

Revue de fin d'exercice de Magazines Canada

Pour l'exercice se terminant le 31 mars 2013

L'exercice 2013 de Magazines Canada (terminé le 31 mars) reflète le rôle continu de l'association à titre de principal organisme de défense et de point focal des magazines canadiens.

En une période intense en défis, tant pour le secteur que pour l'association, qui compte 40 années de service, l'énergie créative et l'engagement d'un vaste groupe de bénévoles et d'un personnel dévoué ont permis d'offrir des programmes fondés sur les besoins des membres, programmes qui ont atteint leurs objectifs. Les données portant sur la participation pour l'exercice 2013 témoignent du succès de l'organisme. Ce succès s'est traduit par une augmentation de 227 % de l'utilisation des offres de perfectionnement professionnel de Magazines Canada, par rapport à 2012, année où l'augmentation avait été de 41 % par rapport à l'exercice 2011. L'industrie des magazines canadiens est avide d'apprentissage et de réseautage collaboratif, dans l'optique des enjeux et occasions dont il est fait état dans ce rapport. L'association a respecté son plan central, affichant des résultats positifs, et a préparé le terrain pour relever le défi du changement qu'annonce l'exercice 2014, à l'interne et à l'externe.

Faits saillants de l'année :

Affaires publiques et rayonnement

Magazines Canada a eu des contacts continus avec les représentants gouvernementaux et les organismes connexes à propos des enjeux clés liés à l'industrie du magazine canadien. L'année aura été bien remplie. Des réunions ont eu lieu de manière suivie avec les représentants gouvernementaux, ainsi qu'avec le personnel politique et les représentants élus. Des projets spéciaux ont produit des résultats importants dans des secteurs critiques au cours de l'année.

Fonds du Canada pour les périodiques et suites

Au début de l'exercice 2013, nous avons rencontré des représentants gouvernementaux afin de nous assurer que le FCP soit mis en œuvre à point nommé en 2013. Ce fut fait. Les chèques ont été produits en juillet 2013, alors qu'ils l'avaient été en août l'année précédente. Un mémoire annuel a été déposé en juillet auprès du comité financier et du ministre des Finances à propos du budget de l'exercice 2014 établi en mars 2013. Nous sommes heureux de constater que les subventions de base du FCP et du Conseil des arts du Canada sont stables. Le ministère du Patrimoine du Canada (MPC) a entrepris un examen du programme, conformément à son mandat. Il a sollicité la participation de Magazines Canada à ces discussions. Ensemble, MPC et MC examinent l'état des données sur l'industrie du magazine. Beaucoup de choses ont changé au cours des dernières années, et les données actuelles, quand elles existent, ne sont pas d'une grande utilité. Ce projet est en cours.

Budget fédéral pour l'exercice 2014

En plus d'offrir une stabilité pour les programmes actuels, le dernier budget fédéral pourrait être une source de nouvelles occasions, pour l'industrie du magazine, de considérer la mise sur pied de programmes de perfectionnement professionnel et de stages en entreprise. Magazines Canada passera également en revue des options d'accès à un plus grand nombre de programmes portant sur les médias.

Conseil des arts du Canada

Magazines Canada a participé à la réunion du Conseil des arts portant sur l'organisation des services, à l'automne 2013. À ce moment, le Conseil a déposé son document sur « l'engagement public ». Les contraintes en matière de financement des arts exigent de nouvelles réflexions. Cela pourrait comprendre un passage des approches établies depuis longtemps vers le « financement opérationnel ».

Le comité des magazines culturels de Magazines Canada a entrepris la tâche de réagir au livre blanc du Conseil des arts du Canada. L'objectif est d'énoncer le point de vue de l'industrie du magazine à l'égard des facteurs déterminants de l'engagement du public et de l'accès aux marchés. Hors de tout doute, les magazines culturels du Canada ont une histoire exceptionnelle à raconter, fondée sur leur capacité de créer un excellent contenu qui est clairement souhaité par les Canadiens. Ce point de vue est appuyé par les données de l'étude de Magazines Canada sur les points de référence du rendement des magazines culturels, publiée au début de l'exercice 2013. Le comité entend recueillir les commentaires des membres par l'intermédiaire d'une plate-forme en ligne portant sur le sujet.

