



AQEM

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DES
ÉDITEURS DE MAGAZINES

MÉMOIRE **AQEM / 30 janvier 2024**
Consultations prébudgétaires 2024-2025
Ministère des Finances du Québec

SOMMAIRE

1. L'AQEM : qui sommes-nous ?
2. Un moteur économique pour le Québec
3. Les magazines : créateurs de contenus et d'emplois d'ici
4. Les enjeux actuels liés à notre industrie
5. La rentabilité mise à rude épreuve
6. La nécessité d'un appui financier
7. La requête
8. Et si les magazines faisaient, eux aussi, partie du quatrième pilier de la démocratie ?
9. L'aide publique demandée
10. Recommandations
11. Conclusion
12. Annexe (sources)



1. L'AQEM : QUI SOMMES-NOUS ?

L'Association québécoise des éditeurs de magazines (AQEM) regroupe une quarantaine d'éditeurs et plus de 100 magazines à travers le Québec. De nombreux secteurs de l'industrie y sont représentés, allant des petites maisons d'édition aux plus grands éditeurs de la province. La mission de l'AQEM est de favoriser la poursuite de l'excellence dans le domaine de l'édition de magazines, de contribuer au développement de l'industrie papier et numérique, et de défendre les intérêts de ses membres.

2. UN MOTEUR ÉCONOMIQUE POUR LE QUÉBEC

La performance économique des magazines au Québec en fait sans contredit un des chefs de file de l'industrie de l'information. Selon l'étude Automne 2023 de Vividata, **les magazines québécois joignent près de 8 Québécois sur 10 (78 %)**¹.

Au total, 12 éditeurs se partagent les ventes des 22 magazines francophones ayant un tirage d'au moins 100 000 exemplaires par année au Québec, ce qui représente plus de 13 millions d'exemplaires annuellement².

En dollars, les revenus des magazines au Canada ont atteint près de 983 millions en 2021. **Au Québec, les revenus atteignent 194 millions**, soit 20 % de ceux de l'industrie canadienne³.

Le nombre d'entreprises qui éditent des magazines au Québec s'élevait en décembre 2019 à 150, soit 21,5 % de l'ensemble des magazines canadiens. À titre comparatif, les éditeurs de journaux québécois représentaient, à la même période, 19,2 % de leur industrie au Canada, ce qui démontre bien le dynamisme du secteur des magazines au Québec⁴.

L'AQEM, c'est :

AQEM =
1100 numéros
publiés annuelle-
ment, papier et/ou
numérique⁵

20 ÉDITEURS

ayant un chiffre d'affaires de
500 000 \$ chacun

10 ÉDITEURS

ayant un chiffre d'affaires de
750 000 \$ chacun

9 ÉDITEURS

ayant un chiffre d'affaires de
1 750 000 \$ chacun

7 ÉDITEURS

ayant un chiffre d'affaires de
2 500 000 \$ chacun

AU QUÉBEC, LES CATÉGORIES LES PLUS PRISÉES PAR LES LECTEURS SONT⁶ :



CUISINE

47 %



INTÉRÊT
GÉNÉRAL

45 %



SUJETS
D'ACTUALITÉ

41 %



DÉCORATION /
MAISON

36 %



DIVERTISSEMENT /
ARTS

33 %



TOURISME /
LOISIRS

27 %



FÉMININS

27 %



SCIENCES

24 %



SPORTS

20 %



AFFAIRES

18 %

La diversité des contenus publiés dans les pages de magazines tels que *L'actualité*, *Ricardo*, *Protégez-Vous*, *Elle Québec*, *La Semaine*, *Les Débrouillards*, *Coup de pouce*, *Vélo Québec*, *Québec Science*, etc., est riche et vaste : information et affaires publiques, consommation, économie, littérature, jeunesse, psychologie, nature, cuisine, science, divertissement, éducation, débats, société, finances, habitation, loisirs, automobile, technologie, politique, sports, variété, etc.



3. LES MAGAZINES : CRÉATEURS DE CONTENUS ET D'EMPLOIS D'ICI

Du point de vue de la main-d'œuvre au Québec, en plus des milliers⁷ emplois que l'on trouve chez les éditeurs, il faut inclure les milliers d'emplois indirects qui dépendent de la vitalité des magazines québécois, que l'on pense à la production graphique, à l'impression, à la distribution, au développement numérique ou à la création publicitaire. Notons enfin que la quasi-totalité des emplois offerts par l'industrie des magazines sont des postes à temps plein.

