

## Bulletin de service

# Éditeurs de journaux

2006



### Faits saillants

- En 2006, l'industrie canadienne de l'édition de journaux a affiché une croissance modeste et des profits stables, alors que la hausse des revenus et des profits des éditeurs des provinces de l'Ouest a compensé les résultats moindres obtenus dans l'Est.
- Les revenus d'exploitation de l'industrie se sont élevés à 5,34 milliards de dollars en 2006, en hausse de 2,6 % par rapport aux 5,21 milliards de dollars enregistrés en 2005. Le rythme de croissance des revenus en 2006 a été plus lent qu'au cours de chacune des trois années précédentes. Toutefois, l'industrie canadienne a évité la période de repli survenue aux États-Unis, où les revenus de l'édition de journaux ont diminué de 1,7 %.
- En 2006, la croissance des revenus de l'industrie de l'édition de journaux a reflété fidèlement la performance économique régionale, alors que les éditeurs des provinces de l'Ouest, et de l'Alberta en particulier, ont affiché les taux de croissance les plus élevés. Les revenus d'exploitation des éditeurs de l'Ouest canadien ont progressé de 3,9 %, ce qui représente près du double des taux enregistrés en Ontario (2,1 %) et au Québec (2,0 %).
- La marge bénéficiaire de l'industrie est restée stable à 13,2 %. Les marges bénéficiaires ont également été plus élevées dans l'Ouest canadien, passant de 18,2 % en 2005 à 21,1 % en 2006. En revanche, les marges bénéficiaires ont diminué en Ontario pour s'établir à 7,4 % en 2006, contre 10,0 % en 2005, sous le poids d'une augmentation de 5,1 % des dépenses d'exploitation.
- Les dépenses d'exploitation de l'industrie ont progressé de 2,6 % en 2006, au même rythme que les revenus d'exploitation. Les salaires, les traitements et les avantages sociaux, qui représentent 39 % des dépenses de l'industrie, se sont accrus de 3,6 %, tandis que les coûts d'impression, la deuxième source de dépenses en importance, sont restés stables.
- Les revenus publicitaires ont atteint 3,98 milliards de dollars en 2006, en hausse de 2,7 %. Les quotidiens ont généré des revenus publicitaires de 2,85 milliards de dollars, comparativement à 1,13 milliard de dollars pour les journaux communautaires.
- La concurrence exercée par les sources de nouvelles gratuites sur Internet et la publication de nombreux quotidiens gratuits a contribué à une tendance à la baisse des chiffres de diffusion des quotidiens payants. Malgré tout, les revenus de diffusion de l'industrie ont augmenté de 1,5 % pour atteindre 862 millions de dollars en 2006. La majorité de cette hausse est attribuable à une modification des méthodes comptables.



## Faits et chiffres au sujet de l'industrie

### À propos de l'enquête

Vous trouverez ici les données que Statistique Canada a recueillies aux termes de l'Enquête annuelle auprès des éditeurs de journaux, qui vise les sociétés appartenant au secteur 511110 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Ce secteur d'activité du SCIAN comprend les établissements qui exercent les activités nécessaires à la production et à la diffusion de journaux, ce qui comprend la collecte de nouvelles, la rédaction de chroniques, d'articles de fond et d'éditoriaux, et la vente et la préparation d'annonces. Les journaux peuvent être des quotidiens, des journaux communautaires ou d'autres journaux qui présentent des nouvelles générales et des actualités d'intérêt public. Le secteur comprend également les journaux ethniques et les journaux universitaires, mais ne comprend pas les journaux commerciaux sans contenu éditorial ni les journaux consacrés à un seul sujet (p. ex., les affaires ou les divertissements). Les imprimeries qui ne publient pas de journaux sont également exclues. On doit tenir compte des limites du secteur d'activité du SCIAN lorsqu'on compare les présentes estimations avec celles qui se rapportent à d'autres secteurs d'activité.

Cette enquête n'a pas été menée en 2002. Par contre, des estimations ont été produites pour cette année-là, d'après des données administratives et des sources de l'industrie. Les estimations pour l'année d'enquête précédente (2005) ont été corrigées pour tenir compte des nouvelles données.

Pour l'année de déclaration 2006, 135 questionnaires ont été postés à des entités commerciales représentant 644 établissements. Les établissements interrogés dans l'ensemble estimatif du secteur d'activité représentaient 54 % de tous les établissements qui publient des journaux et 97,5 % des revenus estimés du secteur. Les établissements interrogés interviennent pour l'ensemble des activités des quotidiens ainsi que la totalité des revenus d'exploitation (sauf pour 132 millions de dollars) des établissements de journaux communautaires.

### Revenus du secteur

Les revenus totaux d'exploitation des éditeurs de journaux ont atteint 5,34 milliards de dollars en 2006, une augmentation de 2,6 % par rapport à 2005. Le taux de croissance a été plus lent que dans chacune des trois années précédentes, où il s'était établi à 4,5 % en 2003, à 3,5 % en 2004 et à 3,4 % en 2005. Cependant, le secteur canadien de l'édition de journaux a pu éviter la contraction qui est survenue aux États-Unis en 2006 et qui avait entraîné une diminution des revenus d'exploitation de 1,7 %.

