



AQEM

ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DES
ÉDITEURS DE MAGAZINES

MÉMOIRE **AQEM / 14 février 2025**

Consultations prébudgétaires 2025-2026

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 de 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 : 5 millions
10. Recommandations
11. Conclusion
12. Annexes (sources)



1. L'AQEM : QUI SOMMES-NOUS?

L'Association québécoise des éditeurs de magazines regroupe une quarantaine d'éditeurs et plus de 100 magazines à travers le Québec. De nombreux secteurs de l'industrie y sont représentés, allant de la petite maison 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

Les magazines au Québec se démarquent sans contredit comme un pilier de l'industrie de l'information grâce à leur accessibilité et leur forte présence dans le quotidien des Québécois. Ils atteignent trois adultes sur quatre, soit 78 % de la population adulte québécoise¹.

Douze éditeurs se partagent les ventes des vingt-deux 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.

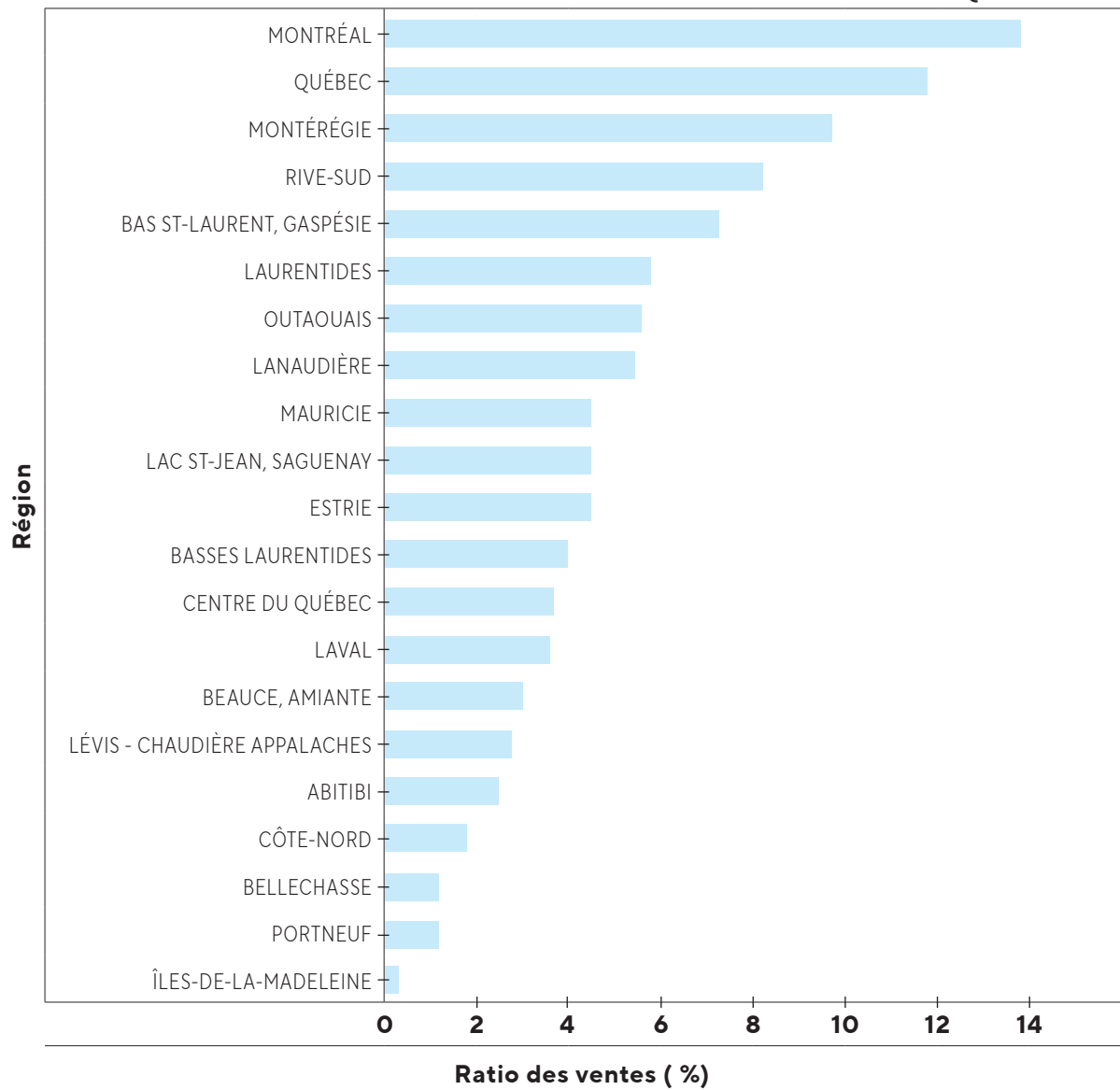


DONNÉES SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES

Présence en région (données 2024, Messageries Dynamiques)⁵ :

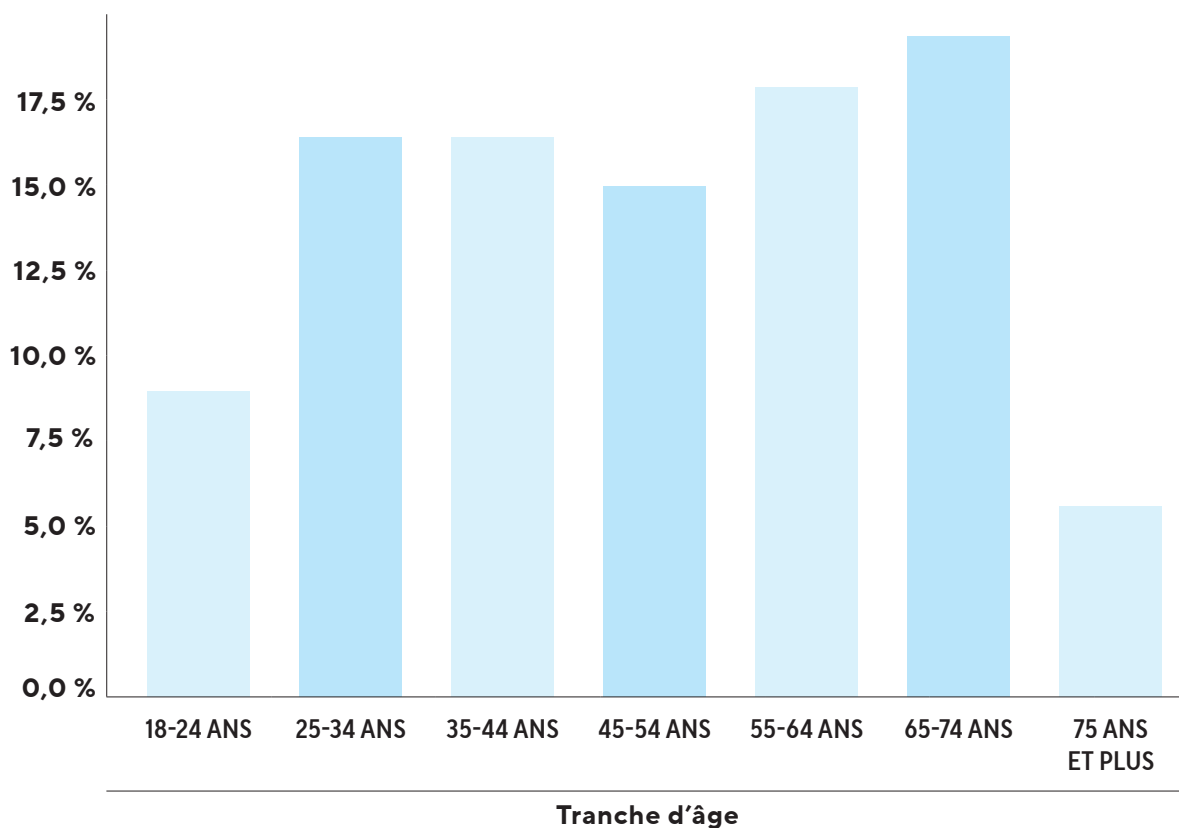
Voici une visualisation des ventes de magazines par région au Québec. Montréal, Québec et la Montérégie se démarquent comme les plus grands marchés, représentant une part significative des ventes. Les régions plus éloignées affichent des ratios plus faibles, mais contribuent tout de même à l'écosystème global du magazine.