À l'image de la structure industrielle québécoise, les éditeurs de magazines sont très majoritairement des PME. Ainsi, 77 % d'entre eux ont moins de 20 employés, et 53 % des entreprises éditant des magazines comptent moins de 5 employés⁸.

Les magazines sont le moteur et le reflet de notre culture, en propulsant et en mettant en lumière notre façon de vivre, de penser, de manger, de consommer et de lire. En plus d'embaucher plusieurs journalistes, rédacteurs et pigistes représentant 85 % des emplois⁹ des maisons d'édition, les magazines collaborent également avec de nombreux créateurs d'ici, en commandant des textes à des auteurs de qualité comme Anaïs Barbeau-Lavalette, Jean-Philippe Baril-Guérard, Simon Boulerice, Isabelle Grégoire, Marilyse Hamelin ou Tristan Malavoy. Des illustrateurs québécois de talent contribuent également au succès du magazine, tels que Sébastien Thibault, Paule Thibault, Guillaume Perreault, Pauline Stive et Mélanie Lambrick, de même que des photographes, dont les plus illustres sont Maude Chauvin, Mathieu Lachapelle, Christian Blais, Rodolphe Beaulieu et Émilie Nadeau.

4. LES ENJEUX ACTUELS LIÉS À NOTRE INDUSTRIE

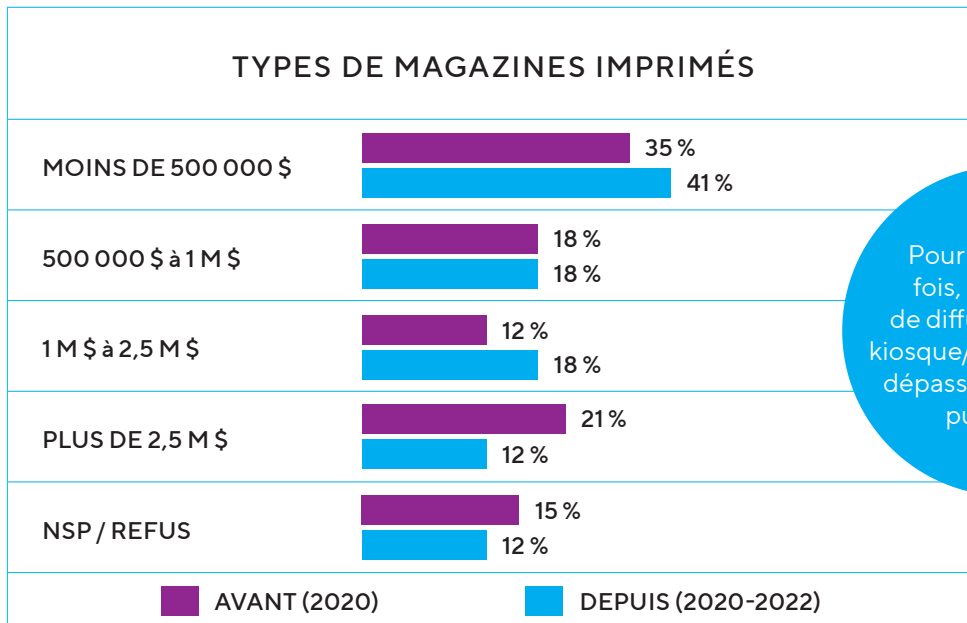
Bien que les éditeurs québécois de magazines soient encore fiers de la qualité de leurs publications et de l'engouement des consommateurs pour celles-ci, il va sans dire que l'industrie traverse une crise majeure. Diverses raisons en expliquent la cause :

