

HOTSHEET

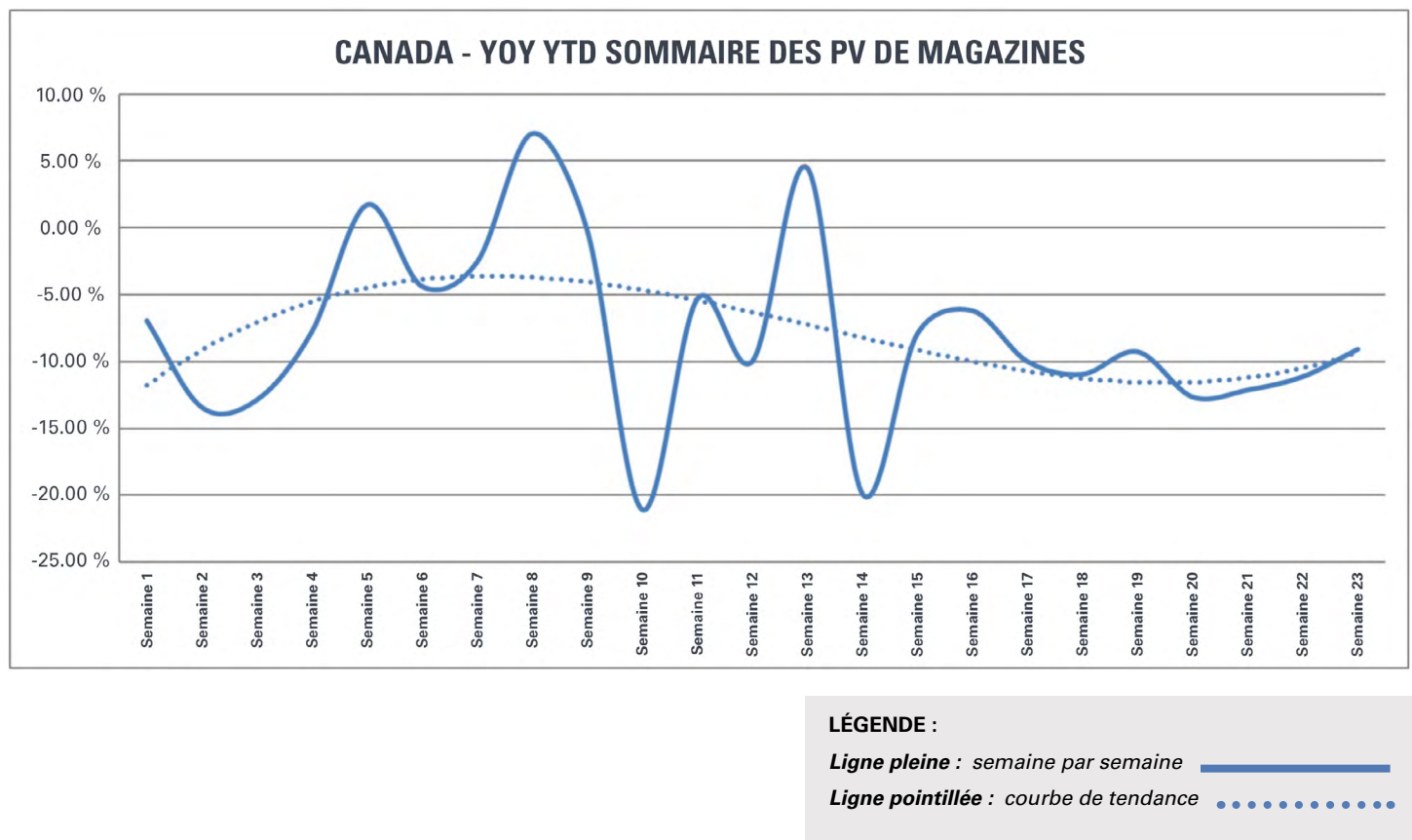
ÉTAT DU KIOSQUE À JOURNAUX T2 2024

ÉTAT DU KIOSQUE À JOURNAUX T2 2024

Par Craig Sweetman

Consultant de ventes en kiosques et circulation, Craig Sweetman/CRS Media partage un rapport trimestriel sur l'état des ventes en kiosque de magazines pour le 2e trimestre de 2024 sur le marché canadien

La tendance annuelle pour le marché canadien à la semaine 23 de 2024 est de moins 9 % par catégorie de tendance dans le tableau présenté ci-dessous. Il s'agit d'une amélioration de 3.5 % par rapport aux résultats du 1er trimestre de 2024. Les ventes en dollars sont en baisse d'environ 6 % par rapport à l'an dernier. Cette tendance négative se traduit par un déclin des produits distribués de plus de 16 % par rapport à l'année précédente. Ainsi, l'efficacité globale des ventes au Canada se situe à 23 % de ventes directes. Rappelons que ces déclins sont surtout dus à une réduction du nombre de copies vendues sur le marché au détail. Le déclin dans le nombre de copies pour la vente continue à être influencé par les coûts d'imprimerie et d'expédition de copies continuellement à la hausse, ainsi que par le nombre réduit de numéros distribués sur le marché.



