

**PLANIFICATION  
STRATÉGIQUE  
2014.2019**



## MESSAGES



*Fin d'un cycle, début d'un nouveau! Est-ce à dire qu'il faut tout révolutionner?*

*Pendant plus d'un an, le Regroupement des éditeurs canadiens-français a réfléchi au passé et à l'avenir. Les membres comme l'équipe en ont conclu que notre nouvelle planification stratégique devait à la fois offrir une continuité et faire de la place à de nouveaux enjeux.*

*Pas de révolution, non! Le Regroupement va bien et on peut dire qu'en vingt-cinq ans il a réussi à symboliser la solidarité et le travail collectif. Nos grands axes d'activités restent donc sensiblement les mêmes: le positionnement, le développement de marchés, la commercialisation, l'appui aux membres et la consolidation organisationnelle. Mais il ne s'agit pas non plus d'un statu quo puisque l'écosystème du livre vit de tels changements qu'il est parfois difficile d'imaginer où nous en serons dans cinq ans.*

*Sans surprise, on constate que les préoccupations numériques, à peine évoquées dans le plan 2009-2014, deviennent centrales dans cette nouvelle mouture. Transversal, cet enjeu est au coeur de nos réflexions promotionnelles et commerciales, sur le marché intérieur comme sur le marché étranger. Ce sera un des grands chantiers du RECF pour les prochaines années.*

*De plus, le Regroupement souhaite explorer davantage les marchés institutionnels, surtout ceux de la francophonie canadienne. Nous souhaitons mettre davantage d'énergie à développer des liens privilégiés avec les écoles et les bibliothèques de partout au pays puisque nous estimons partager les mêmes objectifs que ces organismes: la vitalité littéraire et culturelle de la francophonie canadienne.*

*Un nouveau cycle, de nouvelles priorités, mais toujours la même mission. Le RECF entame son deuxième quart de siècle, qu'il soit faste!*

*e premier plan dans l'expression de sa vitalité.*

**Catherine Voyer-Léger**  
directrice générale



*Depuis 1989, le Regroupement des éditeurs canadiens-français (RECF) se consacre à l'édification de la littérature franco-canadienne. Grâce à une programmation riche et diversifiée, la petite équipe du RECF cherche à faire rayonner cette littérature tant au Canada qu'à l'international. Les salons du livre, les festivals littéraires, les tournées en librairies, les campagnes de promotion et les guides lectures sont quelques-uns des moyens qu'utilise le RECF afin d'accroître la visibilité des éditeurs franco-canadiens. De plus, le RECF veille à la professionnalisation de ses membres par l'entremise de formations et d'occasions de réseautage.*

*La planification stratégique 2014-2019 jette un regard vers les enjeux auxquels feront face les éditeurs au cours des prochains cinq ans. Le RECF se dote d'une planification stratégique ambitieuse, mais réaliste, qui lui permettra d'appuyer ses membres dans un avenir où les bouleversements dans les milieux littéraire et culturel sont considérables.*

*Le RECF célèbre en 2014 le 25<sup>e</sup> anniversaire de sa création, soit 25 années au service de l'édition franco-canadienne. Cependant, certaines maisons d'édition franco-canadiennes fleurissent depuis plus de quarante ans. En effet, au courant des dernières années, le réseau littéraire a souligné le 40<sup>e</sup> anniversaire de création de plusieurs de ces maisons d'édition (Éditions du Blé, Éditions Prise de parole, Centre franco-ontarien de ressources pédagogiques). Avec plus de 2 000 livres publiés, dont près de 1 000 qui sont disponibles en formats numériques, les éditeurs franco-canadiens ont acquis une force littéraire considérable.*

*Que nous réservent les 5 prochaines années ? Bien des défis qui dépassent nos préoccupations régionales. L'écosystème du livre est remis en question et c'est tant mieux, car cela nous oblige à développer notre créativité. Forts d'une longue et riche expérience, les membres du RECF sont prêts à faire face au changement dans une perspective globale qui leur permettra d'occuper une place de plus en plus importante dans leurs communautés respectives autant qu'au coeur de la francophonie mondiale.*

**Serge Patrice Thibodeau**  
président

- 4 Mise en contexte
- 6 Bilan du dernier plan stratégique
- 8 Enjeux actuels
- 12 Vision
- 13 Priorités stratégiques
- 14 Plan d'action
- 22 Membres

## Mission

Le Regroupement des éditeurs canadiens-français (RECF) a été créé en 1989 dans le but de « créer une plateforme nationale permettant aux éditeurs francophones actifs à l'extérieur du Québec de faire front commun et de mener des actions concertées, tant sur le plan des politiques que sur celui de la promotion, de la distribution et du développement de marchés. »

Bien que la structure et les activités de l'organisme aient connu un important développement au cours des vingt-cinq dernières années, cet énoncé reste encore à la base de son mandat.