- **Décroissance des revenus publicitaires** pour les magazines papier (par rapport à l'année 2015, les revenus des annonceurs ont chuté de plus de 48 %)¹⁰.
 - Entre 2015 et 2021, on constate une baisse soutenue des revenus publicitaires et de diffusion. Les revenus publicitaires ont chuté de 141 millions à 74 millions de dollars, tandis que les revenus de diffusion ont également diminué, passant de 101 millions à 58 millions de dollars.
- Alors que 43 % des lecteurs de magazines lisent exclusivement en version imprimée¹¹, il y a un tout de même un certain **déplacement du lectorat des magazines imprimés vers les médias numériques** (par rapport à 2015, la vente d'exemplaires a diminué de 27 %)¹².
- **Monopole de la distribution** de magazines appartenant à Messageries Dynamiques, seul fournisseur de ce service au Québec.
- **Disparition des papetières**, entraînant une pression à la hausse sur les coûts et la disponibilité du papier, en raison notamment des enjeux d'approvisionnement et de la transformation de l'industrie des papetières.
- **Diminution importante du nombre de pochettes de magazines aux caisses**, en raison du plus grand nombre de caisses libre-service chez les détaillants. Comme l'achat d'un magazine est un geste spontané pour 70 % des acheteurs¹³, les éditeurs perdent beaucoup de ventes.
- **Disparition de nombreux espaces de vente au profit de produits non culturels** (confiseries, accessoires électroniques, etc.).
- **Contribution obligatoire à Éco Entreprises Québec**, alors que les journaux sont exemptés des frais en lien avec la collecte sélective.
- **Difficulté à trouver de la main-d'œuvre qualifiée** pour certains volets de l'industrie du magazine¹⁴.
- **Restrictions budgétaires** importantes chez les consommateurs, dues à l'inflation.

5. LA PROFITABILITÉ MISE À RUDE ÉPREUVE

Dans un sondage réalisé par Léger auprès de 34 éditeurs de magazines québécois en mai 2023¹⁵, tous confirment être témoins d'**une hausse des coûts** depuis le début de la pandémie. Celle-ci est attribuable à plusieurs facteurs, notamment à une **augmentation considérable des frais pour le papier, la distribution, les coûts informatiques et le recyclage**.

Malgré ces défis, les éditeurs de magazines de petite taille ont connu une légère croissance de leur chiffre d'affaires depuis 2020¹⁶. Cependant, pour les éditeurs de plus grande envergure, une baisse significative de leurs revenus a été observée.



Pour la première fois, les revenus de diffusion (ventes kiosque/abonnements) dépassent ceux de la publicité¹⁷.

Au cours de cet exercice réalisé par Léger¹⁸, nous avons pu constater que **la grande majorité des éditeurs ont pris le virage numérique** en proposant à leurs lecteurs des abonnements numériques, tout en conservant le papier. Le numérique représente désormais 25 % des revenus publicitaires et 17 % des revenus de distribution numérique provenant des lecteurs¹⁹.

Seuls 18 % des créateurs de magazines n'offrent que le magazine papier²⁰, ce qui démontre clairement que le virage numérique est bien intégré chez les éditeurs.

Si l'ensemble des éditeurs de magazines québécois ont pris la direction du numérique et offrent aujourd'hui des solutions multiplateformes pour les lecteurs, **il n'en demeure pas moins que le modèle d'affaires des versions électroniques seulement n'est pas viable pour le moment**²¹. Nous sommes en concurrence directe avec les géants du Web, les contenus créés par de l'intelligence artificielle et les plates-formes mondiales de monétisation d'espaces publicitaires. C'est un enjeu majeur dans la quête de performance financière.

En juillet 2023, pour le compte de l'AQEM, Léger a également réalisé 12 entrevues individuelles avec autant d'éditeurs²². Cet exercice visait à avoir une meilleure connaissance des enjeux liés à l'industrie et à ceux des dirigeants des magazines du Québec.

Du côté de l'ensemble des maisons d'édition, on affirme que **le contexte économique défavorable a amené une accélération de la diversification des produits et services ainsi que des revenus**. Malgré la fragilité qui pèse sur l'industrie, le désir de performer en offrant des publications de qualité aux lecteurs demeure chez l'ensemble des éditeurs.

Chez les petites maisons d'édition, la situation actuelle est particulièrement intenable, notamment sur le plan monétaire. Celles-ci se posent d'ailleurs de nombreuses questions quant à la pérennité de leur magazine.



