

**Mémoire de Magazines Canada  
Consultation prébudgétaire pour le budget fédéral de 2017**

**Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec :**  
**Matthew Holmes, président et chef de la direction**  
**Magazines Canada**  
**425, rue Adelaide Ouest, bureau 700**  
**Toronto (Ontario) M5V 3C1**

The logo for Magazines Canada, featuring the words "Magazines" and "Canada" in a bold, white, sans-serif font. The text is set against a red background that has a curved, wave-like bottom edge. The word "Magazines" is positioned above "Canada", and both are centered horizontally within the red shape.

**Magazines  
Canada**

## Résumé

Dans le communiqué annonçant les consultations prébudgétaires pour le budget fédéral 2017, le Comité permanent des finances de la Chambre des communes indique qu'il souhaite obtenir des recommandations quant aux mesures que pourrait adopter le gouvernement du Canada pour aider les entreprises, les collectivités et les particuliers canadiens à contribuer à la croissance économique du pays.

Magazines Canada soumet respectueusement ce mémoire contenant trois recommandations qui répondent directement aux trois questions stratégiques sur lesquelles le gouvernement souhaite avoir notre avis :

### Recommandations de Magazines Canada

**Recommandation 1 : Que le gouvernement du Canada continue de faire preuve de leadership et d'innovation en investissant de façon permanente dans le secteur canadien des arts et de la culture.** Cette recommandation est une réponse à la demande de suggestions liées aux entreprises canadiennes.

**Recommandation 2 : Que le gouvernement du Canada investisse dans des projets ciblés de formation professionnelle pour le secteur canadien des arts et de la culture afin d'ouvrir la porte à la prochaine génération des professionnels du domaine culturel et d'assurer la relève au sein des organismes culturels canadiens, eux-mêmes des moteurs d'innovation, de productivité et de croissance économique.** Cette recommandation est une réponse à la demande de suggestions liées aux entreprises et aux particuliers canadiens.

**Recommandation 3 : Que le gouvernement du Canada, à la suite du prochain examen de Postes Canada, s'assure que les Canadiens continuent de profiter d'un accès juste et équitable au contenu canadien grâce à des magazines canadiens, où qu'ils habitent au Canada, même dans des collectivités éloignées ou mal desservies.** Cette recommandation est une réponse à la demande de suggestions liées aux collectivités et aux particuliers canadiens.

## **Les magazines relient les Canadiens : À propos du secteur canadien des magazines**

Les magazines font partie intégrante de la vie des Canadiens. Les magazines canadiens reflètent la diversité de la population canadienne et en témoignent. Les magazines canadiens abordent tous les champs d'intérêt et toutes les passions, du journalisme d'enquête à l'actualité en passant par les animaux domestiques; des arts et de la culture à la géographie en passant par les activités de plein air. Des données récemment publiées sur le lectorat démontrent la force des magazines imprimés en tant que média, et plus précisément la fidélité constante des Canadiens envers les magazines canadiens. Par exemple, 92 % des consommateurs lisent au moins un magazine par semaine; 88 % des lecteurs pensent qu'un magazine devrait offrir du contenu canadien.

Les magazines canadiens représentent un secteur économique important qui contribue à l'innovation, à la productivité et à la croissance économique au Canada. Le Canada compte plus de 2 000 marques de magazines interentreprises, culturels et destinés aux consommateurs, qui injectent 1,7 milliard dans le PIB national (2010). Les magazines canadiens offrent 15 000 emplois « intelligents » du secteur numérique et représentent des employeurs attrayants pour les jeunes Canadiens.

Le secteur des magazines canadiens reconnaît l'héritage de l'imprimé tout en favorisant l'innovation numérique pour tous les aspects opérationnels. Même si les Canadiens sont fidèles à l'imprimé, le Canada compte aussi les publics les plus branchés sur Internet au monde, comme le démontre le fait que le lectorat de magazines numériques a bondi par un facteur de 2,5 pour atteindre 5 millions entre 2013 et 2015. Par conséquent, les marques de magazines imprimés canadiennes ont innové en offrant du contenu canadien sur le web grâce à plusieurs plateformes : tablettes, sans-fil, réseaux sociaux et vidéo.