Les revenus de l'édition de journaux ont progressé de 14,4 % depuis 2000, un pourcentage qui est presque identique au taux d'inflation de toute l'économie pour la même période, selon l'Indice des prix à la consommation<sup>1</sup>.

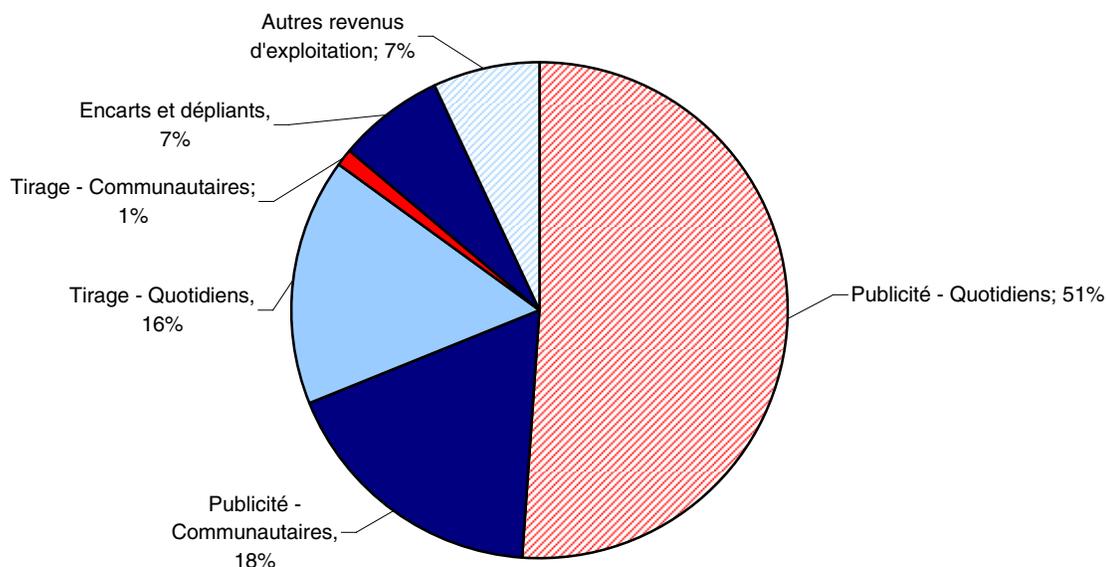
Le secteur de l'édition des journaux tire ses revenus principalement de la publicité et de ses journaux à diffusion payée. La diffusion et la publicité sont étroitement liées étant donné que les niveaux de lectorat d'un journal sont importants pour déterminer sa capacité de produire des revenus de publicité.

### Revenus de publicité

La publicité est la source la plus importante de revenus pour les éditeurs canadiens de journaux, représentant 76 % des revenus d'exploitation. Cette source comprend la vente de publicité dans les journaux ainsi que les revenus des encarts publicitaires et des dépliants (voir le graphique 1).

1. Statistique Canada, Tableau CANSIM 326-0021, Indice des prix à la consommation (IPC), panier 2005, annuel.

**Graphique 1**  
**Revenus d'exploitation selon la source, 2006**



**Note(s)** : Portion sondée seulement.

Des 3,98 milliards de dollars en revenus publicitaires<sup>2</sup> provenant du secteur en 2006, les quotidiens en ont réalisé 2,85 milliards de dollars, une augmentation de 1,9 % par rapport à 2005. Les journaux communautaires et hebdomadaires ont touché des revenus de publicité de 1,13 milliard de dollars. Depuis 2000, les revenus publicitaires des journaux communautaires ont augmenté de 29 % par comparaison à 9 % pour les quotidiens.

**Tableau 1**  
**Revenus publicitaires par type de journal (incluant les revenus des encarts et des dépliants)**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
	millions de dollars						
Quotidiens	2 619	2 540	2 613	2 629	2 732	2 800	2 855
Communautaires	872	876	900	1 006	1 071	1 074	1 126
<b>Total</b>	<b>3 492</b>	<b>3 416</b>	<b>3 513</b>	<b>3 635</b>	<b>3 803</b>	<b>3 874</b>	<b>3 980</b>

**Note(s)** : Portion sondée seulement. Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre.

En 2006, 32 % des revenus publicitaires des quotidiens provenaient de la publicité nationale, alors que celle-ci a représenté seulement 9 % des revenus publicitaires des journaux communautaires. Par ailleurs, la publicité locale a été à l'origine de 74 % des revenus de publicité de journaux communautaires l'an dernier et de seulement 40 % pour les quotidiens. Les petites annonces sont la troisième source pour la publicité et elles représentent 28 % des revenus publicitaires pour les quotidiens et 16 % pour les journaux communautaires.

Les revenus de la publicité nationale proviennent des campagnes nationales ou régionales. Les revenus de la publicité locale proviennent des grands magasins, des restaurants, des magasins spécialisés et des supermarchés dans la collectivité, selon les définitions qu'en donne l'Association canadienne des journaux.

