organisée de livres-applications. Quant à l'organisme Communication-Jeunesse, dédié à la promotion de la littérature francophone canadienne (auprès du grand public comme des éducateurs et médiateurs de la lecture), son site internet et ses régulières publications magazine n'évoquent nulle part les livres-applications.

Ainsi, pour le moment, seul le très récent site internet Lab-yrinthe (dont le lancement officiel a eu lieu à l'automne 2021), issu du projet de recherche *Soutien au développement de démarches d'édition numérique jeunesse au Québec à partir de pratiques favorables de production, diffusion et réception* financé par le FRQSC dans le cadre de son programme Actions concertées, propose une sélection de livres-applications pour la jeunesse québécois. Lab-yrinthe a également ouvert sa sélection à d'autres formes de productions numériques pour la jeunesse, toutes ancrées dans les arts littéraires. À l'aide d'une grille définie par l'équipe de recherche, dont je fais partie, chaque production numérique est documentée de manière simple et lisible dans la section « Œuvres » du site. Pour chacune, on peut ainsi facilement accéder aux informations telles qu'un portrait informatif (ses créateurs et créatrices, sa maison d'édition, sa date de publication, les systèmes opératifs et supports requis, les langues dans lesquelles la production numérique est disponible, le type d'expérience proposée ou encore ses fonctionnalités interactives et caractéristiques médiatiques), puis une description plus détaillée de la production numérique (son synopsis, sa facture visuelle et sonore, le cheminement proposé à l'enfant, par exemple) et, enfin, les ressources éducatives disponibles pour son utilisation en contexte scolaire, le cas échéant. Pour finir, lorsque disponibles, des éléments additionnels sont intégrés aux « fiches-œuvres » : une entrevue vidéo

avec l'auteur ou l'autrice, une étude de cas publiée par la maison d'édition, un article de presse pertinent, etc.

Ainsi, mis à part Lab-yrinthe, les maisons d'édition québécoises ayant développé des livres-applications pour la jeunesse n'ont pour seules ressources de curation et de recommandation en ligne les médias généralistes, les médias spécialisés en littérature ou en éducation, ou encore en enfance et famille. Ils doivent donc déployer d'importants efforts de relations de presse en espérant que leurs livres-applications puissent attirer l'attention de journalistes souvent surchargés de sollicitations et qui n'ont pas l'expertise en la matière. Il est d'ailleurs rare que la sortie d'un livre-application pour la jeunesse arrive à se frayer un chemin jusqu'aux manchettes de grands médias. Par ailleurs, les publics spécialisés, tels que les enseignantes, enseignants ou bibliothécaires, sont livrés à eux-mêmes dans leur repérage de livres-applications pertinents et adaptés, fautes d'outils ou de listes officielles de recommandation. Les plus téméraires et intéressés doivent donc faire leurs propres recherches, voire acheter des livres-applications pour les tester avant même de s'assurer qu'ils conviennent à leurs besoins.

6.2.2 La difficulté d'accéder aux espaces traditionnels de découvrabilité du livre

Les avenues de découvrabilité en édition traditionnelle, sont, pour les principales, les espaces physiques de vente tels que les librairies et salons du livre, mais aussi les bibliothèques publiques et scolaires, et enfin les recommandations par des médias et blogues spécialisés. Ces avenues sont idéales pour permettre aux publics de découvrir les dernières sorties de livres à moindre frais voire gratuitement, obtenir des conseils quant à leur choix, notamment par recommandations de leurs pairs, ou encore entrer en contact avec les créatrices et créateurs (autrices et auteurs, illustratrices et illustrateurs, ainsi que maisons d'édition).

Pour les livres-applications, l'accès à l'ensemble de ces avenues naturelles de découvrabilité se complexifie, à la fois pour les maisons d'édition mais aussi pour les publics. Ainsi, en librairies et salons du livre, la mise en avant de livres-applications rencontre de nombreux freins, notamment techniques. Il est en effet impossible d'envisager des ventes directes de livres-applications sur ces espaces puisque les systèmes d'exploitation iOS comme Android ne permettent pas encore la gestion de ventes autrement que par le compte personnel des acheteurs et acheteuses. Les

possibilités d'achat groupé (par des commissions scolaires, par exemple) restent encore peu usitées et complexes techniquement.

Aujourd'hui, l'acte d'achat direct d'un livre-application en salon ou en librairie n'est ainsi pas possible techniquement, comme le rappellent Véronique Fontaine (Fonfon) et Christian Lebel (Akufen) :

Je me posais la question par rapport aux salons du livre... Concrètement, ce sont des espaces où tu vends des ouvrages, où tu développes de la notoriété, t'es en contact direct avec le public. Mais il n'y a aucun dispositif qui permettrait de vendre des applications au salon. (Entretien, décembre 2018)

Cette difficulté technique de l'achat dans les espaces physiques de vente ou de prêt vient également empêcher la réalisation d'un des facteurs d'achat ou d'emprunt les plus fréquents, soit l'achat et l'emprunt d'impulsion. Si le public de passage peut s'y procurer, sans grande difficulté ou investissement important, un livre dont la couverture, ou le rapide feuilletage, attise sa curiosité, il n'en sera pas de même pour un livre-application. En effet, la découverte d'un livre-application lors d'une visite en salon du livre, par exemple, nécessite pour la personne intéressée de se rendre sur son appareil mobile, d'y localiser l'application au sein des plateformes, de s'assurer d'être en présence du bon contenu, puis de passer à l'acte d'achat (nécessitant le plus souvent de rentrer son mot de passe personnel) et, enfin, de télécharger le livre-application. Tout autant d'étapes qui souvent décourage ou pousse à remettre à plus tard l'acte d'achat.

Il est aussi important de noter que les livres-applications ne pouvant être vendus que via les grandes plateformes de distribution et de diffusion, il n'est d'aucun intérêt, pour les librairies, de développer des espaces de découvrabilité des livres-applications, puisqu'aucune part financière ne pourra en être retirée.

Enfin, comme nous l'avons évoqué précédemment, les bibliothèques publiques et scolaires, autres avenues traditionnelles de découvrabilité des livres jeunesse, sont, elles aussi, et ce, pour des raisons aussi bien techniques que financières, dans l'incapacité de fournir le même retentissement aux livres-applications. Les bibliothèques publiques et scolaires qui souhaitent développer une offre de livres-applications ne peuvent le faire que grâce à la mise à disposition de tablettes mobiles,

téléphones intelligents et ordinateurs, en consultation sur place seulement. Certaines d'entre elles organisent parfois des heures du conte numérique, soit une lecture collective de livres-applications sur le modèle des traditionnelles heures du conte de livres jeunesse. Mais là encore, les maisons d'édition ayant produit des livres-applications pour la jeunesse peinent à voir une véritable conversion entre la présentation des livres-applications aux publics dans ce type de lieux et un achat subséquent des livres-applications. Par ailleurs, comme ces livres ne peuvent pas être prêtés, les maisons d'édition ne bénéficient pas de redevances liées à leur prêt, contrairement aux ouvrages papiers ou aux formats numériques présents sur l'Entrepôt numérique.

En ce qui concerne les publics scolaires, les maisons d'édition doivent compter sur l'énergie, le temps et l'intérêt des conseillers et conseillères pédagogiques, d'enseignantes et d'enseignants à même et volontaires de partir à la recherche de livres-applications pour la jeunesse pertinents et correspondant à leurs besoins. Or, ces dernières et ces derniers sont souvent débordés et peu outillés pour ce type de recherche.

Les maisons d'édition québécoises ayant produit des livres-applications pour la jeunesse sont donc dans l'impasse lorsqu'il s'agit de faire découvrir leurs livres-applications aux publics. Peu d'avenues de recommandation et de curation en ligne, des espaces de découvrabilité en ligne difficiles à investir et un espace numérique ultra-saturé de propositions culturelles sont autant de freins à un développement réel et massif des livres-applications au Québec.

6.2.3 Des difficultés et contraintes obligeant les maisons d'édition québécoises à penser différemment les modèles promotionnels

Cette difficulté à avoir accès à des avenues de découvrabilité traditionnels et à faire sa place au sein d'un espace numérique saturé et ne disposant pas de vitrines dédiées à la repérabilité de leurs livres-applications oblige souvent les maisons d'édition soit à devoir investir massivement en promotion et en communication, afin de s'assurer d'une visibilité maximale, ou à espérer un bouche à oreille suffisamment conséquent, pour arriver à réaliser de manière organique une campagne promotionnelle garante de ventes significatives.

Jonathan Bélisle, producteur de *Wuxia le renard* (2014), constate ainsi qu'« il y a des produits qui existent sur le marché qui sont incroyables, à qui il ne manque que du *push* » (Entretien, avril 2019). De son côté, Nicolas Rodelet, du Laboratoire de l'édition, ajoute : « C'est souvent difficile pour une *start-up* de communiquer, parce qu'il n'y a pas d'argent, elle n'est pas connue. » (Entretien, mai 2019)

Seules les grosses maisons d'édition, fortes d'une réputation déjà très ancrée, d'une communauté importante et de budgets de communication conséquents, tirent leur épingle du jeu. Arnaud Laborderie, chargé de projet numérique pour la Bibliothèque nationale de France (BnF), dit ainsi, à propos de la visibilité naturelle de cette institution :

À la BnF on a la chance d'avoir des chiffres de fréquentation qui sont très importants. On a 50 millions de pages vues. On a un réseau très important. Moi, sur les expositions virtuelles sur lesquelles j'ai travaillé, j'ai fait une exposition sur la légende du roi Arthur, on a 3 millions de visites. On a des très gros chiffres de fréquentation parce qu'on est la BnF, parce qu'on fait des produits de qualité. Alors en chiffres, l'application *Candide*, je crois que c'est 20 000 téléchargements. (Entretien, février 2019)

L'ensemble de ces freins dans la mise en marché et la promotion des productions met de nombreux bâtons dans les roues des maisons d'édition souhaitant franchir le pas de la production de livres-applications, qui sont souvent d'importants facteurs de découragement. Véronique Fontaine (Fonfon) et Christian Lebel (Akufen) rappellent les difficultés rencontrées :

Non seulement tu te bats contre le fait qu'il y a un milliard de choses qui existent, et en plus de ça, tu te bats contre la résistance des parents et des enseignants à introduire le numérique dans leur foyer ou dans leur classe. Ça, ça fait déjà deux gros trucs à traverser, si en plus t'es un indépendant avec peu de moyens de communications, et d'investissements en publicité... Tu pars de très, très bas. (Entretien, décembre 2018)

Frédéric Gauthier, des éditions de La Pastèque, regrette, lui aussi, l'absence d'avenues ou de plateformes de curation ou de recommandation permettant d'accéder aux publics dans le domaine pour les livres-applications, autant de facteurs qui freinent le succès des productions numériques de sa maison d'édition et limitent ses souhaits de développement. Sa production numérique jeunesse la plus importante, l'expérience *Tout garni* (2017), pourtant épaulé en promotion par le média Télé-Québec particulièrement bien positionné sur les publics familles, a ainsi souffert d'un

retentissement public limité : « Même si on a fait parler de nous beaucoup dans les médias, peu de gens se rendent jusqu'à l'expérience et l'essaient. [...] Ça reste très difficile parce qu'il n'y a pas tant de possibilité de retour sur investissement ». (Entretien, avril 2019)

Quant à Véronique Fontaine (Fonfon) et Christian Lebel (Akufen), elle et il font le même triste constat : « tu montres les applications et tu espères que rendus chez eux [les publics] vont télécharger les applications. Puis ils ne le font pas, parce qu'ils ont oublié. » (Entretien, décembre 2018) De plus, lors de cet entretien est précisé que, « [d]ans le fond, le conseil le plus général qu'on peut donner [aux éditeurs] est un peu triste, c'est de ne pas s'attendre à faire de l'argent avec le numérique, mais de l'utiliser en ayant conscience de l'absence de rentabilité ».

Cette réflexion pose une question de fond : en l'absence de financements adéquats et d'avenues de distribution et de diffusion rentables, les livres-applications québécois et, plus généralement les productions numériques, sont-ils condamnés à n'être que des produits dérivés?

