

Document pour les consultations
prébudgétaires du budget 2020-2021
présenté par l'Association québécoise
des éditeurs de magazines
Ministère des Finances du Québec
Le 12 février 2020



AQEM

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DES
ÉDITEURS DE MAGAZINES





SOMMAIRE

Demandes de l'AQEM	3
L'AQEM	4
Tableau	5
Plus équitable	6
Soutenir ces entreprises en mode transformation	7

Les magazines québécois : urgence de soutenir publiquement ces entreprises et de leur fournir une aide « équitable » au même titre que les mesures financières mise en place en 2017 pour les journaux et les médias communautaires du Québec.

DEMANDES DE L'AQEM

Sommes nécessaires pour les entreprises détenant des magazines québécois

L'investissement public demandé, bien que minime par rapport à l'aide accordée à la presse écrite et aux médias communautaires est crucial pour les magazines québécois en 2020.

1. Que le gouvernement québécois accorde un soutien financier aux magazines québécois à travers un Fonds de 5 millions de dollars sur une période de cinq ans afin d'établir une équité avec l'aide accordée à la transformation numérique de la presse écrite et des médias communautaires.
2. Que le gouvernement québécois soutienne les magazines québécois dans leurs obligations en termes de recyclage auprès du Ministère de l'Environnement et que les magazines québécois soient sous la même bannière que la presse écrite, assurant ainsi l'équité entre les magazines et les journaux.
3. Que le gouvernement québécois investisse avec un appui de 250 000 \$ sur 5 ans à l'AQEM pour soutenir la formation, la recherche et les partenariats et miser sur la production de contenus québécois diversifiés.

<i>Titre</i>	Lectorat 2003	Lectorat 2012	Lectorat 2016	Lectorat 2017	Variation 2003/2017	Variation 2012/2017
A - Titres en activité pendant toute la période 2003-2017						
<i>Sélection du Reader's Digest</i>	1 368 000	769 000	728 000	620 000	-55 %	-19 %
<i>Coup de Pouce</i>	1 352 000	1 139 000	1 262 000	1 412 000	4 %	24 %
<i>7 Jours</i>	1 319 000	712 000	618 000	569 000	-57 %	-20 %
<i>TV Hebdo</i>	1 271 000	248 000	324 000	336 000	-74 %	35 %
<i>Châtelaine</i>	1 199 000	922 000	773 000	824 000	-31 %	-11 %
<i>L'actualité</i>	1 149 000	1 057 000	894 000	856 000	-26 %	-19 %
<i>Les idées de ma maison</i>	997 000	663 000	636 000	752 000	-25 %	13 %
<i>Elle Québec</i>	936 000	749 000	623 000	512 000	-45 %	-32 %
<i>Clin d'œil</i>	898 000	616 000	559 000	570 000	-37 %	-7 %
<i>Le Bel Âge</i>	819 000	636 000	760 000	946 000	16 %	49 %
<i>Dernière Heure</i>	632 000	288 000	171 000	205 000	-68 %	-29 %
<i>Échos vedettes</i>	624 000	190 000	173 000	154 000	-75 %	-19 %
<i>Cool</i>	538 000	281 000	274 000	190 000	-65 %	-32 %
Sous-Total	13 102 000	8 270 000	7 795 000	7 946 000	-39 %	4 %
B - Titres apparus pendant la période						
<i>Ricardo</i>		616 000	1 467 000	1 767 000		187 %
<i>La Semaine</i>		496 000	435 000	383 000		-23 %
<i>Summum</i>		346 000	279 000	240 000		-31 %
<i>Star Système</i>		291 000	260 000	186 000		-36 %
<i>5 ingrédients 15 minutes</i>		146 000	360 000	456 000		212 %
<i>Magazine Véro</i>			560 000	607 000		
<i>Magazine Espaces</i>		107 000	188 000	214 000		100 %
Sous-Total		2 002 000	3 549 000	3 853 000		92 %
Titres en activité en 2017	13 102 000	10 272 000	11 344 000	11 799 000	-10 %	15 %
C - Titres disparus pendant la période						
<i>Affaires Plus*</i>	436 000	104 000				
<i>Le Lundi</i>	876 000	325 000				
<i>Yoopa</i>		141 000				
<i>Décomag</i>	877 000	514 000				
<i>Moi & Cie</i>		361 000				
<i>Fleurs, plantes et jardins</i>	803 000	362 000				
<i>Rénovation et bricolage</i>	720 000	340 000				
<i>Loulou</i>		368 000	248 000			
<i>Décoration chez-soi</i>	895 000	532 000	372 000			
<i>Filles Clin d'œil</i>	588 000					
<i>Star Inc.</i>	567 000	387 000				
<i>Madame</i>	495 000					
<i>Femme d'aujourd'hui, FA</i>	465 000					
<i>Femme Plus</i>	429 000					
<i>Capital Santé</i>	357 000					
<i>Magazine PME</i>	214 000					

L'AQEM

L'association québécoise des éditeurs de magazines québécois regroupe une quarantaine d'éditeurs et plus de 100 magazines à travers le Québec. De nombreux segments de l'industrie sont couverts allant de la petite maison d'édition aux plus grands éditeurs de la province.