2. Veuillez noter que dans les bulletins de données avant 2005, les revenus de publicité étaient constitués seulement des revenus publicitaires provenant de la publicité paraissant dans le journal. Cependant, à compter de 2005, les revenus publicitaires comprennent les revenus de distribution provenant des encarts dans le journal, comme des dépliants. Cette nouvelle définition des revenus publicitaires est plus conforme à ce que l'industrie considère comme étant des recettes publicitaires. Cet ajustement a été appliqué aux données produites avant 2005.

## Revenus de diffusion

Les revenus de diffusion sont la deuxième source de revenus des éditeurs de journaux, représentant 17 % des revenus du secteur. Depuis quelques années, la concurrence provenant des sources de nouvelles gratuites sur Internet et du nombre croissant de quotidiens gratuits a contribué au ralentissement de la diffusion des imprimés parmi les quotidiens payants. Selon l'Association canadienne des journaux, la diffusion moyenne chez les quotidiens payants du Canada a diminué de 1,0 % en 2006, suivant en cela les baisses observées au cours de chacune des quatre années précédentes<sup>3</sup>.

Les revenus de diffusion se sont élevés à 862 millions de dollars en 2006, comparativement à 850 millions de dollars en 2005, pour une augmentation de 1,5 %. L'augmentation survenue en 2006 est attribuable en grande partie aux nouvelles méthodes comptables des entreprises d'édition qui, de plus en plus, consignent les revenus de diffusion bruts plutôt que les revenus de diffusion après déduction des frais de distribution. Cette tendance a fait monter les revenus de diffusion, les revenus d'exploitation et les frais d'exploitation pour chacune des trois dernières années. Les hausses de prix de 2,5 % des quotidiens, selon l'Indice des prix à la consommation, ont aussi contribué à cette progression<sup>4</sup>.

**Tableau 2**  
**Revenus de diffusion selon le type de journal**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
	millions de dollars						
Quotidiens	723	709	712	743	790	813	824
Communautaires <sup>1</sup>	44	39	37	36	39	37	39
<b>Total</b>	<b>767</b>	<b>748</b>	<b>749</b>	<b>779</b>	<b>829</b>	<b>850</b>	<b>862</b>

1. Veuillez utiliser les revenus de diffusion des journaux communautaires avec prudence étant donné la petite taille des données et des coefficients de variation plus élevés que la normale qui leur ont été associés.

**Note(s)** : Portion sondée seulement. Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre.

Les quotidiens et les journaux communautaires touchent un pourcentage différent de ces deux flux principaux de revenus. Même si les deux tirent la plus grande partie de leurs revenus de la publicité, les journaux communautaires sont plus dépendants de la publicité puisque bon nombre d'entre eux sont distribués gratuitement. En 2006, les journaux communautaires ont touché des revenus publicitaires de 29 \$ pour chaque dollar de revenus provenant de la diffusion, alors que les quotidiens ont touché 3,50 \$ en revenus publicitaires pour chaque dollar provenant de la diffusion.

Les journaux imprimés et en ligne tirent tous deux des revenus de la publicité et de la diffusion.

## Dépenses d'exploitation

Les dépenses d'exploitation des éditeurs de journaux sont passées de 4,52 milliards de dollars en 2005 à 4,63 milliards de dollars en 2006, une augmentation de 2,6 % qui est égale à la croissance des revenus d'exploitation. Par conséquent, la marge bénéficiaire d'exploitation est demeurée stationnaire à 13,2 %.

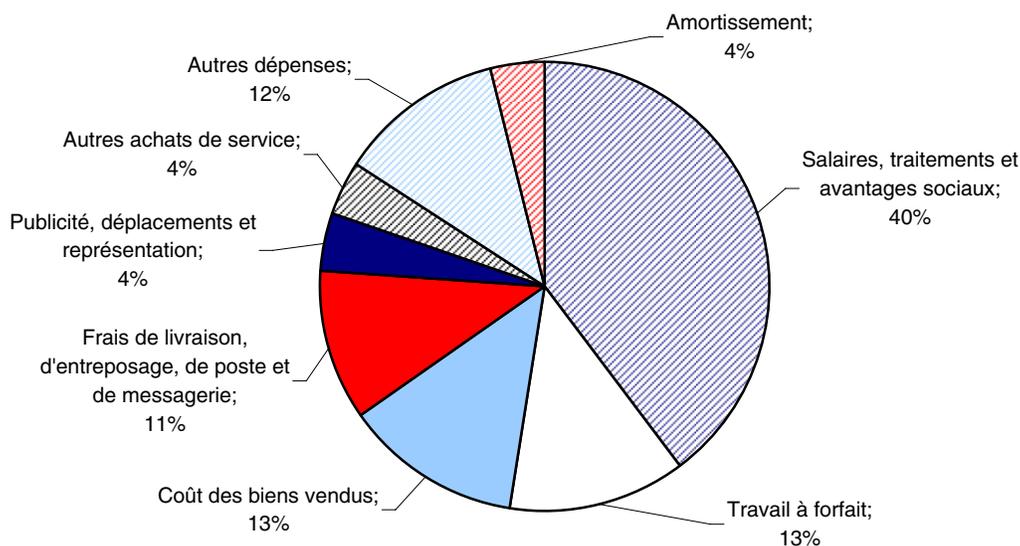
Les salaires, traitements et avantages sociaux des employés ont représenté environ 39 % des dépenses d'exploitation dans ce secteur, soit un total de 1,83 milliard de dollars en 2006 (40 % sur les établissements enquêtés - voir le graphique 2). Cela représente une augmentation de 3,6 % par rapport à 2005.

