

Magazines Canada

425 Adelaide St. W. Ste. 700

Toronto ON CAN M5V 3C1

Telephone: 416.504.0274

Facsimile: 416.504.0437

www.magazinescanada.ca

Revue de fin d'exercice de Magazines Canada Exercice 2010–2011

Survol

L'exercice financier de Magazines Canada se terminant le 31 mars 2011 a été bien rempli et productif. Les comités et le personnel ont entrepris un solide programme d'activités dont voici les faits saillants :

- Amélioration de l'accès des membres à l'information et aux services grâce à un nouveau site Web.
- Consolidation de projets récents tels que le programme Ad Direct, qui offre plusieurs fonctionnalités pratiques aux membres.
- Renouvellement et amélioration du projet de Kiosque numérique, gratuit pour les membres pour deux autres années.
- Ajout d'un volet de prix canadien au concours Best on Page.
- Démarches vigoureuses relatives au Fonds du Canada pour les périodiques, afin d'en garantir un plein financement.
- Développement d'une nouvelle session de formation sur Les affaires à l'heure du numérique (lancement en 2011).
- Lancement du projet *Canadian Magazines Canadiens* d'une durée de deux ans pour célébrer les magazines imprimés.
- Tenue d'une étude sur les Balises du Conseil des Arts du Canada et réquisitoire sur les enjeux clés dans le cadre d'une recommandation au Conseil des Arts du Canada.
- Tenue d'une nouvelle campagne de publipostages couronnée de succès.
- Augmentation des services aux médias d'affaires et de la participation.
- Partenariat plus étroit avec les associations provinciales dans l'organisation d'événements et la prestation de services.
- Attraction de plus de 1 300 professionnels de l'industrie à MagNet 2010.
- Attraction de nouveaux membres et maintien du niveau de confiance des membres actuels.

Le personnel a apprécié l'intérêt et l'encadrement dont ont fait preuve les comités, le conseil et les membres dans l'exécution du programme 2010-11.

Affaires publiques

Stratégies relatives à l'économie numérique

Nous avons commencé l'exercice financier par une présentation importante au Comité de Patrimoine canadien sur le média du magazine à l'ère numérique, et nous avons présenté un mémoire à l'industrie au sujet des magazines dans le contexte de l'économie numérique, dont voici les recommandations clés :

- Maintenir les règles actuelles relatives aux publications de propriété étrangère.
- Renouveler le Fonds du Canada pour les périodiques (FCP) et la pleine valeur de son programme en 2011-2012 afin que nous puissions poursuivre la transition vers l'économie numérique. Renouveler les critères clés du FCP chaque année afin de garantir que le programme continue d'évoluer pour relever les défis qui vont de pair avec l'économie numérique.
- Offrir l'accès à des options de capitaux axées sur le développement de produits numériques et garantir que les éditeurs de magazines aient accès au Fonds des nouveaux médias du Canada.
- Puisque le Conseil des Arts du Canada continue de promouvoir l'excellence du contenu canadien, veiller à ce qu'il fournisse un soutien solide à l'ère numérique.
- La réforme du droit d'auteur devrait soutenir les titulaires des droits afin qu'ils demeurent au Canada, tout en garantissant la facilité d'accès des lecteurs canadiens à un contenu canadien.
- Dans le contexte de l'économie numérique, la formation en vue de l'acquisition de compétences est primordiale et la formation en cours de carrière devrait être une priorité. Ces formations contribueront à la compétitivité du Canada.
- Comme le démontrent bien les projets collectifs réussis de Magazines Canada, un soutien accru aux projets collectifs de l'industrie permettront la mise en œuvre de stratégies numériques en marketing, en distribution, en formation et en recherche, dans une perspective de monétisation du contenu, créant ainsi des emplois canadiens et animant une nouvelle prospérité.

Proposition prébudgétaire

Notre proposition prébudgétaire annuelle, à l'été de 2010, a soumis les recommandations clés suivantes au gouvernement fédéral :

- Magazines Canada a demandé avec instance au Comité des finances de recommander que le gouvernement du Canada confirme le budget du Fonds du

Canada pour les périodiques, à hauteur de 75,5 millions \$, pour une période de cinq ans.

