

Magazines Canada

Réponses

1. Reprise économique et croissance

Compte tenu du climat d'austérité budgétaire actuel au sein du gouvernement fédéral et dans le monde, quelles mesures fédérales particulières estimez-vous nécessaires pour assurer la reprise économique et une plus forte croissance économique au Canada?

En ce qui concerne les magazines, « garder le cap », en soutenant le milieu de façon claire et prévisible, est la meilleure approche pour renforcer la croissance et la création d'emplois. En cette période d'incertitude, la cohérence de l'environnement est essentielle pour la planification des activités et la confiance dans le secteur. Comme pour une grande partie de l'économie canadienne, 2012 s'avère une année difficile pour le secteur des magazines du Canada. Comme la Banque du Canada l'a rapporté, la croissance mondiale s'affaiblit. La croissance économique aux États-Unis est inférieure aux attentes, tandis que les économies d'Europe ont entrepris une nouvelle phase de contraction. Les consommateurs sont inquiets de l'état de l'économie. Dans ce contexte, les prévisionnistes des revenus publicitaires de l'industrie ont déclassé les projections de croissance à l'échelle mondiale de l'ensemble du secteur des magazines, y compris aux États-Unis et au Canada, devant la persistance de l'incertitude économique. Les revenus du secteur des magazines du Canada proviennent des annonceurs dans une proportion de 60 à 65 %. Si les conditions économiques actuelles se poursuivent, il sera difficile d'assister à une nouvelle croissance des dépenses dans le secteur des magazines. Comme en témoigne leur engagement continu et stable envers les médias imprimés, les Canadiens aiment les magazines canadiens et semblent souhaiter continuer d'investir du temps et de l'argent pour consommer du contenu canadien. Mais tant que l'économie ne s'améliorera pas, la croissance substantielle des recettes et de l'emploi sera lente. En ce qui a trait à la situation générale de l'économie canadienne, cela n'est pas une bonne nouvelle. Les industries culturelles du Canada, y compris son secteur des magazines, sont un moteur de la création d'emplois et de la croissance économique. Le secteur de la culture emploie environ 630 000 personnes, représentant 46 milliards de dollars pour l'économie canadienne. Pour stimuler l'emploi et la croissance économique, le Comité permanent des finances devrait s'intéresser de près à la situation des industries culturelles. En ce qui concerne les priorités de la politique budgétaire du gouvernement fédéral dans l'environnement économique trouble, elles devraient être concentrées sur le maintien de la stabilité pour le secteur des magazines du Canada et pour les industries culturelles en général. Ce n'est pas le temps de faire des changements radicaux dans l'environnement réglementaire ou dans les programmes d'investissements. Le gouvernement fédéral devrait continuer de moderniser judicieusement et stratégiquement ses structures de soutien de l'industrie et offrir un soutien prévisible et à plus long terme des secteurs de la culture. Depuis quelques années, le ministre du Patrimoine Moore a procédé à la modernisation et à la mise à jour des programmes dans les secteurs culturels et s'est engagé à assurer une base de financement stable à long terme pour permettre aux industries culturelles d'innover et d'investir avec plus de certitude. Pour les industries culturelles comme pour tous les secteurs, la planification des activités est critique. En établissant des objectifs de programme clairs et modernes et en offrant un financement constant, le ministre a créé un environnement favorable à la croissance et à l'innovation. Il appartient à chaque communauté culturelle de tirer le meilleur parti possible de cet environnement et d'être prête à être mesurée selon son degré de réussite. Le Fonds du Canada pour les périodiques (FCP) en est un exemple. Il remplace deux programmes précédents dont les critères d'admissibilité et de financement étaient à la fois semblables,

mais différents, dont les dates d'échéance étaient distinctes et qui avaient tous les deux besoin d'être administrés par une équipe de responsables. Le programme a en fait empêché l'innovation dans les nouveaux services numériques en exigeant que les magazines recourent à la distribution postale. Le nouveau programme aide l'industrie à aller de l'avant, en permettant aux éditeurs d'utiliser l'investissement d'une manière appropriée aux besoins particuliers de leur magazine. Fait très important, il permet d'appliquer une partie de cet investissement à la croissance des mécanismes de diffusion numérique et en ligne. De plus, la mesure clé du programme est l'acceptation par le consommateur. Les niveaux de soutien sont fondés sur le désir des Canadiens d'avoir et de lire ou non le magazine. Le soutien clair, constant et prévisible du secteur des magazines est la meilleure façon d'assurer le renforcement de la croissance et de favoriser la création d'emplois. Ce sont les meilleures conditions pour permettre au secteur privé d'investir et d'innover selon ce que l'économie permet, et c'est la voie la plus rapide vers la reprise. De l'incertitude qui entourerait la détermination du gouvernement, jumelée à l'incertitude économique générale actuelle, ferait très mal. Magazines Canada recommande que le gouvernement fédéral maintienne sa détermination d'assurer la prévisibilité du secteur, y compris l'investissement continu pour les magazines canadiens par l'entremise du Fonds du Canada pour les périodiques. L'industrie profitera de cette prévisibilité de l'environnement au cours des cinq prochaines années pour optimiser la croissance du secteur.

