

SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE DES MÉDIAS DE L'ONTARIO

PROFIL DE L'INDUSTRIE DE L'ÉDITION DE REVUES



Ontario

Ontario Media Development
Corporation

Société de développement
de l'industrie des médias
de l'Ontario

www.omdc.on.ca

Introduction

Le paysage de l'édition de revues au Canada est très varié et comprend de nombreuses publications telles que les magazines d'intérêt général, les publications inter-entreprises, les revues spécialisées et professionnelles, les revues axées sur la culture, notamment sur les arts visuels, et les publications universitaires et scientifiques.

L'industrie de l'Ontario est extrêmement hétéroclite, et est composée d'entreprises publiant plus de 20 titres dans chacune des catégories et de petites entreprises ne publiant qu'un titre très spécialisé ou deux. Les éditeurs de l'Ontario produisent une large proportion de l'ensemble des revues canadiennes. Plus de 45 % des exemplaires des magazines d'intérêt général les plus populaires produits en Ontario sont vendus ou livrés en dehors de la province¹. Aucun éditeur ontarien ou canadien n'a la taille, et de loin, des grands éditeurs des États-Unis ou d'Europe.

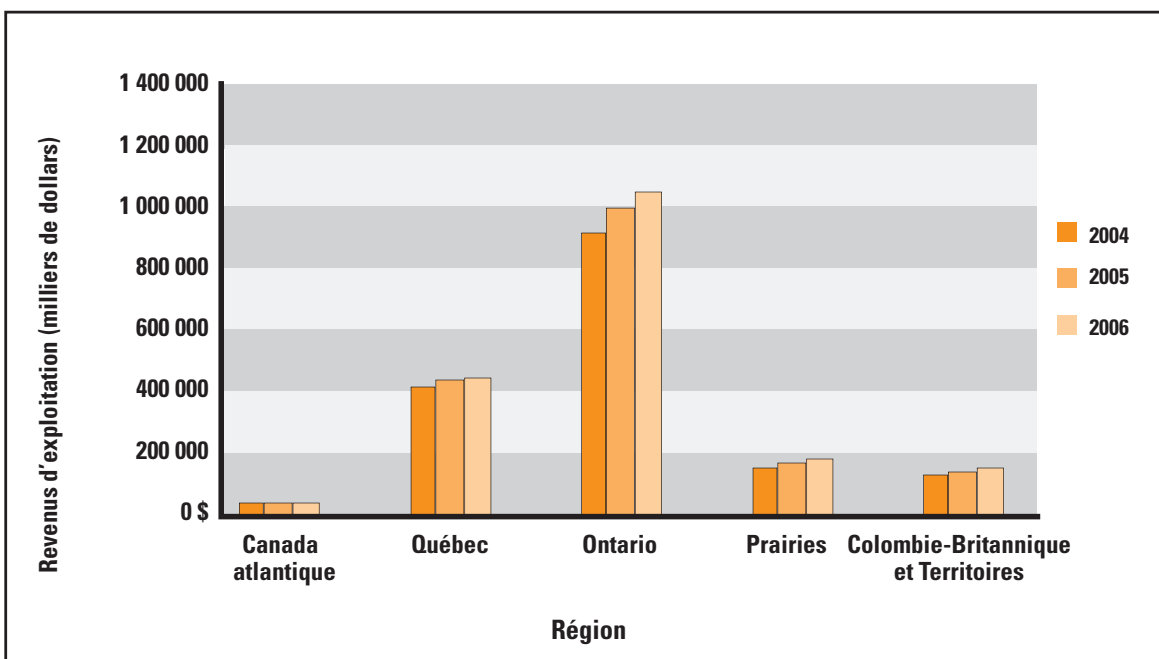
Les éditeurs de revues de l'Ontario sont reconnus pour leur excellence à l'échelle nationale. Lors de la dernière édition des Prix du magazine canadien en juin 2008, *Toronto Life* a remporté quatre médailles d'or et deux médailles d'argent et a été consacré en remportant le prix de Magazine de l'année. Le magazine ontarien *The Walrus* a été le grand gagnant de cette soirée, avec six médailles d'or et quatre médailles d'argent. Parmi les autres magazines ontariens les plus primés de la soirée, on retiendra *Report on Business*, *explore* et *Maclean's*, qui ont tous reçu plusieurs distinctions.