Coalition des arts

Magazines Canada appuie également à la Coalition canadienne des arts et y participe. Ce soutien a compris la participation à la Journée des arts sur la colline du Parlement, en octobre 2012, où un collectif de 10 organismes voués aux arts a tenu 63 rencontres portant sur la valeur des arts et de l'activité culturelle au Canada, avec les députés.

Sommets nationaux

Le conseil d'administration de Magazines Canada et les chefs des associations régionales ont passé deux journées intenses à Ottawa, en novembre 2012. Le président du comité des Affaires publiques, Doug Knight, et le chef de la direction de Magazines Canada ont préparé le terrain à l'occasion de rencontres, en octobre, avec de hauts représentants fédéraux, pour s'assurer que les messages de l'industrie au gouvernement soient alignés sur les défis fiscaux à relever. Les journées de sommets de l'association ont été productives. Quelque 22 rencontres ont eu lieu avec de hauts représentants fédéraux et députés, ainsi qu'une table ronde réunissant des éditeurs du pays pour discuter de façons de répondre aux besoins des magazines, à l'échelle pancanadienne. Un rapport de priorités, à propos de ces rencontres, a été diffusé en janvier 2013. En outre, le **Sommet du leadership des médias d'affaires** inaugural a eu lieu en février 2013, attirant 22 chefs de file des médias d'affaires du pays. On y a également traité des principaux enjeux des programmes, et un livre blanc a été publié au début de l'été 2013.

Rencontres pancanadiennes

Immédiatement après le sommet, les représentants des associations de magazines canadiens se sont rencontrés pour discuter de nouvelles approches de gestion d'événements collaboratifs et de sollicitations de subventions. Cela constitue le coup d'envoi de rencontres trimestrielles sur les priorités communes de la C.-B., de l'Alberta, du Manitoba, de l'Ontario, du Québec et des provinces de l'Atlantique, organisées par Magazines Canada.

Ententes commerciales

Les ententes commerciales ont été pointées comme un enjeu à suivre de près. La question de « l'exemption culturelle » portant sur les nations souveraines soulevée dans le cadre de ces discussions requiert notre attention. Plusieurs des programmes de soutien dépendent de la reconnaissance par d'autres nations du fait que ces programmes ne constituent pas des pratiques commerciales injustes. Ces exemptions doivent figurer dans les ententes commerciales pour qu'elles prennent effet. Le Canada participe à des négociations commerciales en Europe et dans les pays en bordure du Pacifique. Nous sommes satisfaits de constater que Patrimoine Canada soit informé des éléments appuyant « l'exemption culturelle » et leur donne son appui, dans toutes les négociations d'ententes commerciales. En février 2013, le chef de la direction de Magazines Canada a rencontré des représentants commerciaux et a été informé de plusieurs négociations multilatérales. Des représentants commerciaux préparent un plan d'engagement des intervenants et ont invité l'association à y participer. Notre chef de la direction est également membre du conseil de la Coalition pour la diversité culturelle, un groupe d'organismes culturels internationaux qui se centre sur les enjeux commerciaux.

Législation anti-pourriel candienne (LAPC)

Les réglementations anti-pourriels, relative à la LAPC, adoptée par le Parlement en 2010, ont accusé du retard, principalement à cause de lacunes de la législation. Les règles et directives proposées par Industrie Canada et le CRTC n'ont pas été respectées, ce qui suscite de l'inquiétude. Magazines Canada

s'est jointe à une coalition de 22 associations d'entreprises pour travailler à la préparation d'un meilleur régime réglementaire. Nous sommes heureux de constater qu'Industrie Canada, le cabinet du premier ministre et le CRTC manifestent maintenant leur intention de faire preuve de plus de soin en matière de réglementation relative à la LAPC, reconnaissant (enfin) que les réglementations doivent atténuer les lacunes de la législation qui sont susceptibles de léser les entreprises canadiennes.

Bac bleu

Cette année, Magazines Canada a créé un comité consultatif sur le programme du Bac bleu qui s'est immédiatement mis à l'œuvre à ce sujet dans les provinces de l'Ontario, de la C.-B. et du Québec. Il est difficile de prévenir une mauvaise utilisation du papier de magazine dans le système du recyclage, et les enjeux sont problématiques. Plusieurs facteurs ont un impact négatif sur les tarifs de récupération, y compris le fait qu'en Ontario, les éditeurs étrangers n'ont pas payé pour soutenir les activités du programme Bac bleu. L'augmentation de la collecte municipale à flux unique augmente également la contamination du papier et sa valeur de recouvrement.

