
Étude stratégique relative à l'industrie ontarienne de l'édition

RAPPORT FINAL

CASTLEDALE INC

en collaboration avec



Présenté au :

Comité consultatif de l'industrie de
l'édition de la Société de
développement de l'industrie des
médias de l'Ontario

Le 11 septembre 2008

Remerciements et mise en garde

Castledale tient à souligner que le financement nécessaire à cette étude provient de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario.



Le présent rapport est le fruit de la collaboration de Castledale et de Nordicity. Les opinions, constatations, conclusions ou recommandations qui figurent dans ce rapport sont celles des auteurs et ne reflètent pas nécessairement les vues de la Société de développement des médias de l'Ontario ou du gouvernement de l'Ontario. Le gouvernement de l'Ontario et ses organismes ne sont aucunement tenus de suivre les recommandations figurant dans ce document.

Résumé

L'industrie ontarienne de l'édition s'est développée au cours des 40 dernières années au sein de l'un des marchés de langue anglaise les plus compétitifs au monde. Les frontières canadiennes sont ouvertes aux livres provenant du monde entier, et en particulier aux livres originaires des États-Unis, un pays produisant 300 000 nouveaux titres par année. Par conséquent, le marché sur lequel apparaissent les 16 000 nouveaux titres publiés chaque année au Canada¹ est presque saturé. Étant donné l'importance des économies d'échelle pour les tirages, un livre principalement destiné au marché canadien est défavorisé sur le plan coûts par rapport aux livres destinés au marché américain beaucoup plus vaste.

Des politiques publiques ont été élaborées pour faire en sorte que les éditeurs canadiens soient sur un pied d'égalité avec les éditeurs étrangers et puissent ainsi accroître leur compétitivité et que du contenu canadien soit produit par les Canadiens et pour eux.

Compte tenu cependant de l'émergence des nouvelles technologies, l'« industrie » a considérablement évolué. L'Internet s'affirmant de plus en plus comme le médium dominant, l'industrie de l'édition est confrontée à de nouveaux défis. Les marchés et les modèles commerciaux classiques continuent de générer la majorité des ventes, mais les nouvelles technologies en ligne et les technologies numériques ont maintenant un impact sur tous les maillons de la chaîne de valeur de l'industrie de l'édition. Bien qu'on ne prévoie pas la disparition du livre format papier ou de l'industrie de l'édition elle-même, il sera de plus en plus difficile à l'un comme à l'autre de demeurer compétitif sans adopter les processus numériques appropriés, y compris la distribution numérique du contenu, dissociée du livre format papier.

Les éditeurs ontariens qui peinent déjà à trouver les ressources financières voulues pour assurer leur maintien et leur croissance doivent se réinventer pour profiter des occasions se présentant à eux. L'industrie a besoin de ressources pour acquérir de nouveaux ensembles de compétences et de nouvelles connaissances et pour explorer et expérimenter de nouveaux modèles commerciaux tout en conservant ses entreprises classiques.

L'industrie ontarienne de l'édition subit le contrecoup de pressions locales découlant de phénomènes comme la consolidation des entreprises de vente au détail ainsi que de changements fondamentaux dans l'industrie attribuables à la transformation

¹ *Le marché de consommation des livres au Canada*, étude publiée par le Programme d'aide au développement de l'industrie de l'édition, juillet 2007.

technologique de la présentation du livre lui-même. Les indicateurs suivants reflètent des tendances qui se manifestent actuellement dans l'industrie ontarienne de l'édition :