2. Création d'emplois

Les entreprises canadiennes étant aux prises avec les pressions qu'exercent sur elles des facteurs comme l'incertitude relative à la reprise économique aux États-Unis, à la crise de la dette souveraine en Europe et à la concurrence livrée par un certain nombre de pays développés et en développement, quelles mesures particulières devraient, selon vous, être prises pour promouvoir la création d'emplois au Canada, notamment celle qui est attribuable à l'accroissement du commerce intérieur et international?

Le Canada devrait continuer de diversifier ses liens économiques, y compris resserrer ceux qu'il entretient avec les grandes économies autres que celle des États-Unis. Ce faisant, il devrait maintenir un engagement ferme envers ses industries culturelles nationales comme il l'a fait dans le cadre de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis et de l'Accord de libre-échange nord-américain. Il devrait également maintenir un accent très marqué sur la création d'accès aux marchés des grandes économies, y compris l'accès aux marchés pour les industries culturelles canadiennes. Même si les magazines canadiens ont un marché naturel au Canada, plusieurs publications intéressent aussi les consommateurs d'autres pays. Par exemple, Magazines Canada, avec le soutien du Fonds du Canada pour les périodiques, a introduit le Kiosque numérique, un programme d'offre d'éditions numériques des magazines canadiens en ligne. L'offre des magazines numériques en ligne facilite l'exposition et les ventes internationales. Le Kiosque numérique est un programme modestement financé dont les résultats initiaux sont très positifs. En moins d'un an, les ventes d'unités en lignes sont passées de zéro à un million, dont 60 % d'achats par des acheteurs étrangers. Nous soulignons qu'il ne s'agissait pas de produits téléchargeables gratuitement ou de pages consultées, mais de ventes à des particuliers. Les magazines du Canada seront toujours vendus principalement au Canada et l'imprimé demeurera le choix favori des Canadiens. Mais le Kiosque numérique démontre l'existence d'un marché pour le contenu canadien où, quand et comme les consommateurs le veulent, et qu'avec la bonne approche, le secteur des magazines du Canada peut répondre à ces marchés. Magazines Canada recommande que le gouvernement fédéral soutienne les programmes collectifs venant de l'industrie qui développent des marchés avec nos partenaires commerciaux nouveaux et en développement.

3. Changement démographique

Quelles mesures spécifiques le gouvernement fédéral devrait-il prendre, selon vous, pour aider le pays à faire face aux conséquences du vieillissement de la population canadienne et des pénuries de main-d'œuvre?

La pénurie de main-d'œuvre qualifiée au Canada est un enjeu d'aujourd'hui, non seulement en ce qui a trait aux changements démographiques qui s'annoncent, mais également pour assurer que la main-d'œuvre existante du Canada a les compétences pour faire les changements nécessaires au rythme de l'évolution de l'environnement numérique. Pour le secteur des magazines du Canada, l'une des difficultés les plus pressantes et immédiates est la formation nécessaire pour développer les plateformes numériques. Dans les derniers sondages de l'industrie des magazines du Canada, les répondants ont dit dans une proportion renversante de 97 % que le perfectionnement des compétences était le besoin prioritaire dans les initiatives de collaboration. Les stages menés par l'industrie, le mentorat dispensé et les études d'information commerciale exécutées ont tous besoin d'une démarche collective pour assurer d'offrir des programmes efficaces et pertinents à l'ensemble du secteur. Afin de mettre la demande en valeur, nous soulignons que les inscriptions aux activités de perfectionnement professionnel de Magazines Canada ont augmenté de 41 % sur 12 mois (année financière 2010-2011). Les professionnels du secteur des magazines du Canada sont avides de formation permanente abordable. Des jeunes bien éduqués de milieux et d'intérêts divers veulent travailler dans les médias numériques. En plus, ils développent des compétences qu'ils pourront aussi appliquer dans d'autres secteurs. Voilà les emplois souhaités, intelligents et « géniaux » qui ont le potentiel à long terme d'offrir des possibilités d'emploi stable et en croissance. Magazines Canada recommande que le gouvernement fédéral soutienne des programmes qui favorisent les investissements et renforcent les compétences dans l'environnement numérique du secteur des magazines, incluant la formation permanente de la nouvelle main-d'œuvre qualifiée du Canada.

4. Productivité

Compte tenu des difficultés que connaît le marché de l'emploi du fait, notamment, du vieillissement de la population et des efforts toujours consacrés aux mesures visant à accroître la compétitivité du pays, quelles initiatives fédérales particulières sont-elles nécessaires pour le renforcement de la productivité au Canada?

Voir la réponse à la question 3.

5. Autres défis

On sait que des particuliers, des entreprises et des communautés éprouvent des difficultés actuellement au Canada. Quels sont, selon vous, ceux qui éprouvent le plus de difficultés, quelles sont ces difficultés et quelles mesures fédérales sont-elles nécessaires pour remédier à ces difficultés?