## Membres

Le RECF compte actuellement **15 membres**, répartis entre le Nouveau-Brunswick (3), l'Ontario (8), le Manitoba (3) et la Saskatchewan (1).

La plupart de ces membres sont des éditeurs de littérature générale, publiant dans une diversité de genres : romans et nouvelles, poésie, livres pour la jeunesse, contes, théâtre, essais, etc. On compte aussi trois éditeurs scolaires dont les publications sont principalement orientées vers le marché scolaire ou conçues dans une perspective didactique (p. ex., alphabétisation et francisation).

Exception faite de deux éditeurs scolaires qui ont un profil plus institutionnel, les maisons d'édition adoptent, pour la plupart, des structures de petite taille, dont les effectifs excèdent rarement quelques employés. Leur production annuelle peut varier, allant de 5 à 25 titres, et leur chiffre annuel de ventes se situent entre 10 000 \$ et 150 000 \$.

Globalement, la production annuelle de ces éditeurs oscille entre 120 et 150 titres pour les livres de littérature générale et 150 et 200 titres si l'on inclut les livres à caractère pédagogique. Cette activité ne se mesure toutefois pas seulement en nombre, mais aussi en qualité. Malgré son poids relativement minime dans l'industrie canadienne du livre (150 titres sur une production annuelle de plus de 5 000 titres en langue française), l'édition franco-canadienne compte de plus en plus dans le paysage littéraire canadien, comme en témoignent, par exemple, les titres remportant des prix prestigieux et la présence des auteurs à des événements se déroulant partout au pays et à l'étranger.

Plus largement, on peut aussi dire que les 15 éditeurs membres du RECF participent à l'édification d'une littérature diversifiée et de qualité grâce à leur contribution unique dans le paysage littéraire canadien.

## Structures

Les éditeurs membres représentent les fondations de l'organisme. Ces éditeurs se réunissent deux fois par année, à l'assemblée générale annuelle (juin) et à l'assemblée semi-annuelle (novembre) organisée traditionnellement en marge du Salon du livre de Montréal.

C'est au moment de l'assemblée générale annuelle que les membres élisent un **bureau de direction** composé de quatre personnes : une présidence et trois représentants des régions desservies par l'organisme (Atlantique, Ontario, Ouest). Le bureau est appuyé par plusieurs comités *ad hoc* ou permanents, dont un comité développement de marchés, un comité marché scolaire et institutionnel et un comité numérique.

Cette structure bénévole s'appuie, en outre, sur une **équipe permanente** composée de quatre postes : direction générale, direction générale adjointe et responsable des communications, commercialisation et administration. Cette équipe est basée à Ottawa où le RECF a, depuis 2005, son siège social.

## Réalisations

Parmi les nombreuses réalisations du RECF, en voici quelques-unes qui peuvent être soulignées :

- la signature d'une entente collective avec le distributeur Prologue, assurant ainsi la distribution des éditeurs sur le territoire canadien;
- l'embauche d'un agent commercial assurant la représentation des éditeurs franco-canadiens auprès des libraires québécois et franco-canadiens;
- la coordination d'un stand collectif assurant la présence des éditeurs à plusieurs salons du livre au Québec (Montréal, Québec, Outaouais) et dans d'autres régions du Canada (Sudbury, Hearst, Shippagan, Toronto, etc.);
- la mise en place et la gestion d'un programme d'agents de presse au profit des éditeurs;
- le lancement d'une vitrine Web (avoslivres.ca) permettant la promotion et la distribution des ouvrages des membres, maintenant en formats papier et numérique;
- le développement de collaborations avec plusieurs événements littéraires importants tels que le Festival de la poésie de Montréal, le Festival international de poésie de Trois-Rivières et, plus récemment, Québec en toutes lettres;
- la distribution de fonds obtenus en commun pour soutenir la conversion des ouvrages ;
- l'organisation de plusieurs activités visant à promouvoir, auprès des milieux scolaires et documentaires, le catalogue franco-canadien (*Des livres plein l'école*, formation *Passeurs de mots* en collaboration avec Communication-Jeunesse, etc.);
- une présence annuelle au Salon du livre de Paris au stand de Québec Édition;
- la production de plusieurs outils d'information visant à mieux faire connaître les auteurs et les éditeurs franco-canadiens (guide de lecture *À vos livres*, feuillet *Virage numérique*, guide de lecture anglophone, etc.).

# BILAN DU DERNIER PLAN STRATÉGIQUE (09-14)

## Énoncé de vision et priorités stratégiques (rappel)

Le dernier plan stratégique du RECF s'articulait autour de la vision suivante :

« En 2014, le RECF se trouve **au cœur** d'un réseau de maisons d'édition solides et solidaires qui projettent collectivement une **image forte** (gagnante) de la production littéraire canadienne-française.