6. LA NÉCESSITÉ D'UN APPUI FINANCIER

Bien qu'ils reçoivent des subventions de Patrimoine Canada, la majorité des éditeurs déplorent le fait qu'aucune aide du gouvernement provincial ne leur soit versée, comparativement à l'Ontario, à la Colombie-Britannique et à l'Alberta. L'aide du fédéral est grandement appréciée, mais elle a ses limites et ne permet malheureusement pas de répondre à l'ensemble de leurs besoins. D'autant plus qu'ils se considèrent comme grandement désavantagés par rapport à leurs collègues des autres provinces, ces derniers ayant le privilège d'obtenir un appui des deux gouvernements. À titre d'exemple, sur 5 ans, l'Ontario a versé 10 millions de dollars via son Fonds d'aide d'Ontario Créatif aux éditeurs de revues²³ à ses éditeurs de magazines.

Les éditeurs d'ici affirment que leur travail contribue largement au rayonnement de la langue française et que pour cette raison, l'engagement du gouvernement du Québec est nécessaire pour la survie de sa langue et de sa culture.

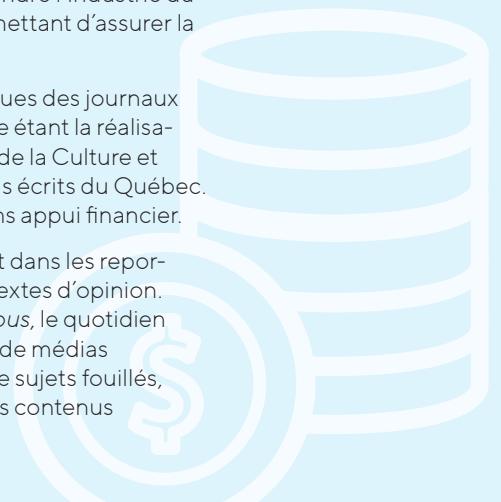
Les magazines québécois sont reconnus pour fournir des contenus adaptés et d'intérêt pour leurs lecteurs. En effet, 77 % des répondants²⁴ au sondage Léger estiment que les magazines sont un moyen efficace pour rester informé sur les tendances actuelles et 69 % considèrent que l'information qu'ils contiennent est fiable et de qualité. Ces résultats soulignent l'importance pour l'industrie des magazines de maintenir des standards élevés en matière de qualité de contenu. En ces temps où l'information est abondante et souvent sujette à la désinformation, la capacité des magazines à fournir des informations vérifiées, bien recherchées et directement pertinentes pour leur audience est un avantage distinctif.

7. LA REQUÊTE

Les défis à venir dans les prochains mois, voire les prochaines années, sont nombreux pour les magazines québécois. En raison de l'évolution de l'écosystème médiatique, nous devons trouver plusieurs solutions afin de normaliser la situation, notamment en ce qui concerne le virage numérique et la pression d'abandonner le format papier. D'autres éléments viennent s'ajouter à la charge des éditeurs, soit l'augmentation des frais d'exploitation et la diminution de pertes de revenus publicitaires. Tous ces éléments ont pour effet de rendre l'industrie du magazine très vulnérable, d'où la nécessité d'un sauvetage financier permettant d'assurer la pérennité de l'industrie.

Les éditeurs de magazines réclament une équité entre eux et leurs collègues des journaux en raison des grandes similitudes entre leurs industries, la plus importante étant la réalisation du contenu de qualité québécois. Par exemple, en 2019, le ministère de la Culture et des Communications (MCC) a créé le plan d'aide pour soutenir les médias écrits du Québec. Seuls les journaux en ont bénéficié, laissant les éditeurs de magazines sans appui financier.

Le rapprochement des contenus entre journaux et magazines est présent dans les reportages, les articles de fond et d'investigation, les chroniques ainsi que les textes d'opinion. D'ailleurs, le 15 janvier 2024, en citant un article du magazine *Protégez-Vous*, le quotidien *Le Devoir* faisait la démonstration que les contenus entre ces deux types de médias peuvent souvent être complémentaires. Le magazine permet de traiter de sujets fouillés, de présenter des articles plus étoffés et d'aller plus en profondeur dans les contenus destinés aux lecteurs.



8. ET SI LES MAGAZINES FAISAIENT, EUX AUSSI, PARTIE DU QUATRIÈME PILIER DE LA DÉMOCRATIE ?

Au début de la pandémie, le gouvernement provincial a investi massivement dans les journaux afin de transmettre des informations essentielles aux Québécois. Les magazines n'ont tiré pratiquement aucun revenu financier de cette période. D'ailleurs, **les magazines influencent près de 80 % des décisions des consommateurs²⁵**.

