



MAGAZINES DU QUÉBEC

**MÉMOIRE DE
L'ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DES ÉDITEURS DE MAGAZINES**

Présenté à :

**La Commission des transports et de l'environnement
dans le cadre des consultations particulières et des auditions publiques
sur le projet de loi no 88**

Le mercredi 14 avril 2010

PRÉSENTATION

L'Association québécoise des éditeurs de magazines (Magazines du Québec) regroupe les principaux éditeurs qui publient une centaine de magazines et qui représentent 80 % du marché québécois.

Les éditeurs de magazines militent pour des choix écologiques et adoptent des pratiques responsables. La publication de l' « éco-kit pour l'édition de magazines », un projet de Magazines Canada, des associations provinciales et d'Éco-initiatives, en est une preuve concrète.

Vous trouverez dans les pages qui suivent nos arguments en faveur d'un renouvellement de l'entente entre Recycle Médias (dont Magazines du Québec est un membre fondateur) et le ministère du Développement durable, de l'Environnement et des Parcs en ce qui concerne la nouvelle politique de la gestion des matières résiduelles. Les magazines tiennent mordicus à être partie prenante de cette entente.

L'industrie des magazines imprimés comprend l'importance de l'enjeu de la gestion des matières résiduelles. C'est pourquoi elle est prête à faire sa part comme pour les journaux et les hebdomadaires sous la forme d'un engagement de crédit publicitaire.

MESSAGES CLÉS POUR LES MAGAZINES IMPRIMÉS

Les magazines imprimés comme les journaux et les hebdomadaires sont au cœur d'une crise de mutation sévère (concurrence féroce du numérique). Nous faisons face à l'apparition d'une concurrence sans précédent de la part des médias électroniques et des nouvelles technologies, une concurrence qui vient en partie de l'étranger.

De plus, il faut savoir que l'industrie des magazines imprimés fait face aux **mêmes enjeux** que les journaux et les hebdomadaires (crise sectorielle : abolitions de postes, fermetures, compressions budgétaires).

ASPECTS FINANCIERS

- « Dans l'ensemble, les magazines imprimés sont moins rentables que les journaux », selon un rapport récent intitulé *Anciens et nouveaux médias : des changements importants se profilent*, du Centre d'études sur les médias de l'Université Laval. Forcer les magazines à payer pour la collecte des matières résiduelles ou autre, ne fera qu'aggraver leur situation financière difficile.
- L'industrie québécoise subit depuis toujours la dure concurrence des magazines français et américains, principalement, qui ont des marchés énormément supérieurs au nôtre, et qui ont donc des coûts de revient bien moindres. Imprimer dix mille exemplaires ou cent mille, c'est toute la différence du monde.
- L'industrie des magazines imprimés est tout aussi touchée par le ralentissement économique que les journaux et les hebdomadaires. Notre industrie a subi au cours de la dernière année des pertes importantes en revenus publicitaires; des magazines ont fait des mises à pied importantes; nous observons des changements structurels dans l'industrie ayant des impacts sur la rentabilité des entreprises. Une charge supplémentaire, en plus d'avoir un effet désastreux, mettra en péril la survie de plusieurs magazines.

- « À l’instar des quotidiens, [...] les magazines (40) destinés au grand public et dont le lectorat est mesuré par la firme Print Measurement Bureau (PMB) [...] ont vu leur lectorat décroître de 11 % entre 2003 et 2007 », selon le Centre d’études sur les médias de l’Université Laval.
- L’industrie du magazine au Québec subit également des compressions dans le Programme d’aide aux publications du Fonds canadien pour les magazines de Patrimoine canadien. Afin de maintenir une structure de coûts adéquate, les éditeurs devront faire des choix qui pourraient miner la qualité de leurs produits, voire entraîner la perte de nombreux emplois et la disparition de plusieurs magazines.
- Au Québec, l’industrie du magazine représente 1 500 emplois, 100 millions de dollars de salaires par année et plus de 20 millions de dollars versés aux pigistes. De plus, l’industrie investit près de 400 millions dans les services de création, de production et de distribution et ce, chaque année. Trois des cinq plus grands sièges sociaux de magazines canadiens sont à Montréal (Médias Transcontinental, TVA Publications, Sélection du Reader’s Digest). Rogers maintient aussi une présence importante pour ses magazines écrits francophones (*L’actualité*, *Châtelaine*, *Loulou...*). Le Québec est donc un acteur très important sur la scène canadienne, les politiques retenues devraient stimuler l’essor de ce secteur et non le restreindre ?
- De plus, de nombreux magazines indépendants (Québec Science, Protégez-Vous, Les débrouillards, etc.) contribuent aussi grandement à l’essor de la spécificité québécoise.

ASPECTS ENVIRONNEMENTAUX ET DURABLES

- De nombreux magazines sont conservés par les acheteurs, pour toujours ou au moins pour plusieurs années. Puis ils sont acheminés à des boutiques de livres usagés, où plusieurs sont revendus. C'est le cas de plusieurs magazines généralistes et de la plupart des magazines spécialisés, revues de cuisine, de bricolage, de science, etc., c'est le cas bien sûr des magazines éducatifs, que l'on garde pour les enfants qui suivent ou pour les enfants de la belle-sœur. Bref, une grande proportion de lecteurs conservent leurs magazines tout comme ils conservent leurs livres, lesquels sont exemptés de toute participation à RECYC-QUÉBEC, même si de nombreux livres finissent eux aussi leur vie dans les bacs.
- L'industrie des magazines démontre des progrès manifestes quant à l'utilisation de papiers écologiques produits à partir de fibres recyclées et/ou de fibres certifiées FSC. Ainsi, en 2006, 53,3 millions d'exemplaires de magazines ont permis d'épargner l'équivalent de plus de 40 000 arbres. En 2007, les éditeurs de magazines ont utilisé suffisamment de papiers recyclés pour sauver l'équivalent de plus de 55 000 arbres.

ASPECTS CULTURELS

- Les magazines québécois sont des acteurs majeurs de la culture québécoise. D'abord, ils sont des produits culturels tout comme les livres, spectacles, DVD, CD et autres formes d'expression et de diffusion de la culture.
- Les magazines imprimés contribuent largement à la diffusion de la culture; pensons à leurs multiples chroniques littéraires, agendas culturels, articles et reportages consacrés aux créateurs, aux livres, au cinéma, aux expositions, etc.
- Les magazines imprimés contribuent de manière exceptionnelle à la promotion et au rayonnement de la langue française.

Bref, les magazines d'ici sont des témoins et des acteurs privilégiés de la culture québécoise dont ils assument la diffusion et la promotion, face aux nombreux magazines importés, principalement de France ou des Etats-Unis, qui n'ont rien de bien québécois...

CONCLUSION

Pour les raisons évoquées dans les pages précédentes, il est important de considérer la spécificité du secteur des magazines au Québec (population de langue française restreinte, faible marge bénéficiaire, importance du secteur des magazines dans l'économie québécoise).

Notre industrie fait face présentement à de nombreuses menaces (développement accéléré d'Internet et des médias électroniques, culture de la gratuité, coupures de Postes Canada et de Patrimoine canadien). Si le gouvernement persiste à vouloir alourdir leur structure de coûts, les éditeurs devront faire des choix difficiles qui pourraient miner la qualité de leurs produits, voire entraîner des mises à pied et même la disparition de plusieurs magazines.

En terminant, et au nom de tous les auteurs, designers, photographes, imprimeurs, distributeurs – et tout spécialement de nos millions de lectrices et de lecteurs, nous vous remercions à l'avance de l'appui que vous accorderez à l'industrie du magazine québécois.