



## Si vous publiez un magazine canadien... **Préparez votre avenir**

---

Chaque jour, il est possible de trouver des façons de profiter des occasions de relever les défis qui se présentent à votre magazine. Il vous est parfois possible de le faire de façon autonome. Mais il y a certains enjeux que vous ne pouvez prendre en charge par vous-même. Magazines Canada est le principal défenseur et point de mire de centaines de magazines d'affaires, grand public et culturels, ainsi que de milliers de professionnels de l'édition qui créent ces magazines. À titre de membre de Magazines Canada, vos besoins déterminent le contenu de nos activités et, ensemble, nous créons des solutions. Préparez l'avenir de votre magazine en devenant membre de votre association professionnelle nationale.

**Joignez-vous à Magazines Canada. Faites-en votre association.**

# TABLE DES MATIÈRES

Préparez VOTRE avenir .....	3
Avantages des membres .....	4
Demande d'adhésion .....	5
Critères d'admissibilité .....	6
Formulaire d'adhésion .....	7-9
Code d'engagement à l'égard des lecteurs et des annonceurs .....	10-11
FAQ relative à notre programme de distribution .....	12

*Si vous publiez un magazine canadien...*

## **Préparez VOTRE avenir**

Chaque jour, il est possible de trouver des façons de profiter des occasions et de relever les défis qui se présentent à votre magazine dans un environnement médias en constante évolution. Il vous est parfois possible de le faire de façon autonome. Mais il y a certains enjeux que vous ne pouvez prendre en charge par vous-même.

Magazines Canada est le principal défenseur et point de mire de centaines de magazines d'affaires, grand public et culturels, ainsi que de milliers de professionnels de l'édition qui, d'un océan à l'autre, créent ces magazines dans les deux langues officielles.

PRÉPAREZ VOTRE AVENIR en devenant membre de votre association professionnelle nationale, qui veille à répondre à vos besoins en matière de publicité et de diffusion, fait des représentations auprès des gouvernements en matière d'enjeux liés aux relations gouvernementales, et offre une vaste gamme de services en matière de recherche, de formation, d'information et de réseautage, tous les jours, 24 heures sur 24. Au chapitre de l'efficacité, Magazines Canada obtient une cote de satisfaction de 97 % de la part de ses membres.

### **Voici pourquoi :**

Les gouvernements consultent Magazines Canada. Les annonceurs écoutent Magazines Canada. Les professionnels de l'édition se perfectionnent et font du réseautage par l'intermédiaire de Magazines Canada.

À titre d'exemple, d'UNE seule voix, Magazines Canada aura été un intervenant clé pour garantir des investissements directs de plus d'un milliard de dollars auprès des éditeurs, pendant que des centaines d'autres millions d'investissements font actuellement l'objet de discussions. Si vous en profitez déjà, vous doutez bien que de telles occasions ne tombent pas simplement du ciel.

### **Qui est au coeur des activités de Magazines Canada?**

En termes simples, comme membre, VOUS et vos collègues de votre publication ÊTES AU COEUR des programmes mis en place grâce à un réseau de comités spécialisés, supervisés par un conseil d'administration élu à l'échelle nationale.

Collaborez avec vos collègues pour préparer l'avenir de votre magazine et des magazines canadiens.

**Joignez-vous à Magazines Canada. Faites-en votre association.**

## AVANTAGES DES MEMBRES

**Affaires publiques :** Les offensives collectives de défense de Magazines Canada sont toujours axées sur les questions de l'heure, telles que l'examen des programmes relatifs aux périodiques du gouvernement fédéral et les services de la Société canadienne des postes, pour n'en nommer que quelques-unes. Travaillant de concert avec les associations provinciales, Magazines Canada pilote toutes les initiatives visant à s'assurer que les droits et intérêts de ses membres demeurent à l'avant-plan de son dialogue soutenu avec le gouvernement.

**Publicité :** Nos activités visent à sensibiliser les annonceurs aux forces de notre secteur pour qu'ils songent aux magazines en premier lieu pour leur publicité. Notre stratégie comprend un mix de publipostages, d'événements, de publicité, de bulletins d'information, de balados vidéo et de nouvelles recherches exclusives. La trousse de réussite de Magazines Canada, en constante évolution, offre un recueil électronique d'information pratique qui démontre l'efficacité des magazines, quelle que soit la situation économique.