De plus, certaines maisons d'édition ont des sites Web qui joignent des millions de consommateurs par année. Il ne faut penser qu'au site de l'un de nos éditeurs, qui joint plus de 4,4 millions de visiteurs uniques par mois, l'amenant ainsi à être le site le plus fréquenté au Québec dans son créneau.

On se pose la question : le quatrième pilier de la démocratie est-il seulement journalistique ? La vraie réponse devrait être que tant les journaux que les magazines sont essentiels et que tous deux doivent occuper une importance capitale dans le paysage québécois. Chacun contribue à sa façon à la conservation et à la préservation de notre tissu social et culturel par la qualité de son contenu journalistique.

À la lumière de l'information inscrite sur le site du MCC, l'AQEM espère vivement pouvoir bénéficier de cet appui pour les éditeurs de magazines québécois.

« Les médias écrits jouent un rôle essentiel pour diffuser de l'information de qualité dans différents domaines d'intérêt public, dont la politique, l'économie et la culture, ainsi que pour offrir une diversité des idées, nécessaire à la vie démocratique.

Or depuis quelques années, le marché de la presse d'information écrite est fragilisé par une importante diminution des revenus publicitaires et des revenus d'abonnement depuis quelques années, et ce, en raison des bouleversements provoqués par la venue des nouvelles technologies numériques dans le secteur de l'information.

Nouveau plan d'aide

Devant ces importants défis, le gouvernement du Québec annonce un nouveau plan d'aide représentant un soutien de près de 50 millions de dollars par année d'ici 2023/2024 afin d'assurer la stabilité de ce secteur économique important. Le plan d'aide aux médias écrits s'inscrit ainsi dans une approche équilibrée, qui permettra de préserver l'information dans les différentes régions du Québec et les emplois qui y sont rattachés, tout en respectant la capacité de payer des contribuables et la nécessaire indépendance de la presse écrite. »

Sachant que l'écosystème média a changé depuis quelques années, l'AQEM fait également des représentations auprès du gouvernement fédéral pour l'inclusion des magazines à l'intérieur du projet de loi C-18, visant à obliger les géants du Web à indemniser les médias pour le partage de leurs articles et la consommation de ceux-ci par les Canadiens.

Parmi les initiatives mises en place, des membres de l'AQEM ont récemment témoigné devant le Comité sénatorial permanent des transports et des communications pour sensibiliser les instances gouvernementales à la nécessité d'inclure les magazines dans le projet de loi.

L'entente avec Google amènera combien en redevances aux médias du Québec ? Et les éditeurs de magazines pourront-ils en bénéficier ? Ce sont des questions auxquelles nous espérons des réponses positives.



9. L'AIDE PUBLIQUE DEMANDÉE : 5 MILLIONS

Pour assurer la stabilité économique de l'industrie du magazine, un plan d'aide s'avère une nécessité. Bien que les défis rencontrés par les éditeurs soient grands et variés, les magazines ont besoin d'aide publique pour le développement technologique et l'acquisition de nouvelles compétences numériques (marketing, cybersécurité, intelligence artificielle, etc.).

Objectifs :

- Consacrer une enveloppe d'au moins 5 millions annuellement aux éditeurs de magazines pour soutenir l'industrie dans sa transformation numérique;
- Rendre admissibles les magazines à la mesure fiscale visant à soutenir la presse écrite québécoise (Investissement Québec);
- Offrir un appui financier pour la collecte sélective afin de réduire entièrement la compensation financière que doivent verser les magazines à Éco Entreprises Québec, comme c'est le cas pour l'industrie des journaux.

10. RECOMMANDATIONS

L'Association québécoise des éditeurs de magazines recommande :

1. de bonifier le budget du MCC pour accueillir les magazines québécois dans le plan d'aide pour soutenir les médias écrits du Québec.
2. de mettre en place un comité d'experts ou une commission pour situer l'écosystème médiatique québécois actuel, permettant de réfléchir à la situation des journaux et des magazines et aux défis imposés à cette industrie.
3. d'offrir un appui à l'AQEM dans ses opérations organisationnelles.
4. de revoir la distribution des placements publicitaires provenant du gouvernement afin de contribuer aux revenus des éditeurs de magazines québécois.