## **Le gouvernement canadien conclut avec succès des partenariats avec des magazines canadiens**

Le gouvernement du Canada investit dans le secteur des magazines canadiens au moyen d'une combinaison stratégique de législation, de soutien financier, de politiques et de réglementation ainsi que d'institutions nationales<sup>1</sup>. Grâce à cet investissement, les Canadiens ont accès à du contenu créé par et pour les Canadiens, à leur sujet, et le gouvernement souligne l'importance d'une riche diversité d'histoires canadiennes. De plus, cet investissement assure la pérennité et l'amélioration des réseaux de distribution numériques et de l'imprimé, qui joignent des publics

---

<sup>1</sup> La législation comprend la *Loi sur les services publicitaires fournis par des éditeurs étrangers* et la *Loi de l'impôt sur le revenu*; le soutien financier comprend le Fonds du Canada pour les périodiques, administré par le ministère du Patrimoine canadien; les politiques et la réglementation comprennent une politique relative aux investissements dans le secteur de l'édition des périodiques; le soutien financier par l'entremise d'institutions nationales provient du Conseil des arts du Canada.

canadiens et internationaux et augmentent la compétitivité des magazines canadiens dans un monde sans frontières. Le gouvernement du Canada a assuré la protection continue de la culture canadienne dans le cadre d'accords commerciaux internationaux dont fait partie le Canada, ce qui comprend l'Accord économique et commercial global (AECG) et le Partenariat transpacifique (PTP). Par l'entremise de Postes Canada, le gouvernement du Canada s'assure que les Canadiens ont accès aux magazines canadiens où qu'ils habitent au Canada.

## **Recommandation 1 : Que le gouvernement du Canada continue de faire preuve de leadership et d'innovation en investissant de façon permanente dans le secteur canadien des arts et de la culture.**

Comme un grand nombre de Canadiens, le secteur des magazines du Canada s'est réjoui quand a été rendu public le budget de 2016, qui indiquait que de nouveaux investissements seraient consacrés au secteur canadien des arts et de la culture<sup>2</sup>. Mélanie Joly, ministre du Patrimoine canadien, a dit que la culture canadienne est au cœur même de ce que nous sommes en tant que Canadiens, qu'elle est ce qui nous unit et nous définit dans le monde<sup>3</sup>. Le gouvernement du Canada doit continuer d'investir dans le secteur canadien des arts et de la culture et rendre permanent le programme qui concrétise cet investissement.

C'est particulièrement important après le Brexit, et compte tenu de l'évolution de la situation politique aux États-Unis, partenaire commercial le plus important du Canada. Un article récemment publié dans *The Economist*<sup>4</sup> aborde le sujet de la nouvelle division politique entre les gouvernements nationaux ouverts et fermés. L'engagement à l'ouverture du Canada, au moyen du multilatéralisme, de l'immigration et de collectivités diversifiées, ne peut se réaliser que si l'on soutient simultanément un dialogue et des médias ouverts – particulièrement en ce qui a trait aux commentaires, aux arts, à la culture et à l'éducation que les magazines canadiens rendent accessibles aux citoyens et aux collectivités partout au pays.

Le Canada a un rôle à jouer dans les sphères politique, économique et sociale mondiales, et un investissement judicieux dans le secteur canadien des arts et de la culture peut contribuer à préparer le terrain. De plus, les arts et la culture s'inscrivent clairement dans le *Programme d'innovation* du gouvernement du Canada<sup>5</sup>, qui est lui-même un moyen important par lequel le Canada souhaite montrer au reste du monde qu'il est une société progressive, tolérante, inclusive et empreinte de compassion.