- Magazines Canada a demandé avec instance au Comité d'appuyer le projet du gouvernement du Canada relatif au développement d'une Stratégie de l'économie numérique et de prévoir un appui à ce projet dans le cadre du budget de 2011.
- Magazines Canada a demandé avec instance au Comité d'appuyer un financement substantiel au programme de soutien aux magazines d'art et littéraires offert par le Conseil des Arts du Canada.
- Magazines Canada a demandé avec instance au gouvernement de s'assurer que son projet de loi C-32 sur le droit d'auteur soit mené de façon attentive, afin de répondre aux besoins des créateurs et des titulaires des droits au Canada.

Fonds du Canada pour les périodiques

Nos discussions et actions menées au cours de cet exercice financier au sujet du Fonds du Canada pour les périodiques (FCP) se plaçaient dans un contexte où le fonds même était à risque, la dotation de 15 millions \$ étant hautement compromise. Nous savons que Patrimoine canadien a défini plusieurs scénarios d'impact. Nos efforts collectifs menés à Ottawa au cours de l'été et à l'automne, ainsi que durant la visite du Conseil avant Noël, ont été accueillis favorablement. Nous estimons que le ministre et le ministère ont appuyé nos représentations en vue de garantir le plein financement du fonds. À l'heure de la rédaction des présentes, le budget fédéral du 22 mars prévoit le plein financement du fonds.

Pour appuyer le FCP, l'équipe des Affaires publiques est intervenue activement à l'été, à l'automne et au cours de l'hiver :

- Préparation et distribution de dizaines de lettres au ministre Moore et au PM;
- Rencontres avec les députés et le personnel clé des politiques ministérielles;
- Tenue d'une « Journée sur la colline », le conseil de Magazines Canada rencontrant à cette occasion certains députés;
- Envoi de lettres aux ministres clés, bien que nous n'ayons pas été en mesure d'obtenir des rencontres avec les ministres clés, dont MM. Moore et Flaherty.

Accord économique et commercial global entre le Canada et l'Union européenne (AECG)

Toute l'année, nous avons suivi les négociations entre le Canada et l'Union européenne en vue de l'établissement d'un accord économique et commercial. Les négociations se sont poursuivies de façon continue pendant environ un an, et les discussions sont à mi-chemin du processus. Les négociations comprennent une discussion sur une exemption culturelle qui permettrait au Canada de maintenir des restrictions relatives à la propriété étrangère dans le cas des entreprises de magazines. Cette exemption protège le secteur des services publicitaires de la concurrence étrangère et garantit des subventions réservées aux entreprises de propriété canadienne. À mesure que nous progressons, nous devons déterminer s'il serait acceptable que la portée de l'exemption culturelle soit réduite, tout en garantissant une pleine protection aux magazines canadiens.

Postes Canada

Nous avons présenté à Postes Canada notre point de vue sur divers enjeux, dont les tarifs, la tarification et les services fondés sur la distance. Nous avons rencontré la première vice-présidente, Laurene Cihosky, à propos de ces enjeux. Nous avons souhaité la bienvenue à Olivier Saintonge, le nouveau directeur du Service de Postes-publications, avec qui nous avons eu plusieurs rencontres. D'autres rencontres sont prévues.

Interventions directes

Le chef de la direction a représenté l'industrie, avec des organismes de l'extérieur, en agissant à titre d'administrateur aux conseils d'Access Copyright, du Book and Periodical Council, du Canadian Copyright Institute, de la Coalition pour la diversité culturelle (avec le directeur exécutif, affaires publiques, Jim Everson) et comme président du comité consultatif de la SODIMO. L'association a collaboré de diverses façons avec d'autres associations nationales et régionales, ainsi qu'avec des organismes et bureaux internationaux, représentés principalement par le chef de la direction et par le directeur exécutif, publicité.

Services de publicité

Prix Best on Page 2010

La cérémonie de remise des *prix Best on Page* a été présentée avec succès le 8 avril 2010 devant une salle comble de créateurs d'agences publicitaires, de planificateurs de médias, d'annonceurs et de représentants du milieu de l'édition. Le point culminant de la

soirée aura été l'annonce, en grande première, des prix honorant ce qui se fait de mieux en matière de publicité-magazine au Canada.

Vidéo Magazines Connect!

Magazines Canada a poursuivi ses efforts de sensibilisation au solide rapport que les magazines établissent avec leurs lecteurs en produisant une [courte vidéo](#) mettant en valeur les avantages clés des magazines et dissipant certains mythes.