Le RECF lui-même s'affiche comme un **organisme rassembleur**, disposant d'une infrastructure adéquate — une équipe complète et bien formée, des programmes établis et des appuis financiers conséquents — pour répondre aux besoins des éditeurs.

Fort de ces moyens et des partenariats qu'il a établis dans l'industrie du livre, le RECF engage des **stratégies porteuses** pour les éditeurs, leur permettant notamment d'élargir leur **public** et de conforter leur position sur les **marchés** qu'ils veulent rejoindre, au Canada français, au Québec ou à l'étranger. Il en résulte non seulement un **chiffre de ventes** accru pour les éditeurs, mais aussi une **activité littéraire** plus soutenue au sein de la francophonie canadienne et un **intérêt** de plus en plus grand, au Canada et ailleurs, pour la production littéraire canadienne-française. »

Cet énoncé conduisait à identifier **cinq priorités stratégiques**, coïncidant avec cinq grands axes de développement :

1. se positionner plus fortement sur la scène littéraire et dans l'industrie francophone du livre au Canada;
2. aider les éditeurs à investir davantage le marché canadien-français;
3. raffiner les stratégies commerciales du RECF sur les autres marchés, au Québec et à l'étranger;
4. consolider les structures d'édition;
5. renforcer la capacité et la viabilité du RECF.

## Réalisations

À la lumière de ces priorités, voici le bilan qu'on peut dresser des cinq dernières années :

### RÉUSSITES

À plusieurs égards, les cinq dernières années ont été à la fois des années de développement et de consolidation pour le RECF. Sur le plan des ressources, tout d'abord, il faut noter que le RECF a obtenu une source de financement supplémentaire pour son fonctionnement en gagnant un accès au programme du Conseil des arts de l'Ontario destiné aux organismes franco-ontariens de service aux arts. De plus, les trois subventions dont le RECF dispose pour son fonctionnement (Conseil des arts de l'Ontario, Conseil des arts du Canada, Programme d'appui aux langues officielles de Patrimoine canadien) lui sont maintenant remises sur une base pluriannuelle. Ces gains témoignent de la relation de confiance que l'organisme a su établir avec les partenaires financiers, malgré les chamboulements qu'il a connus en matière de ressources humaines.

Cela dit, le RECF a tout de même profité de ces chamboulements pour améliorer les conditions de travail des employés (conditions salariales, accès à une assurance, etc.) et regrouper l'équipe à Ottawa, favorisant ainsi la synergie.

Certains projets des dernières années ont aussi été des succès ponctuels, comme l'obtention de fonds pour soutenir le travail de numérisation des éditeurs et la formation *Passeurs de mots* en collaboration avec Communication-Jeunesse. De plus, le RECF a consacré beaucoup d'énergie à améliorer sa présence dans les médias, ce qui donne des résultats très concrets.

Finalement, le RECF constate une légère hausse des ventes de ses membres sur la période 2009-2014. Dans le contexte actuel d'un marché qui connaît de grandes difficultés, c'est une très bonne nouvelle.

### DÉFIS RENCONTRÉS

Comme nous l'avons souligné, le RECF a connu, pendant ce cycle, d'importants chamboulements sur le plan des ressources humaines. L'ensemble de l'équipe a changé en cinq ans, et ce n'est pas moins de quatre directions générales qui se sont succédé. Ce fut une période d'incertitudes qui a pris fin dans la deuxième moitié du cycle.

Parmi les dossiers ayant souffert de cette situation, notons le site Internet qui a été modifié pendant cette période, entraînant des incertitudes quant aux objectifs et une assez longue période d'ajustements et de problèmes. Le centre de commandes en ligne, que le RECF coordonnait depuis 1999, a souffert pendant cette période de transition et les chiffres de ventes sont restés très bas à la suite du changement.

Certains dossiers n'ont pas avancé comme nous le souhaitions. La question de la formation, par exemple, n'a pu être au cœur des préoccupations du RECF jusqu'à la toute dernière année du cycle. De la même façon, le dossier international demeure difficile à faire avancer, le RECF testant différentes activités sans trouver une forme d'intervention qui serait vraiment structurante pour ses membres. De nombreuses réflexions ont eu lieu à ce propos.

Ce que le RECF constate surtout est que la disparité entre ses membres semble se creuser davantage. Le défi est important en termes d'offre de services, puisque nous cherchons à demeurer équitables. Dans les dernières années du cycle, le RECF a participé à une multitude d'activités et cherche, dans ce nouvel exercice de planification stratégique, à préciser ses priorités d'action.