Dans le cadre des présentes consultations prébudgétaires fédérales, le gouvernement cherche à recueillir des opinions sur la meilleure façon d'aider les entreprises canadiennes à atteindre leurs objectifs en matière d'expansion, d'innovation et de prospérité, pour ainsi contribuer à la croissance économique du Canada. Magazines Canada est d'avis qu'un investissement judicieux et permanent dans le secteur canadien des arts et de la culture aidera les *entreprises culturelles*

---

<sup>2</sup> Gouvernement du Canada : *Assurer la croissance de la classe moyenne : Le budget de 2016*. 22 mars 2016. <http://www.budget.gc.ca/2016/home-accueil-fr.html>

<sup>3</sup> The Washington Post : *The state of the arts in Canada* [EN ANGLAIS SEULEMENT]. 23 juillet 2016. [https://www.washingtonpost.com/entertainment/museums/the-state-of-the-arts-in-canada/2016/07/22/68b7dc98-42e0-11e6-8856-f26de2537a9d\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/entertainment/museums/the-state-of-the-arts-in-canada/2016/07/22/68b7dc98-42e0-11e6-8856-f26de2537a9d_story.html)

<sup>4</sup> The Economist : *The new political divide* [EN ANGLAIS SEULEMENT]. 30 juillet 2016. <http://www.economist.com/news/leaders/21702750-farewell-left-versus-right-contest-matters-now-open-against-closed-new>

<sup>5</sup> Gouvernement du Canada : *Programme d'innovation du Canada*. 14 juin 2016. <https://www.ic.gc.ca/eic/site/062.nsf/fra/accueil>

comme les magazines – les magazines étant à la fois des entreprises culturelles et commerciales – à atteindre leurs objectifs d’innovation et de prospérité.

Magazines Canada souhaite souligner deux volets du nouvel investissement dans le secteur des arts et de la culture qui devraient être rendus permanents : le Conseil des arts du Canada, et présenter les industries culturelles du Canada au monde entier.

**Conseil des arts du Canada :** Le nouvel investissement dans le Conseil des arts du Canada totalisant 550 millions de dollars sur cinq ans (2016-2017 à 2020-2021) profitera à tous les Canadiens en leur donnant accès aux arts et aux nombreuses façons dont ils améliorent la qualité de vie des gens. Le Conseil des arts du Canada redéfinit son engagement envers les artistes autochtones, améliore l’intégration des technologies numériques et des arts et, ce qui est important, lance un nouveau modèle de financement qui simplifiera le processus de demande pour les artistes et les organismes artistiques canadiens. Les périodiques d’art et de littérature reçoivent un soutien financier par l’entremise du Conseil des arts du Canada.

**Présenter les industries culturelles du Canada au monde entier :** Dans un monde caractérisé par l’incertitude et les bouleversements, le Canada peut démontrer qu’il croit en la libre circulation des biens et des services, des personnes et des idées par ses actions sur la scène internationale. Une façon abordable et profitable de le faire est d’investir dans les possibilités d’exportation pour les industries culturelles canadiennes. Le budget fédéral de 2016 prévoit un investissement de 35 millions sur deux ans dans ce projet, ce qui est une excellente nouvelle. Magazines Canada recommande que le gouvernement du Canada prolonge cet investissement et le rende permanent.

Magazines Canada aimerait souligner l’apport du **Fonds du Canada pour les périodiques (FCP)**, programme de soutien au secteur canadien des magazines administré par le ministère du Patrimoine canadien. En 2015-2016, le FCP a obtenu d’excellents résultats à son évaluation, un des plus récents examens d’un programme de subventions et de contributions destiné au secteur de la culture. Nous remarquons que le FCP est considéré comme très efficace, et nous pensons qu’il doit être vu comme un modèle d’administration de programme pour l’avenir et qu’il mérite d’être financé de façon continue. C’est un programme capital pour les membres de Magazines Canada : l’investissement du gouvernement canadien dans le secteur des magazines par l’entremise de ce programme lui permet de créer, de publier, de distribuer et de promouvoir le contenu canadien sur plusieurs plateformes, dans diverses collectivités.

