



PAR **CHRIS CHAMBERS**, DIRECTEUR, COMPTES DE DÉTAIL, MAGAZINES CANADA

LA NS DANS LES KIOSQUES À JOURNAUX

LA COUVERTURE DU nouveau numéro spécial a fière allure, mais avez-vous frayé un chemin pour diriger votre petit chef-d'œuvre vers les magasins? Et avez-vous tout mis en œuvre pour que votre numéro spécial (NS) ait sa place dans les rayons du kiosque et ait toutes les chances d'y attirer les regards? De plus en plus d'éditeurs explorent le potentiel de ces publications dérivées, qui peuvent avoir un effet tonique sur les ventes, l'exposition et la notoriété de la marque. Mais l'expérience peut également comporter son lot de défis et susciter son lot de maux de tête en kiosque.

DATE LIMITE D'EXPOSITION

C'est la façon la plus simple d'informer les détaillants du caractère particulier de votre numéro spécial : demandez-leur de le maintenir en présentoir plus longtemps en imprimant en couverture une «date limite d'exposition». Les détaillants ne tiennent pas tous compte de la «date limite d'exposition», mais les plus vigilants le font. Il n'est pas réaliste de souhaiter que les détaillants maintiennent un magazine dans leurs présentoirs pendant un an, ou même six mois, mais un numéro comme celui-là mérite bien de demeurer bien en vue kiosque pendant un bon moment et de réussir sa carrière. Une «date limite d'exposition» peut y contribuer.

CHOISISSEZ LE BON CODE BIPAD

C'est une question délicate. Idéalement, l'approche la plus efficace est celle d'un nouveau code bipad que vous pourriez réutiliser chaque année pour votre NS. Le code bipad fait partie du code à barres d'un magazine. Il s'agit du deuxième groupe de cinq chiffres du code à barres, et il est unique pour chaque titre. Je le vois comme une plaque d'immatriculation. C'est par lui que les ordinateurs des commerces qui vendent le magazine et les distributeurs qui le distribuent le reconnaissent. Le problème, lorsque vous utilisez le même code bipad pour votre NS et pour votre publication principale, est qu'à la parution de votre

prochain numéro, le code bipad sera identique à celui du numéro précédent de votre magazine, qui doit maintenant être retourné. Ainsi, les détaillants sont alors susceptibles de retourner trop tôt les exemplaires invendus du NS. Un code bipad est un code bipad, et les détaillants ne souhaitent pas courir le risque qu'en attendant trop longtemps, leurs retours soient rejetés. C'est pourquoi il est préférable d'utiliser un code bipad distinct pour votre NS.

TOUTEFOIS, (voici l'aspect délicat) si votre magazine est distribué par un grossiste, ou à de grandes chaînes de magasins telles que Chapters/Indigo, London Drugs, Shoppers Drug Mart, Wal-Mart, Canadian Tire, par exemple, vous devrez préparer la distribution du numéro correspondant au nouveau code bipad comme s'il s'agissait d'un tout nouveau magazine et obtenir d'avance des autorisations de ces magasins. Non seulement cela exigera-t-il du temps, mais la plupart des grandes chaînes pourraient fort bien vous demander de dépenser un peu d'argent pour promouvoir le numéro en magasin, avant de vous accorder leur autorisation. Bien sûr, comme il s'agit d'un NS, il pourrait valoir la peine d'investir quelques dollars dans la promotion de ce numéro, mais vous devrez en tenir compte d'avance.

MOMENT

Plusieurs NS sont saisonniers (p. ex. : le numéro de *Cottage Life* sur les grillades) ou liés à des événements (la série de *Hello! Canada* sur le mariage royal), et il est vital de préparer l'entrée en magasin le plus soigneusement et le plus précisément possible, comme dans le cas de toute promotion ponctuelle. D'une certaine façon, votre sujet a une occasion unique d'être mis en valeur, et la tâche vous incombe de vous assurer que vos exemplaires soient en magasin et que vos promotions soient fin prêtes au bon moment pour tirer pleinement parti de cette occasion.

 TÉLÉCHARGEZ D'AUTRES FICHES-CONSEILS SUR magazinescanada.ca/culturels/hotsheets



TARIF

Les NS sont spéciaux. Le papier de la couverture devrait être de plus fort calibre et être d'apparence somptueuse. Le contenu devrait être particulièrement choisi en fonction de sa pertinence au sujet traité, et du nouveau contenu devrait être produit pour combler les vides. Ils devraient, par leur apparence, inciter les lecteurs à les conserver, plutôt qu'à les recycler. Dans de nombreux cas, il mettent votre marque en valeur. Pour toutes ces raisons, le prix de vos NS devrait être plus élevé que celui de votre magazine principal.

Un **BULLETIN DU DÉTAILLANT** pourrait être à propos, particulièrement si vous n'utilisez pas un code bipad unique pour votre NS. Magazines Canada, envoie régulièrement ces bulletins pour plusieurs de ses magazines, mais dans le cas d'un NS, c'est pratiquement une nécessité. Essentiellement, il s'agit d'une lettre de l'éditeur adressée à un allié du magasin: l'employé qui ouvre la boîte reçue du distributeur, vérifie la conformité du contenu par rapport à la facture, place les magazines sur les rayons et est reconnu au magasin comme le spécialiste des magazines. Le bulletin peut être

une lettre d'une page illustrée d'une image numérisée de la couverture, avec description du contenu du numéro, une mise en valeur de son intérêt et de sa pertinence exceptionnelle, et sa provenance (si le titre ne le divulgue pas clairement).

Il devrait également les coordonnées du distributeur et de son représentant, ou un numéro du service à la clientèle, une réaffirmation de la «date limite d'exposition» et, si vous le jugez nécessaire, une recommandation quant à l'endroit où le numéro devrait être idéalement placé sur les rayons («à côté de *Saveur*, *Cooking Light* et *Jamie Magazine*» est plus exact que «près des magazines d'alimentation»). Je demande à nos éditeurs de m'envoyer d'avance par courriel un exemplaire du numéro, afin que je puisse faire des suggestions. Une fois que l'éditeur est satisfait du bulletin, Magazines Canada imprime le bulletin à l'interne (s'il est en noir et blanc) et il s'assure d'en envoyer un à chaque magasin qui reçoit le magazine. Consultez votre distributeur à propos de cette option si vous jugez qu'elle peut vous être utile.