Ce chapitre VI s'est concentré sur l'exposé des enjeux liés à la distribution, la diffusion et la découvrabilité des livres-applications pour la jeunesse québécois, tels que j'ai pu les interpréter à partir des données collectées au cours de ma recherche. En premier lieu, je me suis intéressée à l'enjeu lié à l'anticipation des contraintes de distribution et de diffusion des livres-applications pour la jeunesse, notamment en ce qui a trait aux freins techniques imposés par les plateformes, mais aussi à l'absence d'un système de distribution et de diffusion des livres-applications aux collectivités. J'ai du même coup constaté une conséquence directe à cet enjeu, soit la nécessité pour les maisons d'édition québécoises souhaitant franchir le cap de la production de livres-applications pour la jeunesse de repenser leurs modèles d'affaires. Par ailleurs, dans un second temps, je me suis intéressée à l'enjeu de la découvrabilité par les publics des livres-applications pour la jeunesse de maisons d'édition québécoises, lié tout d'abord à une saturation des espaces numériques, à une rareté et à un manque de visibilité des antennes de promotion et de recommandation auprès des publics, mais aussi à la difficulté d'accéder aux espaces traditionnels de découvrabilité du livre, obligeant les maisons d'édition québécoises à penser différemment les modèles promotionnels.

CHAPITRE 7

AGIR SUR LES ENJEUX RENCONTRÉS EN PRODUCTION ET EN MISE EN MARCHÉ DE LIVRES-APPLICATIONS POUR LA JEUNESSE : PISTES DE SOLUTIONS

Dans ce chapitre, je proposerai des pistes de solutions qui, selon moi, pourraient répondre aux enjeux détaillés dans les chapitres V et VI. J'évoquerai ainsi tout d'abord les pistes de solutions envisageables pour faciliter la production de livres-applications pour la jeunesse, soit le développement d'une connaissance des métiers et savoir-faire du numérique jeunesse par la formation initiale et continue, et le développement de cellules d'accompagnement favorisant la cocréation. Je détaillerai ensuite les pistes de solutions envisageables pour faciliter la mise en marché (soit, d'une part, la distribution et la diffusion et, d'autre part, la découvrabilité) des livres-applications pour la jeunesse québécois, soit le développement d'outils d'accès et de recommandations institutionnelles pour les publics et le développement de projets en convergence papier-numérique. Je terminerai en évoquant la piste de solution qui me semble englober l'ensemble des pistes, soit la création d'un incubateur québécois de l'édition numérique.

7.1 Les pistes de solutions envisageables pour faciliter la production de livres-applications jeunesse québécois

Tel que décrit au chapitre V de cette thèse, les maisons d'édition québécoises souhaitant se lancer dans une production de livre-application pour la jeunesse se retrouvent souvent confrontées à une méconnaissance des métiers, des savoir-faire et de la culture du numérique. Cet état de fait peut se révéler très handicapant : le pôle éditorial et de gestion de la production des maisons d'édition chargé des projets de livres-applications pour la jeunesse a généralement de la difficulté à anticiper les possibilités, mais aussi les contraintes (budgétaires, techniques, d'échéanciers et autres) d'une production numérique. Par voie de conséquence, soit les maisons d'édition décident souvent de ne pas se lancer dans la production de livres-applications, effrayées par l'ampleur des variables sur lesquelles elles manquent de connaissances et de contrôle, soit la production de livres-applications se révèle plus complexe et coûteuse que les maisons d'édition ne l'avaient envisagées. Ces conséquences peuvent provoquer des frustrations et de la difficulté à assurer la pérennité et la viabilité du livre-application produit sur le long terme.

Afin de surmonter ces enjeux constatés lors de ma recherche, il est possible d'envisager plusieurs pistes de solutions. Il est cependant important de noter que ces pistes sont basées sur mes intuitions liées à ma collecte de données, à mes observations et lectures et à mon analyse et interprétation de celles-ci. Il sera donc important, dans les prochaines années et advenant que certaines de ces pistes soient implantées au Québec, d'en documenter la mise en place et d'en analyser les impacts réels.

7.1.1 Développer la connaissance des métiers et savoir-faire du numérique jeunesse par la formation initiale et continue

Aujourd'hui, au Québec, la seule formation exclusivement dédiée à l'édition numérique est le diplôme d'études supérieures spécialisées (DESS)⁴² offert à l'Université de Montréal. Il est aussi important de souligner l'offre d'un cours spécifique en édition électronique au sein du programme en édition de l'Université de Sherbrooke⁴³, ainsi que l'étude de formes de productions audiovisuelles telles que les écritures numériques dans certains programmes en création littéraire offerts dans la province, notamment à l'Université du Québec à Chicoutimi⁴⁴.

Cette offre en formation initiale pour les créatrices et créateurs en littérature et les futures et futurs responsables de maisons d'édition peut sembler satisfaisante pour permettre aux professionnelles et professionnels du milieu de la production littéraire de s'approprier les métiers et savoir-faire en édition numérique. De plus, en ce qui concerne les créatrices et créateurs, il est important de noter qu'elles et ils peuvent également suivre des formations initiales différentes, en communication par exemple, dans lesquelles elles et ils trouveront également des séminaires et ateliers leur permettant d'appréhender les techniques spécifiques liées au numérique, qu'il s'agisse de création textuelle, visuelle ou sonore. Les responsables des maisons d'édition pourront également développer des savoir-faire liés au numérique dans des formations telles que celles du baccalauréat en communication (médiâs numériques) de l'UQAM, le seul programme de premier cycle universitaire au Québec axé sur une réflexion théorique sur les impacts des technologies

⁴² <https://admission.umontreal.ca/programmes/dess-en-edition-numerique/>

⁴³ <https://www.usherbrooke.ca/dall/etudes/programmes/programmes-par-domaine/edition/>

⁴⁴ <https://programmes.uqac.ca/5327/tire-a-part>

numériques de communication (ce programme offre trois profils distincts : intelligence artificielle, jeux vidéo et médias numériques)⁴⁵.

Cependant, il n'existe à ce jour aucune formation initiale dédiée à la création numérique jeunesse au Québec, ni pour les responsables de maisons d'édition, ni pour les productrices et producteurs numériques, ni même pour les créatrices et créateurs. Ainsi, aucun de ces professionnels et professionnelles ne peut acquérir, dès sa vie étudiante, les compétences et expertises spécifiques en création numérique pour la jeunesse. Cette constatation qui fait suite à l'analyse des données me permet de soulever quelques nouvelles questions : comment s'adresser à ces publics? Quels sont leurs besoins et réalités? Comment travailler spécifiquement avec et pour les publics scolaires? Comment les professionnels et professionnels de l'édition et du numérique peuvent-ils collaborer avec les professionnelles et professionnels de la recherche, et notamment de la recherche en didactique (chercheurs, enseignants, etc.)? Quelles fonctionnalités proposer aux enfants en fonction de leurs intérêts et de leurs compétences? Comment développer le plaisir de lire, de découvrir et de créer auprès des publics d'âge scolaire? Autant de questions auxquelles les professionnelles et professionnels, déjà sur le marché du travail ou non, ne pourront répondre que par la pratique et l'essai-erreur, dans une forme itérative, certes, souvent propice à l'exploration et à la création, mais qui prend du temps à mettre en place et qui peut être le lieu de nombreux échecs parfois frustrants et décourageants.

Il serait ainsi intéressant d'envisager, en premier lieu, un profil de formation dédié à la production numérique jeunesse dans des programmes dédiés aux médias numériques. Ce profil de formation pourrait permettre d'approfondir, avec les étudiantes et étudiants, les différents aspects de la production numérique, d'une part, mais aussi les particularités liées aux productions numériques destinées aux enfants, que cela soit en termes de conception (*design*, ergonomie, expérience), de production, de diffusion, de distribution ou de découvrabilité. Par ailleurs, il semblerait important d'intégrer, au sein des profils en création et en édition, des cours spécifiquement dédiés à la production numérique jeunesse, afin de permettre aux professionnelles et professionnels de

⁴⁵ <https://etudier.uqam.ca/programme?code=6637>

l'édition et de la création littéraire de mieux anticiper la réalité des productions numériques. En les formant et en les exposant à des formes éditoriales numériques et en particulier des livres-applications inspirants et novateurs, on donne aussi aux futures professionnelles et futurs professionnels matière à réflexion pour pouvoir explorer les potentiels du numérique en production littéraire, voire en faire éclater les formes.

En parallèle à ces formations initiales, il serait pertinent de développer des cycles de formation continue en lien avec la production numérique et ses réalités. Cela permettrait aux professionnels de l'édition de livres de mieux comprendre les réalités et les défis liés à une production numérique.

Dans cette optique, l'Agence TOPO, basée à Montréal, se démarque : parmi leurs nombreuses propositions de formation en édition et en création numérique, les responsables de cet organisme à but non lucratif ont notamment mis en place, en avril 2020, le forum MUTATIONS - le livre à l'ère numérique, dont une section était dédiée à l'édition jeunesse (TOPO, 2021), présentant un programme vaste et éclectique :

Le forum virtuel Mutations : Le livre à l'ère numérique. 24 webinaires autour des enjeux de la publication de projets numériques ont eu lieu avec une vingtaine d'intervenants et intervenantes occupant un rôle clé dans le processus de l'édition numérique, en création, réalisation, diffusion et commercialisation, autour des enjeux suivants : Hybridité des plateformes • Livre audio et balado • Édition jeunesse • Pédagogie • Réseaux de vente et diffusion • Édition et découvrabilité • Édition savante • Actions des associations professionnelles • Production et design • Innovation narrative et expérimentation. (TOPO, 2021, s. p.)

Ce type de formations, à destination des professionnelles et professionnels, s'ajoute bien évidemment à la vaste offre de conférences et ateliers dédiés de la recherche. Je pense notamment aux nombreuses journées d'études LITMEDMOD, offertes par le Groupe en littératie médiatique multimodale de l'UQAM, qui présentera le 15 décembre 2021 sa 18^e occurrence. Cependant, des formations du genre de celles de TOPO semblent particulièrement adaptés aux réalités et aux besoins des créatrices, créateurs, éditrices et éditeurs. À mon avis, elles gagneraient à se multiplier. Il serait intéressant, à cette fin et hors des limites de cette recherche, de faire un tour d'horizon des formations existantes à l'international et voir de quelle manière elles pourraient inspirer les institutions québécoises.

7.1.2 Permettre l'appropriation de la culture numérique : développement de cellules d'accompagnement favorisant la cocréation

Nous l'avons dit à plusieurs reprises dans cette thèse : l'un des principaux enjeux rencontrés par les maisons d'édition québécoises souhaitant s'aventurer dans des productions de livres-applications pour la jeunesse est l'appropriation des principes inhérents à la culture numérique, soit, selon Lehmann (2019), la création, la collaboration et l'itération. Cela est particulièrement vrai en ce qui concerne les principes d'itération et de collaboration intrinsèques à la production de livres-applications pour la jeunesse.

Afin de pallier à cet enjeu, il semblerait que la mise en place de dispositifs d'accompagnement spécifiquement dédiés à l'innovation en littérature jeunesse pourrait être une formule gagnante. À la manière dont cela a pu être mis en place de manière expérimentale dans le cadre de la recherche *FQRSC - Soutien à l'édition numérique jeunesse* (FQRSC, 2021), porté par la chercheuse Nathalie Lacelle et auquel j'ai eu la chance de collaborer (voir Chapitre III), des cellules d'accompagnement de projets éditoriaux numériques jeunesse pourraient être créées.

Elles associeraient créatrices et créateurs, maisons d'édition, studios de production numérique ainsi que professionnelles et professionnels de recherche qui travailleraient dans une dynamique de cocréation. Ces cellules pourraient être soutenues financièrement par les institutions publiques concernées par le développement et le soutien de la production de livres-applications pour la jeunesse, telles que la SODEC, le Ministère de la culture et de la communication, le Ministère de l'éducation et de l'enseignement supérieur, ou encore le Fonds des médias du Canada.

Ces cellules pourraient venir, notamment, accompagner la conception initiale de productions numériques. Ainsi, par exemple, lors de la première phase de travail sur une production de livre-application, soit la conception (voir Chapitre V), elles permettraient d'activer les grands axes de conception à travers les regards et expertises croisés des différents pôles de travail impliqués. Selon ces axes, cela consiste à : s'assurer de la pertinence du futur livre-application mis en place au regard des besoins et compétences des publics ciblés; définir un budget réaliste; établir les besoins techniques; définir les fonctionnalités les plus pertinentes à proposer au sein du livre-application; identifier les intérêts pédagogiques potentiels pour les publics scolaires si telle est l'intention; et

autres. Par ailleurs, l'accompagnement lors de cette phase de travail pourrait également permettre d'épauler les équipes des maisons d'édition dans leur recherche de financement, mais aussi de préparer et d'anticiper adéquatement la production : choix des professionnelles et professionnels à mobiliser; définition d'un échéancier réaliste; mise en place d'un plan de mise en marché, etc.