**Médias d'affaires :** Par le biais de séances de formation ciblées présentées à la conférence MagNet et de sa nouvelle alliance stratégique avec l'ABM (American Business Media), Magazines Canada offre maintenant un ensemble de services aux publications de ce secteur crucial, par le biais d'initiatives existantes et nouvelles, conçues spécifiquement pour répondre aux besoins des médias d'affaires.

**Magazines culturels :** Magazines Canada poursuit actuellement des initiatives visant à offrir un lieu de rencontre où les magazines culturels canadiens pourront se faire des contacts, partager de l'information, exprimer leurs préoccupations, établir leurs priorités en matière de demandes de financement et obtenir des ressources et des services pouvant répondre à leurs besoins, notamment en ce qui a trait à l'incidence du nouveau Fonds du Canada pour les périodiques et du Conseil des arts du Canada.

**Marketing de diffusion :** Représentant les membres de grand comme de petit tirage, les initiatives telles la campagne Magazines canadiens partout et la Boutique des magazines d'ici démontrent la force de l'approche collective de Magazines Canada en matière de ventes et d'efficacité.

**Pratiques environnementales :** Magazines Canada est active dans toutes les régions administratives où le recyclage est un enjeu. Nous avons créé un Éco Kit et un Compendium de l'empreinte carbone à l'intention des membres. Guidée par un comité consultatif de spécialistes membres, l'association collabore avec les organismes ayant un programme de « bac bleu » partout au pays, afin de s'assurer que les besoins et les préoccupations des magazines soient pris en considération.

**Développement professionnel :** Le personnel des entreprises membres de Magazines Canada bénéficie de nos programmes de développement professionnel qui offrent partout au pays des activités de perfectionnement de haut niveau à prix abordable. Aucune entreprise ne pourrait offrir de formations de si grande qualité sur une base individuelle. Par ailleurs, **MagNet**, la conférence canadienne des magazines, a été créée par et pour les magazines canadiens. Les activités offertes touchent tous les aspects de la formation professionnelle et sont axées sur les habiletés nécessaires pour réussir aujourd'hui et à l'avenir.

L'approche collective de Magazines Canada, axée sur les besoins des membres, a réussi à faire progresser le secteur du magazine canadien. Grâce à la force du groupe, Magazines Canada est devenue l'une des associations professionnelles de médias les plus connues, les plus respectées et les plus admirées au monde.

# DEMANDE D'ADHÉSION

Compléter la demande d'adhésion de Magazines Canada se fait simplement. D'abord, lisez cette trousse et assurez-vous que votre magazine est conforme à nos critères d'adhésion. Ensuite, remplissez le formulaire d'adhésion (pages 6 à 8) et faites-nous le parvenir avec 18 exemplaires de votre numéro le plus récent, accompagné des frais non-remboursables de 25 \$ (les chèques et mandat-postes doivent être établis à l'ordre de Magazines Canada.)

Chaque demande est soumise au comité d'adhésion; celui-ci fait ses recommandations au conseil d'administration qui est chargé d'approuver les demandes. Si votre demande est approuvée, nous vous enverrons une lettre de bienvenue et de plus amples informations concernant nos programmes et services, et comment y accéder. Si votre demande est différée ou refusée, on vous expliquera pourquoi dans une lettre détaillée.

Les candidats refusés peuvent soumettre une nouvelle demande à une date ultérieure.

Notre comité d'adhésion se réunit cinq fois par année. La date limite pour soumettre votre application est le premier lundi de janvier, mars, mai, septembre et novembre.

## Note sur les langues officielles

Magazines Canada est une organisation bilingue, et tous les périodiques canadiens sont libres de se joindre à l'association, qu'ils soient de langue française, anglaise ou autre. Les lettres officielles et communiqués de presse sont envoyés en anglais et français; toutefois la majorité des programmes et services offerts par Magazines Canada se déroulent en anglais.

## Taux de cotisation

Le coût de l'adhésion sera calculé selon le total de A plus B plus C, fondé sur les données publiquement accessibles (CARD et Patrimoine canadien) plus les états des éditeurs au besoin.