3. Données de diffusion des quotidiens canadiens : 2006, p. 2.

4. Statistique Canada, Tableau CANSIM 326-0021, Indice des prix à la consommation (IPC), panier 2005, annuel.

Les éditeurs de journaux ont leurs propres presses ou peuvent confier ce travail à un autre éditeur de journal ou à une imprimerie. Les coûts d'impression, la somme des frais de l'impression à forfait et du papier journal, sont demeurés stables en 2006 malgré une augmentation de 1,8 % du prix du papier journal au pays<sup>5</sup>.

**Graphique 2**  
**Dépenses d'exploitation selon la source, 2006**



**Note(s)** : Portion sondée seulement.

### Données sur les journaux par région

En 2006, la performance du secteur a reflété fidèlement la performance économique régionale, alors que les éditeurs des provinces de l'Ouest, et de l'Alberta en particulier, ont affiché les taux de croissance des revenus et les marges bénéficiaires les plus élevés.

Les revenus d'exploitation des éditeurs de l'Ouest canadien (y compris les territoires) ont progressé de 3,9 %, ce qui représente près du double des taux enregistrés en Ontario (2,1 %) et au Québec (2,0 %). Les revenus publicitaires ont tendance à fluctuer selon la conjoncture économique, et l'économie florissante de même que la croissance de la population en Alberta ont contribué à faire monter de 5,3 % les revenus d'exploitation du secteur en 2006, sous l'impulsion d'une augmentation de 5,8 % des revenus de la publicité. Les revenus d'exploitation dans les provinces de l'Atlantique ont reculé en partie à cause d'une restructuration des activités d'impression qui, à des fins statistiques, étaient comprises auparavant dans les estimations de l'industrie de l'édition.

Les marges bénéficiaires ont continué d'être plus élevées dans l'Ouest canadien, passant de 18,2 % en 2005 à 21,1 % en 2006. L'Alberta a de nouveau ouvert la voie avec une marge bénéficiaire d'exploitation qui a grimpé de 26,4 % à 31,1 % alors que les éditeurs maintenaient leurs dépenses d'exploitation à la baisse, malgré une hausse de 5,0 % des salaires, traitements et avantages sociaux. En revanche, les marges bénéficiaires en Ontario ont diminué pour s'établir à 7,4 % en 2006, contre 10,0 % en 2005, sous le poids d'une augmentation de 5,1 % des dépenses d'exploitation. Les éditeurs du Québec et des provinces de l'Atlantique ont affiché des marges bénéficiaires de 13,5 % et de 12,3 % respectivement.

5. Statistique Canada, Tableau CANSIM 329-0042, Indices des prix de l'industrie pour le bois de construction, les scieries, les autres produits du bois, les meubles et articles d'ameublement, le papier et les produits du papier, l'impression et l'édition, moyenne annuelle calculée.

**Tableau 3**  
**Résumé des principales variables par région**

	2000	2001	2003	2004 <sup>1</sup>	2005 <sup>1</sup>	2006 <sup>1</sup>
	millions de dollars					
<b>Provinces de l'Atlantique<sup>2</sup></b>						
Revenus d'exploitation	260	259	281	266	260	259
Dépenses d'exploitation	222	223	239	230	234	227
Salaires, traitements et avantages sociaux	101	98	104	103	99	97
Marge bénéficiaire d'exploitation (en pourcentage)	14,6	13,9	15,0	13,7	10,1	12,3
Revenus publicitaires	170	170	192	204	195	195
Revenus de diffusion	50	49	48	50	48	49
<b>Québec</b>						
Revenus d'exploitation	876	886	907	979	1 010	1 030
Dépenses d'exploitation	723	747	752	834	873	891
Salaires, traitements et avantages sociaux	342	338	340	365	376	379
Marge bénéficiaire d'exploitation (en pourcentage)	17,5	15,7	17,1	14,8	13,6	13,5
Revenus publicitaires	643	672	694	771	779	792
Revenus de diffusion	173	175	162	161	162	176
<b>Ontario</b>						
Revenus d'exploitation	2 151	2 058	2 175	2 236	2 284	2 332
Dépenses d'exploitation	1 902	1 949	1 920	1 957	2 056	2 160
Salaires, traitements et avantages sociaux	715	693	717	738	722	752
Marge bénéficiaire d'exploitation (en pourcentage)	11,6	5,3	11,8	12,5	10,0	7,4
Revenus publicitaires	1 619	1 540	1 637	1 657	1 657	1 686
Revenus de diffusion	355	336	344	385	404	396
<b>Provinces de l'Ouest (et les territoires)</b>						
Revenus d'exploitation	1 381	1 353	1 502	1 553	1 654	1 719
Dépenses d'exploitation	1 130	1 113	1 222	1 296	1 353	1 355
Salaires, traitements et avantages sociaux	500	492	527	545	566	598
Marge bénéficiaire d'exploitation (en pourcentage)	18,2	17,7	18,6	16,5	18,2	21,1
Revenus publicitaires	1 058	1 040	1 111	1 170	1 243	1 308
Revenus de diffusion	188	189	224	233	236	241
<b>Canada</b>						
Revenus d'exploitation	4 669	4 556	4 864	5 034	5 207	5 341
Dépenses d'exploitation	3 977	4 032	4 132	4 317	4 515	4 634
Salaires, traitements et avantages sociaux	1 659	1 621	1 688	1 751	1 763	1 826
Marge bénéficiaire d'exploitation (en pourcentage)	14,8	11,5	15,1	14,2	13,3	13,2
Revenus publicitaires	3 492	3 416	3 635	3 803	3 874	3 980
Revenus de diffusion	767	748	779	829	850	862