La mise en place systématique de cellules d'accompagnement pour les maisons d'édition souhaitant développer des livres-applications, ou tout autre production numérique littéraire, pourrait certainement avoir un effet positif sur le développement de projets en édition numérique au Québec. De plus, elle permettrait d'assurer la pertinence de ces productions numériques, de même que leur valeur pédagogique et créative, tout en rassurant les bailleurs de fonds intéressés à les financer.

Enfin, la mise en place de cellules d'accompagnement visant à permettre la productions de livres-applications pour la jeunesse ou autres productions numériques littéraires pour la jeunesse, dans une dynamique de cocréation, permettrait également aux professionnelles et professionnels de recherche impliqués dans de telles cellules de disposer d'un bassin naturel d'observation et d'analyse des besoins, contraintes et réalités des maisons d'édition souhaitant explorer les potentiels du numérique en édition jeunesse.

7.2 Les pistes de solutions envisageables pour faciliter la mise en marché de livres-applications jeunesse québécois

J'ai abordé au chapitre VI de cette thèse les enjeux rencontrés par les maisons d'édition souhaitant franchir le pas de la production de livres-applications pour la jeunesse en ce qui a trait à la mise en marché des livres-applications. Ces enjeux sont généralement des freins majeurs pour les maisons d'édition, et sont, dans de nombreux cas, suffisamment difficiles à relever pour aller jusqu'à les décourager de se lancer dans la production de livres-applications.

La mise en marché (comportant, d'une part, la diffusion et la distribution et, d'autre part, la découvrabilité) est en effet un élément central à prendre en considération dans la production de livres-applications : une maison d'édition aura beau développer le livre-application le plus pertinent, riche et qualitatif possible, celui-ci pourrait ne pas rencontrer son public faute de dispositifs

adéquats favorisant ces éléments dans l'espace numérique. L'espace numérique regorge de propositions éditoriales pour les jeunes publics et il est ardu d'y faire sa place. Les systèmes de distribution, de recommandation et de curation des livres-applications pour la jeunesse québécois ne sont pas encore véritablement développés, et les livres-applications québécois se noient dans les propositions mondiales francophones. Sortir du lot, être découvertes et utilisées par les publics sont autant de problématiques rencontrées par les maisons d'édition se lançant dans la production de livres-applications.

Or, dans un contexte québécois actuel (août 2022) n'offrant pas de financement public spécifiquement dédié à la recherche et à l'expérimentation dans le domaine du livre-application jeunesse aux maisons d'édition, la question de la viabilité financière est centrale. Sans intérêt économique pour les maisons d'édition, sans financement dédié à l'expérimentation permettant de tester de nouvelles formes narratives à risque financier minimal, et sans possible retour sur investissement pour les maisons d'édition, la possibilité d'un développement futur du domaine de la production de livres-application pour la jeunesse ou, à plus large échelle, de projets éditoriaux numériques québécois à destination des jeunes publics est sérieusement compromise.

Afin de soutenir la mise en marché des livres-applications pour la jeunesse, plusieurs solutions sont envisageables. Cependant, ici comme dans la première partie de ce chapitre, il est important de souligner là encore que les pistes exposées ci-dessous ne sont que des intuitions basées sur mes observations de terrain, entretiens et lectures. Il sera nécessaire, dans le cas où l'une ou plusieurs de ces pistes entrent en application dans les prochaines années, d'en définir plus précisément les contours en les basant sur des observations plus directes d'exemples pertinents au Québec comme à l'international sur des territoires similaires et, bien sûr, d'en faire un suivi quant à leur mise en œuvre et une analyse quant à leurs impacts au Québec.

7.2.1 Le développement d'outils d'accès, de recommandation et de curation institutionnels pour les publics

Afin de soutenir les maisons d'édition québécoises qui se lancent dans la production de livres-applications pour la jeunesse, il semble tout d'abord essentiel que les pouvoirs publics agissent pour faciliter l'accès aux livres-applications pour la jeunesse par le grand public, d'une part, mais

aussi par les enseignantes et enseignants ainsi que les bibliothécaires. Cela permettrait aussi d'outiller les publics (enfants, parents, enseignants et enseignantes, professionnels et professionnelles des bibliothèques et des médiathèques, notamment) dans l'identification des productions québécoises.

Ce développement de l'accès semble en effet, tel que présenté au chapitre VI de cette thèse, particulièrement important au sein des collectivités (écoles, bibliothèques, etc.) qui sont par ailleurs un lieu d'accès de choix pour les albums jeunesse papier. De plus, elles représentent une importante part de marché pour les maisons d'édition dans le cadre de leurs productions traditionnelles. Malheureusement, tel que décrit dans le chapitre VI, il n'existe pas aujourd'hui (janvier 2022) de dispositif d'accès direct des collectivités aux livres-applications pour la jeunesse, *a fortiori* québécois.

Plusieurs stratégies pourraient aider les collectivités à mieux repérer et, en conséquence, acquérir des livres-applications pour la jeunesse québécois. Tout d'abord, il serait pertinent d'envisager le développement d'un parc d'équipement en tablettes, harmonisé au sein des écoles et bibliothèques. En effet, la grande diversité d'équipements technologiques dans ces lieux d'accueil des jeunes publics rend complexe la distribution et la diffusion des livres-applications pour la jeunesse mais également, comme cela a été précisé dans le chapitre V, leur conception et leur production. En effet, comment s'assurer de la plus large distribution possible d'un livre-application quand il n'est pas possible d'anticiper adéquatement les réalités des contextes d'usage?

Par ailleurs, des actions simples à mettre en place peuvent être proposées. Elles incluent la généralisation à l'ensemble des bibliothèques publiques et scolaires du prêt de tablettes aux publics, le développement de véritables zones de découvertes des livres-applications québécois dans les bibliothèques publiques et scolaires, ou encore un plus large soutien aux ateliers et animations en lien avec le numérique dans les espaces publics (bibliothèques publiques et scolaires, lieux de médiation des arts, etc.).

De surcroît, afin que les professionnelles et professionnels de l'éducation et de la médiation de la lecture puissent se repérer dans l'offre de livres-applications pour la jeunesse, il serait pertinent, à mon sens, de développer des listes de recommandations institutionnelles en fonction des

compétences, âges et expériences ciblées, dans la lignée de ce qui peut être fait par les équipes de Constellations⁴⁶ (anciennement Livres ouverts) pour la littérature jeunesse papier, une sélection commentées de livres pour les jeunes d'âge scolaires proposée le Ministère de l'éducation et de l'enseignement supérieur du Québec (MEEQ). Les recommandations de livres jeunesse papier de Livres ouverts sont en effet des recommandations institutionnelles qui permettent de guider adéquatement les professionnelles et professionnels de l'éducation et de la médiation de la lecture dans leurs choix d'achat d'ouvrages, et ce, en fonction des âges envisagés des publics cibles, des thématiques abordées ou encore des compétences ciblées.

En développant des listes de recommandations (annuelles, par exemple) de livres-applications sur le même modèle, les pouvoirs publics faciliteraient ainsi grandement la tâche des professionnelles et professionnels de l'éducation et de la médiation de la lecture, qui ne seraient plus alors forcés de procéder à des recherches de livres-applications pour la jeunesse sur leur temps personnel et, bien souvent, à leurs propres frais. Il est important de souligner que Lab-yrinthe⁴⁷, le site internet issu de la recherche *FQRSC - Soutien à l'édition numérique jeunesse* (FQRSC, 2021) propose déjà d'une importante section dédiée aux productions littéraires numériques québécoises pour la jeunesse, incluant une large sélection de livres-applications pour la jeunesse, tel que décrit plus longuement dans le chapitre VI.

7.2.2 Le développement de projets en convergence papier - numérique

Tel que cela a été exposé dans le chapitre VI de cette thèse, les maisons d'édition québécoises souhaitant franchir le pas de la production de livres-applications pour la jeunesse se heurtent à l'impossibilité quasi-totale d'accès aux espaces traditionnels de découvrabilité du livre. Ces espaces incluent les bibliothèques publiques et scolaires, les librairies, les salons du livre, et autres lieux d'achat et d'emprunt essentiels à la vie d'un ouvrage papier. Les livres-applications sont ainsi privés d'un grand ensemble d'occasions de contact avec les publics et, du même coup,

⁴⁶ <https://constellations.education.gouv.qc.ca/>

⁴⁷ lab-yrinthe.ca

d'opportunité de ventes. Dans ce contexte, comme vu au chapitre VI, les maisons d'édition souhaitant franchir le pas de la production de livres-applications pour la jeunesse ou, de manière générale, de la production littéraire numérique dépassant la simple production homothétique, doivent repenser les modèles d'affaires de leurs projets.

En ce cadre, l'avenue de la convergence papier-numérique semble ainsi pour le moment l'avenue la plus porteuse. Elle permettrait aux maisons d'édition de bénéficier des potentiels de mise en marché à la fois dans les espaces traditionnels et numériques, tout en bonifiant les potentiels de vente des livres papier. J'entends par production en convergence papier-numérique des productions numériques interactives qui associeraient un élément papier (essentiellement, un livre) à une composante numérique. La composante numérique peut être une production de réalité augmentée, un jeu mobile, une production audionumérique ou bien d'autres choses encore.

Le développement de productions en convergence papier-numérique comporte de nombreux avantages. D'une part, en ce cadre, la maison d'édition conserve son accès privilégié aux espaces traditionnels de découvrabilité du livre papier : la composante papier de la production est accessible dans les librairies, les salons du livres, les bibliothèques publiques et scolaires. Elle peut ainsi être découverte par les publics de manière bien plus simple et organique qu'au sein de l'univers numérique. Par ailleurs, la présence d'une composante papier facilite la vente. Tel que décrit dans le chapitre VI, malgré leurs coûts importants, les livres-applications pour la jeunesse peinent en effet à déclencher des actes d'achats chez les publics, habitués à la gratuité ou quasi-gratuité des livres-applications associés à de la volatilité et une valeur moindre que les livres papier. La présence en librairies et en salon du livre de la composante papier favorise également l'achat d'impulsion, comme étudié dans le chapitre VI.

Par ailleurs, la présence d'une composante numérique, généralement gratuite, dans une production de convergence papier-numérique, offre, elle aussi, de nombreux avantages. Ainsi, cette composante permet une plus grande présence de la maison d'édition au sein de l'univers numérique, accentuant du même coup sa découvrabilité en ligne. La maison d'édition est perçue comme innovante, prenant des risques créatifs, un argumentaire qui peut se révéler gagnant à la fois auprès des publics, mais qui peut aussi lui permettre de sortir du lot auprès des médias généralistes et spécialisés. Enfin, cette composante numérique permet à la maison d'édition d'exploiter plusieurs

facettes de la création autour d'une même histoire ou plus largement d'un même univers narratif. Le développement d'une proposition numérique lui offre également l'opportunité de diversifier ses sources de financement en allant chercher des financements dédiés au numérique, tout en assurant un retour potentiel sur investissement grâce à la composante papier, payante.

Plusieurs maisons d'édition explorent ou ont exploré l'avenue de la convergence papier-numérique. C'est par exemple le cas de la maison d'édition Fonfon. Depuis 2020, Véronique Fontaine (Fonfon) et ses équipes travaillent sur le développement d'une plateforme de création d'histoire basée sur le modèle du volet création d'histoire des livres-applications *Fonfon interactif* (2016). Cette plateforme, qui sera disponible en ligne prochainement, permet aux enfants de créer leurs histoires à partir d'éléments visuels de livres disponibles en format papier au sein du catalogue de publications Fonfon. Là aussi, comme dans les livres-applications *Fonfon interactif* (2016), les enfants pourront écrire du texte, enregistrer leur voix, choisir et positionner les éléments visuels. Un exemple parfait, à la fois d'une possibilité de convergence papier-numérique mais aussi de la manière dont une maison d'édition peut faire évoluer ses propositions numériques à partir de ses apprentissages. En l'occurrence, on y constate comment le succès d'estime de *Fonfon interactif* (2016) mais aussi son échec commercial ont fait avancer la maison d'édition vers un projet pensé plus adéquatement. Dans les années à venir, il sera intéressant de suivre les impacts de la mise en ligne de cette plateforme de création d'histoires sur la vente et la découvrabilité des livres papier du catalogue de la maison d'édition Fonfon.