Il y a des effets positifs continus comme le programme de renouvellement de logo des détaillants qui transformera l'image des kiosques de ventes. Ceci a provoqué une hausse des ventes au détail et les chiffres des ventes le démontrent bien dans le tableau ci-dessous. Depuis octobre 2023, lorsque le programme de renouvellement de logo a débuté, jusqu'en juin 2024, les NTU vendus ont augmenté de 16 % et les ventes en dollars de NTU ont augmenté de 24.8 %.

Mois	Semaine compte	Ventes	Ventes de l'année précédente	Fluctuation des ventes	Fluctuation % ventes	Dollars	Dollars année précédente	Fluctuation Dollar	Fluctuation % Dollar
202406	3	42	42	0	1 %	604\$	569\$	34\$	6 %
202405	5	74	65	9	13 %	1 061\$	874\$	187\$	21 %
202404	4	53	55	-3	-5 %	752\$	739\$	14\$	2 %
202403	4	67	57	10	17 %	957\$	777\$	180\$	23 %
202402	4	65	48	17	36 %	939\$	637\$	302\$	47 %
202401	5	74	67	8	12 %	1 072\$	897\$	175\$	20 %
202312	4	171	136	36	26 %	2 580\$	1 887\$	693\$	37 %
202311	5	89	73	16	22 %	1 236\$	932\$	303\$	33 %
202310	4	52	49	3	6 %	705\$	625\$	80\$	13 %
202309	4	55	65	-10	-15 %	748\$	891\$	(143\$)	-16 %
202308	5	82	80	2	2 %	1 130\$	1 027\$	103\$	10 %
202307	4	68	70	-2	-3 %	925\$	871\$	54\$	6 %
202306	4	57	71	-14	-20 %	767\$	880\$	(113\$)	-13 %
202305	5	65	87	-22	-25 %	874\$	1 075\$	(201\$)	-19 %
202304	4	55	79	-24	-30 %	739\$	988\$	(250\$)	-25 %
202303	5	69	93	-23	-25 %	942\$	1 13\$	(193\$)	-17 %
202302	4	50	80	-30	-38 %	668\$	1 002\$	(333\$)	-33 %
202301	4	52	71	-19	-27 %	699\$	899\$	(200\$)	-22 %
Total		1 240	1 287	-47	-4 %	17 397\$	16 703\$	694\$	4 %

(Note : les valeurs monétaires dans le tableau ci-dessus sont x 1 000)

La présente ventilation de titres de part de marché est présentée ci-dessous et démontre que la catégorie NTU (-incluant les ensemble télévision et film de NTU) continue de croître et de prendre des parts du marché avec un autre .2 % au cours du dernier trimestre. L'autre catégorie ayant connu une croissance est sociale et littéraire.

12 mois se terminant en 05-2024 vs les 12 mois précédents						2023 vs 2022
Catégorie principale	# de titres	Modification du prix au détail \$ %	Modification du prix à l'unité %	Catégorie action	Plus/Moins	Catégorie action
TÉLÉ ET FILMS	161	8.2 %	-1.3 %	19.9 %	-0.2 %	20.1 %
FEMMES GÉNÉRAL	132	-7.1 %	-13.9 %	13.1 %	0.1 %	13.0 %
CASSE-TÊTES	102	-6.5 %	-8.7 %	8.6 %	Égal	8.6 %
SOCIAL&LITTÉRAIRE	157	-9.8 %	-15.7 %	8.5 %	0.7 %	7.8 %
DÉCORATION MAISON	105	-19.6 %	-25.4 %	5.9 %	-0.1 %	6.0 %
HEBDOS/TABLOIDS	7	-36.5 %	-41.6 %	5.8 %	-0.2 %	6.0 %
ALIMENTATION	84	-17.7 %	-20.7 %	4.4 %	-0.1 %	4.5 %
NTU	104	18.7 %	19.4 %	4.1 %	0.4 %	3.7 %
CONDITION PHYSIQUE ET SANTÉ	65	-16.6 %	-21.4 %	3.1 %	Égal	3.1 %
NOUVELLES	25	-1.5 %	-5.9 %	2.8 %	-0.1 %	2.9 %
PASSE-TEMPS	77	-13.0 %	-15.0 %	2.3 %	-0.1 %	2.4 %
ARTISANAT/SEWING	99	-22.2 %	-26.9 %	2.2 %	-0.1 %	2.3 %
AUTOMOBILE	52	-7.7 %	-14.3 %	2.2 %	Égal	2.2 %
SCIENCE& TECHNOLOGIE	33	-18.6 %	-17.6 %	1.9 %	-0.2 %	2.1 %
TOTAL	1 823	-8.8 %	-14.7 %	100.0 %		100.0 %