Magazines Canada a fait plusieurs représentations auprès d'administrations du Québec, de l'Ontario et de la C.-B. à propos de certains enjeux. La C.-B. est en voie d'établir un plan qui sera mis en œuvre en 2014. Nous travaillons avec des membres de C.-B. et continuons de commenter les projets de la province, au gré de leur évolution. Au Québec, les lacunes de la législation ont été perçues comme étant si flagrantes que des éditeurs ont entamé des poursuites juridiques. Entretemps, Magazines Canada continue de collaborer avec le programme québécois de gérance au sujet des enjeux opérationnels, plutôt que des questions de politiques. Après de nombreuses années d'efforts, un progrès considérable a été accompli en Ontario : les tarifs de 2013 ont été revus à la baisse après de nombreuses consultations au sujet de la désagrégation partielle. Une étude portant sur la désagrégation est en cours dans une optique de réduction des tarifs. Cette activité comprend également une session d'éducation, préalable à la publication des résultats de l'étude. Les règles portant sur les éditeurs étrangers pourraient être modifiées et avoir ainsi un impact sur les tarifs de cette année, dans le sillage de nos efforts destinés à convaincre l'Ontario (ainsi que la C.-B.) à modifier la définition de « producteur ».

Services de publicité

Magazines Canada a noté une participation exceptionnelle de la communauté publicitaire à ses nombreux projets.

- **EDNM** – Tenu à l'automne 2012, l'événement État de la nation du magazine, sous le thème *L'avenir des magazines*, a attiré plus de 300 participants.
- **Atelier pour les planificateurs de premier échelon** – L'atelier pour les planificateurs de premier échelon 2013 a attiré plus de 60 participants.
- **Exposition itinérante Best on Page** – L'exposition itinérante Best on Page 2013, qui a présenté les meilleurs concepts publicitaires mondiaux dans 21 agences de médias et de création, a rejoint quelque 1 300 décideurs.
- **Balados et webinaires**
 - Quatre nouvelles baladodiffusions vidéo ont été produites dans une approche renouvelée, et elles ont été visionnées par quelque 4 000 personnes.
 - Une nouvelle série de webinaires sur les Services de publicité, présentant des études de cas portant sur les magazines, a affiché complet.
- **Services de production**
 - Nous avons mené des essais du nouveau format de fichiers PDF/X-4 qui suscite un intérêt international pour remplacer la norme de fichier PDF/X1-a actuelle. Un livre blanc a été produit et diffusé auprès de la communauté des magazines.

- Nous explorons actuellement le HTML5 et son potentiel pour la création dans un environnement de magazine.
- AdDirect poursuit sa croissance au chapitre des fonctionnalités et du nombre d'utilisateurs.

Services de diffusion

Magazines Canada a fourni un vaste éventail de programmes de développement des auditoires et conçus pour aider les membres à offrir leurs magazines sur diverses plates-formes.

- **Campagne de marketing direct** – 192 titres annoncés auprès des marchés anglais et français, au moyen de 500 000 dépliant imprimés, de sites Web (site « Achetez-en 2, obtenez-en 1 gratuit » et site de bons-rabais), de médias sociaux, de marketing sur les moteurs de recherche, de publicité en ligne, de courriels en rafale, de bulletins d'information, notamment. Le tout a produit quelque 8 500 abonnements.
- **Projet de marketing en kiosque**
 - Promotion faite auprès de Presse Commerce, de Chapters/Indigo et de détaillants indépendants.
 - Mise à jour du Catalogue de vente au détail et création de deux catalogues de créneau pour les magazines en librairie et les titres spécialisés en art et conception visuelle.
 - Les représentants des ventes ont maintenu le contact avec les détaillants existants et ont établi le lien avec 12 nouveaux magasins.
- **Kiosque numérique**
 - Nous avons renouvelé le contrat de Zinio jusqu'en avril 2014 — 199 titres participent au projet.
 - Nous avons terminé les mises à jour des numéros antérieurs et pour iPhone.
 - Nous avons lancé plusieurs promotions thématiques, appuyées par du marketing sur moteurs de recherche et dans les médias sociaux.
- **Diffusion**
 - 197 titres membres utilisent le service.
 - On compte 153 magasins.
 - Nous continuons d'observer l'impact positif de notre effort national de vente dans un environnement de vente au détail difficile.
 - Nous avons réorganisé les services de cueillette et emballage, en les impartissant à un autre emplacement du Grand Toronto.
- **Recherche**
 - En partenariat avec CiG, nous avons créé un livre blanc sur le profil démographique des abonnés canadiens.
 - Rapport sur les points de référence en matière de diffusion, fourni par CDS, contenant des statistiques pour les éditeurs canadiens, par opposition aux éditeurs américains.
 - Nous avons lancé une étude portant sur les ventes d'abonnements sur Internet et sur les percées numériques. Les résultats sont en instance de préparation au 31 mars 2013.
- **Postes Canada**
 - Nous avons travaillé en partenariat avec Postes Canada pour établir un programme exclusif de site Web d'abonnements, imprimés et numériques, en lien avec le site *Magazine canadien* de Magazines Canada (canadapost.ca/magazines). Postes Canada a également relié le site de Magazines Canada à son [Répertoire de ressources](#).
 - Nous avons lancé un projet de partenariat pour stimuler les activités, partager l'information et promouvoir les ventes de magazines et le programme du Bac bleu.

