

## Une revue en art

---

Number 83, September 1995

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/41974ac>

[See table of contents](#)

---

### Publisher(s)

Les Éditions l'Interligne

### ISSN

0227-227X (print)

1923-2381 (digital)

[Explore this journal](#)

---

### Cite this article

(1995). Une revue en art. *Liaison*, (83), 11–11.

# S O N D A G E

## *Une revue en art*

**D'après une récente étude de marché, il serait sans doute possible d'améliorer le contenu de *Liaison*, mais ce serait rechercher l'absolu. La revue des arts en Ontario français bénéficie d'une très bonne cote de satisfaction auprès de ses lecteurs individuels et institutionnels; elle pourrait pénétrer davantage le marché...**

*T*ous figurez peut-être parmi ceux et celles qui ont participé au sondage que la revue a mené auprès de ses abonnés individuels et institutionnels. Si oui, vous vous interrogez sans doute sur les résultats de l'enquête. En un mot, l'expérience a été fort encourageante pour l'équipe de *La revue des arts en Ontario français*.

L'enquête de Nadeau, Beaulieu et associés révèle que les abonnés sont de fidèles consommateurs : 60 % des individus et 68 % des institutions lisent la revue depuis au moins trois ans, 43 % depuis un peu plus de cinq ans dans les deux cas. Lecteurs et lectrices estiment que *Liaison* représente, à 94 %, un très bon moment de lecture, que la revue demeure, à 81 %, un excellent reflet de ce qui se passe dans le monde culturel franco-ontarien et qu'elle est assez (61 %) flyée. Les avis sont plutôt partagés sur la question des artistes à couvrir : 58 % des abonnés privilégient les seuls artistes professionnels alors que les autres voudraient une place pour les artistes professionnels et amateurs. La majorité des lecteurs, individuels ou institutionnels, ne souhaitent pas voir *Liaison* se préoccuper de questions québécoises. En revanche, 68 % des gens estiment que la revue peut s'intéresser davantage à ce qui se passe ailleurs au Canada français.

Les questions du sondage portaient en grande partie sur les rubriques actuelles de la revue et sur le degré de satisfaction des lecteurs et lectrices. Il appert que les abonnés individuels lisent la revue virtuellement d'une couverture à l'autre et qu'ils en apprécient tant le style que la qualité de l'information. Voici les rubriques qui intéressent le plus le lectorat de *Liaison* : reportages (83 %), portraits

(83 %), éditorial (80 %), critiques (79 %), info-flash (74 %), dossier (72 %), créations littéraires et visuelles (68 %), calendrier culturel de la dernière page (68 %).

Peut-on améliorer le contenu de la revue ? Certainement. Tous voudraient qu'on parle plus de leur discipline (s'ils sont artistes). Les domaines où une pluralité de lecteurs et lectrices souhaitent un contenu accru sont la musique et la chanson, les arts visuels et la danse. Quant à l'allure générale de la revue, elle fait virtuellement l'unanimité auprès des abonnés (taux de satisfaction variant entre 81 et 95 %, selon qu'il s'agisse de la mise en page, du graphisme, des photos ou du format).

Chose étonnante — ou peut-être pas puisque la revue est très appréciée — 60 % des gens accepteraient de payer 10 \$ de plus par année pour leur abonnement. Dans les institutions (bibliothèques, écoles, ministères) jusqu'à quinze personnes lisent la même revue. Sur le plan sociodémographique, 69 % des abonnés de *Liaison* ont entre 25 et 54 ans, 75 % d'entre eux détiennent un diplôme universitaire et 42 % ont un revenu familial supérieur à 55 000 \$. Enfin, les abonnés individuels demeurent à 45 % dans l'Est ontarien, à 17 % dans le Nord-Est, à 14 % dans la région de Toronto et à 16 % à l'extérieur de l'Ontario (dont l'Outaouais québécois).

En conclusion, contenu et contenant de *Liaison* obtiennent une haute cote de satisfaction. La revue occupe un marché dit de monopole ; aussi pourrait-elle augmenter le nombre de ses abonnés, notamment par une approche de marketing direct.

À suivre...

*S*