VENTE DE MAGAZINES ET REPRÉSENTATION PAR RÉGION AU QUÉBEC





RÉPARTITION PAR ÂGE



RÉPARTITION PAR GENRE

HOMMES

49,0 %



0

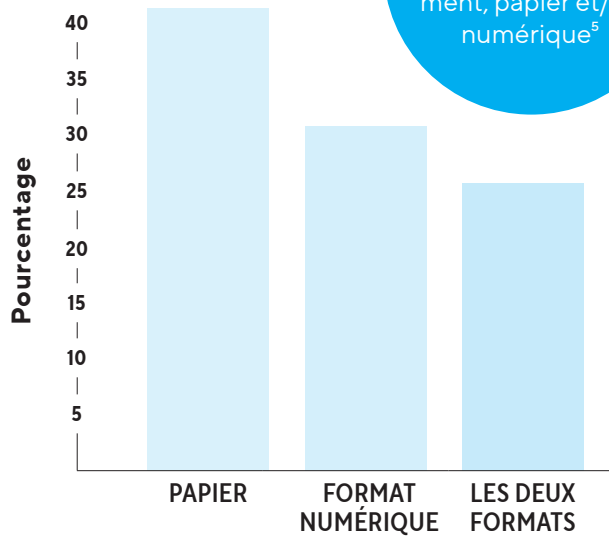
100

FEMMES

51,0 %



FORMAT PRÉFÉRÉ DES MAGAZINES



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

L'AQEM, C'EST :

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 SONT⁷ :



CUISINE

47 %



INTÉRÊT
GÉNÉRAL

45 %



SUJETS
D'ACTUALITÉ

41 %



DÉCORATION /
MAISON

36 %



DIVERTISSEMENT /
ARTS

33 %



FÉMININS

27 %



TOURISME /
LOISIRS

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 7 000 emplois⁸ 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 employés⁹.

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, de lire. En plus d'embaucher plusieurs journalistes, rédacteurs et pigistes représentant 85 % des emplois¹⁰ 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 %) ¹¹.

Entre 2015 et 2021, on constate une baisse soutenue des revenus publicitaires et de diffusion dans l'industrie des magazines au Québec ¹².

- Revenus publicitaires : sont passés de 141 millions de dollars en 2015 à 74 millions de dollars en 2021.
- Revenus de diffusion : ont diminué de 101 millions à 58 millions de dollars sur la même période.

- **Évolution des ventes de magazines au Québec** (comparaison basée sur l'année 2023 – les chiffres de 2024 n'étant pas encore finalisés) : baisse marquée des ventes

- **En unités** : les ventes de magazines ont chuté de **59 %** depuis 2015 et de **24 %** depuis 2021.
- **En valeur (\$)** : le chiffre d'affaires lié aux ventes a diminué de **39 %** par rapport à 2015 et de **16 %** depuis 2021.
- Ces chiffres témoignent de la transformation importante du marché des magazines, soulignant les défis structurels auxquels fait face l'industrie au Québec.



Depuis 2021, il est difficile d'obtenir des données quantitatives précises de la part du Centre d'études sur les médias (CEM). Toutefois, l'AQEM a mené une étude qualitative qui confirme une tendance continue à la baisse des revenus et de la diffusion.

D'après cette étude :