### A) Cotisation de base de 500 \$ par titre

### B) Diffusion annuelle supérieure à 25 000 :

- 0,005 \$ par copie en excédent de 25 000, avec plafond à 2 375 \$

### C) Part de cotisation proportionnelle au financement gouvernemental Récipiendaires du FCP :

- 1,0 % de la première tranche de 25 000 \$
- 1,5 % de 25 001 \$ à 250 000 \$
- 2,0 % de 250 001 \$ à 500 000 \$
- 2,5 % de 500 001 \$ à 1 000 000 \$
- 3 % des montants excédent 1 million \$

L'année d'adhésion est du 1er avril 2013 au 31 mars, 2014. Les magazines qui deviendront membres au cours de l'année recevront une facture établie au prorata des mois restants de l'année couverte par l'abonnement. Les maisons d'édition publiant plusieurs titres sont tenues d'inscrire chaque titre admissible individuellement.

Des questions? Veuillez communiquer avec le directeur des Services aux membres, Evan Dickson, à [edickson@magazinescanada.ca](mailto:edickson@magazinescanada.ca).

**Nous vous remercions  
de votre intérêt pour  
Magazines Canada et  
nous espérons vous  
parler bientôt.**

# CRITÈRES D'ADMISSIBILITÉ DE MAGAZINES CANADA

**Magazines Canada utilise les critères suivants dans son processus d'adhésion. Communiquez par courriel à [membership@magazinescanada.ca](mailto:membership@magazinescanada.ca) si vous avez des questions.**

## Critères généraux

Pour adhérer à l'association, les magazines doivent avoir publié au moins un numéro et 18 exemplaires imprimés doivent accompagner la demande. Les épreuves ne sont pas acceptées. Les magazines n'ayant pas complété un cycle de publication complet d'un an peuvent présenter une demande d'adhésion provisoire, qui comprend tous les avantages des membres à l'exclusion du droit de vote à l'assemblée générale annuelle. Les membres provisoires obtiendront le statut de membre en bonne et due forme après un an s'ils ont satisfait à toutes les exigences.

## Définition

La publication candidate doit être présentée au grand public comme un magazine, ou à tout le moins ne pas prétendre être autre chose qu'un périodique. Elle peut être de nature culturelle, sociale, économique, politique, professionnelle ou artistique, d'intérêt général ou traitant d'un intérêt particulier, mais elle ne doit pas être considérée par Magazines Canada comme une revue spécialisée ou un journal d'entreprise destiné à des membres restreints, un catalogue publicitaire, une revue promotionnelle ou un journal quotidien ou hebdomadaire.

## Diffusion

Le magazine candidat doit être offert au grand public, dont on peut en faire la preuve en publiant un prix d'abonnement, un prix au numéro et un code à barres (Magazines Canada pouvant fournir ce code au membre en règle). On peut aussi communiquer à Magazines Canada un rapport vérifié du tirage démontrant que le magazine est disponible au grand public, outre les offres faites aux membres d'un club ou d'une association. La diffusion vérifiable d'une revue doit atteindre un minimum de 100 exemplaires. Le candidat doit soumettre avec sa demande le questionnaire de diffusion ci-joint dûment rempli.

## Relation entre contenu et publicité

La distinction entre le contenu rédactionnel et la publicité doit être nette, sans qu'aucun lien ne soit établi entre une annonce et le contenu du magazine. En moyenne, un maximum de 70% peut être consacré à la publicité, calculé sur la durée d'un an. Tout supplément publicitaire doit être clairement identifié comme tel, conformément au Code d'engagement à l'égard des lecteurs et des annonceurs (inclus dans cette trousse).

## Propriété canadienne

51 % ou plus des actions de la publication candidate doivent être de propriété canadienne. Le contrôle effectif de la gestion, de la rédaction et des finances du périodique doit relever de citoyens canadiens ou d'immigrants reçus résidant au Canada. Magazines Canada reconnaît le « contrôle effectif », et le mesure ainsi, comme étant la capacité de la direction de définir les contenus rédactionnel et publicitaire du magazine, la mise en page, les politiques financières et commerciales, ainsi que la capacité d'exercer un droit de veto sur ces questions. Tout nouveau candidat, et à l'occasion chaque membre, peut se voir demander une vérification de la propriété canadienne et de son contrôle effectif.

## Contenu canadien

Le candidat doit appuyer les valeurs culturelles et économiques indissociables et vitales à l'industrie du magazine canadien, en affichant un contenu canadien important, un pourcentage de textes de provenance canadienne généralement fixé à 80 %. Sous ce seuil, d'autres indicateurs peuvent être pris en compte, selon l'écart avec la norme. Parmi ces indicateurs, on retrouve notamment :

- L'engagement à favoriser l'emploi au Canada (dans la création et la gestion);
- La perspective canadienne de la rédaction;
- L'exportation du contenu canadien, dans le cas, par exemple :
  1. d'un magazine canadien possédant un lectorat à l'étranger, et;
  2. de l'aide à la vente des droits d'auteurs canadiens à l'étranger;
- L'engagement vis-à-vis de la création d'autres produits culturels par et pour des Canadiens (tels que livres, films, etc).