TAILLE DE L'INDUSTRIE ET IMPACT ÉCONOMIQUE

Taille de l'industrie et recettes

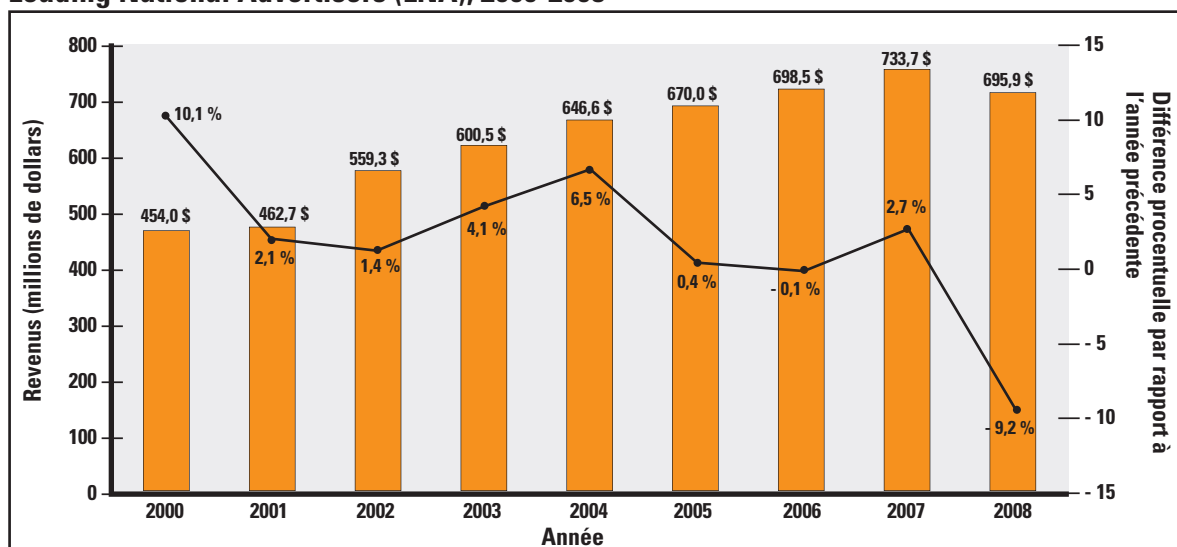
- En 2003-2004, la dernière année pour laquelle des chiffres exhaustifs sont disponibles, 2 383 périodiques ont été publiés au Canada. Près de la moitié, 1 162 ou 48 %, ont été publiés dans la province de l'Ontario².
- En 2006, les revenus d'exploitation de l'industrie de l'édition des périodiques canadiens a crû de 5,3 % en douze mois pour atteindre 2,07 milliards de dollars. Les dépenses d'exploitation à l'échelle nationale ont augmenté de 3,2 % et ont atteint 1,85 milliard de dollars la même année, avec des marges bénéficiaires pour les éditeurs de périodiques canadiens de 10,9 % en moyenne, contre 9,1 % en 2005³.
- Le secteur de l'édition des périodiques en Ontario a représenté plus de la moitié des revenus d'exploitation du pays en 2006, avec un total de 1,17 milliard de dollars. Néanmoins, les dépenses d'exploitation ont été tout aussi élevées, de sorte que les éditeurs de périodiques de l'Ontario ont affiché une marge bénéficiaire de 10,5 %, juste en deçà de la moyenne nationale⁴.

Revenus des éditeurs de périodiques canadiens, par région, 2004-2006



Source : Statistique Canada, « L'édition du périodique : tableaux de données », Catalogue n° 87F0005X, Tableau 1, Mars 2008.

Revenus publicitaires des éditeurs de revues canadiens selon Leading National Advertisers (LNA), 2000-2008



Source : « Ad pages for leading consumer mags down 9.2% in 2008 », Masthead Online, 26 janvier 2009.

- En 2006, plus de la moitié des recettes d'exploitation de l'industrie ont été attribuées aux dix plus grandes sociétés d'édition de périodiques du Canada. Ces sociétés représentaient 82 % des revenus globaux pour l'industrie et 68 % de la croissance totale des recettes. De plus, leur marge bénéficiaire était de 15,9 %, contre 4,5 % pour le reste des éditeurs de périodiques⁵.
- Les recettes publicitaires des magazines d'intérêt général du Canada sont estimées à 695,9 millions de dollars pour 2008, selon des rapports de Leading National Advertisers in Canada (LNA), soit une baisse de 9,2 % en comparaison avec l'année précédente, la pire chute enregistrée ces derniers temps⁶.

