

Éditeurs de journaux, 2022

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est dans *Le Quotidien*, le jeudi 2 novembre 2023

Les revenus d'exploitation des éditeurs de journaux poursuivent leur baisse malgré la croissance des ventes numériques en 2022

Les revenus d'exploitation des éditeurs de journaux canadiens ont diminué pour s'établir à un peu moins de 2,0 milliards de dollars en 2022, ce qui représente une baisse de 7,9 % par rapport à 2020, dernière année où l'enquête a été menée. Bien que cette diminution soit plus faible que celle observée en 2020, l'industrie a enregistré de nouvelles baisses de ses ventes de diffusion et elle s'est encore heurtée à une forte concurrence pour les dépenses publicitaires.

En 2020, les éditeurs de journaux ont vu leurs ventes publicitaires, lesquelles représentent leur plus grande source de revenus, diminuer fortement (-37,3 %) par rapport à 2018. Ce recul est en grande partie attribuable à la baisse de la demande pendant la pandémie de COVID-19. Malgré une certaine reprise de la demande en publicité, les ventes publicitaires ont progressé légèrement (+1,3 %) de 2020 à 2022, pour atteindre 951,0 millions de dollars. De 2020 à 2022, les ventes de publicité imprimée ont diminué de 9,8 % pour s'établir à 613,6 millions de dollars. En revanche, les ventes de publicité numérique ont affiché une forte croissance, en hausse de 30,4 % pour atteindre 337,4 millions de dollars.

Au cours de la période de 2020 à 2022, les ventes de diffusion de journaux imprimés ont poursuivi leur tendance à la baisse, en recul de 12,0 % pour s'établir à 459,7 millions de dollars. Bien que les ventes de diffusion de journaux numériques (+65,5 %) aient affiché une forte progression pour s'élever à 131,1 millions de dollars, cette hausse n'était pas suffisante pour compenser la baisse des ventes de diffusion de journaux imprimés. Dans l'ensemble, les ventes de diffusion totales se sont chiffrées à 590,8 millions de dollars en 2022, en baisse de 1,8 % par rapport à 2020.

Les dépenses liées aux salaires, traitements, commissions et avantages sociaux (+0,3 %) sont demeurées relativement stables de 2020 à 2022. Les éditeurs de journaux ont dépensé 785,3 millions de dollars en traitements, salaires, commissions et avantages sociaux, ce qui représente une proportion de 41,2 % des dépenses globales de l'industrie.

Devant la baisse de leurs revenus, de nombreux éditeurs de journaux ont tenté de réduire leurs coûts, mais la diminution des dépenses d'exploitation (-3,4 %) au cours de la période de 2020 à 2022 n'a pas suivi le rythme de la diminution des revenus d'exploitation (-7,9 %). La marge bénéficiaire d'exploitation de l'industrie s'est donc rétrécie pour passer de 7,0 % en 2020 à 2,5 % en 2022.

Même s'ils produisaient moins d'exemplaires imprimés et se sont davantage appuyés sur la diffusion numérique, les éditeurs de journaux ont dû composer avec des difficultés liées à la gestion des coûts en 2022, notamment à la [hausse du coût du papier journal](#).

En 2020 et en 2021, les éditeurs de journaux ont bénéficié de programmes de soutien liés à la pandémie, comme la Subvention salariale d'urgence du Canada. En 2022, certains de ces programmes n'étaient plus offerts, ce qui a contribué en partie à la baisse de leurs revenus d'exploitation. Les éditeurs de journaux peuvent également être admissibles à d'autres programmes, comme le crédit d'impôt pour la main-d'œuvre journalistique canadienne, qui couvre une partie des coûts salariaux des employés admissibles. Le Québec a également instauré un crédit d'impôt pour la main-d'œuvre permettant d'offrir un soutien supplémentaire au programme fédéral. Parmi les autres programmes existants figurent le Fonds du Canada pour les périodiques et l'Initiative de journalisme local.

Regard vers l'avenir

L'industrie doit toujours composer avec l'affaiblissement de la demande en publicité et la concurrence persistante provenant d'autres plateformes en ligne. Pour ces raisons, les revenus d'exploitation devraient continuer de diminuer.



Par ailleurs, une loi fédérale est entrée en vigueur, la *Loi sur les nouvelles en ligne*, communément appelée projet de loi C-18, dans le but d'obliger les plateformes en ligne, y compris les moteurs de recherche et les services de médias sociaux, à payer les éditeurs de journaux pour les liens vers des contenus d'information. Les estimations de 2024, dont la diffusion est prévue en 2025, rendront compte des retombées de telles mesures, ainsi que des difficultés persistantes que rencontre l'industrie.

Note aux lecteurs

Les données de 2020 ont été révisées.

Vous trouverez ces données et d'autres données liées aux secteurs des arts, de la culture, du patrimoine et du sport sur le portail [Statistiques sur la culture](#).

Le [Visualiseur de données sur les arts et la culture](#), un nouvel outil interactif qui permet aux utilisateurs de ventiler facilement les données économiques et sociales de Statistique Canada sur les arts et la culture par région géographique et selon d'autres facteurs, est maintenant accessible.

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 (infostats@statcan.gc.ca), ou communiquez avec les Relations avec les médias (statcan.mediahotline-ligneinfomedias.statcan@statcan.gc.ca).