*Remarque : L'Association se réserve le droit de rejeter une adhésion après évaluation du contenu rédactionnel et des valeurs véhiculées par la production.*

À l'usage du bureau seulement	Commentaires :
Date .....	.....
Approuvé <input type="checkbox"/>	Remis <input type="checkbox"/>
Reporté <input type="checkbox"/>	Provisoire <input type="checkbox"/>
	.....

## FORMULAIRE D'ADHÉSION DE MAGAZINES CANADA

SVP complétez le formulaire suivant et faites-le parvenir (avec tous les éléments de votre demande) à Magazines Canada, 425 Adelaide Street West, Suite 700, Toronto, ON, M5V 3C1.

### Informations Générales

Date : .....

Titre du périodique : .....

Nom de l'éditeur : ..... Courriel : .....

Nom du rédacteur en chef : ..... Courriel : .....

Compagnie, association : .....

Langue de préférence : Français  Anglais

### Coordonnées

Nom de la personne ressource principale : ..... Courriel : .....

(Personne traitant les demandes générales en matière d'adhésion. Il peut s'agir d'une des personnes mentionnées ci-dessus ou de toute autre personne.)

Titre de la personne ressource : .....

### Veuillez inscrire les membres du personnel suivants aux bulletins d'information de Magazines Canada :

Membre du personnel 1 : ..... Courriel : .....

Titre de la personne ressource : .....

Membre du personnel 2 : ..... Courriel : .....

Titre de la personne ressource : .....

### Adresse postale :

Rue : ..... Bureau/Case postal : .....

Ville : ..... Province/Territoire : ..... Code postal : .....

Téléphone : ..... Poste : ..... Télécopieur : .....

Site Web : .....

Lien aux abonnements (courriel ou internet) : .....

## Lien aux abonnements (courriel ou internet) :

SVP répondez aux questions suivants concernant votre compagnie et magazine.

Est-ce que la possession et la gestion de votre compagnie/magazine (encerclez):

- est canadienne en toute exclusivité ?
- est en part ou complètement par des intérêts étrangers ?

Si vous avez répondu b, joignez un énoncé donnant les détails des droits de propriété de votre magazine.

Date du premier numéro : ..... # de numéros par année : .....

# moyen de pages par numéro : .....# moyen de pages de publicité par numéro : .....

OU Mon magazine est complètement sans publicité (cochez)

Dans un numéro normal, quelle proportion du contenu de votre magazine est (en excluant la publicité) :

Publiée pour la première fois ? ..... %

En réimpression ? ..... %

Créée par des canadiens ? ..... %

# moyen d'exemplaires imprimés par numéro : .....

Bipad: .....

ISSN: ..... HST/GST#:.....

Comment distribuez-vous votre magazine ? (Donnez le nombre d'exemplaires) :

En kiosque : .....

Abonnements payés : .....

Exemplaires gratuits : .....

Autre (description) : .....

Nom du distributeur national pour les commerces au détail (s'il y a lieu) : .....

Distribuez-vous votre magazine directement à certains détaillants ? (encerclez) Oui/Non

Êtes-vous intéressés au programme de distribution de Magazines Canada ? (encerclez) Oui/Non

Prix ordinaire au numéro au Canada : \$ .....

Prix ordinaire d'abonnement individuel annuel : \$ .....

Prix ordinaire d'abonnement d'entreprise annuel : \$ .....

Le total des revenus de publicité de votre périodique est-il inférieur à trois millions de dollars par an? Oui/Non

Indiquez quelle catégorie décrit le mieux le tirage moyen par numéro de votre magazine :

- |                    |                    |
|--------------------|--------------------|
| a. 0 à 2,000       | d. 25,001 à 50,000 |
| b. 2,001 à 10,000  | e. 50,001 à 99,999 |
| c. 10,001 à 25,000 | f. 100,000 et plus |

Tarif de base pour une pleine page de publicité, 4-couleurs : \$ .....

Nombre total de pages de publicité parues dans votre magazine au cours de l'an passé : .....