- L'énorme consolidation des points de vente au détail survenue au cours de la dernière décennie s'est traduite par la diminution constante de l'espace consacré aux livres canadiens dans les librairies.
- Les ventes au détail classiques stagnent² et on s'attend à ce que les ventes totales croissent au TCAC de 3,3 % pour les cinq prochaines années – dans les segments de marché professionnel et pédagogique.³
- Les marges bénéficiaires des maisons d'édition subissent des attaques de toutes parts. Les bénéfices médians dans le secteur à propriété canadienne en 2004 s'élevaient à 9 197 \$ par maison d'édition contre 3,6 millions de dollars dans le secteur des maisons d'édition à propriété étrangère.⁴
- Bien que le nombre de lecteurs demeure solide au Canada, des indices alarmants montrent qu'il diminue sur le marché américain.⁵
- Les technologies numériques ont déjà eu un impact sur l'industrie de l'édition, mais les tendances indiquent que cet impact sera encore plus marqué à l'avenir.
- Les ventes de livres format papier réalisées par l'entremise de détaillants en ligne et des sites Web des éditeurs continuent de croître, mais ne représentent tout de même encore qu'une fraction des ventes totales de la plupart des éditeurs.
- La distribution et les ventes de livres et de contenus numériques (cyberlivres) augmentent, mais le marché est toujours en cours d'évolution et est fragmenté. Il n'existe pas encore de modèles commerciaux types pour la vente des cyberlivres, et ceux qui émergent sont souvent contradictoires (p. ex., certains offrent du contenu gratuit et d'autres pas). Les prix vont de prix supérieurs au prix des livres format papier à des prix inférieurs de beaucoup à celui-ci. Les chefs de file dans le domaine sont des éditeurs de taille, habituellement des revendeurs et

² Les revenus de fonctionnement de l'industrie canadienne de l'édition ont diminué de 1,2 % et sont passés à 2,1 milliards de dollars en 2006... un rapport de Statistique Canada indique que les revenus de l'industrie de l'édition ont diminué en 2006, Q&Q Omni, 11 juillet 2008.

³ *Global Entertainment and Media Outlook 2008-2012*, rapport de PricewaterhouseCoopers, juin 2008.

⁴ Statistique Canada, *Le Quotidien*, vendredi 30 juin 2006.

⁵ *Lecture et achat de livres pour la détente : rapport de 2005* de Creatac+ préparé pour le compte du ministère du Patrimoine canadien.

des distributeurs nationaux comme Google, Sony, Amazon et Harlequin, éditeur basé au Canada.

- Les maisons d'édition cherchent à exploiter le potentiel de croissance tant sur les marchés classiques (p. ex., exportations, ventes institutionnelles, ventes spéciales); et elles explorent la possibilité de gagner de nouveaux revenus sur le marché numérique croissant où le rendement sur l'investissement consenti n'est toujours pas connu.
- La technologie de l'impression à la demande se perfectionne et finira peut-être par offrir aux éditeurs une capacité de fabrication « juste à temps » qui permettrait de réduire considérablement et même d'éliminer le système des inventus, source de gaspillage, qui est courant actuellement dans l'industrie. À court terme, cette technologie pourrait permettre de réduire les coûts pour certains titres spécialisés ou à petit tirage (p. ex., ouvrages universitaires, imprimés de cours).

1.1 Recommandations

Les recommandations ressortant de cette étude stratégique visent les objectifs suivants :

1. Aider l'industrie à s'adapter à la transformation numérique, en particulier pour ce qui est de son incidence sur la commercialisation et la vente de livres format papier ainsi qu'à l'évolution, à la distribution, à la commercialisation et à la vente de cyberlivres et de contenu numérique.
2. Faciliter l'accès au financement et aux investissements privés.
3. Faciliter l'accès tant au marché national (y compris le marché pédagogique) qu'au marché d'exportation.
4. Aider l'industrie à améliorer ses compétences en matière de vente, de marketing et de technologie, en particulier parmi les cadres supérieurs.
5. Favoriser la collaboration dans l'ensemble de l'industrie et dans le secteur des industries créatives.

Voici les recommandations de la présente étude, présentées de façon succincte et par ordre de priorité.

Numérisation et technologie Internet

- Nous recommandons la création d'un Fonds de transformation numérique pluriannuel souple et comportant des crédits suffisants, de forme semblable au programme Chaîne d'approvisionnement, pour aider

l'industrie de l'édition au cours des cinq prochaines années pendant qu'elle s'adapte et trouve sa place sur le marché numérique.