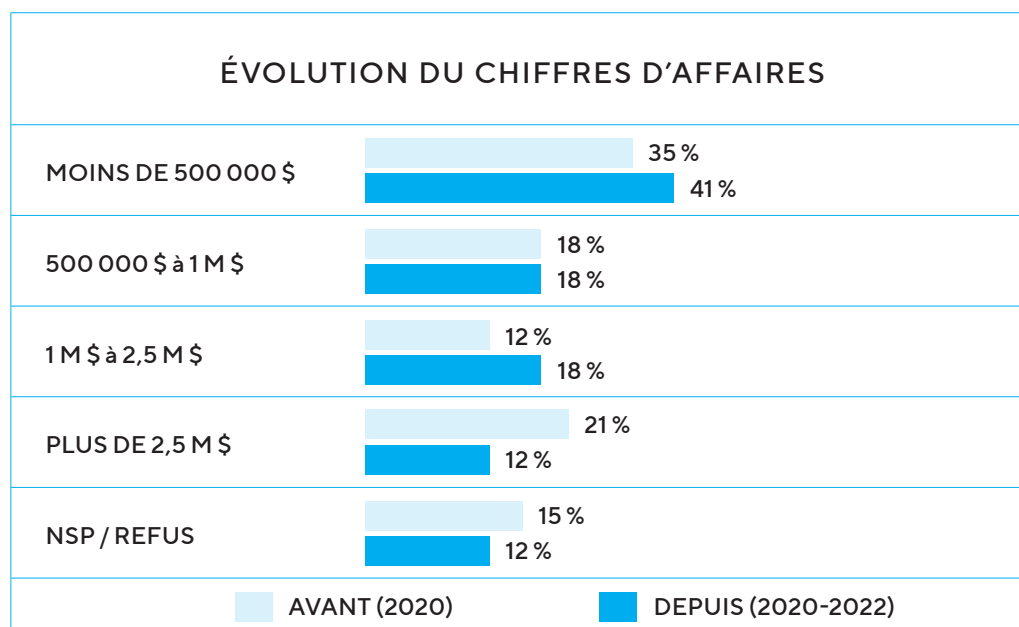
- La baisse des ventes de magazines papier se poursuit, notamment en raison de la disparition progressive des points de vente physiques et de la transition vers le numérique.
 - Les revenus publicitaires numériques restent faibles et ne compensent pas les pertes du papier.
 - L'augmentation des coûts du papier et des infrastructures numériques fragilise davantage les éditeurs.
 - Les éditeurs mentionnent une dépendance accrue aux subventions fédérales, notamment celles du Fonds des périodiques, qui sont jugées insuffisantes ou mal adaptées à l'évolution du marché.
- Bien que l'étude ne fournisse pas de chiffres précis, les témoignages des éditeurs illustrent un déclin structurel persistant dans le secteur des magazines québécois¹³.
- Alors que 43 % des lecteurs de magazines lisent exclusivement en version imprimée¹⁴, il y a 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 %) ¹⁵.
 - **Monopole de la distribution** des magazines au Québec détenu par Messageries Dynamiques, l'unique fournisseur de ce service dans la province, ce qui élimine toute marge de négociation pour les éditeurs.
 - **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 acheteurs¹⁶, les éditeurs perdent beaucoup de ventes.
 - **Disparition de nombreux espaces de vente au profit de produits non culturels** (confiserie, accessoires électroniques, etc.).
 - **Contribution obligatoire à Éco Entreprises Québec**, alors que les journaux sont exemptés des frais en lien avec la collecte sélective.
 - L'augmentation importante des frais de recyclage ces dernières années, allant de 75 % à 150 % par rapport au système précédent, place l'écosystème du magazine dans une situation précaire, mettant en péril la viabilité de plusieurs titres à court terme.
 - Bien que les magazines ne représentent que 0,5 % du contenu total du bac de recyclage, leur participation financière constitue également seulement 0,5 % des revenus d'ÉE.Q. Cette réalité offre une marge de manœuvre pour explorer une solution plus adaptée aux magazines québécois, s'inspirant notamment du modèle appliqué aux journaux.
 - Inégalité de traitement : les éditeurs de journaux québécois bénéficient d'une compensation soutenue à 100 % par le gouvernement, alors que les éditeurs de magazines ne reçoivent aucune aide équivalente.
 - **La pénurie de main-d'œuvre qualifiée** affecte plusieurs secteurs de l'industrie du magazine, notamment en ce qui a trait à la recherche d'infographistes, de pigistes spécialisés en journalisme et en édition, ainsi que de professionnels en marketing numérique et en gestion de contenu¹⁷.
 - **Restrictions budgétaires** importantes chez les consommateurs dues à l'inflation.