Représentation des annonceurs

Magazines Canada a fait une deuxième présentation auprès de plus de 50 directeurs des communications fédérales, représentant divers ministères et services fédéraux. Cette présentation s'inscrivait dans la lancée d'une présentation faite à l'automne et qui était destinée à dissiper certains mythes, à éduquer, à susciter de l'enthousiasme et à positionner adéquatement les atouts et les avantages des magazines. Cette rencontre porte maintenant à plus de 75 le nombre de décideurs gouvernementaux qui ont entendu en personne notre message, sans compter les innombrables autres intervenants qui ont reçu le bulletin d'information du ministère des Travaux publics qui contenait de l'information que nous avons fournie sur l'industrie du magazine.

Les guides des médias d'affaires et grand public de Magazines Canada

Les éditions 2010 des guides des médias grand public et des médias d'affaires ont été lancées, chacune contenant plus de 160 pages d'information à jour et incontournable sur les forces des magazines. Ces sources documentaires présentent les tendances et faits les plus recherchés pour les planificateurs médias, les annonceurs et les professionnels des ventes de magazines. Les deux guides sont offerts en version PDF, mais aussi dans une version numérique qui non seulement fournit des liens vers de l'information complémentaire, mais également une fonctionnalité de recherche par mot clé permettant de trouver l'information recherchée, rapidement et facilement. Toutes les versions sont offertes en [français](#) et en [anglais](#).

5 bonnes raisons pour lesquelles les magazines sont efficaces

Magazines Canada a développé un [document Web](#) présentant les cinq principales raisons pour lesquelles les magazines grand public rivalisent nez à nez avec la télévision, et l'emportent. Ce nouvel outil aidera les professionnels de la vente de magazines à présenter un argumentaire de vente solide aux agences.

Baladodiffusions magblast

Magazines Canada a lancé sa première baladodiffusion B2B magblast, *Comment les médias d'affaires stimulent les activités*, mettant en vedette Niel Hiscox (CLB Media). Cette baladodiffusion traite du rôle évolutif des médias d'affaires, imprimés et numériques, pour répondre aux besoins en constante mutation des annonceurs. Le balado est offert sur le [site de Magazines Canada](#) et sur YouTube.

État de la nation du magazine

Magazines Canada a accueilli avec brio l'événement État de la nation du magazine 2010, le 21 octobre, pour 350 planificateurs média, annonceurs et professionnels de la vente de magazines. Sous le thème *L'avenir des magazines*, l'événement mettait en vedette le conférencier Richard Levine (v.-p. activités rédactionnelles, Condé Nast) et un panel diversifié : Jerry Brown (partenaire associé, divertissement et médias, PWC); Karen Naylor (chef d'équipe, Mindshare Canada); Jocelyn Poirier (président, TVA Publications); Brian Segal (président et chef de la direction, Éditions Rogers). L'événement a démystifié constructivement l'évolution de l'industrie du magazine vers un avenir multi-plates-formes/dispositifs stimulant. Une vidéo du conférencier est offerte sur [le site de Magazines Canada](#).

Campagne d'annonces publicitaires de Magazines Canada

Magazines Canada a lancé trois nouvelles campagnes publicitaires qui moussent le pouvoir des magazines auprès de la communauté publicitaire (B2B). L'appui des membres à ces nouvelles campagnes d'annonce contribuera à rappeler à la communauté publicitaire que les magazines sont non seulement propices aux affaires, mais un achat incontournable. La première de ces campagnes, un « **inséré en apparence déchiré** », **découpé à la forme**, a été publiée dans *Marketing* et *Marketing QC*. Présentant l'apparence d'une page qui a été déchirée dans un magazine, cette campagne fait valoir le grand nombre de consommateurs qui découpent des annonces dans les magazines pour les consulter ultérieurement. Un surcroît d'annonces a également été offert sur demande aux membres à titre de signets à insérer dans leurs magazines dans des exemplaires envoyés aux annonceurs pour illustrer la performance des magazines. La deuxième campagne présente une série **d'annonces fantaisistes destinées au grand public**. Ces annonces présentent des excuses pour le succès remporté par les annonces-magazines comme élément déclencheur d'achats, et se terminent par la phrase « Désolés d'être aussi efficaces ». Transformant la salle de bain en salle de conférence,

la troisième campagne, **axée sur les titres B2B**, fait valoir le pouvoir des magazines pour aider les décideurs à se tenir bien informés, où qu'ils soient.