Par ailleurs, toujours dans l'idée de la convergence papier-numérique, j'ai moi-même pu développer, avec l'organisme montréalais La puce à l'oreille dédié à la création de balados pour enfants, un projet de création de balados documentaires complémentaires à des albums papier de fiction publiés par des maisons d'édition québécoises. Ce projet, financé par le programme Ambition numérique du Ministère de la culture et des communications, actuellement en cours de production, vise à permettre, d'une part, une meilleure présence dans les espaces numériques des livres jeunesse papier (par une présence des balados sur différentes plateformes de diffusion et de promotion, toujours assortis de liens vers les plateformes d'achat et de prêt des livres jeunesse papier) et, d'autre part, une meilleure présence des contenus balados dans les espaces traditionnels de découvrabilité du livre (présence en salons du livre, partenariat avec les bibliothèques publiques et scolaires, partenariat avec les associations de libraires, etc.). Il sera là aussi intéressant d'étudier

les impacts de ce projet sur les ventes des livres papier jeunesse accompagnés de balados, mais aussi de l'impact de cette convergence papier-numérique sur la découvrabilité des contenus balados.

7.3 Un incubateur québécois de l'édition numérique

Il semble qu'une grande partie des pistes de solutions proposées pourraient être prises en charge par la mise en place d'un incubateur québécois de l'édition numérique, permettant d'assurer un meilleur accompagnement des maisons d'édition québécoises souhaitant explorer les potentiels du numérique (pour le grand public comme, plus spécifiquement, à destination des jeunes publics). En effet, un tel incubateur pourrait notamment prendre en charge :

- Le développement de cycles de formation continue axée sur les besoins des milieux de l'édition et du numérique;
- L'organisation et le soutien de cellules d'accompagnement favorisant la cocréation de productions numériques;
- Le soutien aux équipes de recherche souhaitant documenter les enjeux, besoins et réalités des professionnelles et professionnels du milieu;
- Le développement de la culture du numérique chez les professionnelles et professionnels de l'édition par le développement d'activités de réseautage et d'ateliers;
- La recommandation de productions numériques aux pouvoirs publics, à destination des professionnelles et professionnels de l'éducation ainsi que de la médiation de la lecture;
- Etc.

Cet incubateur de l'édition pourrait également servir comme catalyseur des expertises et des compétences en lien avec l'édition numérique au Québec et pourrait permettre une documentation continue des enjeux des professionnels et professionnelles de l'édition dans le cadre numérique, tout en s'assurant d'une actualisation des données de marché du secteur de l'édition numérique au Québec. Par ailleurs, l'incubateur pourrait faire remonter les besoins des acteurs et actrices de terrain aux pouvoirs publics afin de les épauler et de les outiller dans la mise en place de mesures et de projets d'envergure (en particulier en distribution, diffusion et découvrabilité). À terme, cela permettrait un meilleur soutien des maisons d'édition québécoises. Enfin, un tel incubateur pourrait collaborer avec les groupes et chaires de recherche s'intéressant aux enjeux liés à la production, la

mise en marché et la découvrabilité des productions littéraires numériques, au Québec ainsi qu'à l'échelle mondiale.

Au Québec, il existe actuellement plusieurs incubateurs qui accueillent en leur sein des entreprises et projets culturels innovants, tels que La Piscine⁴⁸ (Montréal), le Digihub⁴⁹ (Shawinigan) ou encore le Hub de création culture / savoir du Regroupement d'organismes culturels et d'artistes lavallois⁵⁰ (Laval). Par ailleurs, les éditions Alto ont récemment mis en place un laboratoire de l'édition innovante pour les créateurs et créatrices, Alea⁵¹. Enfin, le projet numérique Lab-yrinthe, laboratoire virtuel de l'édition et de l'éducation aux œuvres numériques jeunesse, mis en place suite au projet *FQRSC - Soutien à l'édition numérique jeunesse* (FRQSC, 2021)⁵², continue d'accompagner des productions numériques jeunesse de maisons d'édition québécoises.

Cependant, à ma connaissance, aucun incubateur québécois disposant d'un lieu physique et de moyens conséquents ne s'intéresse, aujourd'hui, spécifiquement au domaine du livre, à la manière du Labo de l'édition à Paris. Ce dernier, par exemple, offre chaque année, depuis plus de dix ans, bureaux, professionnels consultants et formations à des porteuses et porteurs de projets innovants

⁴⁸ Créé en 2015 sous la forme d'un organisme à but non lucratif et basé à Montréal (Québec), l'incubateur La Piscine (<https://www.lapiscine.co/>) se concentre sur l'accompagnement d'entreprises et organismes culturels à travers une série de programmes de formation ou de mises en contact avec des potentiels organismes investisseurs, ainsi qu'une mise à disposition d'espaces.

⁴⁹ Créé en 2014 sous la forme d'un organisme à but non lucratif et basé à Shawinigan (Québec), le Digihub de Shawinigan (<https://digihub.ca/>) est un incubateur et un accélérateur destinés aux secteurs culturel et touristique offrant des espaces, formations, outils numériques et services d'accompagnement.

⁵⁰ Le Regroupement d'organismes culturels et d'artistes lavallois (ROCAL) est un organisme à but non lucratif créé en 2011 et basé à Laval (Québec). Il compte une quinzaine d'organismes culturels membres. Le Hub de création culture / savoir du ROCAL (<https://www.rocald-regroupement.org/hub.html>) vise à privilégier un développement croisé du secteur culturel et du secteur de l'enseignement et de la recherche sur le territoire du ROCAL. Le Hub offre un lieu d'innovation ainsi qu'une communauté de pratique, et s'appuie entre autres sur l'utilisation des technologies numériques pour soutenir de nouvelles pratiques et communications au sein de sa communauté.

⁵¹ Créé en 2020 par la maison d'édition Alto, Alea (<https://editionsalto.com/alea/>) est un laboratoire interne à la maison d'édition visant à explorer de nouvelles formes littéraires jouant avec les possibles numériques. Plusieurs publications en ont déjà émergé et d'autres sont à venir.

⁵² Lab-yrinthe (<https://lab-yrinthe.ca/>) est un laboratoire virtuel créé *FQRSC - Soutien à l'édition numérique jeunesse* (FRQSC, 2021) visant à informer les maisons d'édition québécoises, les milieux de l'éducation et les milieux de la recherche sur les enjeux et les potentiels de production, diffusion et réception des œuvres littéraires numériques pour la jeunesse, et à répertorier les œuvres littéraires numériques pour la jeunesse québécoise.

en édition, et ce, notamment pour les publics jeunesse. La mise en place d'un lieu similaire au Québec pourrait s'inspirer à la fois des expériences des autres incubateurs québécois s'intéressant à d'autres domaines que l'édition des expériences d'accompagnement de projets du laboratoire virtuel Lab-yrinthe (FRQSC, 2021).

Afin d'amorcer la mise en place d'un tel lieu, il serait intéressant, dans les années à venir, d'en définir plus précisément les contours, en les basant sur des observations plus directes d'exemples pertinents à l'international sur des territoires similaires, et bien sûr, d'effectuer un suivi de sa mise en œuvre ainsi qu'une analyse de ses impacts au Québec.

Ce chapitre VII m'a permis de présenter les pistes de solutions que j'ai pu identifier pour agir sur les enjeux de production, de diffusion et de découvrabilité rencontrés par les maisons d'édition québécoises souhaitant explorer la création de livres-applications pour la jeunesse. J'y propose notamment, en ce qui a trait aux enjeux liés à la production de livres-applications pour la jeunesse québécois, le développement de la connaissance des métiers et savoir-faire du numérique jeunesse via la formation initiale et continue ainsi que le développement de cellules d'accompagnement favorisant la cocréation. Par ailleurs, je propose également, en ce qui a trait aux enjeux liés à la mise en marché, de développer des outils d'accès, de recommandation et de curation institutionnels pour les publics, d'une part et de favoriser le développement de projets en convergence papier-numérique d'autre part. Enfin, je termine le chapitre VII par une proposition globale venant selon moi répondre à la quasi-totalité des enjeux soulevés dans le cadre de ma thèse, soit la création d'un incubateur québécois de l'édition numérique.

CONCLUSION

Au démarrage de ma recherche en 2013, de nombreuses questions m'animaient, toutes centrées autour d'un questionnement principal : quels sont les enjeux que rencontrent les maisons d'édition souhaitant développer des livres-applications pour la jeunesse au Québec, et ce, de l'idéation à la mise en marché?

Mon intérêt pour cette question était lié d'abord à une passion profonde pour la littérature jeunesse. La littérature jeunesse a en effet toujours fait partie de mes intérêts de lectrice et constitue une part très importante de ma bibliothèque, même encore aujourd'hui, pourtant adulte et sans enfants moi-même. Depuis plusieurs années, je m'intéressais déjà aux dessous de fabrication d'un album jeunesse, aux enjeux généraux rencontrés par les maisons d'édition jeunesse du Québec et d'ailleurs, et aux évolutions du secteur. C'est lorsque j'ai commencé à travailler auprès de créatrices et créateurs en arts médiatiques et en création numérique, et à découvrir la richesse et les potentiels de la production numérique, que j'ai mis tout naturellement en lien ma passion pour la littérature jeunesse et mes expertises dans le domaine du numérique et des arts médiatiques.

En m'y penchant de plus près, en m'intéressant aux débats qui animaient déjà le secteur de l'édition quant à sa transition numérique, en rencontrant des professionnels et professionnelles qui eux-mêmes s'interrogeaient sur la manière de raconter des histoires par et avec le numérique, et en consultant articles et ouvrages portant sur la production numérique en édition, j'ai eu envie d'explorer de manière plus structurée le domaine de la production numérique en édition jeunesse.

Une série de constats m'a amenée à préciser ma pensée et mes intentions de recherche. Tout d'abord, le monde de l'édition connaissait depuis plusieurs années de forts bouleversements, provoqués en grande partie par un changement de paradigme : d'un monde foncièrement monomodal dominé par l'omniprésence des codes écrits dans les messages, nous avons au fil des années basculé dans un environnement communicatif marqué par sa multimodalité, soit en associant aux codes écrits des représentations iconographiques, des gestes ou encore des sonorités. Le développement de l'accès aux équipements technologiques et, par voie de conséquence, l'augmentation massive des usages des technologies dans nos pratiques de lecture et de

consommation des informations ont radicalement transformé nos modalités d'accès aux contenus médiatiques mais aussi le type de contenus auquel nous avons accès. Les pratiques de lecture de contenus numériques se sont démultipliées et sont désormais usuelles pour un grand nombre de lecteurs et lectrices. Le développement des équipements et usages numériques, ainsi que la plus grande accessibilité des moyens de production numérique concernent d'ailleurs largement les jeunes publics, amenant de nombreux joueurs de l'industrie de la production numérique mais aussi de l'édition jeunesse à leur proposer des contenus numériques adaptés.

Par ailleurs, la démocratisation de l'accès aux moyens de production numérique a transformé massivement la manière dont nous créons des contenus : quel que soit le domaine (artistique, scientifique, publicitaire, informationnel), il est usuel désormais de rencontrer des productions associant contenus écrits, iconographiques, sonores et offrant des fonctionnalités interactives. Ces possibles du numérique ont rapidement intéressé les arts, et en particulier les arts littéraires : nombre de maisons d'édition ou de créateurs et créatrices se sont essayés, ces dernières années, à explorer et à expérimenter avec les technologies pour créer de nouvelles manières de raconter des histoires.

Malgré ces éléments stimulants, au moment de la mise en place de ma recherche, peu de maisons d'édition québécoises avaient franchi le pas de la production de contenus numériques littéraires pour la jeunesse dépassant le simple livre homothétique. Dès lors, il m'a semblé pertinent de m'interroger sur les raisons d'une si grande rareté de productions littéraires québécoises pour la jeunesse explorant véritablement les possibilités du numérique (plus particulièrement son interactivité et sa multimodalité), et de comprendre les enjeux rencontrés par les maisons d'édition souhaitant produire de tels contenus. Afin de mieux baliser mon champ de recherche, j'ai choisi de m'intéresser plus précisément aux livres-applications pour la jeunesse, soit des œuvres littéraires numériques multimodales, sous forme d'applications mobiles, assorties de fonctionnalités interactives, destinées aux jeunes publics et pensées pour eux.

En saisissant mieux les enjeux rencontrés par les maisons d'édition québécoises souhaitant produire des livres-applications pour la jeunesse, et ce, de l'idéation à la mise en marché, nous pouvons envisager des pistes de solution pour mieux les outiller et les accompagner dans ce type de productions et, à terme, contribuer à structurer et développer une offre de contenus de livres-

applications pour la jeunesse québécois riche et pertinente pour les publics. Par ailleurs, en comprenant les enjeux rencontrés par les maisons d'édition, nous pourrions aussi modéliser des structures de travail innovantes qui pourraient être ensuite transmises aux futurs créateurs et créatrices numériques. Cette modélisation pourrait également être utilisée comme outil pour développer des compétences en production numérique et multimodale chez les jeunes.