Emploi

- Entre 1997 et 2005, l'industrie de l'édition des périodiques au Canada aurait généré une moyenne annuelle de 9 011 emplois directs au sein de ce secteur. À cela vient s'ajouter pour les écrivains indépendants l'équivalent de 897 emplois par an qui sont directement attribuables à l'industrie du périodique⁷. En Ontario, l'industrie du magazine aurait généré une moyenne

annuelle avoisinant les 9 389 emplois, qu'ils soient directs ou indirects, entre 1997 et 2005⁸.

- Les éditeurs canadiens de périodiques ont dépensé 512 millions de dollars en salaires, traitements et avantages sociaux en 2006. Les éditeurs canadiens de périodiques implantés en Ontario représentaient plus de la moitié de ce montant, soit 297 millions de dollars⁹.

Marché des consommateurs

- Le marché mondial de l'édition de revues devrait atteindre 82,6 milliards de dollars US en 2008, soit une hausse de 2,9 % en comparaison avec l'année précédente. L'Amérique latine, qui représente encore une petite partie du marché, est la région connaissant la plus forte croissance à l'heure actuelle¹⁰.
- On estime que le marché canadien de l'édition de revues devrait atteindre 1,24 milliards de dollars américains en 2008. Si cela représente une hausse de 2,4 %, à l'échelle mondiale c'est la plus faible augmentation pour une région¹¹.

TENDANCES ET ENJEUX

Taux de croissance et tendances connexes

- Avant la chute des marchés mondiaux à la fin 2008, il était anticipé que le marché canadien de l'édition de revues serait en progression et atteindrait 1,38 milliard de dollars américains d'ici à 2012, à un taux annuel cumulé de 2,7 %¹². L'instabilité économique actuelle fait qu'il est difficile de prédire de quoi les tendances de demain seront faites.
- En 2008, le nombre de revues publiées au Canada a progressé, avec 72 lancements, contre 29 cessations d'activité pour la même année. C'est la 11^e année consécutive que le nombre global de revues augmente. Les magazines d'intérêt général représentent près de la moitié de cette hausse, puisque neuf revues professionnelles ont cessé d'être publiées et 10 ont été lancées la même année. Malheureusement, les chiffres de 2009 disponibles jusqu'à présent indiquent que 22 revues ont cessé de publier cette année. Le nombre de cessations d'activité devrait donc être supérieur à celui de 2008¹³.
- L'industrie des magazines au Canada a conscience depuis longtemps qu'elle est en concurrence avec les publications du gouvernement et que ces publications affichent des avantages compétitifs en comparaison avec les revues du privé. En Ontario, cela a clairement été illustré par la revue *À bon verre, bonne table* de la Régie des alcools de l'Ontario (LCBO), dont les frais de distribution sont quasiment nuls (elle est distribuée gratuitement dans les magasins de la LCBO) et qui est perçue comme ayant une relation privilégiée avec le secteur lucratif de l'alcool. Magazines Canada participe actuellement à des opérations de lobbying pour que le fonctionnement des magazines du gouvernement change¹⁷.
- Les éditeurs de revues de l'Ontario ont également le sentiment qu'ils doivent supporter une trop grande partie des coûts du programme municipal de réacheminement des déchets de la boîte bleue, pour lequel ils sont redevables d'une cotisation auprès d'Intendance environnementale Ontario. Si le coût est censé être ventilé entre les agences de publicité indirectes et les kiosques à journaux pour tous les magazines distribués dans la province, cela est difficilement applicable pour les entreprises non-canadiennes. Plus le montant de la cotisation augmente, plus le problème est exacerbé¹⁸.

Enjeux mondiaux

- La baisse des dépenses publicitaires, du fait du ralentissement économique mondial, a eu un impact négatif sur les recettes des revues de tous les pays. Au Canada, les pages publicitaires en emplacement ordinaire ont subi une chute de 9,2 % en 2008, et aucun des dix magazines d'intérêt général canadiens les plus populaires n'y a rattrapé¹⁴. En conséquence, plusieurs revues canadiennes ont cessé de publier l'année dernière, dont *Wish*, *Time Canada* et *Gardening Life*, et il y a aussi eu des licenciements dans de grandes maisons d'édition implantées en Ontario, par exemple chez Rogers Publishing, Brunico Communications et St. Joseph Media¹⁵.

Enjeux nationaux

- En juin 2008, Postes Canada a annoncé son intention d'appliquer une structure tarifaire axée sur la distance,

ce qui augmente les frais de livraison selon la distance parcourue. L'impact le plus significatif en termes de coûts sera certes ressenti par les revues à diffusion nationale, mais tous les magazines se verront dans l'obligation d'augmenter leurs tarifs. Cela vient s'ajouter à toute une série d'augmentations de tarifs postaux par Postes Canada au cours des dernières années¹⁶.