Projets environnementaux

Magazines Canada collabore avec un grand nombre d'éditeurs, d'imprimeurs, de fabricants de papier et de spécialistes de l'environnement pour créer un **recueil de l'empreinte de carbone** complémentaire à la *Trousse écologique du magazine* existante. Le recueil est conçu pour éduquer et motiver les éditeurs à mieux comprendre le concept d'empreinte de carbone, à la contrôler et à en atténuer les effets sur l'environnement.

La vérité toute nue à propos des magazines

L'atelier d'une demi-journée à l'intention des planificateurs en herbe, intitulé *La vérité toute nue à propos des magazines*, a été présenté le 17 février. Près de 60 personnes y ont assisté, représentant plusieurs des plus grandes agences de médias canadiennes. Les commentaires des participants ont été très élogieux, ainsi que leurs remerciements qui ont suivi l'événement.

Des programmes intégrés qui sont efficaces

Cet événement de matinée suscitant la réflexion a été présenté le 10 mars à 200 participants. Le programme mettait en vedette Juan Senor, un conférencier réputé sur la scène mondiale, et un panel de directeurs de média canadiens aguerris. Les réactions ont été très enthousiastes.

Campagne « Recyclez »

Magazines Canada a lancé sa première campagne de promotion du recyclage afin d'inciter les lecteurs à lire, à partager, puis à recycler leurs magazines afin qu'ils puissent être transformés en articles d'utilisation courante, tels que des contenants pour les œufs ou des boîtes pour céréales. De plus, un logo « Lisez. Partagez. Recyclez. » a été lancé de pair avec la campagne, qui dirige les lecteurs vers le site magazinescanada.ca/recycler afin qu'ils puissent se renseigner davantage. Les membres sont invités à utiliser cette campagne, qui est offerte en version imprimée et numérique, en français et en anglais.

Prix *Best on Page* 2011

Un auditoire exceptionnel a donné le ton à l'événement de remise des prix *Best on Page*, le jeudi 31 mars 2011, au Allstream Centre de Toronto. Les prix Best on Page rendent hommage au meilleur concept canadien d'annonce-magazine, choisi par quatre directeurs de création d'élite oeuvrant dans l'industrie. Les communications de marketing utilisaient des codes de réalité augmentée qui, tenus devant la caméra Web d'un ordinateur, révélaient des messages vidéos de chacun des juges. La campagne de lancement comportait également une combinaison de six annonces-magazines, de cartes postales, de publipostages ciblés, de courriels en rafale et de communications Web.

Marketing de la distribution

Diffusion

Les résultats du sondage de l'année dernière, mené auprès des membres, révélaient que notre programme de distribution est la toute première raison pour laquelle les magazines se joignent à l'association et renouvellent leur adhésion.

- 14 nouveaux titres se sont inscrits à notre service de distribution.
- Nous avons distribué 196 titres, avec un taux de conversion moyen de 47,86 % (y compris les non finaux) ou 27,66 % (finaux seulement). 300 641 magazines individuels ont été facturés; 214 962 ont été retournés.
- Un bulletin de nouvelles aux éditeurs a été envoyé pour distribution auprès des membres afin de stimuler l'utilisation des meilleures pratiques en kiosque et dans l'utilisation des codes à barres.
- Le tirage des magazines a augmenté en général, dont celui de certains titres en particulier : *Canada's History*, *Canadian Stories*, *Canadian Coin News*, *Maisonneuve*, *The Walrus*, *Bad Day* et *Rotman*.
- De nouveaux projets, ainsi que des projets déjà en cours, ont contribué à faciliter le travail des détaillants, des éditeurs et de Magazines Canada.

Campagne de publipostages

Les magazines canadiens se vendent bien!

- 196 titres ont participé à la campagne et 500 000 dépliants ont été distribués par Médiaposte et sacs transparents (389 200 en anglais, 110 800 en français).

