

# Éditeurs de journaux, 2018

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est dans *Le Quotidien*, le vendredi 29 novembre 2019

Alors que l'industrie des éditeurs de journaux poursuit sa transition vers la numérisation, les ventes de publicité numérique ont augmenté de 20,8 % de 2016 à 2018 pour atteindre 295,6 millions de dollars. Cette hausse n'a toutefois pas suffi à compenser la baisse des revenus des ventes publicitaires pour les journaux imprimés. Le total des ventes publicitaires s'est chiffré à 1,5 milliard de dollars en 2018, en baisse de 18,2 % par rapport à 2016. Les ventes publicitaires pour les journaux imprimés ont totalisé 1,2 milliard de dollars, en baisse par rapport à 1,6 milliard de dollars en 2016 et à 2,1 milliards de dollars en 2014.

Dans l'ensemble, les revenus d'exploitation des éditeurs de journaux ont diminué de 12,9 % par rapport à 2016 pour s'établir à 2,7 milliards de dollars en 2018. Les dépenses d'exploitation, en baisse de 10,6 % par rapport à 2016, n'ont pas suivi le rythme de la baisse des revenus, ce qui a contribué à réduire davantage la marge bénéficiaire de l'industrie. La marge bénéficiaire d'exploitation a diminué pour s'établir à 3,3 % en 2018, en baisse par rapport à 5,7 % en 2016, et à 9,3 % en 2014. Le recul des ventes publicitaires est le principal facteur ayant eu une incidence sur la rentabilité de l'industrie des éditeurs de journaux.

L'une des difficultés que rencontrent les journaux est le changement de leurs principaux concurrents. Alors qu'ils s'efforcent de tirer des revenus supplémentaires de la vente de publicités numériques, de nombreux journaux se trouvent non seulement en concurrence avec d'autres journaux, mais aussi avec d'autres services, tels que les moteurs de recherche en ligne, les médias sociaux et les services de publicité programmatique. Ces autres services sont en mesure d'atteindre un public plus large et, dans certains cas, d'offrir de la publicité à moindre coût.

En 2018, l'Ontario (44,6 %) a enregistré la plus grande part des revenus d'exploitation. Ces revenus d'exploitation ont diminué de 8,0 % par rapport à 2016 pour atteindre 1,2 milliard de dollars. De 2016 à 2018, le Québec (-21,1 %) et les provinces de l'Atlantique (-16,4 %) ont affiché les baisses de revenus d'exploitation les plus marquées. Les revenus d'exploitation dans les provinces des Prairies, en Colombie-Britannique et dans les territoires ont quant à eux diminué de 13,4 % au cours de la même période.

Les salaires, traitements, commissions et avantages sociaux ont continué de représenter la plus grande part (34,9 %) des dépenses d'exploitation en 2018. Toutefois, ces dépenses étaient en baisse par rapport à 36,6 % en 2016. Au cours des dernières années, de nombreuses entreprises de l'industrie des éditeurs de journaux se sont réorganisées pour réduire les dépenses de rémunération en mettant à pied des employés et en leur offrant des indemnités de départ. Les contrats de sous-traitance ont représenté 14,8 % des dépenses d'exploitation totales en 2018, certaines entreprises ayant confié en sous-traitance un certain nombre d'activités qu'elles jugeaient moins rentables, ou qui pouvaient être accomplies plus efficacement par un tiers fournisseur. Parmi ces activités, on retrouve notamment les services de distribution, la production et les activités d'impression.

Les ventes de diffusion représentent la deuxième source de revenus en importance de l'industrie des éditeurs de journaux, et à l'instar de la publicité numérique, les ventes de diffusion de journaux numériques progressent. Les journaux canadiens ont tiré 52,7 millions de dollars de la diffusion en ligne, en hausse de 23,1 % par rapport à 2016. Par contre, les ventes de diffusion des journaux imprimés ont diminué de 5,5 % au cours de la même période pour atteindre 595,7 millions de dollars.

Les autres sources de revenus de cette industrie comprennent la distribution d'encarts et de dépliants (9,2 % du total des ventes) et les services d'impression sur commande (2,7 %). Les autres ventes ont augmenté pour passer de 1,8 % en 2016 à 2,9 % en 2018, du fait que certains journaux ont recherché des sources de revenus alternatives, comme la publication d'autres périodiques (tels que les magazines), l'organisation de foires commerciales et d'autres événements, et la prestation de divers services de publicité pour leurs clients.

L'industrie des éditeurs de journaux a connu un nombre élevé de transactions au cours des dernières années, y compris des ventes d'actifs, et des fusions et des acquisitions. En outre, certains journaux ont vendu ou fermé des installations d'impression, en partie à cause d'une baisse de la demande de diffusion d'exemplaires imprimés. Le coût du papier journal, un facteur important dans la rentabilité de l'industrie, a lui aussi augmenté en 2018.



### **Note aux lecteurs**

Les données de 2014 et de 2016 ont été révisées.

*Avant l'année de référence 2017, les éditeurs de journaux qui publiaient uniquement sous forme électronique ou en ligne étaient classés selon le code 519130 – Édition, radiodiffusion et télédiffusion par Internet et sites portails de recherche du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), et leurs données n'étaient pas recueillies dans le cadre de l'enquête. Toutefois, après le lancement de la version 2.0 du SCIAN de 2017 et à compter de la diffusion des données pour l'année de référence 2018, les données des éditeurs de journaux qui publient uniquement en ligne sont maintenant recueillies en vertu du code 511110 du SCIAN et font partie des estimations de l'enquête.*

**Tableaux disponibles : 21-10-0191-01 à 21-10-0197-01 et 21-10-0228-01.**

**Définitions, source de données et méthodes : numéro d'enquête 4710.**

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec nous au 514-283-8300 ou composez sans frais le 1-800-263-1136 ([STATCAN.infostats-infostats.STATCAN@canada.ca](mailto:STATCAN.infostats-infostats.STATCAN@canada.ca)) ou communiquez avec les Relations avec les médias au 613-951-4636 ([STATCAN.mediahotline-ligneinfomedias.STATCAN@canada.ca](mailto:STATCAN.mediahotline-ligneinfomedias.STATCAN@canada.ca)).