Ces éléments de départ établis, je me suis fixée les objectifs suivants : identifier et expliquer les enjeux rencontrés par les maisons d'édition souhaitant franchir le pas de la production d'un livre-application pour la jeunesse, comprendre les pratiques et les rôles impliqués au sein de la production québécoise de livres-applications pour la jeunesse et enfin, comme objectif final, dégager des pistes de solutions répondant aux enjeux identifiés.

Afin d'atteindre ces objectifs, j'ai travaillé dans une approche qualitative interprétative et compréhensive en utilisant principalement une étude de cas ethnographique combinant diverses méthodes. Ainsi, je me suis investie dans un projet de production de livres-applications pour la jeunesse porté par la maison d'édition québécoise Fonfon à la fois en tant que chercheuse et chargée de projet générale. Ensemble, nous avons développé le projet *Fonfon interactif* (2016), une série de livres-applications pour la jeunesse, offrant à la fois une expérience de lecture enrichie associant texte, représentation iconographique, musique, effets sonores, narration pré-enregistrée et fonctionnalités interactives, mais aussi une interface de création d'histoires permettant aux plus jeunes d'imaginer et de produire leur propre livre enrichi. Cette production a constitué un terrain d'observation participante ou plutôt, comme j'ai rapidement pu le constater au cours du travail, de participation observante, un terme plus représentatif de mon important niveau d'implication dans la production. J'ai également procédé à une série d'entrevues avec des personnes ou équipes issues des domaines de l'édition, du numérique et de la recherche. Il m'importait de comprendre, au-delà de mes propres observations, la réalité plus large et complexe des enjeux rencontrés par les maisons d'édition québécoises souhaitant produire des livres-applications pour la jeunesse. De plus, tout au long de la participation observante, j'ai observé et analysé des documents et artefacts tels que des croquis, des planches de design ou des schémas de conception.

Ces méthodes n'ont pas été utilisées dans une chronologie rigide, mais ont été marquées par une forme d'itérations. Il est ainsi arrivé que des entrevues aient lieu avant la fin de mon processus de

participation observante, venant en éclairer certains aspects, tandis que certaines autres ont lieu plusieurs années après, amenant un élément ou un point de vue nouveau ou complémentaire sur des aspects qui n'avaient pas ou peu été abordés lors de ma participation observante. Ainsi, à la manière d'une production numérique, ma recherche a été itérative, mais aussi marquée par sa nature créative et collaborative.

Grâce à cette recherche, j'ai pu identifier de nombreux enjeux rencontrés par les maisons d'édition québécoises souhaitant franchir le pas de la production de livres-applications, à partir de l'idéation jusqu'à la mise en marché. J'ai divisé ces enjeux en deux grandes catégories : d'une part, des enjeux liés à l'appropriation des métiers, des savoir-faire et de culture du numérique par les maisons d'édition (*voir Chapitre V*) et, d'autre part, des enjeux liés à la mise en marché des livres-applications pour la jeunesse québécois (*voir Chapitre VI*).

En ce qui a trait à la première catégorie, deux grands enjeux se sont particulièrement démarqués. En premier lieu, il est apparu clairement que les maisons d'édition québécoises souffraient d'une méconnaissance des métiers et savoirs du numérique. Ainsi, alors que la production de livres-applications pour la jeunesse nécessitent l'implication de nombreuses professionnelles et professionnels, issus de différents pôles (artistique, gestion, technique, recherche), les maisons d'édition sont peu outillées pour comprendre et gérer ces nouveaux rôles et savoir-faire. De surcroît, peu de maisons d'édition disposent de savoirs techniques leur permettant d'appréhender les potentiels mais aussi les contraintes d'une production numérique. Cet état de fait les freine dans leurs facultés de conception de leurs productions : il devient difficile d'envisager ce qui pourrait être produit, comment, avec qui et à quel coût. Cela peut aussi entraîner des erreurs de conception, qui peuvent parfois se révéler coûteuses pour les maisons d'édition.

En second lieu, ma recherche a pu démontrer un enjeu important d'appropriation de la culture numérique par les maisons d'édition (dans le cadre de ma recherche, j'ai caractérisé sommairement la culture numérique comme étant marquée par son caractère créatif, collaboratif et itératif). En effet, le développement de productions numériques implique, pour les professionnels et professionnelles de l'édition plus traditionnelle, de sortir de leur zone de confort et d'expérimenter de nouvelles formes créatives qui peuvent parfois leur sembler floues et difficiles à saisir.

Par ailleurs, l'existence de nouveaux rôles au sein des équipes en production numérique rend la composition des équipes plus complexe et éclatée que dans des productions littéraires plus traditionnelles, rendant la gestion de la collaboration difficile pour des éditeurs et éditrices parfois peu accoutumés aux rôles et savoir-faire de leurs nouveaux collaborateurs et nouvelles collaboratrices. Enfin, la nature particulièrement itérative des productions numériques, les temps souvent très allongés que ce type de production peuvent prendre pour aller de l'idéation jusqu'à la mise en marché peuvent parfois sembler déroutant pour les maisons d'édition. À travers cette recherche, j'ai pu expliciter les rôles et relations entre les cinq pôles impliqués dans la production et la mise en marché d'un livre-application pour la jeunesse, soit le pôle éditorial et de gestion de la production, le pôle artistique, le pôle de conception, le pôle technique et le pôle recherche. J'ai également pu démontrer l'importance de l'existence, dans les équipes de production de livres-applications pour la jeunesse, d'une passeuse ou passeur numérique, un terme inspiré de la notion de passeur culturel ou passeuse culturelle. Dans son rôle professionnel, la passeuse ou le passeur numérique dispose de compétences issues de deux ou plusieurs domaines professionnels impliqués dans une production de livre-application pour la jeunesse, soit de ceux l'édition, du numérique ou de la recherche. Sans être nécessairement expert, il ou elle doit être en mesure de comprendre suffisamment bien les contraintes et les enjeux rencontrés par les collaboratrices et collaborateurs impliqués dans la production et surtout, de pouvoir les traduire de manière intelligible pour le reste de l'équipe. Son rôle devient alors celui d'un facilitateur ou d'une facilitatrice pour l'ensemble de la production.

En ce qui a trait aux enjeux liés à la mise en marché des livres-applications pour la jeunesse, là encore, plusieurs éléments marquants ont pu émerger au cours de la recherche. Le premier enjeu majeur que j'ai pu identifier est celui lié aux contraintes de distribution et de diffusion des livres-applications pour la jeunesse. En effet, un certain nombre de freins techniques viennent aujourd'hui complexifier la distribution de telles productions : chaque plateforme de distribution dispose de ses propres contraintes et ne permet pas aux maisons d'édition d'explorer à leur plein potentiel les technologies. De surcroît, les plateformes de distribution disposent d'un pouvoir de quasi-monopole, qui leur permet d'imposer de nombreuses balises, parfois très contraignantes, aux maisons d'édition : un contrôle sur le contenu, l'obligation de mises en ligne régulières souvent coûteuses et rarement anticipées par les maisons d'édition, une grande difficulté à conserver les

productions, etc. Par ailleurs, le format spécifique du livre-application, prenant par définition la forme d'une application mobile, freine sa distribution au sein des collectivités. En effet, les collectivités ne disposent pas pour les livres-applications, comme c'est le cas par ailleurs pour les livres papier, de listes de recommandation et de curation institutionnelles. Par ailleurs, les bibliothèques publiques et scolaires, incluses dans les collectivités, ne peuvent pas les prêter, et ce pour des raisons techniques inhérentes au format des applications mobiles. Il s'agit là d'un manque à gagner important. En effet, alors que les maisons d'édition réalisent une part très importante de leur chiffre d'affaires papier dans la vente aux collectivités (écoles et bibliothèques en particulier), elles ne peuvent quasiment pas compter sur ces ventes dans le cadre de leurs productions de livres-applications, faute d'un système de distribution organisé. En conséquence, les maisons d'édition souhaitant développer des projets numériques sont obligées de repenser leurs modèles d'affaires en développant des contenus numériques en lien avec des albums papier, par exemple, ou en imaginant des collaborations avec des institutions telles que des musées ou des entreprises médiatiques.

Le second enjeu majeur dans cette catégorie est lié à la découvrabilité des livres-applications pour la jeunesse au Québec. En effet, les maisons d'édition qui ont osé franchir le pas de telles productions ont rencontré beaucoup de difficultés à les faire découvrir par les publics, et ce, pour plusieurs raisons. Tout d'abord, contrairement aux albums papier pour la jeunesse, il existe peu d'antennes de promotion, de recommandation et de curation pour les livres-applications pour la jeunesse, que cela soit dans les médias généralistes ou spécialisés, mais aussi au sein des institutions en éducation. Par ailleurs, le format même des livres-applications empêche ou freine de manière importante leur accès aux espaces traditionnels de découvrabilité du livre, soit les librairies, les bibliothèques, les salons du livre ou les écoles. Cet état de fait contraint les maisons d'édition à penser à de nouvelles manières de faire la promotion de leurs productions numériques, souvent avec très peu de moyens. Cet enjeu me semble particulièrement important, car avec la difficulté qui entoure la promotion des livres-applications pour la jeunesse vient la difficulté de rendre une telle production attractive et viable. Sans accès aux marchés, ces productions coûteuses représentent de très grands risques financiers pour des maisons d'édition souvent fragiles et fonctionnant avec peu de moyens.

L'identification, la compréhension et l'analyse de ces nombreux enjeux m'ont amenée à imaginer des pistes de solution pour mieux outiller les maisons d'édition québécoises qui souhaiteraient se lancer dans la production de livres-applications pour la jeunesse, et ce, de l'idéation à la mise en marché.

En premier lieu, en ce qui a trait aux enjeux liés à la production des livres-applications pour la jeunesse, j'ai proposé deux pistes de solutions principales : le développement de dispositifs de formation initiale et continue permettant de développer la connaissance des métiers et des savoir-faire du numérique jeunesse au sein des maisons d'édition mais aussi des différents pôles de travail impliqués dans la production de livre-application pour la jeunesse; et le développement de cellules d'accompagnement incluant des professionnelles et professionnels issus de l'édition, du numérique et de la recherche permettant la production de livres-applications dans une dynamique de co-création. En ce qui a trait aux enjeux liés à la mise en marché des livres-applications pour la jeunesse québécois, j'ai proposé là aussi deux pistes de solutions principales: le développement d'outils d'accès, de recommandation et de curation institutionnels pour les publics (création de listes de recommandation et de curation, développement d'une offre d'équipements technologiques harmonisé au sein des écoles et bibliothèques publiques et scolaires, développement d'espaces de découverte numérique, etc); et le développement de productions numériques dans une convergence papier-numérique, permettant aux maisons d'édition québécoises d'investir dans le même temps les espaces de découvrabilité des livres papier et les espaces de découvrabilité des productions numériques.

La mise en place de l'ensemble de ces pistes de solution semble pouvoir être opérationnalisée par l'opérationnalisation d'une piste de solution globale et majeure, soit le développement au Québec d'un incubateur dédié à l'édition numérique. Cet incubateur pourrait, notamment proposer des formations, organiser et soutenir des cellules d'accompagnement, servir de bassin de recherche pour les professionnelles et professionnels de recherche qui désirent poursuivre la documentation des enjeux rencontrés par les maisons d'édition qui souhaitent franchir le pas de la production numérique (de livre-application ou d'autres formes numériques), assurer une veille sur les productions littéraires numériques québécoises, et autres. La vision stratégique de l'incubateur, sa structure et ses principes de fonctionnement pourraient s'ancrer dans les expériences des autres incubateurs culturels présents au Québec mais aussi de l'expérience de Lab-yrinthe, laboratoire

virtuel québécois de l'édition et de l'éducation aux oeuvres numériques, un laboratoire virtuel issu de la recherche *FRQSC - Soutien à l'édition numérique jeunesse* (FRQSC, 2021).

Afin de poursuivre la réflexion sur la mise en place d'un incubateur dédié à l'édition numérique au Québec, il me semble nécessaire désormais de travailler sur l'observation, la documentation et l'analyse d'incubateurs similaires en francophonie, leurs structures, modes de fonctionnement programmes et impacts sur le développement des productions littéraires numériques. Une recension des écrits sur les impacts de ce type de structures sur les milieux qu'elles desservent pourrait s'avérer également fort pertinent.