## Forces et faiblesses

Ce survol permet d'identifier un certain nombre de forces et de faiblesses qui caractérisent la situation actuelle du RECF. Voici brièvement ce qu'on peut souligner :

### FORCES

- Réputation et crédibilité de l'organisme
- Ampleur de la programmation
- Confiance des organismes gouvernementaux
- Bon fonctionnement des instances démocratiques
- Équipe dévouée et professionnelle
- Qualité du climat et solidité du réseau
- Ampleur et diversité des livres publiés
- Force des partenariats
- Bonne gestion financière et équilibre des comptes

### FAIBLESSES

- Retombées directes des activités pas toujours palpables
- Une grande diversité implique un feu roulant d'activités et la difficulté à repenser la pertinence stratégique de chacune
- Difficulté à s'imposer (malgré les efforts constants en ce sens) dans l'industrie québécoise du livre
- Difficulté à réunir les intérêts particuliers des éditeurs relativement à certains enjeux
- Disparité quant aux capacités des éditeurs qui compliquent l'offre de certains services (p. ex., la mise à l'office)
- Difficulté d'accès aux médias : peu d'intérêt de la part des joueurs québécois ou nationaux et fragilité des médias locaux et régionaux



## Le contexte franco-canadien de l'édition

### FRAGILITÉ DES STRUCTURES D'ÉDITION

Après plusieurs années d'essor dans le secteur de l'édition, en nombre de publications et en professionnalisme, nous sentons que les années difficiles que traverse le milieu du livre affectent aussi notre réseau. La plupart des maisons reposent encore sur de petites structures qui font face, dans plusieurs cas, à des problèmes de succession. Certaines maisons doivent affronter une période de décroissance. Le financement accessible aux maisons est évidemment l'une des clés de cette situation.

### ACCÈS AU MARCHÉ QUÉBÉCOIS

L'un des marchés qui serait normalement un « poumon » pour les éditeurs franco-canadiens est aussi un marché difficile d'accès. Le fait que ce marché est présentement traversé par de multiples chamboulements complique encore davantage notre position. La fragilité actuelle des librairies indépendantes freine leur ardeur à prendre des risques, et notre expérience commerciale nous permet de mesurer à quel point elles sont nos premiers alliés. L'accès aux grandes chaînes, qui sont avant tout intéressées par le potentiel des grands vendeurs, est très mince et ne se développe pas avec les années.

### FRAGMENTATION DU MARCHÉ FRANCO-CANADIEN

Faute de médias importants ou d'autres relais appropriés (comme les bibliothèques et les universités), les éditeurs franco-canadiens ont de la difficulté à faire valoir leurs auteurs et leurs livres, et ce, même à l'intérieur de leur propre marché. Cette situation, qui s'explique, elle aussi, par un certain nombre de facteurs intrinsèques, a pour effet de les pénaliser encore davantage devant des concurrents qui bénéficient d'une plus grande autorité sur le marché et qui peuvent s'appuyer sur des auteurs autrement reconnus. Les membres du Regroupement souffrent particulièrement d'un manque d'intérêt et de reconnaissance de la part des milieux institutionnels, tel le milieu scolaire, et ils constatent aussi le peu de renouvellement du lectorat grand public qui se fait vieillissant.

### INVESTISSEMENTS CROISSANTS ET VENTES LIMITÉES

Les dernières années ont été difficiles pour le milieu du livre. Le fait que les ventes globales du RECF augmentent légèrement est donc une bonne nouvelle. Mais les ventes de la plupart des éditeurs restent en deçà des chiffres de ventes affichés par de nombreuses maisons d'édition en situation majoritaire (p. ex., au Québec). Plusieurs facteurs expliquent cette situation : l'étroitesse des marchés immédiats, l'ampleur de la concurrence (pour la place des livres en librairie, la visibilité dans les médias) et, enfin, la nature des livres publiés (auteurs peu connus, peu de titres publiés dans des genres vendeurs, etc.). Cette « anémie » commerciale rejaillit évidemment sur la capacité financière des éditeurs et même sur leur accès à certaines subventions, comme celles du Fonds du livre du Canada. Paradoxalement, les changements dans le milieu, telle l'arrivée du livre numérique, ne cessent de faire croître les investissements sans qu'une augmentation des ventes soit satisfaisante.

## L'industrie de l'édition

### CONCENTRATION ET DISTRIBUTION

Alors que l'édition franco-canadienne est encore caractérisée par de petites structures indépendantes, on assiste, sur les marchés majoritaires, à la concentration des pouvoirs entre les mains de gros joueurs (p. ex., le Groupe Quebecor) qui prennent une place de plus en plus grande dans le secteur du livre. Cette évolution est exacerbée par la convergence que ces groupes instituent (p. ex., édition, distribution et médias). Autre manifestation de cette concentration, la position croissante des grandes chaînes de librairies modifie la façon d'aborder la distribution. Les grandes chaînes étant moins intéressées par la diffusion de produits plus marginaux, le travail des petites structures d'édition est complexifié. Cette tendance va également de pair avec la montée exponentielle des librairies en ligne, secteur qui est aussi caractérisé par la présence de quelques gros joueurs maîtrisant l'essentiel du marché (Amazon et Renaud-Bray étant les deux plus gros joueurs sur le marché francophone).