Le tableau qui suit présente une ventilation un peu différente des ventes en Amérique du Nord, incluant les ventes aux États-Unis par titre de catégorie. Comme vous pouvez le constater, la catégorie de numéro à tirage unique (NTU), représentée par le divertissement, est en croissance de .7 % en catégorie d'action dans les derniers 2 mois. Les casse-têtes sont aussi en croissance de .4 %, Maison est en croissance de .7 %, Passe-temps est en croissance de .8 %, Nouvelles financières est en croissance de .3 % en actions et en croissance de 74 % en ventes à l'unité et 98 % en ventes en dollars, probablement dû au cycle électoral américain.

1ère moitié de 2024 versus 2023

Catégorie principale	Ventes	Ventes de l'année précédente	Fluctuation des ventes	Fluctuation des % de ventes	Dollars	Dollars année précédente	Fluctuation Dollar	Fluctuation % Dollar	Catégorie action
DIVERTISSEMENT	8 324	8 734	-410	-5 %	77 005\$	75 694\$	1 311\$	2 %	27.4 %
CASSE-TÊTES	4 760	4 896	-136	-3 %	30 865\$	30 112\$	753\$	3 %	11.0 %
MAISON	2 133	2 716	-583	-21 %	25 057\$	31 300\$	(6 243\$)	-20 %	8.9 %
FEMME	4 745	5 235	-490	-9 %	22 666\$	24 384\$	(1 717\$)	-7 %	8.1 %
ALIMENTATION	1 708	2 001	-293	-15 %	21 581\$	23 988\$	(2 407\$)	-10 %	7.7 %
PASSE-TEMPS	1 761	1 894	-133	-7 %	20 887\$	21 586\$	(699\$)	-3 %	7.4 %
CULTURE	1 067	1 331	-265	-20 %	13 705\$	16 379\$	(2 672\$)	-16 %	4.9 %
NOUVELLES FINANCIÈRES	988	567	421	74 %	12 410\$	6 262\$	6 149\$	98 %	4.4 %
FAMILLE	847	1 043	-196	-19 %	11 074\$	13 220\$	(2 146\$)	-16 %	3.9 %
SANTÉ ET MISE EN FORME	826	1 248	-422	-34 %	10 404\$	15 512\$	(5 108\$)	-33 %	3.7 %
ARTISANAT	480	599	-119	-20 %	7 171\$	7 845\$	(674\$)	-9 %	2.5 %
PLEIN AIR	714	848	-133	-16 %	6 827\$	7 712\$	(885\$)	-11 %	2.4 %
SPORT	511	620	-109	-18 %	6 299\$	7 518\$	(1 219\$)	-16 %	2.2 %
AUTOMOBILE	583	718	-135	-19 %	5 976\$	6 728\$	(751\$)	-11 %	2.1 %
STYLE DE VIE	462	470	-8	-2 %	4 644\$	4 134\$	510\$	12 %	1.6 %
RÉGIONAL	376	451	-75	-17 %	5 063\$	3 568\$	(505\$)	-14 %	1.1 %
AUCUNE CATÉGORIE	115	62	52	84 %	1 328\$	584\$	744\$	127 %	0.5 %
LANGUES ÉTRANGÈRES	37	37	0	1 %	460\$	386\$	73\$	19 %	0.2 %
SOPHISTIQUE	6	23	-17	-73 %	90\$	329\$	(239\$)	-73 %	0.0 %
Total :	30 443	33 494	-3 051	-9 %	281 515\$	297 241\$	(15 726\$)	-5 %	100.0 %

(Note : les valeurs monétaires dans le tableau ci-dessus sont x 1 000)