La mission est de favoriser la poursuite de l'excellence dans le domaine de l'édition de magazines, de contribuer au développement de l'industrie du magazine, papier et numérique, et de défendre les intérêts des membres.

QUELQUES CHIFFRES :

L'industrie composée d'entreprises locales indépendantes représente **plus d'un millier d'emplois directs et génère plus de 100 millions \$ de revenus par année**, sans compter l'impact de son activité dans le domaine de la distribution, dans le secteur du développement numérique, de l'impression, de la création et de la publicité.

En 2017, les magazines québécois destinés au grand public rejoignaient quelque **11,8 millions de lecteurs. La diversité des contenus produits par les éditeurs est riche et vaste : consommation, littérature, enfants, psychologie, nature, cuisine, science, divertissement, information, éducation, débats, société, finances, habitation, loisirs, automobile, technologie, politique, sports, variété, etc. Tous ces magazines, à leur façon, reflètent notre culture, notre façon de vivre, de manger, de consommer, de lire, d'épargner.**

Il suffit de nommer quelques titres tels que L'Actualité, Ricardo, Protégez-Vous, Véro, La Semaine, Les Débrouillards, Coup de Pouce, Vélo Québec, Québec Science, 5-15 minutes, etc.

Ces entreprises font partie de cette chaîne d'emplois spécialisés en création (rédaction, graphisme), en production (marketing, impression), en diffusion (distributeurs).

PLUS ÉQUITABLE

Aujourd'hui, à l'image de la crise qui frappe durement la presse écrite, l'industrie du magazine vit aussi une période de grande instabilité.

Les éditeurs de magazines québécois sont confrontés à des baisses de revenus importantes et à un marché en déséquilibre :

- a) Désertion des annonceurs vers les GAFAs provoquant un manque à gagner substantiel de revenus pour les éditeurs.
- b) Disparition graduelle de la concurrence dans le domaine de l'impression provoquant une situation de quasi-monopole et une pression à la hausse sur les tarifs.
- c) Disparition complète de la concurrence dans le domaine de la distribution de magazines en kiosque avec dorénavant une situation de monopole et une pression à la hausse sur les coûts de distribution.
- d) Augmentation des coûts de production des contenus avec l'ajout des plateformes numériques sans les revenus associés à ces dépenses tels que la publicité et la vente des éditions numériques.
- e) Contribution obligatoire et en hausse substantielle à Éco Entreprises Québec pour la collecte sélective.

Les conséquences sont nombreuses et inquiétantes ces entreprises:

- Malgré la vitalité de l'industrie et particulièrement celle du Québec, plusieurs entreprises ferment leurs portes faute du support approprié.
- Malgré un bassin de 11,8 millions de lecteurs, il y a une baisse du tirage et des revenus de la vaste majorité des titres publiés.
- La baisse de plus de 45 % des revenus provenant de la publicité, en quelques années à peine, amène les éditeurs à réviser les modèles d'affaires et à en développer de nouveaux.
- L'augmentation des coûts de production en lien avec les développements des plateformes numériques amène également à diversifier les sources de revenus.

SOUTENIR CETTE INDUSTRIE D'ENTREPRISES LOCALES, C'EST AUSSI SOUTENIR LE LECTORAT LE PLUS LARGE POSSIBLE

Soutenir cette industrie d'entreprises locales, c'est aussi soutenir le lectorat le plus large possible ainsi que de donner accès à des contenus professionnels variés et à une connaissance des produits québécois locaux

Les éditeurs n'ont pas attendu la crise pour se transformer mais leur résilience ne peut pas tout sauver.

Ces changements s'opèrent déjà chez la majorité des éditeurs et l'évolution est réelle et palpable pour plusieurs d'entre eux. Ces avancées confirment que l'industrie des magazines québécois a encore et toujours sa place. **Ils sont le reflet d'une culture populaire forte et assumée, de ses spécificités, de ses préoccupations, de ses produits et de son information d'ici.**

Les membres de l'industrie sont à pied d'œuvre afin de trouver des solutions, mais ce travail ne peut se faire sans un levier du gouvernement. En Alberta et en Ontario, le soutien aux éditeurs de magazines de contenu diversifié (loisirs, de cuisine, d'environnement, etc.) passe par le compte satellite de la culture, regroupés dans leurs domaines respectifs. On y retrouve les magazines, journaux, livres, etc.

ÇA VA SERVIR À QUOI ?

Cet engagement du gouvernement québécois aux magazines et à son association permettra de déboucher sur quelque chose de précis pour préserver la culture du magazine québécois. Les défis sont nombreux :

1. Continuer à transformer le modèle d'affaires en diversifiant leurs sources de revenus
2. Accélérer les investissements dans le développement de plateformes numériques et dans sa mise en marché à partir des dernières tendances marketing.
3. Transformer et former une main-d'œuvre de plus en plus polyvalente
4. Maintenir et attirer les meilleurs talents
5. Développer de nouveaux partenariats
6. Offrir des produits de grande qualité
7. Poursuivre le développement de nouvelles compétences en gestion des médias sociaux et des analyses de mégadonnées