SVP nous fournir une brève description (maximum 50 mots) de votre périodique, en citant ses objectifs de rédaction et son lectorat. Celle-ci pourra être utilisée dans les promotions de Magazines Canada suite à l'acceptation de votre demande. Utilisez l'espace ci-dessous ou joignez une feuille à part.

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

*Je déclare avoir lu et compris les critères d'adhésion à Magazines Canada de même que le Code d'engagement à l'égard des lecteurs et des annonceurs. Je déclare aussi que l'information contenue ci-dessus est complète et exacte au meilleur de ma connaissance. Si je souhaite mettre fin à mon adhésion, je consens à faire parvenir un avis écrit à Magazines Canada.*

Nom : .....

Titre : ..... Date: .....

Signature: .....

### **Instructions d'envoi**

Veuillez vous assurer que tous les éléments mentionnés ci-dessous accompagnent votre application :

- Formulaire d'adhésion dûment rempli
- 18 exemplaires de votre numéro le plus récent
- Tarifs de publicité, si disponible
- Énoncé des droits de propriété (si votre magazine est contrôlé à l'étranger)
- Vérification de la diffusion
- Chèque ou mandat au montant de 25\$ payable à Magazines Canada

**Faites parvenir votre demande complétée à nos bureaux :**

**425, rue Adelaide Ouest, bureau 700, Toronto, Ontario, M5V 3C1.**

**Pour de plus amples renseignements** contactez Magazines Canada par téléphone au 416.504.0274 x238, par courriel au [membership@magazinescanada.ca](mailto:membership@magazinescanada.ca) ou **visitez le Site Web au [magazinescanada.ca](http://magazinescanada.ca).**

# Code d'engagement à l'égard des lecteurs et des annonceurs

## Introduction

Les études portant sur les lecteurs indiquent de manière constante que le contenu rédactionnel et la publicité sont des parties d'une importance égale de l'expérience du lecteur et qu'une distinction claire entre ces deux parties, exempte de toute ambiguïté, est vitale.

Les lecteurs s'attendent à ce que le contenu du magazine informe, divertisse et suscite de la confiance à l'égard des produits et services, peu importe l'endroit et la façon qu'ils choisissent pour établir leur lien d'engagement avec leurs marques de magazines favorites.

Les magazines canadiens s'investissent à offrir la meilleure expérience possible de lecture et de publicité et ils estiment que :

- Les lecteurs de magazines ont droit à des comptes rendus et à de l'information impartiaux
- Les annonceurs des magazines ont droit à un lectorat confiant et engagé
- La distinction entre le contenu rédactionnel et les messages publicitaires doit être transparente pour le lecteur
- L'intégrité du contenu rédactionnel doit être sans compromis et n'être soumise à aucune influence extérieure

Les lignes directrices qui suivent ont été établies par un groupe de travail national de Magazines Canada à titre d'outils à l'intention des équipes de rédaction et de ventes publicitaires pour leur permettre d'atteindre leurs objectifs tout en préservant la confiance et l'engagement des lecteurs.

## Partie I : Annonces

Une annonce est un message payé par un annonceur en vue de promouvoir ses produits et services. Ce contenu peut figurer sur une pleine page, une double-page, une portion de page prédéterminée, ou sur un encart ou un excart. Les sections spéciales consacrées à la publicité sont abordées dans une autre partie de ces lignes directrices.

**Identification** Toute publicité contenant du texte ou des éléments graphiques s'apparentant au contenu rédactionnel devra afficher les mots « publicité » ou « publiereportage » clairement et lisiblement.

**Mise en page** La disposition et la conception graphique des pages publicitaires doivent être complètement différentes de la disposition et de la conception graphique généralement utilisées dans les pages du périodique.

**Couverture** Aucune forme de publicité ne peut figurer sur la page couverture d'un magazine ou dans la table des matières, à moins qu'il ne s'agisse d'un concours ou d'une promotion supervisé par l'équipe de rédaction du magazine, ou d'un supplément de rédaction commandité en exemplaire unique (voir "Commandite").

**Logos** Le nom ou le logo du magazine ne doit jamais figurer dans les annonces ou pages publicitaires, à moins qu'il ne s'agisse de publicité à l'endroit du magazine et (ou) de ses promotions (ou à moins que le produit annoncé n'ait précédemment reçu un prix ou fait l'objet d'une critique du magazine). De même, le nom ou le logo du magazine peuvent paraître dans une annonce d'un tiers dans le cadre d'une promotion, d'un concours ou un d'un événement où le magazine agit comme commanditaire, partenaire ou participant. Les logos de l'annonceur ne peuvent figurer sur les pages de contenu, à moins qu'ils ne soient utilisés dans un contexte journalistique. Les concours axés sur le contenu rédactionnel et les suppléments de rédaction commandités en exemplaire unique échappent à cette règle.