Ces longues années de recherche m'ont permis de développer une connaissance fine des enjeux rencontrés par les maisons d'édition québécoises souhaitant franchir le pas de la production de livres-applications pour la jeunesse, de l'idéation à la mise en marché. Mais, et c'est pour moi peut-être plus important encore, sur le plan personnel, elles m'ont ouvert de nouvelles voies, m'ont amenée à des rencontres précieuses et des amitiés durables et ont, finalement, confirmé mon intuition : en papier ou en numérique, l'important est de toujours et encore raconter des histoires aux enfants.

ANNEXE

Document « Arborescence et maquettes » : première itération en phase de préconception des livres-applications *Fonfon interactif* (2016)

Fonfon numérique

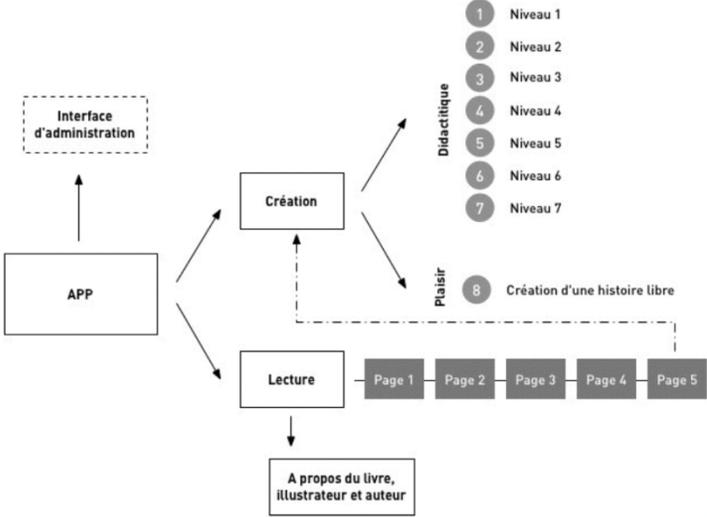
Expériences de lecture créative

Maquettes

NOTE PRÉLIMINAIRE

Les éléments présentés ici ne comportent aucun élément de design, et sont pour le moment très préliminaires. Ils seront bien entendu travaillés dès le début de la période de production.

Architecture



Maquettes écrans types

INTERFACE PRÉ-ACCUEIL



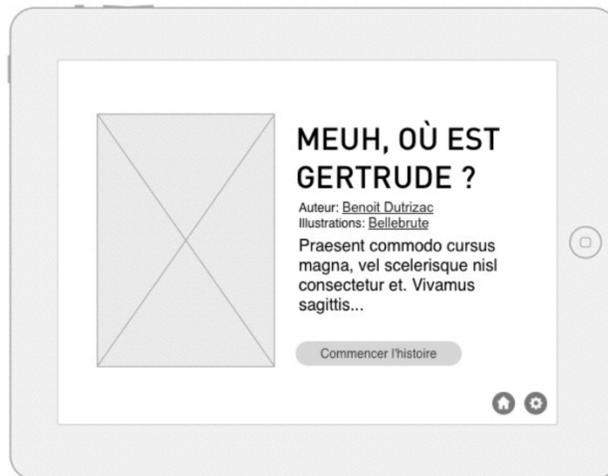
L'interface de pré-accueil permettra le choix de langue pour l'application. Ce choix de langue pourra également être modifié dans l'interface de gestion.

INTERFACE ACCUEIL



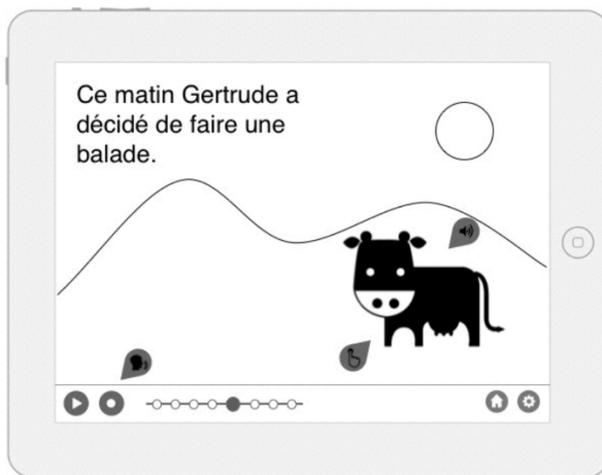
L'interface d'accueil permettra le choix entre lecture et création, mais donnera également accès à l'interface de gestion et à l'information sur les auteurs et illustrateurs.

INTERFACE INFORMATION SUR LES AUTEURS ET ILLUSTRATEURS



Une page d'information sur les auteurs et les illustrateurs sera présente dans chacune des applications. Cette page sera accessible à partir de l'interface d'accueil, mais aussi directement dans les livres.

INTERFACE LECTURE (PAGE TYPE)



L'interface « Lecture » donnera accès au livre augmenté de l'application. Chaque page offrira des éléments interactifs, un suivi du défilement de pages, un accès à l'accueil et à l'interface de gestion, des médias ajoutés (musique, effets sonores, animations), et donnera une possibilité de surlignage des mots au fil de la narration. Le choix sera donné pour écouter la lecture à travers l'option « Narration »).

INTERFACE DE GESTION



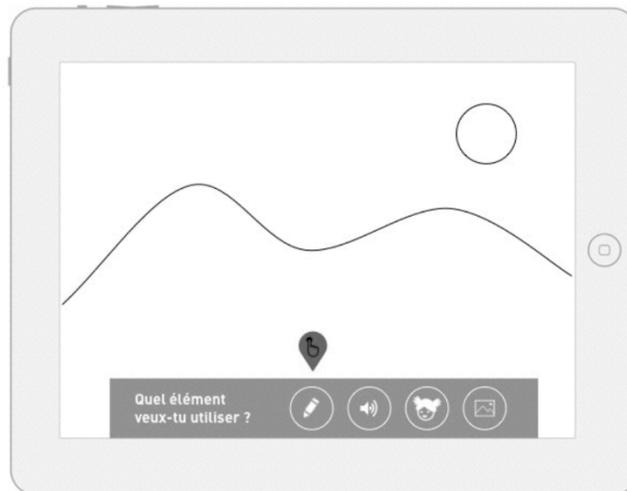
L'interface de gestion permettra de bloquer et débloquer des niveaux, changer la langue choisie, créer des niveaux, accéder à des documents d'aide.

INTERFACE NIVEAUX (CRÉATION)



L'interface de création pourra être « libre » ou « accompagnée ». Dans le cadre de la création « accompagnée », des niveaux permettant d'aller chercher des étoiles débloquant des éléments seront proposés pour guider et gamifier l'expérience.

INTERFACE CRÉATION (PAGE TYPE)



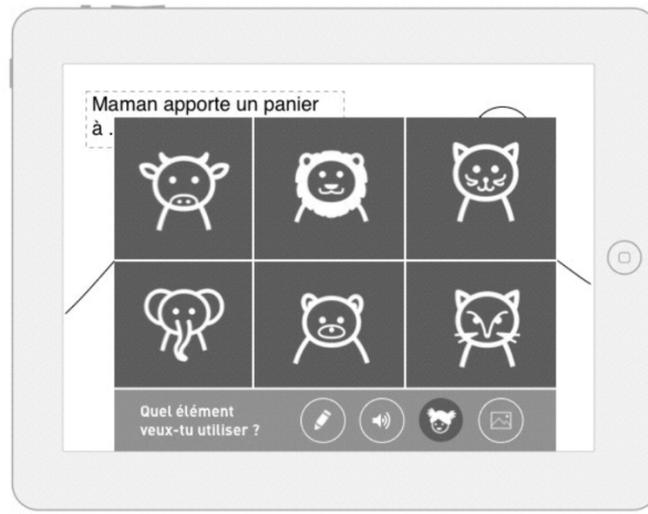
L'interface de création permettra de composer des livres augmentés en associant des décors, du texte, des sons, des personnages.

INTERFACE CRÉATION (PAGE TYPE)



L'interface de création permettra de composer des livres augmentés en associant des décors, du texte, des sons, des personnages.

INTERFACE CRÉATION (BANQUE DE CONTENUS)



L'utilisateur aura accès à des banques de contenu textes, sonores, de personnages et de décors.

ANNEXE

Document « Éléments de design » élaboré en phase de préconception des livres-applications *Fonfon interactif (2016)*

Fonfon numérique

Expériences de lecture créative

Éléments de design

Principes de design

Tel qu'exposé dans le document de stratégie de mise en marché, nous serons attentifs, lors du travail de design de notre outil, de mettre de l'avant le personnage Fonfon, élément central de notre identité. Par ailleurs, au regard de nos publics, nous avons déterminé un certain nombre de règles graphiques qui guideront notre travail :

- des interfaces graphiques simples, colorées, très visuelles, permettant une prise en main facile, même en situation d'autonomie, par des enfants jeunes;
- une mise en avant d'icônes plutôt que de textes, afin, une fois de plus, de pouvoir être utilisable de manière indépendante par l'enfant;
- un design dont certains codes pourront être déclinés pour s'adapter à chaque livre (couleurs, personnages mis de l'avant, etc);
- un soin particulier porté à la qualité et l'originalité visuelle du dispositif applicatif, dans la droite ligne du positionnement des livres Fonfon;
- une mise en valeur des contenus artistiques et de leurs créateurs.

Extraits - illustrations

Les livres Fonfon



Inspirations design

Applications



ANNEXE

Document « Commande de visuels Charlot » élaboré en phase de production des livres-applications *Fonfon interactif* (2016)



Fonfon – Projet numérique

Case postale 76575 – Mtl CP Bélanger – Montréal (QC) H1T 4C7

T. 514.704.8690 – info@editionsaf.com

Un à zéro pour Charlot
COMMANDE
D'ILLUSTRATIONS
À l'attention de M.Pierre Girard

Dans le cadre de l'adaptation numérique de l'œuvre « UN À ZÉRO POUR CHARLOT », écrite par Jannick Lachapelle et illustrée par Pierre Girard (PisHier), les Éditions André Fontaine, par l'entremise de l'entreprise déléguée 9316-9464 Québec inc., souhaitent passer la commande d'une série d'éléments visuels, combinant isolement d'illustrations déjà réalisées et nouvelles créations.

Cette commande pourra être augmentée dans une limite de 15%, selon les besoins de la production. Ces besoins complémentaires sont intégrés dans le montant versé pour la commande initiale.

SPÉCIFICATIONS

- L'ensemble des illustrations de « scènes » devra respecter le format 4096 x 3072 pixels.
- L'isolement d'éléments visuels dans les scènes implique naturellement la fourniture de l'arrière-scène complète « vide » également.
- La date limite de livraison de l'ensemble des éléments décrits dans ce document est le lundi 20 avril.
- Le cas échéant, les éléments supplémentaires seront soumis à une échéance propre, définie lors de leur identification par les producteurs.

ISOLEMENT D'ÉLÉMENTS VISUELS DÉJÀ RÉALISÉS

Page de référence / livre imprimé	Commande
4	Lampe version éteinte isolée.
4	Petites voitures isolées individuellement avec ombres séparées.
4	Cadres isolés individuellement.
4	Fauteuil isolé avec ombre.
4	Lapin isolé et détaché (isolement des oreilles, de la tête, des bras et des pattes).
4	Château isolé.
4	Charlot isolé, avec tête isolée incluant ombre.
6 et 7	Parents isolés avec têtes isolées.
6 et 7	Médecin moustache à droite isolé, avec moustache et lunettes isolées.
6 et 7	Machine soluté isolée avec liquide isolé.
6 et 7	Lapin isolé.

6 et 7	Charlot isolé, avec tête isolée.
6 et 7	Autres médecins isolés individuellement, avec têtes isolées.
8	Parents isolés avec têtes isolées, incluant l'ombre.
9	Charlot isolé avec tête isolée, incluant l'ombre.
9	Console de jeu (manette et boîtier) isolée.
9	Télévision isolée, incluant l'ombre.
9	Monstres dans la télévision isolés en groupe.
9	Charlot dans la télévision isolé avec tête isolée.
10	Ronds « interdit » isolés individuellement.
10	Personnages isolés individuellement avec têtes isolées et chapeaux isolés.
10	Lapin isolé.