11. CONCLUSION

L'Association québécoise des éditeurs de magazines²⁶ regroupe plus d'une quarantaine d'éditeurs, petits et grands. **En appuyant les magazines québécois par l'entremise du programme destiné aux médias écrits du MCC, le gouvernement du Québec s'assurera de soutenir un contenu québécois diversifié,** de permettre aux consommateurs d'accéder à du contenu de qualité et de stimuler l'économie québécoise, tout en maintenant des emplois spécialisés.

L'Ontario fait un grand pas pour ses éditeurs en offrant 2 millions par année (sur 5 ans) pour 44 éditeurs de magazines pour en accroître le potentiel économique. **En comparaison, les nombreux éditeurs québécois ne bénéficient d'aucune aide gouvernementale provinciale.**

Au Québec, malgré les démarches de sensibilisation et de représentation des cinq dernières années, il n'y a toujours pas d'aide financière pour l'industrie du magazine. Seul le gouvernement fédéral apporte son appui via le programme de Patrimoine Canada.

Les différentes couvertures médiatiques nous ont permis de constater que le gouvernement québécois prévoit venir en aide aux médias, ce qui est une excellente initiative. Toutefois, il ne faudrait pas oublier les magazines québécois dans cette appellation média. Les éditeurs de magazines se considèrent comme un média d'information à part entière et souhaitent être reconnus en ce sens. En 2024, leurs contenus reflètent encore et toujours la culture d'ici, ancrée dans notre quotidien.

En conclusion, nous comprenons que l'aide apportée aux journaux était essentielle pour s'assurer que les Québécois continuent d'avoir accès à des nouvelles sur les enjeux, événements et autres sujets d'intérêt général. L'AQEM sollicite la même reconnaissance, soit un appui financier pour continuer à poursuivre sa mission de façonner le tissu culturel et d'offrir du contenu de qualité aux Québécois.

12. ANNEXE (SOURCES)

1. https://vividata.ca/wp-content/uploads/sites/2/woocommerce_uploads/2023/01/Vividata_SCC_Fall2023_Cross-Media-us2nxk.pdf
2. <https://www.cem.ulaval.ca/economie/propriete/magazines/>
3. <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/tv.action?pid=2110005301>
4. <https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/CSMOCGQ/Etude sectorielle/etude-sectorielle-edition-2021-final-web-1.pdf>
5. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/Rapport_AQEM_Editeurs.pdf
6. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/Rapport_AQEM_Editeurs.pdf
7. <https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/CSMOCGQ/Etude sectorielle/etude-sectorielle-edition-2021-final-web-1.pdf>
8. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/Rapport_AQEM_Editeurs.pdf
9. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/Rapport_AQEM_Editeurs.pdf
10. <https://www.cem.ulaval.ca/economie/donnees-financieres/magazines/>
11. Vividata's SCC | Study of the Canadian Consumer Fall 2023
12. https://vividata.ca/wp-content/uploads/sites/2/woocommerce_uploads/2023/01/Vividata_SCC_Fall2023_Cross-Media-us2nxk.pdf
13. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/AQEM_Public_Rapport.pdf
14. <https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/CSMOCGQ/Etude sectorielle/etude-sectorielle-edition-2021-final-web-1.pdf>
15. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/Rapport_AQEM_Editeurs.pdf
16. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/Rapport_AQEM_Editeurs.pdf
17. <https://www.cem.ulaval.ca/economie/donnees-financieres/magazines/>
18. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/Rapport-qualitatif-13334_004-AQEM-EDITEURS-1.pdf
19. <https://www.cem.ulaval.ca/economie/donnees-financieres/magazines/>
20. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/Rapport_AQEM_Editeurs.pdf
21. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/Rapport-qualitatif-13334_004-AQEM-EDITEURS-1.pdf
22. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/Rapport-qualitatif-13334_004-AQEM-EDITEURS-1.pdf
23. <https://www.ontariocreates.ca/fr/investment-programs/business-development/magazine-fund>
24. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/AQEM_Public_Rapport.pdf
25. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/AQEM_Public_Rapport.pdf
26. www.magazinesquebec.com

