

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

PROFIL DE L'INDUSTRIE DE L'ÉDITION DE REVUES

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.

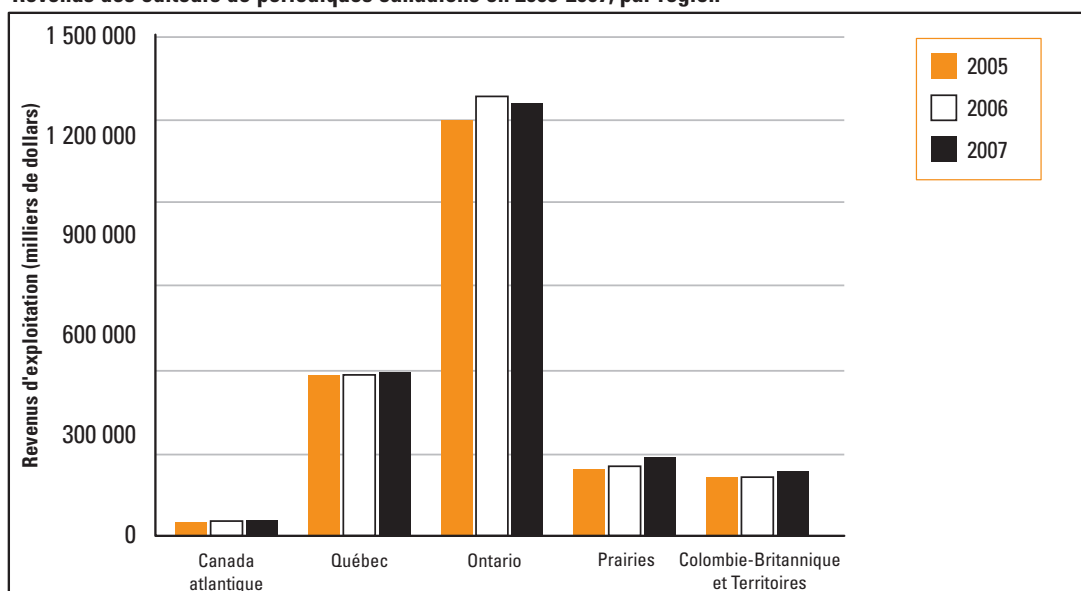
Les éditeurs de l'Ontario sont reconnus pour leur excellence à l'échelle nationale. Lors de la 32^e édition des Prix du magazine canadien en juin 2009, *Toronto Life* a remporté quatre médailles d'or et cinq médailles d'argent sur les 27 nominations tandis que le magazine ontarien *The Walrus* a reçu le plus grand nombre de médailles d'or (cinq médailles), plus une médaille en argent, soit six médailles au total. Du côté des publications inter-entreprises, *CA Magazine* a été le grand vainqueur lors de la 55^e édition du concours annuel Kenneth R. Wilson, puisque cette publication ontarienne a remporté six récompenses de premier plan alors que *OHS Canada Magazine*, une publication ontarienne, a reçu les médailles d'or et d'argent dans la catégorie du meilleur article consacré à la technologie, à l'industrie ou à la fabrication.

Taille de l'industrie et impact économique

Revenus et chiffres connexes

- 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 2007, les revenus d'exploitation de l'industrie de l'édition des périodiques canadiens ont crû de 1,8 % en douze mois pour atteindre 2,28 milliards de dollars. Les dépenses d'exploitation à l'échelle nationale ont augmenté de 0,8 % et ont atteint 2,03 milliard de dollars la même année, avec des marges bénéficiaires pour les éditeurs de périodiques canadiens de 11,3 % en moyenne, contre 10,4 % en 2006³.
- Le secteur de l'édition des périodiques en Ontario a représenté plus de la moitié des revenus d'exploitation du pays en 2007, avec un total de 1,31 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 8,0 %, bien en deçà de la moyenne nationale⁴.
- En 2007, 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 85 % des revenus globaux pour l'industrie. De plus, leur marge bénéficiaire était de 16,8 %, contre 3,9 % 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.
- En 2008, l'édition (incluant les revues, les journaux, les livres et la publicité connexe) représentait 45,8 % de la valeur de l'industrie des médias au Canada. En 2007, la dernière année pour laquelle des chiffres sont disponibles, les magazines (à l'exclusion de la publicité connexe) représentaient 4,6 % de la valeur du secteur de l'édition au Canada⁷.