11	Cadre isolé, incluant les reflets.
11	Jambe isolée.
11	Monstres isolés.
11	Fonds noir « plein » isolé.
12 et 13	Coiffeur isolé avec tête isolée, incluant ombres.
12 et 13	Moustache du coiffeur isolée en deux parties.
12 et 13	Cadre isolé.
12 et 13	Trophée isolé.
12 et 13	Lapin isolé avec tête isolée (sans les oreilles).
12 et 13	Charlot isolé avec tête isolée.
12 et 13	Rasoir isolé.

12 et 13	Charlot dans le miroir isolé avec tête isolée.
12 et 13	Enseigne du salon (portion bicolore seulement) isolée avec ombrages isolés.
14	Caniche isolé avec tête isolée.
14	Signes de tremblement isolés.
15	Charlot isolé avec tête sans mousse isolée.
15	Canard isolé.
15	Mousse à gauche de la tête isolée.
15	Mousse à droite de la tête isolée.
15	Bain isolé.
16 et 17	Satellite isolé.
16 et 17	Scène sans layer d'étoiles.

16 et 17	Lune isolée.
16 et 17	1 étoile isolée.
16 et 17	Ampoules isolées individuellement.
16 et 17	Pincés isolés et découpés en parties (2 parties de la tige, 2 parties de la pince).
16 et 17	Charlot isolé avec tête isolée.
16 et 17	Vaisseau isolé.
18 et 19	Charlot isolé avec tête isolée.
18 et 19	Rayon laser isolé.
18 et 19	Vaisseau isolé avec lapin isolé (dont tête, bras, et oreilles isolés).
18 et 19	Suppression des pointillés.
18 et 19	Nuages isolés.
18 et 19	Ampoules isolées individuellement.

20	Machine soluté isolée avec liquide isolé.
20	Charlot isolé avec tête isolée.
20	Papa isolé avec tête isolée, et bouche isolée.
20	Lapin isolé.
21	Nuages isolés individuellement.
21	Éclairs isolés individuellement.
21	Pluie isolée en texture.
21	Monstres isolés individuellement avec jambes et bras isolés.
22	Nuages isolés individuellement.
22	Lapin isolé.
22	Charlot isolé.

22	Bulle isolée.
22	Parents isolés individuellement avec têtes isolées.
23	Globules isolés individuellement.
23	1 couverte isolée.
23	Bulle isolée.
24 et 25	Nuages isolés individuellement.
24 et 25	Monstres isolés individuellement.
24 et 25	Globules blancs isolés individuellement.
24 et 25	Bulles « haaa » et « grrr » isolées.
26	Charlot isolé avec tête isolée.
26	Lapin isolé.

26	Lit d'hôpital isolé avec barrière du devant isolée.
26	Médecin isolé avec tête isolée, lunettes et moustache isolées.
27	Cadre et reflets isolés ensemble.
27	Fond noir isolé.
27	Jambe isolée.
28	Parents isolées individuellement avec têtes isolées.
28	Charlot isolé avec tête isolée.
28	Lapin isolé.
28	Médecin isolé avec tête isolée, lunettes et moustache isolées.
29	Personnages enfants isolés individuellement avec têtes isolées.
29	Charlot isolé avec tête isolée.

29	Ballon isolé.
29	Suppression des pointillés en arrière des ballons.
29	But isolé
29	Nuages isolés individuellement.
30 et 31	Petites et grosses étoiles isolées individuellement.
30 et 31	Drapeau isolé avec tête Charlot isolée.
30 et 31	Parents, médecin et Charlot isolés individuellement avec têtes isolées.
30 et 31	Nuages isolés individuellement.
30 et 31	Monstres isolés individuellement avec jambes, bras, yeux et bouches isolés, ombrage isolé.
30 et 31	Drapeau blanc isolé.
30 et 31	Globules blancs isolés.
30 et 31	Château isolé

30 et 31	Lapin isolé.
----------	--------------

CRÉATION DE NOUVELLES ILLUSTRATIONS

Page de référence / livre imprimé	Commande
4	Prolongement de la scène sur la droite, avec ajouts de la texture du sol et du mur et ajouts d'éléments isolés (télévision, console de jeu, autres). <u>Contrainte</u> : laisser l'espace approprié pour l'intégration du texte de la page de référence 5.
4	Lampe version allumée (isolé).
4	Château version allumé (isolé).
11	Jambe version pleine (non-scannée), isolée.
11	Rajout fond bleu texturé sur la gauche.
11	Texture fond bleu seule.
14	Caniche version non-rasée (isolé et sans signes de tremblements).

15	Extension du fonds à carreaux sur la gauche. <u>Contrainte</u> : laisser l'espace approprié pour l'intégration d'un paragraphe de texte de la page de référence 14.
16 et 17	Version allumée des ampoules, isolées individuellement.
18 et 19	Version allumée des ampoules, isolées individuellement.
20	Changement de la couverture du livre lu par le papa pour celle de « Meuh où est Gertrude ? »
20	4 à 5 frames de bouche pour le papa pour créer une animation le représentant en train de parler.
21	Agrandissement de la scène à gauche (fond bleu et sol rose)
23	Agrandissement de la scène avec ajout de globules blancs en bas à gauche, ajout de fonds violet et sol rouge, complétion globules côté droit.

24 et 25	Agrandissement de la scène (panoramique plus large) avec ajout décor texturé sol et ciel + ajout du château sur la droite en arrière.
27	Jambe version pleine, isolée.
29	Agrandissement de la scène du côté gauche (ajout de pelouse et d'une ligne jaune, de ciel et de nuages). <u>Contrainte</u> : laisser l'espace approprié pour l'intégration d'un paragraphe de texte de la page de référence 28.
30 et 31	Création 4 à 5 frames de bouche pour chaque monstre pour donner l'illusion d'un grommèlement en animation.
30 et 31	Création versions fermées et semi-fermées des yeux des monstres, pour permettre l'illusion d'un clignement d'yeux en animation.

ANNEXE

Document « Fiche produit – Charlot » élaboré en phase de distribution et mise en marché des livres-applications *Fonfon interactif* (2016)



UN À ZÉRO POUR CHARLOT

« *Moi, Charlot, je m'en vais à la guerre. Une guerre pas ordinaire. Il a fallu tout un régiment de médecins et d'infirmières pour rassurer mon père et ma mère. Ça les vire tout à l'envers, cette histoire de cancer et de médecine nucléaire.* »

Une histoire allégorique traitant du thème si délicat qu'est la maladie chez les enfants. Son ton enfantin et ses illustrations colorées apporteront un peu de légèreté à ces familles traversant ce dur moment.

L'application « Un à zéro pour Charlot » est une adaptation numérique du livre éponyme Fonfon. Elle propose :

> un livre enrichi, incluant des animations, des effets sonores, une narration et des interactions ;

> une interface de création, permettant aux utilisateurs de produire leur propre livre, en y composant leur visuel à partir de banques d'images, en y enregistrant leur voix et en y intégrant du texte.

Elle est offerte sur les plateformes iOS et Android, est bilingue (français/anglais) et s'adresse aux enfants de 3 à 6 ans.



Fonfon, version interactive, est une production de La Boîte à Pitons, une compagnie québécoise offrant des expériences créatives pour les enfants, leurs parents et leurs enseignants.

Les applications ont été conçues en collaboration avec le studio de création Akufen et avec le soutien pédagogique de spécialistes en didactique de l'Université du Québec à Montréal. Leur réalisation a été rendue possible grâce au soutien financier du Fonds des médias du Canada et du programme Mitacs Accélération.

Crédits artistiques :

Texte : Jannick Lachapelle

Illustrations : PisHier

Narration : Elliot Miville-Deschênes

Composition musicale : Samuel Laflamme

Composition des effets sonores : Louis-Philippe Quesnel - Productions Bulle

Photos : Alain Wong



La Boîte à Pitons

/ 2015

Collection Fonfon

Un à Zéro pour Charlot

BIBLIOGRAPHIE

- Académie de la transformation numérique de l'Université Laval (2021). *La famille numérique*. [Rapport]. <https://transformation-numerique.ulaval.ca/enquetes-et-mesures/netendances/2021-02-la-famille-numerique>
- Acerra, E. (2019). *Les applications littéraires pour la jeunesse : œuvres et lecteurs* [Thèse de doctorat, Université Paul Valéry - Montpellier 3]
- Acerra, E. (2021). *Obsolescence*. <https://lab-yrinthe.ca/education/obsolescence>
- Allard, C. et Perreault, G. (2014). *La Reine Et-Que-Ça-Saute*. Éditions Fonfon.
- Analyse et traitement informatique de la langue française (2021). Livre et lecteur. Dans le *Dictionnaire du moyen français*. Récupéré le 1 janvier 2022 de <http://zeus.atilf.fr/dmf/>
- Anis, J. (1983). Le signifiant graphique. *Langue Française*, 59, 3-4.
- Banville, L. (2015). Learning game market continues strong growth; questions remains. *Games and Learning*. <http://www.gamesandlearning.org/2015/07/23/learning-game-market-continues-strong-growth-questions-remain/>
- Bélisle, J. (2014). *Wuxia le renard*. [Jeu éducatif]. Hello Architekt.
- Ben Khelifa, K. (2017). *Ennemi*. [Jeu éducatif]. Office national du film.
- Bibliothèque nationale de France (2014). *Candide*. [Jeu éducatif]. Bibliothèque nationale de France.
- Bird, E. (2011). Planet App : Kids' Book Apps Are Everywhere. But Are They Any Good? *School Library Journal*, 57(1), 26 - 31.
- Bolter, J. D. et Grusin, R. (1999). *Remediation : Understanding new media*. MIT Press.
- Bootz, P. (2006). Vers de nouvelles formes en poésie numérique programmée? *Rilune 5 : littératures numériques en Europe, état de l'art*. http://www.rilune.org/mono5/4_bootz.pdf.
- Bouchardon, S., Crozat, S., Bachimont, B. et Hulin, T. (2011). *Explorer les possibles de l'écriture multimédia. Les enjeux de l'information et de la communication*. GRESEC.
- Bouchardon, S. (2014). *La valeur heuristique de la littérature numérique*. Hermann.
- Boulay, S. et Bray-Bourret, A. (2018). *Anatole qui ne séchait jamais*. Éditions Fonfon.
- Broken Rules (2017). *Old Man's Journey*. [Jeu éducatif]. Broken Rules.
- Buckingham, D. (2000). *After the death of childhood : Growing up in the age of electronic media*. Polity.
- Cali, D. et Merveille, D. (2019). *Poussin*. Éditions Sarbacane.
- Cardon, D. (2019). *Culture numérique*. Presses de Sciences Po.
- Cavalleri, P. (2020). La culture numérique selon Dominique Cardon. *Sens public*. <https://doi.org/10.7202/1067448ar>
- CEFRIO (2017). Portrait numérique des foyers québécois. *NETendance 2017*, 8(1).
- Charmillot, M. (2021). Définir une posture de recherche, entre constructivisme et positivisme. Dans *Guide décolonisé et pluriversel de formation à la recherche en sciences sociales et humaines*. Éditions sciences et bien commun.
- Charmillot, M. et Fernandez-Iglesias, R. (2019). Voyage vers l'insolence : démasquer la neutralité scientifique dans la formation à la recherche. Dans F. Piron et L. Brière (dir.), *La neutralité en sciences est-elle possible?* Éditions sciences et bien commun.
- Chartier, R. (dir.) (1985). *Pratiques de la lecture*. Rivages.
- Chelebourg, C. et Marcoin, F. (2007). *La littérature de jeunesse*. Armand Colin.

Cléret, B. (2013). L'ethnographie comme démarche compréhensive : immersion dans les dynamiques consommatoires du rap en France. *Recherches Qualitatives, ARQ Association pour la Recherche Qualitative*.

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications (2020). Rapport de surveillance des communications 2020. [Rapport d'industrie] <https://crtc.gc.ca/fra/publications/reports/policymonitoring/2020/index.htm>

Côté, S. et Valiquette, É. (2020). *Ingénieurs Junior*. [Série audio]. <https://ici.radio-canada.ca/ohdio/balados/7498/inventions-canada-decouvertes-sports-histoire/a-propos>

Courteau, A. et Richard, P. (2018). *El Kapoutchi*. [Série audio]. https://ici.radio-canada.ca/ohdio/balados/4815/elkapoutchi?utm_source=Google&utm_campaign=AO-SEM&utm_medium=cpc&utm_term=JEUNESSE&utm_content=specifique-ohdioJeunesse

Cozzolino et al. (2013). *Manifeste pour les nouvelles écritures. Énoncé d'intention sur la production culturelle numérique et interactive québécoise*. <http://www.nouvellesecritures.org/>

De Biasi, P-M. (2000). *L'univers de la rature. La Génétique des textes*. Nathan.