- Au 31 mars, nous planifions notre rencontre annuelle avec les dirigeants de Postes Canada, portant sur la formulation d'idées pour stimuler les activités, ainsi que sur les tarifs et services pour 2014-15.

Perfectionnement professionnel

Avec une augmentation de 227 % des inscriptions aux programmes offerts par Magazines Canada, les magazines canadiens semblent avoir choisi MC comme principale source de formation pour les carrières.

- **MagNet** – La conférence de 2012 a attiré 1 300 participants à 4 200 sessions et événements, le programme de bourses ayant fourni 50 % des frais de déplacement et d'inscription à jusqu'à trois membres du personnel de magazines à faible diffusion. Pour la conférence de 2013, le site Web a été rafraîchi et sera plus compatible avec les appareils mobiles. Une zone de Place des marchés a été ajoutée. De nouveaux commanditaires se sont ajoutés aux anciens, et les partenaires de la conférence sont extrêmement satisfaits.
- **Écoles itinérantes de Magazines Canada** – L'école itinérante de la diffusion (Vancouver, Toronto); L'industrie du numérique (Calgary, Toronto).
- **Webinaires** – 12 webinaires ont été offerts au cours de l'année et ont été archivés pour utilisation future.
- **Sommet inaugural du leadership des médias d'affaires** – Tenu en février, ce Sommet a attiré 22 chefs de file des médias d'affaires, de 15 entreprises, pour une journée et demie de réflexion sur le leadership. Commandité par AAM et Equisoft.
- **Conseillers itinérants** – 47 consultations ont eu lieu partout au pays.

Effectif-membres

Les 23 nouveaux membres qui se sont joints à l'association au cours de l'exercice 2013 sont à l'image de la combinaison de magazines grand public, culturels et d'affaires qu'on trouve partout au Canada et dans les deux langues. En réunissant sous un même toit l'ensemble de la communauté canadienne du magazine, Magazines Canada peut non seulement répondre à leurs besoins communs, mais également à des besoins plus particuliers.

- **377 membres**
- **Taux de satisfaction de 98 % attribué par les membres** à l'occasion du sondage annuel
- **Documentation des membres** – Nous avons mis à jour la Trousse des membres et créé une annonce Bâtissez votre avenir, ainsi qu'un diaporama dynamique à l'intention des membres.

Magazines culturels

- **Tribune en ligne sur les magazines culturels** – Nous avons créé une tribune en ligne de discussion sur la revue du Conseil des arts du Canada et d'autres priorités culturelles.

- **Études sur les points de référence du Conseil des arts du Canada** – Nous avons commandé et diffusé le rapport mis à jour.
- **Déjeuner portant sur les magazines culturels** – Nous avons établi de programme du déjeuner sur les magazines culturels de cette année : « Action collective, succès partagé ». L'événement aura lieu à MagNet 2013.
- **Hot sheets** – Nous avons produit 11 nouvelles fiches Hot sheets, en anglais et en français.

Médias d'affaires

- **Sommet du leadership des médias d'affaires** – Nous avons créé et tenu le premier événement du genre, couronné de succès, fort d'une forte représentation et du soutien du commanditaire.
- **Médias d'affaires à MagNet** – Nous avons créé une série de sessions sur les médias d'affaires et des Faits saillants des médias d'affaires pour MagNet 2013.