5. LA PROFITABILITÉ MISE À RUDE ÉPREUVE

Au cours d'un sondage réalisé par Léger auprès de 34 éditeurs de magazines québécois en mai 2023¹⁸, 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 2020¹⁹. Cependant, pour les éditeurs de plus grande envergure, une baisse significative de leurs revenus a été observée.



Au cours de cet exercice réalisé par Léger²⁰, 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 lecteurs²¹.

82 % des créateurs de magazines ont pris le virage numérique, tandis que 18 % offrent encore exclusivement le format papier. Ce choix du papier s'explique souvent par une audience fidèle attachée à l'imprimé, par la nature du contenu (qui se prête mieux à une lecture physique), ou encore par des considérations liées à la valeur perçue et à l'expérience tactile du magazine²².

Seulement, 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 offrant seulement des versions électroniques n'est pas viable pour le moment²³. Nous sommes en concurrence directe avec les géants du Web, les contenus

créés par l'intelligence artificielle et les plateformes 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 douze entrevues individuelles avec autant d'éditeurs²⁴. Cet exercice visait à avoir une meilleure connaissance des enjeux liés à l'industrie et aux 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.

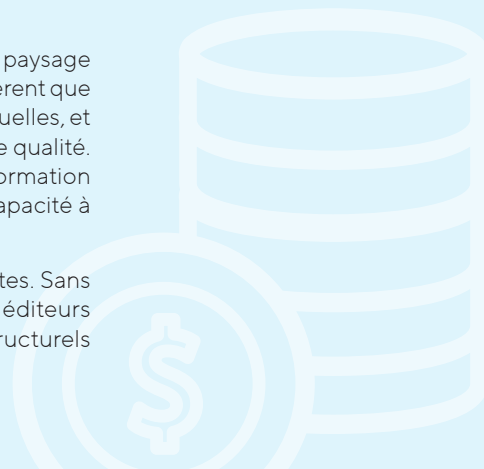
Chez les petites maisons d'édition, la situation actuelle est particulièrement intenable, notamment sur le plan monétaire. Ceux-ci se posent d'ailleurs de nombreuses questions quant à la pérennité de leur magazine.

6. LA NÉCESSITÉ D'UN APPUI FINANCIER

Bien que les éditeurs québécois bénéficient du soutien fédéral, ils se sentent désavantagés par rapport à leurs homologues des autres provinces, qui reçoivent un appui des deux paliers de gouvernement. À titre d'exemple, l'Ontario a investi 10 millions de dollars sur cinq ans via le Fonds d'aide d'Ontario Créatif aux éditeurs de revues pour soutenir ses éditeurs de magazines, alors qu'au Québec, aucune aide provinciale équivalente n'a été mise en place.

Pourtant, les magazines québécois jouent un rôle essentiel dans le paysage médiatique. Selon un sondage Léger, 77 % des répondants considèrent que les magazines sont un moyen efficace de suivre les tendances actuelles, et 69 % estiment que l'information qu'ils contiennent est fiable et de qualité. Dans un contexte où la surabondance d'information et la désinformation sont des enjeux majeurs, les magazines se distinguent par leur capacité à offrir un contenu vérifié, pertinent et bien recherché.

Maintenir ces standards élevés nécessite des ressources adéquates. Sans un engagement accru du gouvernement provincial, l'avenir des éditeurs québécois demeure incertain face aux défis économiques et structurels qu'ils doivent affronter.



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 des revenus publicitaires. Tous ces éléments ont pour effet de rendre l'industrie du magazine très vulnérable, d'où la nécessité d'un appui 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 de contenu québécois de qualité. Par exemple, en 2019, le ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCCQ) 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 aucun appui financier.

Le rapprochement des contenus entre journaux et magazines est présent à travers les reportages, les articles de fond et d'investigation, les chroniques et 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 partager des informations essentielles aux Québécois. Les magazines n'ont tiré pratiquement aucun revenu financier de cette période. Évidemment, les éditeurs sont conscients qu'ils n'ont pas la même flexibilité que d'autres médias, mais ils rejoignent tout de même un très grand nombre de Québécois engagés, ce qui fait des magazines un média de choix dans un marketing mix. D'ailleurs, **les magazines influencent près de 80 % des décisions des consommateurs²⁷**.