1. Un certain nombre d'éditeurs de journaux qui déclaraient leurs revenus nets de diffusion, c'est-à-dire après avoir soustrait les frais de distribution, déclarent désormais l'ensemble des revenus de diffusion et des frais plus élevés reliés à la distribution.

2. En 2004 et 2006, les services d'imprimerie qui avaient déjà été inclus dans les données n'ont pas été déclarés en raison d'une réorganisation d'entreprise, ce qui a occasionné une baisse générale des revenus et des dépenses (région de l'Atlantique).

**Note(s)** : Les données sont groupées par région canadienne pour préserver la confidentialité des répondants. Les revenus de publicité de diffusion s'appliquent uniquement aux établissements enquêtés.

**Tableau 4**  
**Statistiques sommaires sur les éditeurs de journaux, Canada**

	Revenus d'exploitation <sup>1</sup>	Salaires, traitements et bénéfices	Dépenses d'exploitation	Marge bénéficiaire
	millions de dollars			pourcentage
<b>Éditeurs de journaux, tous les établissements</b>				
1999 <sup>2</sup>	4 632,9	1 615,8	4 027,7	13,1
2000	4 668,6	1 658,5	3 977,2	14,8
2001	4 556,5	1 620,9	4 032,2	11,5
2002 <sup>3</sup>	4 656,1	1 658,6	4 041,5	13,2
2003	4 864,6	1 687,8	4 132,3	15,1
2004	5 033,9	1 751,2	4 317,3	14,2
2005 <sup>4</sup>	5 207,4	1 762,7	4 515,2	13,3
2006 <sup>p</sup>	5 340,7	1 825,9	4 633,7	13,2

1. Les modifications uniques apportées à la comptabilisation des revenus de diffusion ont contribué à l'augmentation des revenus et dépenses d'exploitation en 2004, 2005 et 2006.
2. En 1999, les données reposaient sur les revenus totaux et les dépenses totales.
3. L'enquête n'a pas eu lieu en 2002. Les estimations ont été calculées d'après des données administratives et les tendances du secteur.
4. Le questionnaire de 2005 a été modifié, cependant les définitions pour ces variables clés sont demeurées les mêmes par rapport aux années d'enquête précédentes.

**Note(s)** : Selon le système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN 51111).

**Tableau 5**  
**Revenus selon l'activité en pourcentage des revenus d'exploitation, Canada**

	2004	2005 <sup>r</sup>	2006
	pourcentage		
<b>Revenus de publicité</b>	<b>72,3</b>	<b>70,1</b>	<b>69,7</b>
Quotidiens	53,4	52,1	51,3
Journaux communautaires <sup>1</sup>	18,2	17,1	17,9
Autres journaux	0,7	0,9	0,6
<b>Revenus de diffusion</b>	<b>16,9</b>	<b>16,7</b>	<b>16,6</b>
Quotidiens	16,1	16,0	15,8
Journaux communautaires <sup>1</sup>	0,7	0,6	0,6
Autres ventes de diffusion	0,0	0,1	0,1
Impression sur commande	3,3	3,3	3,6
Distribution d'encarts et de dépliants <sup>2</sup>	5,2	6,2	6,7
Autres revenus d'exploitation <sup>3</sup>	2,2	3,6	3,5
<b>Total des revenus d'exploitation</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

1. Les journaux universitaires, ethniques et religieux sont aussi inclus dans cette catégorie.
2. Ce chiffre ne comprend pas le montant total des revenus tirés de la distribution de dépliants puisque cette activité a souvent été déclarée dans les revenus de publicité.
3. Sont inclus, par exemple : vente de listes d'abonnement, photocopies, articles de papeteries, fournitures, octrois et subventions, dons, règlements d'assurance, recouvrement de mauvaises créances, etc.