Revenus des éditeurs de périodiques canadiens en 2005-2007, par région



Source : Statistique Canada, « L'édition du périodique 2007 », Tableau 1. juin 2009.

Emploi et salaires

- Une étude sur l'industrie de l'édition des périodiques publiée en 2006 a montré que, entre 1997 et 2005, ce secteur aurait généré au Canada une moyenne annuelle de 9 011 emplois directs. À cela vient s'ajouter pour les écrivains indépendants l'équivalent de 897 emplois par an qui sont directement attribuables à l'industrie du périodique⁸. 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 2005⁹.
- Les éditeurs canadiens de périodiques ont dépensé 567 millions de dollars en salaires, traitements et avantages sociaux en 2007. Les éditeurs canadiens de périodiques implantés en Ontario représentaient bien plus de la moitié de ce montant, soit 351 millions de dollars¹⁰.

Marché des consommateurs

- Le marché mondial de l'édition de revues devrait représenter 72,8 milliards de dollars américains en 2009, soit une baisse de 9,4 % en comparaison avec l'année précédente. Au cours de cette période, on prévoit des pertes dans l'ensemble des régions mais l'Amérique du Nord devrait être la plus touchée, avec une baisse de 13,5%¹¹.
- On estime que le marché canadien de l'édition de revues devrait représenter 1,03 milliard de dollars américains en 2009. Ceci représente une baisse de 12,2 %, soit une baisse légèrement inférieure à celle du marché américain, dont la valeur devrait chuter de 13,6 % en 2009¹².

Tendances et enjeux

Taux de croissance et tendances connexes

- On prévoit que le marché canadien de l'édition de revues atteindra 1,11 milliard de dollars américains en 2013, soit une baisse à un taux composé annuel de 1,1 %. La récession est en grande partie responsable de ce net déclin, l'année 2009 étant celle durant laquelle les pertes annuelles sont les plus importantes (chute de 13,5%). Des baisses similaires devraient affecter les marchés internationaux, à l'exception de l'Amérique latine, où l'on prévoit une croissance modérée jusqu'en 2013¹³.
- En 2008, le nombre de revues publiées au Canada a progressé, avec 74 lancements, contre 30 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.

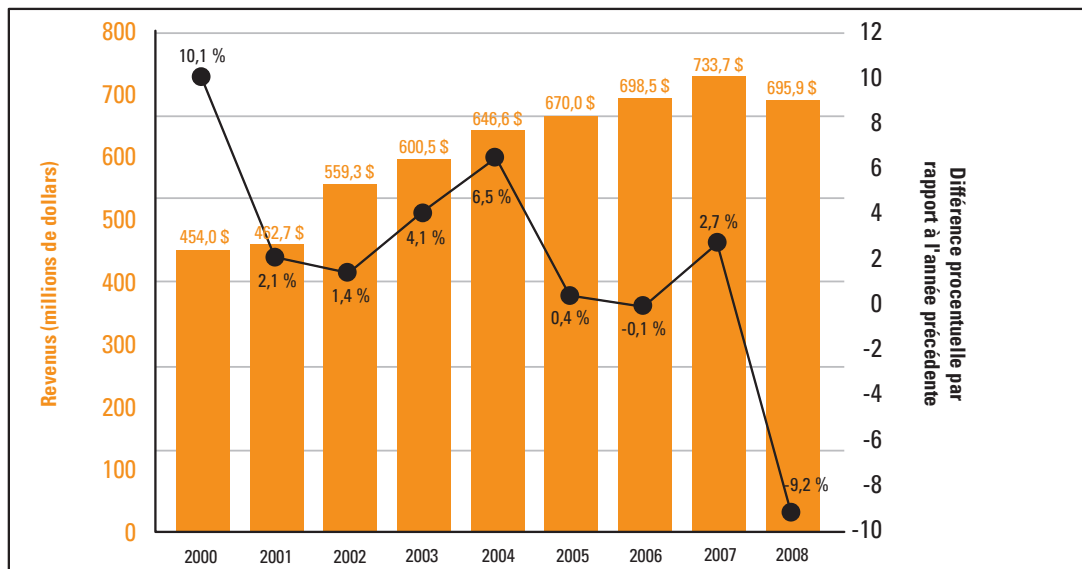
Enjeux mondiaux et nationaux

- 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.