### NOUVELLES FORMES DE MÉDIATION

Parmi les changements qui s'opèrent dans l'industrie du livre, nous constatons les nouvelles formes de médiation. En plus de la fonction de libraire, mise à mal par la vente en ligne ou en grande surface, nous remarquons la perte de marché des médias traditionnels dans le domaine du livre et l'émergence des réseaux sociaux et des sites collectifs de partage sur la littérature (p. ex., Babelio). Pour les petites structures d'édition, la perte de médiateurs a des conséquences importantes et contribue à la bestsellerisation de l'industrie.

### ENJEUX DU NUMÉRIQUE

Dans la dernière planification stratégique quinquennale du RECF, le format numérique se profilait à peine. Aujourd'hui, il est devenu une donnée incontournable du quotidien des éditeurs. Par contre, nous devons admettre que la révolution n'est pas, pour l'instant, à la hauteur de ce que le milieu anticipait. Chez les membres du RECF comme dans l'ensemble du milieu francophone, les ventes en format numérique représentent moins de 5 % des ventes totales, et la façon d'assurer une commercialisation optimale de ce produit n'a pas encore été tout à fait déterminée. Il faut tout de même nuancer ces données : certains éditeurs se démarquent grâce à des succès plus importants, généralement tributaires des efforts qu'ils investissent dans le secteur. De plus, il faut reconnaître que si le marché de l'achat individuel décolle lentement, les marchés institutionnels, comme les bibliothèques, démontrent pour leur part un intérêt sans cesse croissant à l'égard ce format. Finalement, notons que la distribution pose des enjeux importants (la gestion des métadonnées n'étant pas le moindre). Le développement des compétences des membres dans ce nouveau champ d'activités demeurera sans doute une priorité du prochain cycle.

## Autres enjeux économiques, politiques et sociaux

### ÉVOLUTION DE LA FRANCOPHONIE CANADIENNE

Les communautés francophones et acadiennes voient leur situation fragilisée sur les plans démographique et politique. Cette situation de fragilité constante oblige les organismes comme le RECF à maintenir un argumentaire prenant en compte le contexte dans lequel travaillent ses membres pour faire valoir sa spécificité auprès des partenaires gouvernementaux. D'autre part, les statistiques montrent que, dans certaines régions du pays, particulièrement dans l'Ouest canadien, l'immersion est en hausse, ce qui peut représenter un marché à aborder différemment. Finalement, nous constatons que la composition du tissu franco-canadien est de plus en plus multiethnique. Déjà, au recensement de 2006, 20 % des immigrants francophones s'installaient à l'extérieur du Québec, ce qui représente un marché en croissance que le milieu du livre ne peut ignorer.

### FINANCEMENT DE LA CULTURE

Dans le contexte politique actuel, le maintien de plusieurs enveloppes (financement stable au CAC, permanence du Fonds du livre, etc.) a été vécu comme une victoire. Aussi, la situation du RECF est assez enviable, même si le financement stagne et que les coûts d'exercice continuent d'augmenter. La situation des maisons d'édition est plus problématique, tandis que le positionnement de certaines, particulièrement au CAC, a été compliqué ces dernières années. De façon générale, nous constatons que la part de financement de nos maisons dans l'enveloppe de Subventions globales de cette agence a diminué de plus de 25 % depuis 2009.

### DÉMOGRAPHIE DU LECTORAT

De façon générale, nous savons que les habitudes de lecture changent. Les gens n'ont jamais autant lu au quotidien, mais ils achètent de moins en moins de livres, puisqu'ils consultent l'information sur plusieurs supports. Cette situation est doublée d'un taux de littératie (capacité des gens à comprendre un texte) préoccupant dans la société canadienne, sans compter une large part du public franco-canadien qui est plus à l'aise de lire en anglais qu'en français. Ces données ne peuvent être occultées de l'analyse de l'environnement dans lequel évolue notre milieu.

## Perspectives d'avenir et menaces

### PERSPECTIVES D'AVENIR

### MENACES

Partenariats multiples et gagnants pour le RECF

Érosion des lieux de médiation et fragilité du réseau de librairies, encore plus criantes dans la francophonie canadienne

Situation financière stabilisée

Creusement d'un fossé entre les membres plus démunis et ceux qui ont pris une certaine vitesse de croisière

Qualité croissante de la production littéraire des membres et augmentation de la diversité éditoriale

Importance de la concurrence québécoise et française, mais aussi de la concurrence des livres en anglais

Professionnalisation accrue de plusieurs membres

Concentration de la diffusion du livre et difficulté à se positionner devant les grandes chaînes

Inclusion de plus en plus systématique de notre réseau par les partenaires québécois du milieu du livre