- Malgré le fait que nous ayons connu des problèmes d'impression et un retard de la mise à la poste, au 9 mars 2011, 9 001 abonnements étaient vendus, y compris 44 abonnements numériques. À deux semaines de la fin de la campagne, 59 % des ventes d'abonnements de l'année dernière ont été conclues, malgré un nombre de dépliants en circulation inférieur de 50 %.
- En pourcentage des ventes, comparativement aux résultats de la campagne de l'année dernière :
 - les ventes de petits magazines ont augmenté de 4 %
 - les ventes d'abonnements-cadeaux ont augmenté de 2 %
- Le coût moyen par abonnement a augmenté à 19,16 \$, alors qu'il était de 17,81 \$ lors de la campagne de l'année dernière.
- 49 % des commandes ont été faites dans les sites Web, 48 % par la poste et 3 % par téléphone.

Projet de marketing en kiosque

- 20 nouveaux magasins se sont ajoutés, ainsi qu'un grossiste, Mohahan Agency, qui dessert 12 magasins : ils reçoivent 67 titres avec tirages de 20 à 50. Les jours où nous recrutons de grands distributeurs indépendants semblent terminés. (Nous avons perdu 33 magasins indépendants.)
- Publipostages auprès de créneaux : de mini catalogues ont été créés pour faire valoir nos magazines d'art et de design et nos titres de plein air. Des listes de magasins ont été établies afin d'élargir et d'étendre notre portée auprès de 600 magasins de fournitures d'arts visuels et boutiques-cadeaux de musées, ainsi qu'auprès de 250 magasins d'activités de plein air. Des représentants assurent un suivi à ces publipostages et quatre nouveaux magasins se sont ajoutés.
- Le programme national de marketing a été de nouveau déployé au moyen de promotions en magasin pendant quatre périodes de deux semaines dans tous les magasins Chapters et Indigo, d'octobre à janvier, dans neuf de nos magasins indépendants de septembre à février, et dans 30 de nos plus importants distributeurs indépendants par l'intermédiaire de Presse Commerce, d'octobre à mars. Cette année, nous avons fait circuler un bon proposant une offre d'édition numérique gratuite par l'intermédiaire de Presse Commerce; les premiers résultats attribuables au seul bon ne sont pas prometteurs.
- Communications/Ventes : à l'aide du Catalogue des détaillants et du Bulletin d'information destiné aux détaillants, les représentants continuent de contacter les détaillants afin de les inviter à se joindre au réseau de distribution de MC et travaillent en collaboration avec les détaillants actuels afin de faciliter modalités de travail et pour augmenter le nombre de titres qu'ils reçoivent.

- Les résultats des ventes en kiosque ne seront pas connus avant le mois de mai.

Kiosque numérique

- L'entente de service avec Zinio a été prolongée jusqu'en février 2013. Des services de téléversement de base, la conversion vers de multiples plates-formes et pour les écrans de 7 po et plus sont gratuits pour tous les membres..
- Communications : seront mis à la disposition des membres un service canadien de soutien, des appels de foire aux questions bihebdomadaires, une rubrique Outils et ressources dans la section réservée aux membres sur le site de MC, des rapports mensuels de ventes et de livraison, des analyses des tendances trimestrielles et des recommandations en marketing.
- Applications MC : une application multiproduits de MC pour iPad sera intégrée à la plate-forme Zinio Unity. Elle sera proposée à Apple pour distribution sur iTunes. Le produit des ventes liées à cette application sera réparti à 50 % à Zinio, 50 % à l'éditeur.
- La réunion trimestrielle de revue des activités et de planification de Magazines Canada : comprend l'accès à Fusion Web et au module d'extension Fusion (en cours de développement) à 50 % des tarifs publiés.
- Applications pour iPad, éditeurs individuels : Zinio créera à l'intention d'éditeurs choisis et autorisés un contenu amélioré ou optimisé à l'intérieur de leur publication.

Word on the Street

En septembre, Magazines Canada était représentée aux événements WOTS de Vancouver et de Halifax, en partenariat avec la *Magazine Association of BC* et l'*Atlantic Magazine Association*, respectivement. Le kiosque de Toronto comprenait la vente de numéros antérieurs de magazines membres à l'occasion du réputé Spin 'n' Win.

Perfectionnement professionnel

MagNet

L'événement MagNet 2010 a connu un vif succès, en juin 2010, réunissant plus de 1 200 participants.

MagNet 2011 : Le [site Web MagNet 2011](#) mis à jour a été inauguré et le dépliant a été posté. Les inscriptions individuelles et de groupes ont déjà commencé. Cette année, la conférence aura lieu à un nouvel endroit : le Courtyard Marriott.