**Note(s)** : Portion sondée seulement. Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre.

**Tableau 6**  
**Dépenses choisies en pourcentage des dépenses d'exploitation, Canada**

	2004	2005 <sup>r</sup>	2006
	pourcentage		
Salaires, traitements et avantages sociaux	40,8	39,2	39,6
Travaux donnés à contrat (comprennent l'impression à contrat et les pigistes)	13,1	14,2	13,5
Coût des ventes (y compris le papier journal, l'encre, etc.)	13,0	12,5	13,1
Livraison, entreposage, poste et messagerie	10,5	10,4	10,5
Publicité, déplacements et représentation	3,9	4,0	4,2
Location et location à bail	1,1	1,2	1,1
Réparations et entretien	1,0	0,9	0,9
Autres dépenses pour achat de services <sup>1</sup>	4,1	3,3	3,7
Autres dépenses d'exploitation <sup>2</sup>	9,0	11,0	9,6
Dépréciation et amortissement	3,5	3,3	3,7
<b>Total des dépenses</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

1. Sont inclus : téléphone et autres services de télécommunications; frais de services juridiques, de comptabilité, de vérification, de consultation et honoraires d'autres services professionnels; commissions versées à des personnes autres que les employés; frais pour services financiers; assurance; redevances, droits, contrats de licence et redevances de franchisage; impôts fonciers, taxes d'affaires, licences et permis.

2. Sont inclus, par exemple : dépenses d'énergie; frais versés au siège social; fournitures de bureau; créances irrécouvrables; dons.

**Note(s)** : Portion sondée seulement. Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre.

## Concepts, méthodologie et calcul des données

Ce document renferme des renseignements permettant de bien comprendre les concepts de base qui sont mesurés, les méthodes qui sous-tendent l'enquête (façon de mesurer les concepts) et les aspects clés de la qualité des données. Ces renseignements vous aideront à mieux comprendre les points forts et les limites des données ainsi que la façon appropriée de les utiliser et de les analyser. Les renseignements pourront vous être particulièrement utiles au moment de comparer les données à celles d'autres enquêtes ou sources d'information et de tirer des conclusions au sujet des changements survenus au fil des ans.

### Définitions

- Une **entité commerciale** est un agent économique qui a la responsabilité et le pouvoir d'affecter des ressources à la production de biens et de services.
- Un **établissement statistique** est une entité de production ou le plus petit groupe d'entités de production qui produit un ensemble de biens et/ou de services le plus homogènes possible, dont les activités ne débordent pas les frontières provinciales et qui est en mesure de fournir des données sur la valeur de la production ainsi que sur le coût des principaux facteurs intermédiaires utilisés et le coût et l'importance de la main-d'oeuvre affectée à la production. Dans le secteur des éditeurs de journaux, un établissement statistique peut produire plus d'un journal, et peut produire des biens et services non reliés à ses activités d'éditeurs de journaux (par exemple livres, répertoires, articles de papeterie).
- Une **entreprise statistique** est une unité organisationnelle d'une entité commerciale qui dirige et contrôle l'affectation de ressources intéressant ses activités nationales et pour laquelle on établit des états financiers et des bilans consolidés à partir desquels il est possible de tirer des renseignements sur les transactions internationales, la situation des investissements internationaux et la situation financière générale de l'unité.
- Une **entreprise complexe** est une entreprise qui est active dans plus d'une province et/ou dans plus d'un secteur et/ou qui compte plusieurs entités juridiques (liens avec plusieurs entités juridiques).

- Une **entreprise simple** est une entreprise qui est active dans une province et dans un secteur et qui compte une seule entité juridique.
- Les entreprises complexes peuvent comporter une unité organisationnelle au-dessus du niveau de l'établissement, mais au-dessous du niveau de l'entreprise. La **société statistique** est l'unité organisationnelle pour laquelle on établit des comptes des revenus et des dépenses et des bilans à partir desquels il est possible de calculer les bénéfices d'exploitation et le rendement du capital.
- La catégorie **salaires, traitements et avantages sociaux** comprend les paies de vacances et les commissions de tous les employés pour qui un formulaire T4 Supplémentaire a été rempli. Cette catégorie comprend aussi, entre autres, la contribution de l'employeur aux avantages sociaux pour le Régime de pensions du Canada/Régime des rentes du Québec et l'assurance-emploi, par exemple. Les salaires et les traitements ne comprennent pas les dividendes versés aux propriétaires actifs, ni la rémunération des propriétaires des entreprises non constituées en société.
- La **marge bénéficiaire** est calculée comme suit : revenus d'exploitation moins dépenses d'exploitation, le tout exprimé en pourcentage des revenus d'exploitation. Cette donnée dérivée ne comprend pas l'impôt des sociétés payé par les entreprises constituées en société ni l'impôt des particuliers payé par les entreprises non constituées en société. Pour les entreprises non constituées en société, la marge bénéficiaire comprend la rémunération non payée aux associés et aux propriétaires, qui n'est pas consignée dans les salaires, traitements et avantages sociaux.

### Plan d'échantillonnage

La population cible est constituée de tous les établissements statistiques (parfois appelés entreprises ou unités) considérés comme Éditeurs de journaux dans le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) au cours de l'année de référence 2006. Cette industrie comprend les établissements, appelés éditeurs de journaux, dont l'activité principale consiste à exécuter les opérations nécessaires à la production et à la distribution de journaux, notamment la collecte des nouvelles, la rédaction des chroniques, des articles de fond et des éditoriaux, la vente et la préparation des annonces. Ces établissements peuvent publier les journaux sous forme imprimée ou électronique. Les utilisateurs de données qui désirent en savoir plus sur le SCIAN, sur ses principes sous-jacents et sur de nombreux autres concepts statistiques abordés dans le présent sommaire peuvent consulter [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) sous « Définitions, sources de données et méthodes », Classifications types, Industrie pour SCIAN 2002.