Vulnérabilité des structures d'édition existantes (précarité financière, problèmes de succession)

Position enviable dans le tournant numérique

Contexte économique et politique peu favorable au secteur

Adhésion des éditeurs à la mission collective du RECF

Marché franco-canadien difficile à rejoindre, y compris les marchés institutionnels

Tournant numérique exigeant plus de ressources (financières et humaines) et n'entraînant pas plus de revenus pour l'instant

## VISION

*En 2019, le RECF est au cœur d'un réseau de maisons d'édition professionnelles et solides qui publient des titres de qualité dans une variété de genre et dans différents formats. Les auteurs publiés par ces maisons d'édition obtiennent de bons succès littéraires et commerciaux. Le RECF jouit d'une forte crédibilité, tant auprès du milieu du livre qu'auprès de ses différents partenaires et des médias. Les membres du RECF bénéficient d'un bon rayonnement grâce à des outils promotionnels modernes. Le RECF assume un leadership dans le milieu du livre de la francophonie canadienne et agit comme un partenaire de premier plan dans l'expression de sa vitalité.*

## PRIORITÉS STRATÉGIQUES

Dans les cinq prochaines années, les activités du RECF s'organiseront donc suivant **cinq grandes priorités** :

1. se positionner plus fortement sur la scène littéraire ainsi que dans la francophonie canadienne;
2. soutenir les efforts des éditeurs pour développer les marchés, qu'il s'agisse de marchés régionaux, nationaux ou internationaux;
3. contribuer à la commercialisation des ouvrages publiés par les membres sur les différents marchés et dans les différents formats;
4. consolider les structures d'édition en offrant une gamme de services aux membres;
5. maintenir les capacités et la viabilité du Regroupement.

Ces priorités nous poussent à organiser le plan en suivant **cinq axes stratégiques** :

1. positionnement;
2. développement de marchés;
3. commercialisation;
4. appui aux maisons d'édition;
5. consolidation organisationnelle.

## Axe 1 • Positionnement

### MIEUX POSITIONNER LE RECF ET L'ENSEMBLE DE SON RÉSEAU DANS LE MILIEU DU LIVRE

**L'activité des éditeurs franco-canadiens est considérée par les pairs comme un pan important de l'industrie du livre francophone au Canada**

- Entretenir des relations profitables avec les organismes de l'industrie du livre, autant francophones (ANEL, Communication-Jeunesse, etc.) qu'anglophones (ACP, LPG, etc.).
- Encourager les éditeurs à participer à des occasions de réseautage organisées par le RECF ou par des partenaires (AGA de l'ANEL, événements pendant les salons du livre, etc.).
- Maintenir une veille sur les différentes activités de positionnement des membres dans leur milieu et leur région.
- Assurer une présence active des éditeurs dans des réseaux d'influence, y compris dans les réseaux sociaux en ligne.

**Le RECF maintient des liens réguliers avec les bailleurs de fonds et les différents acteurs politiques du milieu du livre**

- Documenter l'évolution du financement des éditeurs pour permettre au RECF de développer et de maintenir à jour un argumentaire ancré dans la réalité des éditeurs.
- Faire des suivis réguliers auprès des principaux bailleurs de fonds fédéraux pour aménager les conditions d'accès aux programmes existants.
- Être présent et actif dans les forums gouvernementaux sur l'industrie du livre (réunion annuelle du FLC, groupe de travail en édition, etc.).

### MIEUX POSITIONNER LE RECF ET L'ENSEMBLE DE SON RÉSEAU DANS LA FRANCOPHONIE CANADIENNE

**Le RECF est considéré par les partenaires et les médias franco-canadiens comme une référence crédible en ce qui concerne les enjeux du livre**

- Assumer un leadership dans le milieu du livre franco-canadien et maintenir de bonnes relations avec les différents acteurs du milieu (événements, salons, libraires, associations d'auteurs, etc.).
- Faire un travail de presse soutenu pour positionner le RECF dans les médias franco-canadiens, que ce soit pour parler de ses réalisations ou agir comme référence sur les questions liées au milieu du livre.
- Maintenir un rôle de leadership auprès de la FCCF, particulièrement dans le dossier du Lien langue-culture-éducation.

**Le RECF soutient ses membres et ses partenaires dans leurs démarches visant à améliorer l'intégration des arts et de la littérature dans la francophonie canadienne**

- Entreprendre des démarches de nature politique pour sensibiliser les ministères de l'Éducation et les conseils scolaires à l'adoption de politiques d'achat favorisant les livres franco-canadiens.
- S'impliquer auprès de l'Alliance culturelle de l'Ontario où le RECF représente le secteur de l'édition.
- Entretenir des relations partenariales avec des associations provinciales, régionales ou territoriales dont les activités concernent le domaine du livre (p. ex., AAAPNB, RAFA).