Développement des affaires

Magazines Canada a restructuré son approche en matière de relations avec les commanditaires en changeant les rôles des effectifs et en adoptant une approche de communication focalisée. En reconnaissant que chacun a un rôle à jouer dans le succès de l'industrie, et en le démontrant à tous les intervenants, Magazines Canada a obtenu un taux de participation exceptionnel.

Commanditaires

- **Investissements des commanditaires** – Les investissements financiers ont augmenté de 70 % et les investissements bénévoles de 114 % comparativement au dernier exercice.
- **Développement des commandites** – Nous avons produit une base de données de commanditaires actuels et potentiels; un guide des meilleures pratiques; un plan de communications; un rapport des activités de l'année; et un système de reconnaissance à plusieurs niveaux pour les commanditaires.
- **Trousse médias** – Nous avons créé et distribué la première trousse médias de Magazines Canada et un document Place des marchés – MagNet d'une page lié portant sur les commanditaires.
- **MagNet** – Nous avons créé une rubrique Place des marchés sur le site magnet.magazinescanada.ca site, où est mise en valeur la section de plus en plus populaire de la Place des marchés, ainsi que son importance croissante comme source de revenus.

Bailleurs de fonds

- **Financement reçu par voie de subventions** – 1 742 963 \$

Communications

Chaque projet de communications, qui focalise sur la prestation des services, est soigneusement adapté au programme visé. Les stratégies de communication ont été très positives et leur efficacité a augmenté la participation des membres, ainsi que leur niveau de satisfaction.

- **Communications stratégiques** – Nous avons développé un plan stratégique de communication portant sur les communications externes et internes. Les grandes priorités prises en charge au cours de l'exercice comprennent :
 - Le rajeunissement visuel du site Web sectoriel de Magazines Canada
 - L'améliore de la Place des marchés en ligne
 - La création de documentation de marketing sur le développement des affaires
 - Préparation du Centre d'information Web en cours

- **Canadian Magazines canadiens** – Nous avons lancé les deux derniers numéros de cette publication sectorielle auprès d'un auditoire national et international de 3 500 décideurs.
- **MagNet** – Nous avons lancé le dépliant imprimé et le site Web du programme de la conférence de 2013.
- **Grands prix canadiens – Meilleures couvertures** – Nous avons lancé le programme de prix de 2012, sa présentation et son site Web, en partenariat avec la *Circulation Management Association of Canada*.
- **Rayonnement national** – Nous avons organisé un sommet national à Ottawa, portant sur des stratégies pancanadiennes de croissance de l'industrie et de communication, ainsi qu'un Sommet du leadership des médias d'affaires, pour les chefs de file de l'industrie.
- **Rayonnement régional** – Nous avons institué des conférences téléphoniques régionales trimestrielles pour partager de l'information et des stratégies de demandes de subventions.
- **Les magazines branchent les Canadiens** – Nous avons créé une vidéo « Les magazines branchent les Canadiens », en français et en anglais, qui sera lancée à MagNet 2013. Cette vidéo rend hommage à l'industrie du magazine canadien et à son importance pour relier les Canadiens partout au pays.

Centre d'information

Le centre est un projet évolutif qui est destiné à réunir et à diffuser les données courantes sur le marché, de la manière la plus accessible possible.

- **Projet Connections Audit** – Nous avons terminé le projet de vérification *Magazine Media Connections Audit* qui porte sur la compréhension du rôle et de l'influence des magazines dans le processus décisionnel d'achat des consommateurs. Ce document réunit des résultats de divers projets promotionnels.
- **Bibliothèque** – Nous avons créé le nouveau Centre d'information Web de Magazines Canada, offrant une plus grande fonctionnalité de recherche et un accès limité aux membres.
- **Ressources clés**
 - Nous avons lancé trois Guides 2013 (grand public, médias d'affaires et médias numériques), qui réunissent 323 pages de données les plus récentes sur l'industrie.
 - Nous avons lancé cinq documents Catégories – Survol éclair, et créé cinq ajouts, chacun ciblant des annonceurs de secteurs particuliers.
 - Nous avons créé de nouvelles fiches *FastFacts*, pour les marchés grand public et des médias d'affaires.
 - Nous avons relancé des documents-ressources Web, y compris : Tendances des magazines grand public canadiens; Magazines : Comparaison du Canada et des États-Unis, Débordement des magazines US au Canada, Magazines + Services en ligne, Tirez parti des magazines, *Magazine Essentials*, Comment lancer un magazine, Postes et responsabilités en rédaction, et Ressources de financement.