**Proximité** La publicité ne peut être placée juste avant, après ou à l'intérieur de pages de contenu comportant la mention des produits ou services annoncés. Les listes et concours commandités échappent à cette règle, comme c'est également le cas d'articles provenant de plusieurs sources et citant les représentants d'entreprises ayant placé des annonces. Lorsque possible, on doit tout mettre en oeuvre pour prévoir une distance entre les annonces et les commentaires. On ne doit en aucun cas promettre une mention dans le contenu du magazine pour garantir le placement d'une annonce.

**Placement de produit** Aucun placement ou mention de produit n'est permis dans les pages de contenu rédactionnel, les photographies et les illustrations.

**Commandite** Le nom ou le logo d'un annonceur ne peut être utilisé pour suggérer qu'il commandite la publicité de tout contenu figurant dans le magazine sur une base régulière. De la même façon, aucun contenu rédactionnel figurant sur une base régulière ne peut comporter les mentions « commandité par » (ou « présenté par » ou toute autre formulation similaire). Toute formulation propre aux commandites ne peut être apposée que pour les suppléments de rédaction en exemplaire unique, tels que sections et suppléments spéciaux, concours, initiatives d'extension de la marque, encarts et excarts publicitaires, à condition que le contenu de ce supplément de rédaction ne mentionne ou n'appuie l'annonceur (l'annonceur n'a aucun droit de regard sur la création de ce contenu rédactionnel). Toute formulation propre aux commandites peut également être utilisée dans le cadre de classements et de programmes de remise annuelle de prix.

## **PARTIE II : SECTIONS PUBLICITAIRES**

Une section publicitaire est composée d'un ensemble de pages publicitaires regroupées sous une thématique et accompagnées de texte de type publiereportage. Afin d'éviter tout conflit ou doublement possible du contenu rédactionnel, les éditeurs doivent aviser leur équipe bien à l'avance de leur intention de publier ces sections publicitaires.

### **Identification**

Chaque page ou double-page de texte insérée dans une section publicitaire doit être clairement identifiée comme telle à l'aide de formulations contenant les mots « publicité », « publiereportage » ou « promotion ».

### **Mise en page**

La disposition et la conception graphique de ces sections doivent être complètement différentes de la disposition et de la conception graphique généralement utilisées dans les pages du périodique.

### **Couverture**

Les sections publicitaires ne peuvent être annoncées sur la page couverture d'un magazine ou figurer dans la table des matières.

### **Logos**

Le nom ou le logo du magazine ne peut figurer dans les titres, textes ou la pagination de ces sections (à moins que le produit annoncé n'ait reçu un prix de distinction du magazine). Une formulation telle que « Tel que paru dans [nom du magazine ici] » peut figurer sur la première page ou la couverture de la section publicitaire afin de tirer parti des occasions de surimpression.

### **Personnel**

Les noms, titres, signatures et/ou les photos/plans de tête du personnel à temps plein ne doivent pas apparaître ou être associés à ces sections publicitaires spéciales. Ces éléments ne doivent pas, non plus, être associés à des encarts de tiers publiés dans leur magazine. Dans les rubriques et chroniques qu'il traite habituellement dans le magazine, le personnel ne doit pas être associé aux magazines contractuels publiés par l'entreprise-mère de leur magazine, par les annonceurs ou par des tiers tels que les éditeurs contractuels. Des cas d'exception peuvent être prévus pour le personnel artistique qui souhaite améliorer l'apparence d'une section publicitaire spéciale afin de l'harmoniser avec l'environnement du magazine.

### **Contactez-nous**

Magazines Canada  
425, rue Adelaide Ouest, bureau 700  
Toronto, Ontario M5V 3C1  
info@magazinescanada.ca  
magazinescanada.ca

# FAQ RELATIVE À NOTRE PROGRAMME DE DISTRIBUTION

Magazines Canada offre un programme national de vente directe au détail. Tous nos rapports de distribution sont accessibles en ligne.