## Axe 2 • Développement de marchés

### SOUTENIR LES ÉDITEURS DANS LE DÉVELOPPEMENT DU MARCHÉ CANADIEN

**Des outils de promotion divers sont développés pour soutenir le travail du RECF et des éditeurs auprès des différents marchés**

- Renouveler les moyens de promotion du RECF en misant sur des formes rapides, efficaces et mieux ciblées d'échange d'information (p. ex., une infolettre mensuelle).
- Renouveler la production d'outils promotionnels en anglais pour le public francophile et les parents d'élèves en immersion.
- Bonifier et cibler les bases de données pour améliorer nos communications promotionnelles.

**Les auteurs et les éditeurs franco-canadiens participent aux grandes manifestations littéraires partout au pays**

- Maintenir une présence dans les principaux salons du livre au pays, tout en restant à l'affût des tendances.
- Réfléchir aux façons de dynamiser notre présence à des salons du livre et notre stand (activités d'auteurs, relations de presse, activités intégrées au stand, possibilités de réseautage, section jeunesse, etc.).
- Poursuivre ou développer des collaborations avec des événements littéraires bien ciblés partout au pays.

**Le RECF assure, au nom de ses membres, une présence active et innovatrice sur sa plateforme Web et sur les différents médias sociaux**

- Envisager une mise à niveau de notre site Web et améliorer son référencement.
- Valoriser les succès des membres (prix littéraires, réussites, distinctions, anniversaires, etc.) sur les différentes plateformes en ligne.
- Profiter de l'espace blogue sur le site Web pour donner la parole à différents intervenants (mettre en lumière nos activités ou les enjeux de nos milieux).

### ACCORDER UNE ATTENTION PARTICULIÈRE AU DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS INSTITUTIONNELS

**Les éditeurs développent des relations étroites avec le milieu scolaire franco-canadien**

- Documenter la situation des marchés institutionnels franco-canadiens (initiatives en cours, politiques d'achat existantes, achats réels des institutions, etc.).
- Organiser des projets concrets qui s'inscriront dans le cadre d'une campagne de sensibilisation des milieux scolaires au dynamisme de l'édition franco-canadienne.
- Assurer une présence à certains congrès et expositions scolaires (ACELF, GREF, etc.).

**Les éditeurs restent à l'affût des nouveaux besoins des marchés institutionnels et créent des partenariats sur cette base**

- Assurer une distribution optimale des ouvrages en format numérique dans le réseau des bibliothèques.
- Rester à l'affût de l'évolution des besoins des milieux scolaires, particulièrement quant aux développements technologiques.

### OFFRIR AUX ÉDITEURS DES OCCASIONS D'EXPLORER DES MARCHÉS INTERNATIONAUX

**Le RECF soutient les efforts des membres quant à l'exploration des marchés internationaux**

- Développer une stratégie internationale en s'appuyant sur les besoins des membres.
- Mettre des ressources humaines ou financières à la disposition des membres pour répondre à leurs objectifs collectifs de développement de marché (embauche d'un agent, frais de déplacement, accompagnement d'une mission, etc.).

## Axe 3 • Commercialisation

### ASSURER LA COMMERCIALISATION DES OUVRAGES DES MEMBRES SUR LE MARCHÉ CANADIEN

**Les éditeurs bénéficient d'une bonne diffusion de leurs livres sur le marché canadien**

- Assurer une présence commerciale dans le réseau des librairies québécoises et franco-canadiennes.
- Trouver des façons de travailler plus efficacement avec les grandes chaînes de librairie pour des titres porteurs.
- Développer des outils pour améliorer nos processus de commercialisation et produire des statistiques qui permettent de mieux mesurer les répercussions de nos initiatives.

**Le RECF améliore la visibilité de son guichet unique, en ligne, pour la promotion et la vente des ouvrages des éditeurs**

- Animer le site Web et les médias sociaux, intégrer un contenu original pour attirer les visiteurs sur le guichet unique.
- Maintenir un partenariat (avec les LIQ ou éventuellement un autre partenaire) pour gérer l'aspect logistique de la vente des livres en format papier sur le site Web du RECF.

### AIDER LES ÉDITEURS À MENER DES STRATÉGIES COMMERCIALES DANS LES MARCHÉS INSTITUTIONNELS

**Les ouvrages des éditeurs sont connus et appréciés de la part des marchés institutionnels franco-canadiens**

- Mettre en place des projets de commercialisation orientés vers les marchés institutionnels, en particulier les marchés scolaires.

### SOUTENIR LES STRATÉGIES COMMERCIALES DES ÉDITEURS QUANT AU FORMAT NUMÉRIQUE ET DÉVELOPPER DES PROJETS COLLECTIFS EN CE SENS

**Les éditeurs peuvent compter sur un soutien du RECF en matière de stratégie numérique**

- Développer une expertise interne pour soutenir les éditeurs sur certains enjeux cruciaux (comme la production de métadonnées).
- Développer l'accès à différents marchés pour les livres en format numérique (p. ex., marchés universitaires ou institutionnels).