**Recommandation 2 : Que le gouvernement du Canada investisse dans des projets ciblés de formation professionnelle pour le secteur canadien des arts et de la culture afin d’ouvrir la porte à la prochaine génération des professionnels du domaine culturel et d’assurer la relève au sein des organismes culturels canadiens, eux-mêmes des moteurs d’innovation, de productivité et de croissance économique.**

Le chômage et le sous-emploi des jeunes Canadiens représentent un défi constant. C'est aussi un défi pour les secteurs économiques dans lesquels ces jeunes travailleurs aimeraient bâtir leur carrière, puisque la vigueur, l'innovation et la viabilité générale de ces secteurs dépendent en grande partie du renouveau provoqué constamment par l'entrée de jeunes employés dans ces organisations et par l'ajout de leurs voix et de leurs opinions. C'est particulièrement vrai dans le cas du secteur canadien des arts et de la culture.

Du point de vue de l'industrie du magazine au Canada, les éditeurs ont besoin d'employés de plus en plus à l'aise avec le numérique, alors que les jeunes travailleurs qui souhaitent entrer dans le secteur ont peu d'occasions d'appliquer leurs compétences numériques, d'élargir leur réseau et d'approfondir leur expérience. Il y a donc un fossé très profond à combler entre les besoins de l'industrie du magazine au Canada, ainsi que du secteur plus général des arts et de la culture dont elle fait partie, et la capacité des jeunes travailleurs de percer. Ce fossé pourrait être comblé par un investissement ciblé du gouvernement du Canada dans des projets de formation professionnelle conçus spécifiquement pour répondre aux besoins du secteur des arts et de la culture, qui comprend l'industrie des magazines. Un tel investissement aiderait les jeunes canadiens à trouver des emplois intéressants et à faire progresser leur carrière dans le secteur.

**Recommandation 3 : Que le gouvernement du Canada, à la suite du prochain examen de Postes Canada, s'assure que les Canadiens continuent de profiter d'un accès juste et équitable au contenu canadien grâce à des magazines canadiens, où qu'ils habitent au Canada, même dans des collectivités éloignées ou mal desservies.**

Même si Magazines Canada accueille favorablement l'examen de Postes Canada par le gouvernement du Canada, nous réitérons notre opinion selon laquelle une partie inattaquable du mandat de la société d'État doit demeurer, celle qui prévoit qu'elle s'assure que les Canadiens ont un accès juste et équitable aux envois et aux colis postaux, où qu'ils habitent, même dans des collectivités éloignées ou mal desservies. Ces envois comprennent les magazines canadiens, qui jouent un rôle important en informant nos citoyens et en servant de support au dialogue et aux échanges. Nous insistons aussi sur le fait que le coût de livraison de ces magazines ne doit pas nuire aux éditeurs.

### **Recommandations de Magazines Canada**

**Recommandation 1 : Que le gouvernement du Canada continue de faire preuve de leadership et d'innovation en investissant de façon permanente dans le secteur canadien des arts et de la culture.**

**Recommandation 2 : Que le gouvernement du Canada investisse dans des projets ciblés de formation professionnelle pour le secteur canadien des arts et de la culture afin d'ouvrir la**

**porte à la prochaine génération des professionnels du domaine culturel et d'assurer la relève au sein des organismes culturels canadiens, eux-mêmes des moteurs d'innovation, de productivité et de croissance économique.**

**Recommandation 3 : Que le gouvernement du Canada, à la suite du prochain examen de Postes Canada, s'assure que les Canadiens continuent de profiter d'un accès juste et équitable au contenu canadien grâce à des magazines canadiens, où qu'ils habitent au Canada, même dans des collectivités éloignées ou mal desservies.**

## **À propos de Magazines Canada**

Magazines Canada est l'association professionnelle nationale qui représente les principaux magazines d'intérêt général, culturels, spécialisés, professionnels et d'affaires, de propriété et de contenu canadiens. Les magazines membres sont des publications de langues française et anglaise qui couvrent une grande diversité de sujets, y compris les affaires, les intérêts professionnels, l'actualité, la politique, les sports, les arts et la culture, les loisirs, les modes de vie, les intérêts féminins et la jeunesse et sont offerts sur une multitude de plateformes. L'association centre son action sur les affaires gouvernementales, les services destinés au milieu publicitaire, le marketing de la diffusion, le développement de la formation professionnelle ainsi que la reconnaissance de l'excellence auprès des intervenants de l'industrie du magazine au Canada.