Perspectives numériques

Magazines Canada se prépare à offrir la prochaine génération de week-end Web, intitulé [Le marché du numérique](#), en avril 2011. Le contenu de ce nouveau programme d'une journée a été préparé par Kim Machado avec l'aide avisée de Niel Hiscox. Le programme sera offert à Toronto et à Vancouver, en avril.

Webinaires

Magazines Canada a présenté six [webinaires](#) en 2010–2011 :

- *Magazines sur le iPad : Un encadré ou un véritable dossier?* avec Wayne MacPhail, 32 endroits
- *Réseautage social : Utilisation des médias sociaux pour mousser votre marque* avec Amber Mac, 20 endroits
- *Droit d'auteur 101* avec Warren Sheffer, 4 endroits
- *Contenu multi-plates-formes et budget* avec Edward Fraser, 20 endroits
- *Les nouvelles directives sur l'infopublicité de l'industrie du magazine* avec Patrick Walsh, 24 endroits
- *Les ventes d'annonces en ligne* avec Marty White, 24 endroits
- *La rédaction de présentations* avec Trish Snyder, 22 endroits

Sommets des médias d'affaires

Magazines Canada a présenté deux Sommets des médias d'affaires dans deux villes :

- Le Sommet des médias d'affaires de Toronto a eu lieu le 18 novembre, mettant en vedette Charles McCurdy, chef de la direction, Apprise Media LLC, ainsi qu'un panel de discussion mené par Niel Hiscox avec : Donna Kerry, éditrice, groupe-conseil, Éditions Rogers; Brandon Kirk, directeur, ventes et solutions de marketing mondial, Spafax; et Karen Lorimer, éditrice de groupe, *Canadian Lawyer* et *Law Times*, Thomson Reuters. Environ 90 personnes se sont inscrites. Une vidéo présentant le conférencier Charles McCurdy, chef de la direction, Apprise Media LLC, peut-être visionnée sur le [site Web de Magazines Canada](#).

- Le Sommet des médias d'affaires de l'Alberta a eu lieu le dernier jour de la conférence AMPA, le 26 mars. Le panel était modéré par Niel Hiscox et était composé de Ruth Kelly, éditrice, Venture Publishing; Agnes Zalewski, éditrice de groupe, June Warren; et Jenn Schmidt-Rempel, rédactrice en chef, magazine *Lethbridge Living*. Les sujets traités comprenaient la planification et l'établissement des stocks : obstacles, acquisitions, microsites et flux de contenu; les aspects financiers : aptitudes à la vente, monétisations réussies et développement de la tarification; ainsi que des réussites et échecs : ce qui n'a pas fonctionné et les leçons apprises. Le Sommet a été présenté à guichets fermés.

Sessions commanditées de Magazines Canada

Magazines Canada a commandité huit sessions tenues aux conférences régionales de l'association.

- *Trousse des ventes publicitaires : Présenter et passer le message* avec Sharon McAuley, à la conférence de l'AMPA
- *Quelle est votre stratégie en médias sociaux?* avec Kim Pittaway, à la conférence de l'AMPA
- *Tenants du numérique* avec Kim Machado, à la conférence de l'AMA
- *Rudiments des ventes publicitaires* avec Gwen Dunant, à la conférence des magazines de la C.-B.
- *Comment faire une présentation de vente dans le monde concret* avec Gwen Dunant, à la conférence des magazines de la C.-B.
- *Le contenu est roi* avec Marie-Lyse Paquin, à Magazines du Québec
- *Éléments essentiels et perspectives de profit* avec Gwen Dunant, à la conférence du Manitoba, le 28 avril
- *Extrait d'On-Line* avec Martin White, à la conférence du Manitoba, le 28 avril

Écoles de Magazines Canada

L'École de ventes publicitaires a eu lieu du 5 au 9 novembre, avec 16 participants inscrits.

L'École de la diffusion a eu lieu du 4 au 8 février 2011, avec 16 participants inscrits.

Programme Consultants itinérants

52 consultations individuelles de spécialistes auprès de membres, partout au pays, ont eu lieu au cours de l'exercice.

Outils en ligne

Poursuite de l'utilisation du site Web de Magazines Canada pour offrir des ressources en perfectionnement aux participants et aux membres. Les nouvelles ressources offertes au cours de cet exercice financier comprennent 13 [fiches-conseils](#).