## De quoi ai-je besoin pour distribuer mes magazines par l'intermédiaire de Magazines Canada ?

Votre magazine doit être membre de Magazines Canada. Vous devez également avoir un prix au numéro et un code à barres. Si vous n'avez pas encore de code à barres, il suffit de nous en informer. Nous pourrions créer des codes à barres, moyennant un tarif modique. Nous ne distribuons pas de magazines « gratuits ».

## À partir de quel moment Magazines Canada pourra-t-elle distribuer mon magazine ?

Dès que vous serez membre, nous pourrions commencer la distribution. Nous pourrions peut-être même mettre votre prochain numéro en vente dans les kiosques à journaux, selon votre échéancier. Nous vous invitons à nous dire d'avance si notre programme de distribution vous intéresse.

## Comment puis-je obtenir votre Catalogue des revendeurs ?

Tous les membres de notre programme de distribution sont automatiquement ajoutés à notre Catalogue des revendeurs, publié chaque été. De plus, les nouveaux titres distribués sont annoncés dans notre bulletin d'information destiné aux revendeurs et sous la rubrique Revendeurs de notre site Web.

## Combien de copies du numéro à distribuer dois-je envoyer à votre entrepôt ?

En bref, cela dépend de divers facteurs. Pour discuter du cas particulier de la distribution de votre magazine, veuillez appeler notre directeur de comptes de vente au détail, Chris Chambers, au 416.504.0274, poste 233. Notre personnel de la distribution établira avec vous les paramètres de votre distribution auprès des revendeurs.

## Est-ce que Magazines Canada fait de la distribution auprès des magasins Chapters/Indigo ?

Oui. Magazines Canada envoie des magazines à Chapters/Indigo ainsi qu'à d'autres chaînes de revendeurs, librairies et kiosques à journaux partout au pays. Nous soumettons nos titres à Chapters/Indigo par l'intermédiaire de Disticor, qui peut refuser nos titres.

## Quand vais-je percevoir les revenus de mes ventes en kiosque ?

Magazines Canada envoie des chèques aux éditeurs tous les deux mois, à la fin de janvier, mars, mai, juillet, septembre et novembre. Un paiement est émis pour tous les numéros qui sont payables au cours de la période de deux mois la plus récente. Un numéro devient payable 120 jours après la date de fin de mise en vente (c.-à-d. la date de mise en vente du numéro suivant).

## Comment puis-je obtenir un rapport des ventes ?

Vous pouvez accéder à vos rapports de ventes en tout temps en ligne au [magazinescanada.ca](http://magazinescanada.ca), en utilisant le nom d'utilisateur et le mot de passe qui vous ont été attribués au moment de votre abonnement. Vous pouvez également appeler ou envoyer un courriel à notre Coordonnatrice de comptes, Anna Wellman, [awellman@magazinescanada.ca](mailto:awellman@magazinescanada.ca), pour connaître le rendement de votre titre.

## Qu'est-ce qu'un code UPC et comment ça fonctionne ?

Le code à barres, qui est utilisé sur la plupart des produits offerts dans les points de ventes, utilise une série de barres verticales et d'espaces fins pour coder des données numériques. Le code universel des produits (CUP) est un type particulier de code à barres utilisé sur les magazines et périodiques. Ces codes permettent de gérer plus efficacement les stocks et le suivi des produits. En vertu de notre politique, tous les magazines distribués par Magazines Canada DOIVENT comporter un code à barres valide sur leur couverture (de préférence dans le coin inférieur gauche de la couverture). Le premier groupe de cinq données du code à barres d'un magazine correspond au distributeur. Le groupe suivant de cinq barres permet d'identifier le magazine. Cette section porte le nom de « bipad » et représente l'identité du magazine auprès des grossistes et des revendeurs. Les deux dernières données correspondent au numéro d'identification du numéro.

## De quelle façon Magazines Canada peut-elle optimiser mes ventes ?

L'équipe de la vente en kiosque de Magazines Canada analyse les ventes de votre magazine et de magazines similaires au sein de tout notre réseau de distribution pour établir des tirages réalistes. Nous savons où différents types de magazines se vendent et comment tirer profit de notre service de diffusion directe aux détaillants. Vous pouvez nous aider à bien saisir les impératifs de votre magazine en nous informant de votre horaire de production ou des promotions et numéros spéciaux ou thématiques que vous prévoyez lancer cette année.

Vous pouvez consulter notre section FAQ complète : <http://www.magazinescanada.ca/diffusion/distribution/faq>