PROFIL DE L'INDUSTRIE DE

L'ÉDITION DE REVUES

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



Source: "Ad pages for leading consumer mags down 9.2% in 2008," Masthead Online, January 26, 2009

- 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.
- 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. Depuis 2004, les prélèvements au titre du programme de boîtes bleues imposés aux éditeurs de revues de l'Ontario ont augmenté de plus de 2 500 %. Pour la seule année 2009, cette augmentation a été de 53 % pour les magazines, alors que les prélèvements imposés aux autres papiers n'ont augmenté que de 4 %¹⁹.

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.

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

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 éditeurs²⁰. 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'État²¹

- 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 vigueur²². Ce nouveau programme instaure un minimum de 5 000 exemplaires annuels en circulation et le ministre du Patrimoine canadien a confirmé qu'il sera mis fin au soutien spécialisé apporté aux revues artistiques et littéraires²³.
- En 2009-2010, les éditeurs de magazines de l'Ontario ont 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. La SODIMO alloue aussi des fonds aux associations professionnelles et organisateurs d'événements dans le domaine de l'édition de revues par l'intermédiaire du Fonds de développement de l'industrie, afin d'encourager les événements et activités qui stimulent la croissance de l'industrie.
- À l'échelle provinciale, le Conseil des arts de l'Ontario assure également un soutien financier aux éditeurs de revues.

État au 23 décembre 2009

(Notes en fin de texte)

- TCI Management Consultants, *A Strategic Study of the Magazine Industry in Ontario*, septembre 2008, p. 3.
- Statistique Canada, « Renseignements sur les finances et les effectifs de l'édition du périodique, par région (Atlantique, Québec, Ontario), 2003-2004 » www.statcan.gc.ca.
- Statistique Canada, *Édition de périodiques 2007*, Tableau 1, n° de catalogue 87F0005X, p. 1.
- Statistique Canada, *Édition de périodiques 2007*, Tableau 1.
- Statistique Canada, *Édition de périodiques 2007*, p. 1.
- « Ad pages for leading consumer mags down 9.2% in 2008 », *Masthead Online*, 26 janvier 2009.
- Datamonitor, *Media In Canada: Industry Profile*, octobre 2008, p. 10; Datamonitor, *Publishing in Canada: Industry Profile*, novembre 2008, p. 10.
- Informetrica Limited et. al., *Economic Contribution of the Canadian Magazine Industry*, décembre 2006, p. 4.
- ibid, p. 21.
- Statistique Canada, *Édition de périodiques 2007*, Tableau 1.
- PricewaterhouseCoopers (PwC), *Global Entertainment and Media Outlook 2009-2013*, pp. 46-7.
- ibid, p. 434.
- ibid, pp. 46 et 434.
- « Ad pages for leading consumer mags down 9.2% in 2008 », *Masthead Online*, 26 janvier 2009.
- « Three people let go by Brunico Communications », *Masthead Online*, 10 décembre 2008; « ive 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.
- « Canada Post announces rate hikes for 2009 », *Masthead Online*, 27 juin 2008.
- Magazines Canada, « Magazines Canada's Policy on Government Competition 2007 », www.magazinescanada.ca.
- TCI Management Consultants, p. 13.
- Magazines Ontario, « Ontario BLUE BOX works against Ontario's Magazines », 15 avril 2009, www.magazines.canada.ca.
- TCI Management Consultants, p. 16.
- 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.
- 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.
- « It's official: litmags to be cut out of CPF funding », *Quill & Quire Omni*, 6 août 2009.