Même si l'objectif de l'enquête consiste principalement à produire des estimations pour l'ensemble de la branche d'activité – entreprises constituées et non constituées – les entreprises ne sont pas toutes prises en compte. On prélève plutôt un échantillon et la partie de la population admissible à l'échantillonnage se compose de tous les établissements statistiques ayant des revenus supérieurs à un certain seuil. Le seuil varie selon les provinces d'une même enquête. Le segment exclu représente une proportion importante du nombre d'établissements de la branche (46 %), mais il intervient pour environ 2,5 % seulement de l'ensemble des revenus de la branche. Les établissements exclus figurent dans les estimations finales grâce aux données provenant des fichiers administratifs. Seuls des renseignements de base peuvent être obtenus de cette source, c'est-à-dire : le total des revenus, les dépenses, l'amortissement et les salaires, traitements et avantages sociaux. Des caractéristiques détaillées comme les catégories de clients, les revenus selon le type de service et les postes de dépenses détaillés ne peuvent être obtenues que pour les établissements participant à la collecte des données.

La **base de sondage** est la liste des établissements dont la partie admissible à l'échantillonnage fait l'objet d'un prélèvement. La base fournit des renseignements fondamentaux sur chaque entreprise, notamment : adresse, classification industrielle et renseignements provenant des sources de données administratives (voir ci-dessus). La base de sondage est tenue dans le Registre des entreprises de Statistique Canada et mise à jour à l'aide des données administratives.

Avant le tirage d'un échantillon aléatoire, les établissements sont classés en groupes homogènes (c.-à-d. des groupes portant les mêmes codes SCIAN, se trouvant dans la même province ou le même territoire et comptant le

même type d'entreprise (constituée/non constituée). Des exigences de qualité sont établies puis chaque groupe est réparti en sous-groupes appelés strates : tirage complet, tirage obligatoire et tirage partiel.

La strate à tirage complet englobe les principales sociétés sur le plan du rendement sectoriel (selon les revenus). Chaque entreprise est incluse dans l'échantillon, ce qui signifie que chacune se représente elle-même et reçoit un poids de un. La strate à tirage obligatoire est aussi constituée d'unités autoreprésentatives, mais celles-ci sont prélevées en fonction des caractéristiques d'une structure complexe (entreprises à plusieurs établissements, à plusieurs entités juridiques, ayant plusieurs codes SCIAN ou se trouvant dans plusieurs provinces). Les unités appartenant aux strates à tirage partiel font l'objet d'un tirage aléatoire simple.

Enfin, la taille de l'échantillon est augmentée, surtout pour compenser pour les entreprises qui n'appartiennent plus à ce secteur : c'est-à-dire celles qui ont fermé leurs portes, celles dont l'activité principale a changé, celles qui sont inactives ou celles qui figurent en double dans la base de sondage. Une fois que ces entreprises ont été supprimées, la taille de l'échantillon de cette enquête s'est établie à 135 entités de collecte.

### Collecte

Les données sont recueillies par envoi et retour par la poste, mais les répondants ont la possibilité de répondre par téléphone ou d'utiliser d'autres méthodes de déclaration électronique. L'unité d'échantillonnage est l'établissement statistique, cependant les établissements appartenant à la même société, au même secteur, et à la même province sont regroupés pour créer une entité de collecte. Cela réduit le fardeau de réponse et simplifie la collecte. Par conséquent, les sociétés dont la production est répartie dans plus d'une province reçoivent un questionnaire par province et ont comme directive de déclarer toutes leurs opérations au Canada.

### Contrôle et imputation

Les données recueillies sont assujetties à plusieurs vérifications afin d'en assurer la cohérence interne et de cerner les valeurs extrêmes. Lorsqu'une information manque, l'imputation a lieu à l'aide de la procédure « du plus proche voisin » (imputation par enregistrement donneur), en utilisant des données historiques lorsqu'elles existent, ou, enfin, en recourant à des données administratives à la place des données déclarées.

### Estimation

Pour arriver aux chiffres définitifs (qu'on appelle estimations), les données de sociétés opérant dans plus d'une province ou territoire sont désagrégées au niveau de la province. Les données administratives servent à estimer la partie du secteur qui n'a pas fait l'objet de l'enquête (c.-à-d. les petites entreprises dont les revenus sont inférieurs aux seuils d'exclusion). On attribue ensuite aux données échantillonnées des coefficients de pondération afin de produire des estimations représentatives de la population cible.

Avant d'être publiés, les résultats combinés de l'enquête sont analysés pour fins de comparabilité; en général, cette opération consiste à examiner en détail les réponses individuelles (surtout celles des grandes sociétés), à revoir la conjoncture générale et les tendances historiques et enfin à comparer ces résultats aux données administratives (p. ex., impôt sur le revenu, taxe sur les produits et services, enregistrements de retenues sur la paie, sources de données d'associations industrielles et de métiers).