**Des projets collectifs permettent de répondre à des besoins identifiés par les membres**

- Maintenir la possibilité de commercialiser les livres en format numérique sur le site Web du RECF.
- Trouver des sources de financement pour permettre de soutenir l'innovation commerciale des livres en format numérique.

**Le RECF soutient des activités d'exploration de commercialisation du livre numérique sur les marchés internationaux**

- Trouver des partenaires numériques à l'étranger pour soutenir les stratégies d'exploration de ce marché.
- Coordonner des projets pilotes pour soutenir la commercialisation des ouvrages en format numérique sur les marchés internationaux, notamment le marché francophone européen.

## Axe 4 • Appui aux maisons d'édition

### CONSOLIDER LES STRUCTURES D'ÉDITION

**Le RECF offre des occasions de formation, de mentorat ou de développement professionnel aux éditeurs sur une base collective ou individuelle**

- Profiter des occasions de regroupement (p. ex., ASA et AGA) pour offrir des formations aux éditeurs.
- Multiplier les occasions d'accompagnement des éditeurs en librairie pour les sensibiliser aux réalités commerciales.
- Accompagner les éditeurs, au besoin, dans leur recherche de subventions et leur fournir de la formation pour assurer une meilleure compréhension des programmes.
- Mettre en place un projet favorisant le mentorat entre les membres.

**Le RECF assure la redistribution de fonds obtenus collectivement pour soutenir certaines activités ciblées des éditeurs**

- Cibler des besoins et chercher des fonds collectifs : promotion, capacités éditoriales, développement de marché, etc.
- Mettre en place des stratégies de redistribution des fonds collectifs simples, efficaces et équitables.

**Les membres reçoivent du soutien pour développer leurs compétences quant au tournant numérique**

- Fournir des formations spécialisées ou des occasions d'accompagnement individuelles avec des gens hautement qualifiés.
- Favoriser le mentorat entre les membres pour permettre une émulation du réseau quant aux questions numériques.

**Le RECF accompagne les éditeurs dans leurs relations avec la chaîne du livre et offre un accompagnement, au besoin (p. ex., en commercialisation)**

- Offrir des outils d'accompagnement aux éditeurs pour bien comprendre les échéanciers et les exigences de la chaîne du livre.

### ANIMER UNE DISCUSSION CONTINUE DANS LE RÉSEAU SUR LES ENJEUX STRATÉGIQUES

**Le RECF assure une veille sur le secteur du livre et les enjeux stratégiques de la francophonie canadienne**

- Maintenir la diffusion d'un bulletin interne présentant les projets et les différentes occasions qui s'offrent aux membres.
- Se servir des médias sociaux (p. ex., un blogue) pour faire circuler l'information sur des enjeux de nature stratégique.

## Axe 5 • Consolidation organisationnelle

### ASSURER LA VIABILITÉ DU RECF ET INDEXER SES RESSOURCES

**La participation concrète des membres est accrue dans les instances de gouvernance et les activités du RECF**

- Développer l'intérêt des membres relativement aux dossiers d'ordre stratégique (participation dans les comités).
- Maintenir une forte participation des membres aux activités du RECF.
- Maintenir les rencontres bisannuelles avec les membres pour tenir l'équipe informée du calendrier éditorial.
- Solidifier l'engagement des membres à respecter les échéanciers fixés dans le respect du groupe et pour maintenir l'image d'un regroupement fort et crédible.

**L'équipe du RECF est stable, efficace et compétente**

- Offrir des conditions de travail exemplaires et compétitives.
- Recourir aux services de stagiaires lorsque la condition du RECF le permet.
- Assurer la documentation des différentes tâches pour favoriser d'éventuelles transitions de personnel.

**Le RECF peut compter sur un financement adéquat et indexé**

- Faire valoir les besoins du RECF auprès des principaux bailleurs de fonds : CAC, PALO, FLC, CAO.
- Rationaliser et systématiser la politique de tarification des services aux éditeurs.

# MEMBRES

*En 2019, le RECF est au cœur d'un réseau de maisons d'édition professionnelles et solides qui publient des titres de qualité dans une variété de genre et dans différents formats. Les auteurs publiés par ces maisons d'édition obtiennent de bons succès littéraires et commerciaux. Le RECF jouit d'une forte crédibilité, tant auprès du milieu du livre qu'auprès de ses différents partenaires et des médias. Les membres du RECF bénéficient d'un bon rayonnement grâce à des outils promotionnels modernes. Le RECF assume un leadership dans le milieu du livre de la francophonie canadienne et agit comme un partenaire de premier plan dans l'expression de sa vitalité.*



[www.avoslivres.ca](http://www.avoslivres.ca)