Magazines culturels

Comité des magazines culturels (CMC)

Le CMC s'est réuni à quatre occasions au cours de l'exercice, soit en septembre 2010, en novembre 2010, en janvier 2011 et en mars 2011. À la réunion de mars, le comité a entrepris une discussion sur la planification et les priorités dans le contexte de la revue stratégique de Magazines Canada. Le comité souhaite créer une définition ad hoc des « magazines culturels », qui contribuera à orienter ses travaux futurs.

État de la nation des magazines culturels

La première session sur l'État de la nation, tenue à MagNet 2010, a été un succès. Une autre session est prévue dans le cadre de MagNet 2011, où se tiendra une discussion du récent rapport Benchmarks et des définitions possibles de ce qu'est un « magazine culturel ».

Rapport Benchmarks

Terminé en mars 2011, le rapport Benchmarks réunissait les données financières de tous les magazines qui reçoivent du financement du Conseil des Arts du Canada. Ce rapport constitue la première image que les éditeurs de magazines culturels ont eue d'eux-mêmes comme industrie depuis 2000. Il sera utilisé pour alimenter la discussion à MagNet 2011 et aux rencontres des comités dans le contexte de la revue stratégique de Magazines Canada.

Conseil des Arts du Canada

Le CMC a déposé des recommandations auprès du Conseil des Arts du Canada au sujet de sa décision de lever le plafond de tirage des magazines qui demandent des subventions. Le comité a suggéré les options suivantes au Conseil :

- Abolir le plafond de tirage.
- Maintenir le plafond, mais tenir compte de la croissance de la population depuis la date où il a été établi.
- Porter le plafond à 50 000 : ce chiffre est basé sur les niveaux de diffusion habituellement requis pour concurrencer efficacement au chapitre des annonces nationales auxquelles ont accès les plus magazines à plus grande diffusion.
- Hausser le plafond de tirage pour les demandeurs, mais limiter les subventions destinées à payer les dépenses de production à 25 000 exemplaires. Les éditeurs ayant une plus grande diffusion pourraient recevoir des fonds jusqu'à concurrence de 25 000 exemplaires, mais pas davantage.

Communications

Site Web

Création et lancement d'un site Web revu, bilingue, destiné aux intervenants de l'industrie au magazinescanada.ca, mettant de l'avant diverses nouveautés : une page d'accueil personnalisable, un contenu réservé aux membres, un calendrier des événements de l'industrie, un centre des médias, plus de données d'analyse Web, des flux RSS de nouvelles ministérielles et la possibilité, pour les utilisateurs, de commenter les articles. Création et lancement d'un [site Web pour les consommateurs](#) qui reflète l'apparence du Kiosque numérique. Le site destiné aux consommateurs offre des aperçus numériques des magazines qui participent au Kiosque numérique, y compris la possibilité de faire des achats.

Canadian Magazines Canadiens

Création et lancement du premier numéro de *Canadian Magazines Canadiens*. Lancement du microsite (magazinescanada.ca/cmc) comprenant l'édition numérique du magazine, une trousse des médias, de l'information pour les annonceurs et un portail en ligne permettant de réserver de l'espace publicitaire et d'en effectuer la vente. Confirmation et

engagement des fournisseurs partenaires clés pour une période de deux ans.

Médias sociaux

Flux Twitter de Magazines Canada ([@magscanada](#)). Les flux couvrent les événements sectoriels à venir, des nouvelles de l'industrie et de l'information sur les affaires publiques, sont complémentaires à la campagne « Achetez-en 2, obtenez-en 1 GRATUIT » et aux comptes Twitter des services de publicité. Ce service compte 635 adeptes à ce jour.

Baladodiffusions Podcast

Un total de 24 [baladodiffusions AudioMag](#) ont été diffusées et offertes sur [magazinescanada.ca](#) ainsi que sur iTunes.

Membres

Comité des membres

Le comité des membres a tenu quatre rencontres au cours de l'exercice, soit en septembre 2010, en novembre 2010, en janvier 2011 et en mars 2011.

De plus, en mars, dans le contexte de la revue stratégique de Magazines Canada, le Comité des membres a entrepris des discussions au sujet des recommandations de PwC portant sur la révision des catégories de membres.

Demandes d'adhésion de nouveaux membres

Magazines Canada a reçu 24 demandes d'adhésion de nouveaux membres cette année. L'association compte aujourd'hui un [total de 382 membres](#).