

LA DIFFUSION INTERNATIONALE AVEC LE MAGAZINE *UPPERCASE*

Hotsheets

PAR JANINE VANGOOL, éditrice/rédactrice en chef/conceptrice du magazine *UPPERCASE*

CONTENU

Valeur : *UPPERCASE* a une valeur de production élevée et son prix au numéro est considérable. Alors que le coût des abonnements aux États-Unis et au Canada est de 80 \$ CA, il s'élève à 120 \$ outre-mer. Nous mettons tout en œuvre pour publier un contenu qui soit à la hauteur de ce prix et respecter l'investissement considérable des lecteurs à la santé financière du magazine. Bien que la publicité ait toujours représenté de 2 à 4 % de nos pages, nous avons décidé en 2016 d'offrir un magazine sans publicité — et d'augmenter ainsi la valeur du contenu pour les lecteurs.

Perspective internationale : Bien que plusieurs de nos collaborateurs et artistes soient canadiens, le contenu de notre magazine ne respecte aucune proportion prescrite en matière de contenu canadien (et, de ce fait, nous ne dépendons pas de subventions gouvernementales). En présentant des artistes visuels de partout dans le monde, nous découvrons des artistes de nouveaux cercles géographiques — nous encourageons les artistes et collaborateurs du magazine à faire connaître leur travail et leur collaboration avec *UPPERCASE*.

Production du magazine : Nous n'offrons pas une édition numérique du magazine. L'utilisation d'effets propres à l'imprimé dont le gaufrage, les feuilles métalliques, les encarts et les livrets réservés aux abonnés contribue à faire du magazine un objet convoité, et collectionné.

Toujours d'actualité : À cause des délais de fret, les numéros sont diffusés par les distributeurs outre-mer un à trois mois après leur publication. Notre contenu n'étant pas propre à une période ou à une saison, cela ne constitue pas un problème. Malgré des frais postaux considérables, les clients reviennent consulter notre boutique en ligne pour acheter d'anciens numéros pour compléter leur collection.

COMMUNAUTÉ

Il est personnel : L'authenticité dans nos communications avec les lecteurs du magazine

contribue beaucoup à son succès. Les gens peuvent d'abord entendre parler du magazine, puis s'abonner à l'infolettre hebdomadaire; ils sont dès lors beaucoup plus susceptibles de s'abonner puisqu'ils sont informés de ce qui se passe en coulisse. Cette approche est particulièrement utile, puisque nous n'avons pas de distributeur aux États-Unis et que nous ne sommes pas offerts en kiosque ou dans les grandes librairies.

Il offre du soutien : *UPPERCASE* encourage activement ses lecteurs à présenter leur travail, que nous publions et dont nous faisons la promotion le plus possible. En faisant preuve d'une approche inclusive, nous avons bâti une communauté de gens qui adorent le magazine — et qui en parle à ses amis !

Il est enrichissant : Nous offrons des éléments bonis gratuits réservés aux abonnés, dont un calendrier imprimé, des journaux ou même des imprimés typographiques, par exemple. Le coût de ces articles constitue une dépense de marketing, et nous observons généralement un bon rendement de cet investissement, qui se traduit par des renouvellements et de nouveaux abonnés qui sont séduits par ces suppléments. Ils sont offerts à tous les abonnés, partout dans le monde.

Nous sommes présents dans les réseaux sociaux : Nous sommes actifs sur Twitter et sur Instagram, où nous partageons des images d'arrière-scène et ma vie de création quotidienne. À l'aide de mots-clics particuliers, notre effectif-lecteurs partage des photos du magazine, ainsi que ses propres projets de création, avec le grand public. Nous republions ces images, et cet engagement social se traduit par un intérêt manifesté par les lecteurs de partout dans le monde.

DIFFUSION

Faites des choix judicieux : Les distributeurs ne conviennent pas tous à votre publication. Nous veillons vigoureusement à ce que les exemplaires non vendus ne soit pas détruits, et nos partenaires doivent accepter de les récupérer. Lorsque nous avons choisi un distributeur pour le R.-U. et l'Europe, j'ai assisté à la Foire du livre de Londres et rencontré divers distributeurs de magazines et de livres avant



Canada Council
for the Arts

Conseil des Arts
du Canada

Canada



ONTARIO ARTS COUNCIL
CONSEIL DES ARTS DE L'ONTARIO



Ontario

Ontario Media Development
Corporation
Société de développement
de l'industrie des médias
de l'Ontario

Magazines
Canada

d'arrêter mon choix sur celui qui convenait le mieux à notre magazine. Central Books s'est avéré être un excellent partenaire — il est exemplaire dans la production de rapports et pour la ponctualité de ses paiements. Il comprend le magazine et le place à des endroits appropriés, tels que des musées, ou encore des magazines et boutiques indépendants.

Affrontez les tempêtes : Nous avons connu un succès variable dans la distribution en Australie; un distributeur antérieur était connu des éditeurs du pays pour ses pratiques de manigance et son statut de mauvais payeur. Plusieurs problèmes se manifestaient lorsque le magazine était envoyé (moyennant des coûts de transport considérables) aux antipodes du pays, sans compensation. Pour peu que le magazine soit offert dans les boutiques et kiosques, par ailleurs, cela constituait une bonne source de nouveaux lecteurs et abonnés. Des communications fermes nous ont permis de recouvrer le paiement de toutes les factures en souffrance et nous avons, depuis, fait appel à un autre distributeur. Le lectorat a connu une croissance constante dans cette région, malgré les ennuis survenus en coulisse.

Commandes internationales : Notre boutique en ligne offre l'expédition partout dans le monde, des coûts qui sont calculés en fonction du poids et du lieu géographique. Bien que les frais de la poste dépassent parfois le prix du magazine, nous comptons des clients qui sont prêts à les payer pour obtenir des anciens numéros rares ou d'autres livres que nous publions.

Fièrement canadiens : Nos activités étant menées en dollars canadiens, notre boutique en ligne offre un outil de conversion des devises étrangères. Bien que cela soit parfois une source de confusion, le taux de change du dollar américain joue habituellement en faveur des clients américains. Nous en faisons mention dans les communications destinées à ces clients et abonnés.

Stockistes : Nous sommes reconnaissants envers les nombreux stockistes qui offrent le magazine dans leurs boutiques. Nous les invitons à publier des photos dans les médias sociaux et nous les partageons en retour auprès de notre auditoire des réseaux sociaux. Le fait d'avoir un stockiste local augmente notre base de lecteurs dans cette région géographique — par conséquent, si un stockiste perd un client qui a choisi de s'abonner, nous estimons

avoir le devoir de diriger de nouveaux clients vers les commerces afin de nourrir notre relation avec eux.



Canada Council
for the Arts

Conseil des Arts
du Canada



Ontario

Ontario Media Development
Corporation
Société de développement
de l'industrie des médias
de l'Ontario

Canada



ONTARIO ARTS COUNCIL
CONSEIL DES ARTS DE L'ONTARIO

Magazines
Canada