Semaine 15 de 2024 versus 2023

Catégorie principale	#Bipad	Ventes	Ventes de l'année précédente	Fluctuation des ventes	Fluctuation des prix de vente	Dollars	Dollars année précédente	Fluctuation dollar	Fluctuation % dollar	Catégorie action
DIVERTISSEMENT	537	4 538	4 845	-307	-6 %	41 624\$	41 783 \$	(159\$)	-0 %	26.7 %
CASSE-TÊTE	183	2 567	2 631	-65	-2 %	16 584\$	16 198\$	386\$	2 %	10.6 %
MAISON	351	1 100	1 460	-360	-15 %	12 879\$	16 673\$	(3 794\$)	-23 %	8.2 %
FEMME	361	2 615	2 863	-248	-9 %	12 402\$	13 345\$	(944\$)	-7 %	7.9 %
ALIMENTATION	280	966	1 136	-170	-15 %	12 020\$	13 550\$	(1 530\$)	-11 %	7.7 %
PASSE-TEMPS	1 023	859	998	-139	-14 %	10 236\$	11 256\$	(1 020\$)	-9 %	6.6 %
CULTURE	760	590	700	-110	-16 %	7 429\$	8 557\$	(1 128\$)	-13 %	4.8 %
NOUVELLES FINANCIÈRES	146	523	319	204	64 %	6 355\$	3 552\$	2 802\$	79 %	4.1 %
FAMILLE	295	493	636	-142	-22 %	6 337\$	7 953\$	(1 626\$)	-20 %	4.1 %
AUCUNE CATÉGORIE	1 327	436	28	407	1 440%	5 496\$	298\$	5 198\$	1,746 %	3,5 %
SANTÉ ET MISE EN FORME	215	443	705	-262	-37 %	5 490\$	8 739\$	(3 249\$)	-37 %	3.5 %
ARTISANAT	270	263	346	-82	-24 %	3 870\$	4 470\$	(600\$)	-13 %	2.5 %
PLEIN AIR	520	308	336	-28	-8 %	3 777\$	4 062\$	(285\$)	-7 %	2.4 %
SPORT	368	391	470	-79	-17 %	3 657\$	4 244\$	(588\$)	-14 %	2.3 %
AUTOMOBILE	315	325	395	-70	-18 %	3 235\$	3 652\$	417\$	-11 %	2.1 %
STYLE DE VIE	172	261	275	-13	-5 %	2 584\$	2 357\$	228\$	10 %	1.7 %
RÉGIONAL	309	211	248	-37	-15 %	1 742\$	1 929\$	(187\$)	-10 %	1.1 %
LANGUES ÉTRANGÈRES	101	24	19	5	25 %	307\$	198\$	109\$	55 %	0.2 %
SOPHISTIQUE	11	8	18	-10	-57 %	106\$	250\$	(145\$)	-56 %	0.1 %
Total :	7 544	16 922	18 427	-1 506	-8 %	156 130\$	163 078\$	(6 949\$)	-4 %	100.0 %

(Note : les valeurs monétaires dans le tableau ci-dessus sont x 1 000)

La perspective pour le reste de 2024 est encore positive après avoir complété le processus de renouvellement de logo au niveau du marketing de détail au Canada, démontrant des chiffres de ventes impressionnants au cours de la première moitié de 2024. La croissance continue du marché des NTU et des titres spécialisés est une occasion de croissance et d'investissement pour les éditeurs.

À PROPOS DE L'AUTEUR

Craig Sweetman cumule plus de 40 années d'expérience dans la circulation au détail et le marketing consommateur dans le domaine des magazines. Il a été directeur de l'Est du Canada pour *Conde Nast Publications* pendant 15 ans et a dirigé la croissance de publications telles que *Architectural Digest*, *Vogue*, *Vanity Fair*, et *GQ*. Lorsque *Conde Nast* et *Hearst one* ont fusionné leur marché de détail en 2000, Craig a assumé le rôle de directeur régional des ventes – Est du Canada chez CMG où il a dirigé la croissance d'autres publications telles que *Oprah*, *Cosmopolitan*, et *Esquire*.

Il est ensuite déménagé d'un océan à l'autre afin de devenir le directeur des relations avec les agences canadiennes où il a joué un rôle-clé dans le lancement et la croissance de publications comme *Zoomer*, *Sharp*, *Sharp's Book for Men*, *Pacific Yachting*, et *Outdoor Canada*. Il a lancé sa propre boîte de consultation en 2013. Craig est président du *CMAC (Circulation Marketing Advisory Committee)* pour Magazines Canada et préside aussi un groupe de l'industrie appelé le *(IAG) Industry Action Group*.