De Biasi, P-M., Herschberg Pierrot, A., et Boltz, D. (dir). (2010). *La génétique des textes et des formes : l'œuvre comme processus*. Centre Culturel International de Cerisy.

De Haro, S. (2011). Plaidoyer pour une littérature augmentée. <http://owni.fr/2011/02/16/plaidoyer-pour-une-litterature-augmentee/>

Dredge, S. (2015). Toca Boca revenues show baby steps for children's apps market. *The Guardian*. <http://www.theguardian.com/technology/2015/aug/10/toca-boca-revenue-childrens-apps-market>

Doueïhi, Milad. 2008. *La grande conversion numérique*. La librairie du XXI^e siècle. Seuil.

Duranceau, E. (2019). *Entre filles avec Sarah-Maude Beauchesne*. [Série audio]. <https://ici.radio-canada.ca/ohdio/balados/7105/sarah-maude-beauchesne-adolescence-journal-intime/a-propos>

Dutrizac, B., Gagnon, V. et Chevallier, M. (2014). *Meuh où est Gertrude?* Fonfon.

Éditions Albin Michel (2016). *Histoires animées*. [Jeu éducatif]. Albin Michel.

Éditions Bayard (2017). *Bayam*. [Jeu éducatif]. Éditions Bayard.

Éditions Fonfon (2016). *Fonfon interactif*. [Jeu éducatif]. Éditions Fonfon.

Éditions Fonfon et Yoozoo (2017). *Le club des créatures mystérieuses*. [Jeu éducatif]. Éditions Fonfon et Yoozoo.

Epron, B., Pinède, N. et Tona, A. (2020). Les objets nativement numériques : transformations et enjeux documentaires? *Balisages* (1), 1 - 5.

Ernst Müller, J. (1994). Top Hat et l'intermédialité de la comédie musicale. *Cinémas*, 5(1-2), 211-220.

Fonds des médias du Canada (2020). *Rapport de tendances 2019*. [Rapport d'industrie]. Fonds des médias du Canada. <https://cmf-fmc.ca/fr/futur-et-medias/rapports-de-recherche/rapport-sur-les-tendances-2019-on-se-prend-la-main/>

Fonds des médias du Canada (2021). *Rapport de tendances 2020*. [Rapport d'industrie]. Fonds des médias du Canada. <https://cmf-fmc.ca/fr/futur-et-medias/tags/rapport-de-tendances-2020/>

Frias Conde, X. (2009). *La littérature virtuelle : le cas Galicien*. Présentation UNED.

Fugulin, V. (2017). *Tout garni*. [Jeu éducatif]. Office national du film.

Games and Learning (2014, 4 juin). Report : Schools' Desire for Mobile Technology Outpaces Funds. *Games and Learning*. <http://www.gamesandlearning.org/2014/06/04/schools-desire-for-mobile-technology-outpaces-funds/>

Gary, N. (2020, 16 juin Québec : ebook et audio livre, spectaculaire envolée du prêt numérique. *Actualité*, <https://actualite.com/article/7070/bibliotheque/quebec-ebook-et-audiolivrespectaculaire-envolee-du-pret-numerique>

Gary, N. (2021, 1 avril). Fascinant : des livres numériques moins chers se vendent mieux. *Actualitté*, Récupéré de <https://actualitte.com/article/99642/usages-numeriques/fascinant-des-livres-numeriques-moins-chers-se-vendent-mieux>

Gervais, B. (2010). *Les possibilités créatives du numérique*. UNEG.

Gouvernement du Québec, ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport. (2001). *La formation à l'enseignement. Les orientations. Les compétences professionnelles*. http://www.education.gouv.qc.ca/fileadmin/site_web/documents/reseau/formation_titularisation/formation_enseignement_orientations_EN.pdf

Grésillon, A. et Lebrave, J-L. (1983). Manuscrits-Écriture. *Langages* 69.

Grignon-Francke, I. (2018). Apple et Google refusent une application de l'ONF sur le plaisir sexuel féminin. *La Presse*. <https://www.lapresse.ca/techno/201811/23/01-5205446-apple-et-google-refusent-une-application-de-lonf-sur-le-plaisir-sexuel-feminin.php>

Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur internet (2021). *Rapport 2020*. [Rapport d'industrie]. Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur internet. <https://www.hadopi.fr/organisation/rapports-dactivite>

Hay, L. (2007). Génétique et théorie littéraire. Dans Clifford, P. et Schmid, M. (dir) *La création en acte : devenir de la critique génétique*. Rodopi.

Hoguet, B. (2016). *Créer et produire pour les nouveaux médias*. Dixit.

Huawei (2019). *Storysign*. [Jeu éducatif.] Huawei.

Iris et Cathon (2013). *La liste des choses qui existent*. Éditions de la Pastèque

Jewitt, C. et Kress, G. (2003). *Multimodal literacy*. Peter Lang.

Jouve, V. (1992). *L'Effet-personnage dans le roman*. PUF.

Klucinkas, J. (2003). *Compte rendu de la séance « Remédiation / mise en abîme*. [Communication orale]. Cinquième colloque du CRI - La nouvelle sphère intermédiate. Histoire et géographie d'un concept. L'intermédialité entre les savoirs. Montréal, Québec.

Kress, G. (2010). *Multimodality : A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. Routledge.

Kress, G. et Van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal Discourse : The Modes and Media of Contemporary Communication*. Oxford University Press.

La Souris Grise (2014). Le temps des années numériques folles. *La Souris grise*. <http://www.souris-grise.fr/2014-le-temps-des-annees-numeriques-folles/>

Lacelle et al. (2021). *Soutien au développement de démarches d'édition numérique jeunesse au Québec à partir de pratiques favorables de production, diffusion et réception*. [Rapport de recherche]. Université du Québec à Montréal. https://frq.gouv.qc.ca/app/uploads/2021/11/03_rapport-de-recherche-integral_2018_cn_211587_lacelle.pdf

Lacelle, N. et Lieutier, P. (2014). Littérature numérique : typologie, caractéristiques et écriture collaborative. *Québec Français*, 173, 56-57.

Lachance, M-C. et Pelland, M. (2016). *Le coq qui avait perdu son cri*. Éditions Alaska.

Lachappelle, J. et Pishier (2015). *Un à zéro pour Charlot*. Fonfon

Lasseter, J. (réalis.), Catmull, E. (prod.) et Jobs, S. (prod.) (1995). *Toy story* [Film]. Pixar Animation Studios.

La puce à l'oreille (2020). *La Pastèque audio*. [Série balado]. La puce à l'oreille. <https://lpalo.com/balado/la-pasteque-audio/>

Lebrun, M. et Lacelle, N. (2012). Le document multimodal : le comprendre et le produire en classe de français. *Œuvres, textes, documents : lire pour apprendre et comprendre à l'école et au collège* (45), 81-95.

- Lebrun, M., Lacelle, N. et Boutin, J-F. (2012). *La littératie médiatique multimodale, de nouvelles approches en lecture*. PUQ.
- Lehmann, M. (2020). *Le guide « non-numérique » pour comprendre le numérique*. Culture Saguenay-Lac-Saint-Jean.
- Malinowski, B. (1985). *Journal d'ethnologue*. Le Seuil.
- Marois, P. (2020). *Le guide de survie des Débrouillards*. [Série balado]. Radio-Canada. <https://ici.radio-canada.ca/ohdio/balados/7778/debrouillards-science-jeunesse-experience-apprendre-enfants/a-propos>
- Ministère de l'éducation et de l'enseignement supérieur du Québec (2020). *Référentiel de compétences professionnelles : profession enseignante*. Ministère de l'éducation et de l'enseignement supérieur du Québec. <https://constellations.education.gouv.qc.ca/>
- Ministère de la Culture et des Communications du Québec et Ministère de la Culture, France (2020). *Rapport de la mission franco-québécoise sur la découvrabilité en ligne des contenus culturels francophones*. Ministère de l'éducation et de l'enseignement supérieur du Québec.
- Molinet, E. (2006). L'hybridation : un processus décisif dans le champ des arts plastiques. *Le Portique 2*.
- Monjour, S. Vitali-Rosati, M. et Treleani, M. (2017). Rosati, M. & Treleani, M. (2017). L'ontologie du numérique : entre mimésis et réalité. *Sens public*
- Nadeau, A. (2020). *Conceptions d'enseignants du primaire sur leur rôle de passeur culturel : effets de dispositifs d'intégration de la dimension culturelle à l'école québécoise* [Thèse de doctorat, Université du Québec à Montréal]. <https://archipel.uqam.ca/13363/>
- Observatoire de la culture et des communications du Québec (2017). *État des lieux sur les métadonnées relatives aux contenus culturels*. Gouvernement du Québec.
- Pelachaud, G. (dir.) (2011). *Livres animés du papier au numérique*. L'Harmattan.
- Perret, D. (2020). *Vézovèle Tüpoleck*. Les fourmis rouges.
- Pink, S. (2009). *Doing sensory ethnography*. Sage.
- Pink, S. (2011). Multimodality, multisensoriality and ethnographic knowing: social semiotics and the phenomenology of perception. *Qualitative Research 11* (3), 261-276.
- Piron, F. (2017). Méditation haïtienne : répondre à la violence séparatrice de l'épistémologie positiviste par l'épistémologie du lien. *Sociologie et sociétés*, 49(1), 33–60. <http://hdl.handle.net/20.500.11794/16322>
- Ren, M. (2016). *Phallaina*. [Jeu éducatif]. Smallbang.
- Richard et al. (2015). Productions hybrides / multimodales et apprentissage informel : analyse de quelques pratiques d'artistes et de jeunes. *Revue de Recherches en LMM (r2lmm.ca) 2*. http://litmedmod.ca/sites/default/files/pdf/r2-lmm_vol2_richard.pdf
- Rioux, M. (2019). *Découvrabilité des produits culturels en ligne. Un objectif prioritaire pour la coopération bilatérale France-Québec*. [Rapport de recherche]. Laboratoire de recherche sur la découvrabilité et les transformations culturelles à l'ère du commerce électronique (LATICCE). <https://bit.ly/2TCKzDh>
- Saemmer, A. (2007). *Matières textuelles sur support numérique*. Publications de l'Université de Saint-Étienne.
- Saturno, C. et Baas, T. (2014). *Du monde dans ta cuisine*. Gallimard jeunesse.
- Sève, P. (2008). Travailler « sur la lecture des enfants » ou « sur les textes » : les termes d'une alternative didactique. *Repères, recherches en didactique du français langue maternelle*, 37(20).
- Société de gestion de la Banque de titres de la langue française (2020). *Bilan Gaspard 2020*. Société de gestion de la Banque de titres de la langue française.

- Soulé, B. (2007). Observation participante ou participation observante? Usages et justifications de la notion de participation observante en sciences sociales. *Recherches qualitatives*, 27(1), 127 - 140.
- Sousse, M. (2020). *De plomb et de sang*. [Jeu éducatif]. Il était deux fois.
- Sweeney, H. (2019). *Clit-moi*. [Jeu éducatif]. Office national du film.
- Tedlock, B. (1992). *The Beautiful and the Dangerous : Dialogues with the Zuni Indians*. Viking.
- Thibault, F. et al. *Bododo*. [Série balado]. Radio-Canada <https://ici.radio-canada.ca/ohdio/balados/7776/histoire-enfant-sommeil-dormir-bebe/a-propos>
- Thibault, F. et al. (2019). *Le facteur de l'espace en balado*. [Série balado]. La puce à l'oreille. <https://lpalo.com/balado/le-facteur-de-lespace/>
- Tobo (2019). *Smala*. [Jeu éducatif]. Tobo. <https://tobostudio.com/main.php?t=realisation&i=98>
- Tremblay F. et Grégoire, L. (2019). *Arthur l'aventurier : une balade en balado*. [Série balado]. Radio-Canada. <https://ici.radio-canada.ca/ohdio/balados/7101/arthur-laventurier-australie-animaux/a-propos>
- Troger, V. (1999). *Figures de lecteurs*. Éditions sciences humaines.
- Ungerer, T. (2019). *Juste à temps*. L'école des loisirs.
- Zakhartchouk, J.-M. (1999). *L'enseignant, un passeur culturel*. ESF Éditeur.
- Zakhartchouk, J.-M. (2006). *Transmettre vraiment une culture à tous les élèves : réflexion et exemples pratiques*. Centre régional de documentation pédagogique d'Amiens.
- Zarif, M. (2021). *Dounia*. Bayard Canada.