Accès au financement/aux investissements privés

- Nous recommandons de réserver des ressources pour aider les éditeurs ontariens à tirer parti des possibilités de formation commerciale offertes tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de la province.
- Nous recommandons que l'industrie de l'édition collabore avec les autres industries créatives et le gouvernement, la SODIMO agissant comme catalyseur/coordonnateur, afin d'engager un dialogue avec le secteur des services financiers pour sensibiliser le secteur à l'attrait des entreprises fondées sur la PI.
- Nous recommandons que la SODIMO, en collaboration avec le ministère de la Culture et d'autres ministères, l'industrie de l'édition et d'autres secteurs créatifs, étudie les possibilités qu'offrent divers modèles de financement publics/privés susceptibles d'aider les industries créatives à avoir accès aux capitaux nécessaires pour leur permettre de croître et d'innover.
- Nous recommandons que la province s'allie au secteur des services financiers pour élaborer, à long terme, un programme de garantie de prêts permettant aux éditeurs d'entreprendre un ensemble d'activités commerciales comportant notamment l'élaboration de plans de relève et d'initiatives en vue de favoriser les acquisitions et la croissance.
- Nous recommandons que les programmes de financement soient examinés pour en établir l'incidence sur la consolidation de l'industrie canadienne de l'édition et pour faire de la consolidation l'un des outils permettant de stimuler la rentabilité et la croissance de l'industrie lorsque la situation l'exige.

Marché institutionnel (bibliothèques scolaires et bibliothèques publiques et classes)

- Nous recommandons que la SODIMO appuie le travail entrepris par l'industrie en réclamant que les livres utilisés dans les écoles, les bibliothèques publiques et les classes de l'Ontario soient achetés auprès d'éditeurs canadiens.
- Nous recommandons que l'industrie ontarienne demande lors de ses discussions avec les représentants du ministère de l'Éducation et dans le

cadre de sa campagne de promotion auprès des intervenants du monde de l'éducation qu'un certain nombre de livres canadiens publiés par des entreprises à propriété canadienne soient utilisés dans les classes ontariennes.

- Nous recommandons que l'Ontario se fixe comme objectif ultime de s'engager à ce a) qu'un montant par élève de contenu canadien soit acheté par les bibliothèques et les classes et b) qu'un montant par lecteur de contenu canadien soit acheté par les bibliothèques publiques.
- Nous recommandons que la SODIMO, en collaboration avec des représentants du groupe des industries créatives et du ministère de l'Éducation, étudie la possibilité de produire et d'exploiter une foire itinérante destinée à faire connaître les livres publiés en Ontario dans les écoles de la province.

Marchés d'exportation

- Nous recommandons que les gouvernements fédéral et provincial maintiennent et élargissent les programmes de soutien des exportations en en accroissant la portée, en les rendant plus souples, en assurant le financement pluriannuel et en faisant en sorte qu'ils répondent mieux aux orientations stratégiques des éditeurs.

Soutien gouvernemental

- Nous recommandons que la portée du crédit d'impôt pour les maisons d'édition soit élargie : a) pour s'appliquer à tous les livres produits par un auteur admissible au lieu de seulement à ses trois premières œuvres, tous genres confondus et b) pour porter les coûts de production admissibles de 50 % à 100 %.
- Nous recommandons que les programmes de financement existants soient renouvelés et revus/réaménagés dans le but de faire en sorte qu'ils soient davantage axés sur les besoins des entreprises (et non sur les projets), plus souples et pluriannuels pour tenir compte de l'évolution du marché.

Collaboration au sein de l'industrie et du secteur

- Nous recommandons que les associations de l'industrie, en collaboration avec la SODIMO, établissent les domaines possibles de collaboration au sein de l'industrie (recherche, perfectionnement professionnel, défense

- des intérêts, promotion, etc.) et élaborent une stratégie pluriannuelle conforme aux objectifs de cette étude (numérisation, promotion des exportations, accès au marché pédagogique national, etc.), initiative qui pourrait être coordonnée par les associations et qui exigerait l'investissement de ressources adéquates.
- Nous recommandons que la SODIMO, en collaboration avec les associations d'éditeurs de l'Ontario, joue le rôle de catalyseur et de coordonnateur en créant un groupe de réflexion sur le secteur du divertissement et de la création; il est entendu que les capacités des associations de l'industrie devront être renforcées pour qu'elles puissent assumer des responsabilités plus grandes.