Développement technologique

- Les éditeurs de revues de l'Ontario sont conscients de la migration de leurs lecteurs vers le web et sont passés à l'offensive sur ce terrain. Ils associent leurs magazines à des activités sur Internet, et ont même des sites Internet complets. De nombreuses revues ont des « rappels publicitaires » vers le contenu disponible sur leurs sites Internet. Cette tendance

devrait se confirmer, notamment pour ce qui est des revues inter-entreprises. À cet égard, les éditeurs prévoient que leurs titres seront principalement en format numérique d'ici à ce que la génération des « numériques d'origine » soit en vigueur dans les sociétés servies par les éditeurs¹⁹. Pour les éditeurs spécialisés dans les revues inter-entreprises, les revues papier sont devenues un support matériel clé pour ces communautés émergentes et web.

Aides de l'État²⁰

- En février 2009, le gouvernement fédéral a annoncé la création du Fonds du Canada pour les périodiques, qui remplacera le Fonds du Canada pour les magazines et le Programme d'aide aux publications. Le nouveau programme capitalisera sur les programmes précédents pour assurer la continuité du soutien à l'industrie du magazine et donner plus de souplesse aux éditeurs.

Cette annonce se fonde sur l'engagement du budget fédéral pour 2009 selon lequel 30 millions de dollars seront alloués au cours des deux prochaines années aux périodiques canadiens. Ainsi, les fonds fédéraux destinés à l'industrie du magazine se maintiendront à 75,5 millions par an. Le nouveau Fonds sera en place pour l'exercice financier 2010-2011, et jusque là, les programmes actuels continueront d'être en vigueur²¹.

- En 2008-2009, les éditeurs de magazines de l'Ontario ont eu accès aux subventions publiques grâce au Fonds d'aide de la SODIMO aux éditeurs de revues et au Fonds de partenariats pour le secteur du divertissement et de la création.
- À l'échelle provinciale, le Conseil des arts de l'Ontario assure également un soutien financier aux éditeurs de revues.

État au 31 mars 2009.

(Endnotes)

¹ TCI Management Consultants, *A Strategic Study of the Magazine Industry in Ontario*, septembre 2008, p. 3.

² Statistique Canada, « L'édition du périodique : tableaux de données », 2003-2004, n° de catalogue 87F0005XIE, Tableau 3, juin 2005.

³ Statistique Canada, *Le Quotidien : Édition de périodiques, 2006*, 19 mars 2008.

⁴ *ibid.*

⁵ *ibid.*

⁶ « Ad pages for leading consumer mags down 9.2% in 2008 », *Masthead Online*, 26 janvier 2009.

⁷ Informetrica Limited et. coll., *Economic Contribution of the Canadian Magazine Industry*, décembre 2006, p. 4.

⁸ *ibid.*, p. 21.

⁹ Statistique Canada, *Le Quotidien : Édition de périodiques, 2006*.

¹⁰ PricewaterhouseCoopers (PwC), *Global Entertainment and Media Outlook 2008-2012*, p. 45.

¹¹ *ibid.*

¹² *ibid.*, p. 485.

¹³ « Tally 2008: Launches once again outnumber closures », *Masthead Online*, 18 mars 2009.

¹⁴ « Ad pages for leading consumer mags down 9.2% in 2008 », *Masthead Online*, 26 janvier 2009.

¹⁵ « Three people let go by Brunico Communications », *Masthead Online*, 10 décembre 2008; « Five Maclean's staffers among those laid off by Rogers », *Masthead Online*, 2 décembre 2008; « Sixth staffer laid off by Maclean's », *Masthead Online*, 9 décembre 2008; « Publisher suspending Wish and Gardening Life magazines; 20 jobs affected », *cbc.ca*, 14 novembre 2008.

¹⁶ « Canada Post announces rate hikes for 2009 », *Masthead Online*, 27 juin 2008.

¹⁷ Magazines Canada, « Magazines Canada's Policy on Government Competition 2007 », www.magazinescanada.ca.

¹⁸ TCI Management Consultants, p. 13.

¹⁹ *ibid.*, p. 16.

²⁰ Les renseignements figurant dans cette partie représentent un aperçu d'une partie de l'aide gouvernementale accordée à l'industrie de l'édition de revues. Il ne s'agit pas d'une liste exhaustive de l'aide gouvernementale disponible.

²¹ Communiqué de presse, « Le gouvernement du Canada établit le Fonds du Canada pour les périodiques afin de mieux soutenir les magazines et les journaux communautaires », ministère du Patrimoine canadien, 17 février 2009.