### Qualité des données

Malgré les efforts déployés pour que les opérations de collecte et de dépouillement se déroulent en fonction de normes rigoureuses, les estimations qui en résultent comportent inévitablement des erreurs. Celles-ci sont classées en deux grandes catégories : les erreurs d'échantillonnage et les erreurs non dues à l'échantillonnage.

**Les erreurs non dues à l'échantillonnage** ne sont pas liées à l'échantillonnage et peuvent survenir pour de nombreuses raisons. Par exemple, la non-réponse est une source importante d'erreurs non dues à

l'échantillonnage. La couverture de la population, les écarts dans l'interprétation des questions, les mauvaises réponses des répondants et les erreurs de consignation, de codage et de traitement des données représentent d'autres exemples d'erreurs non liées à l'échantillonnage.

**Le taux de réponse** pour cette enquête a été de 98,7 % dans l'année de référence 2006 après avoir tenu compte des facteurs expliqués dans le présent énoncé.

**Les erreurs d'échantillonnage** se produisent parce que les estimations proviennent d'un échantillon de la population plutôt que de la population entière. Ces erreurs dépendent de divers facteurs, notamment la taille de l'échantillon, le plan d'échantillonnage et la méthode d'estimation. Une des propriétés importantes de l'échantillonnage probabiliste tient au fait que les erreurs d'échantillonnage peuvent être calculées à partir de l'échantillon à l'aide d'une mesure statistique appelée coefficient de variation (CV). Pour des enquêtes menées à plusieurs reprises, l'écart relatif entre l'estimation d'un échantillon et l'estimation qu'on aurait obtenue d'un dénombrement de toutes les unités serait inférieur à deux fois le coefficient de variation, 95 fois sur 100. L'éventail des données acceptables d'un échantillon s'appelle l'intervalle de confiance. Les intervalles de confiance peuvent être calculés autour des estimations en utilisant les CV. Premièrement, nous calculons l'erreur type en multipliant l'estimation d'un échantillon par le CV. L'estimation d'un échantillon plus ou moins deux fois l'erreur type est ce qu'on appelle l'intervalle de confiance de 95 %.

Pour l'enquête des éditeurs de journaux, les CV ont été calculés pour chaque estimation produite. De façon générale, les variables déclarées plus fréquemment ont résulté en d'excellents CV (5 % ou moins), tandis que les variables déclarées moins souvent ont été associées à des CV plus élevés, mais néanmoins très bons (moins de 10 %). On peut obtenir ces CV sur demande.

## Produits connexes

### CANSIM

Données stockées dans CANSIM : tableau 361-0003 - Statistiques sommaires sur les éditeurs de journaux (tous les établissements), selon le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), annuel (5 séries)

### Enquête(s)

Définitions, source de données et méthodes : numéro d'enquête 4710 - Enquête annuelle sur les industries de services : Éditeurs de journaux

### Publications

Bulletin des industries de service, n° 63-018-X au catalogue.

Série d'études analytiques, Division des industries de service, n° 63F0002X au catalogue.

Date de parution : Juin 2008

### Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada :

.	indisponible pour toute période de référence
..	indisponible pour une période de référence précise
...	n'ayant pas lieu de figurer
0	zéro absolu ou valeur arrondie à zéro
0 <sup>s</sup>	valeur arrondie à 0 (zéro) là où il y a une distinction importante entre le zéro absolu et la valeur arrondie
P	provisoire
r	révisé
x	confidentiel en vertu des dispositions de la <i>Loi sur la statistique</i>
E	à utiliser avec prudence
F	trop peu fiable pour être publié

### Comment accéder à ce produit

Le produit n° 63-241-X au catalogue est disponible gratuitement sous format électronique. Pour obtenir un exemplaire, il suffit de visiter notre site Web à [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) et de choisir la rubrique « Publications » > « Publications Internet gratuites ».

Périodicité : annuelle / ISSN 1916-6915

Pour obtenir des informations sur l'ensemble des données de Statistique Canada, veuillez composer le numéro national sans frais 1-800-263-1136.

This publication is available in English upon request (Catalogue no. 63-241-X).

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. © Ministre de l'Industrie, 2008. Tous droits réservés. Le contenu de la présente publication électronique peut être reproduit en tout ou en partie, et par quelque moyen que ce soit, sans autre permission de Statistique Canada, sous réserve que la reproduction soit effectuée uniquement à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé destiné aux journaux et/ou à des fins non commerciales. Statistique Canada doit être cité comme suit : Source (ou « Adapté de », s'il y a lieu) ; Statistique Canada, année de publication, nom du produit, numéro au catalogue, volume et numéro, période de référence et page(s). Autrement, il est interdit de reproduire le contenu de la présente publication, ou de l'emmagasiner dans un système d'extraction, ou de le transmettre sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, reproduction électronique, mécanique, photographique, pour quelque fin que ce soit, sans l'autorisation écrite préalable des Services d'octroi de licences, Division des services à la clientèle, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

### Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois. À cet égard, notre organisme s'est doté de *normes de service à la clientèle* que les employés observent.

Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec Statistique Canada au numéro sans frais 1-800-263-1136. Les normes de service sont aussi publiées sur le site [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) sous « À propos de nous » > « Offrir des services aux Canadiens ».

### Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.