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. Que chacun, à leur façon, contribue 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 MCCQ, 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. »

Dans un contexte médiatique en pleine transformation, l'AQEM mène également des démarches auprès du gouvernement fédéral afin que les magazines soient pris en compte dans les mesures de soutien aux médias. Alors que le projet de loi C-18 vise à compenser les médias pour l'utilisation de leur contenu par les grandes plates-formes numériques, l'accord conclu avec Google prévoit un fonds de 100 millions de dollars. L'inclusion des magazines dans ce cadre demeure un enjeu clé pour assurer leur pérennité et leur reconnaissance dans l'écosystème numérique.

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

Combien l'entente avec Google amènera-t-elle en redevances aux médias du Québec ? Et les éditeurs de magazines pourront-ils en bénéficier ? Ce sont des questions pour lesquelles 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);
- Rendre disponible, comme pour les journaux, le nouveau crédit d'impôt remboursable de 35 %, rétroactif au 1^{er} janvier 2019, jusqu'à concurrence d'un plafond salarial annuel de 75 000 \$ par employé, pour soutenir les salaires des employés de la salle de rédaction et du personnel lié à l'exploitation des technologies de l'information des médias écrits;
- Offrir un appui financier pour la collecte sélective afin de réduire considérablement la compensation financière que doivent verser les magazines à Éco Entreprises. Inciter Éco Entreprises à investir leurs dollars publicitaires dans les magazines québécois.

10. RECOMMANDATIONS

L'Association québécoise des éditeurs de magazines (AQEM) recommande :

1. De bonifier le budget du MCCQ 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 magazines²⁸ 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 MCCQ, 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 150 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 l'appellation « médias ». Les éditeurs de magazines se considèrent comme un média d'information à part entière et souhaitent être reconnus de la sorte. 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://members.vividata.ca/wp-content/uploads/sites/2/woocommerce_uploads/2023/01/Vividata_ECC_Printemps2024_Rapportmultimedia-go2ari.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. Données 2024, Messageries Dynamiques
6. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/Rapport_AQEM_Editeurs.pdf
7. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/Rapport_AQEM_Editeurs.pdf
8. <https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/CSMOCGQ/Etude sectorielle/etude-sectorielle-edition-2021-final-web-1.pdf>
9. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/Rapport_AQEM_Editeurs.pdf
10. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/Rapport_AQEM_Editeurs.pdf
11. <https://www.cem.ulaval.ca/economie/donnees-financieres/magazines/>
12. Données 2024, Messageries Dynamiques
13. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/AQEM_Public_Rapport.pdf
14. Vividata's SCC | Study of the Canadian Consumer Fall 2023
15. https://vividata.ca/wp-content/uploads/sites/2/woocommerce_uploads/2023/01/Vividata_SCC_Fall2023_Cross-Media-us2nxk.pdf
16. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/AQEM_Public_Rapport.pdf
17. <https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/CSMOCGQ/Etude sectorielle/etude-sectorielle-edition-2021-final-web-1.pdf>
18. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/Rapport_AQEM_Editeurs.pdf
19. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/Rapport_AQEM_Editeurs.pdf
20. <https://www.cem.ulaval.ca/economie/donnees-financieres/magazines/>
21. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/Rapport-qualitatif-13334_004-AQEM-EDITEURS-1.pdf
22. <https://www.cem.ulaval.ca/economie/donnees-financieres/magazines/>
23. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/Rapport_AQEM_Editeurs.pdf
24. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/Rapport-qualitatif-13334_004-AQEM-EDITEURS-1.pdf
25. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/Rapport-qualitatif-13334_004-AQEM-EDITEURS-1.pdf
26. <https://www.ontariocreates.ca/fr/investment-programs/business-development/magazine-fund>
27. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/AQEM_Public_Rapport.pdf
28. https://uploads.visionw3.com/sitefiles/magazinesquebec.com/Rapport final/Etude Leger/AQEM_Public_Rapport.pdf
29. www.magazinesquebec.com