

un nombre important est aussi abonné à Laserphoto, qui transmet chaque semaine plus de 500 photos de presse par câble, ou à un service de photos de presse assuré par la poste. Par l'intermédiaire de sa filiale, *Broadcast News Ltd.*, cette entreprise fournit des nouvelles par câble et un service de «journal parlé» aux stations de radio AM et FM et aux stations de télévision par câble, ainsi que des bulletins de nouvelles à l'intention des entreprises de télévision par câble. Une autre filiale de la PC, *Press News Ltd.*, dessert les stations de radio et de télévision de Radio-Canada. La Presse Canadienne a son propre service de presse dans 14 villes canadiennes ainsi qu'à New York, Washington et Londres. Chaque journal membre de la PC fournit des nouvelles locales qui sont transmises aux autres membres et les frais sont partagés entre les membres proportionnellement au tirage.

La PC reçoit les nouvelles mondiales de l'agence britannique Reuters, de la coopérative américaine *Associated Press* et de l'Agence France-Presse; ces agences obtiennent des nouvelles de la PC selon une entente de réciprocité. La PC a un service de langue française au Québec.

La *United Press Canada (UPC)*, deuxième agence de nouvelles par câble au pays, est une société privée appartenant à une association formée de la *Toronto Sun Publishing Co.* et de la *United Press International, Inc.* L'UPC a été constituée le 1^{er} janvier 1979 pour remplacer la *United Press International of Canada Ltd.*, qui était une filiale en propriété exclusive de la *United Press International (UPI)*. L'UPC se charge de la diffusion au Canada des nouvelles, bulletins sportifs et photos par l'entremise de ses propres bureaux de personnel situés dans tout le pays. Les services sont assurés à grande vitesse (1,200 mots à la minute), à faible vitesse et par réseau téléphoto. Tous les bureaux de l'UPC sont reliés au réseau nord-américain de communications de l'UPI et sont équipés de terminaux à écran vidéo pour la transmission et la rédaction des articles, et d'émetteurs téléphoto pour la transmission directe des photographies. L'UPC fournit en outre aux journaux, stations de radio et stations de télévision qui font affaire avec elle tous les services internationaux de l'UPI et elle se charge également de la diffusion des nouvelles canadiennes dans le monde entier par l'entremise de l'UPI. L'UPC a des bureaux permanents à St. John's (T.-N.), Québec, Montréal, Ottawa, Toronto, Winnipeg, Edmonton, Calgary et Vancouver.

14.7.3 Journaux non quotidiens

Pour les journaux canadiens non quotidiens, l'année 1982 n'a pas été aussi bonne que les années antérieures. Le tirage total de ces publications a diminué de 2 % par rapport à 1981 et 17 ont disparu. Même si les revenus réalisés en 1981 étaient un peu supérieurs à ceux de 1980, ils n'ont pas augmenté autant que l'inflation.

Les journaux non quotidiens recensés par Statistique Canada comprennent les journaux d'emplètes, les journaux communautaires, les tabloïds de fin de semaine, les journaux scolaires

et universitaires, ainsi que les journaux ethniques autres que les quotidiens. Les journaux d'emplètes, que l'on a déjà assimilés aux journaux communautaires, sont des publications gratuites dont le format est celui d'un journal et dont le contenu se compose essentiellement d'annonces. En 1982, on comptait 53 journaux du genre au Canada. Leur diffusion totale par numéro s'élevait à 1,5 million d'exemplaires et leur diffusion moyenne à 28,000 par journal, soit environ trois fois plus que celle d'un journal communautaire moyen. Les 960 journaux communautaires recensés en 1982 avaient un tirage total de 8,8 millions d'exemplaires, soit à peine un peu plus de 9,000 exemplaires par journal en moyenne.

Entre 1981 et 1982, parmi les journaux non quotidiens, seuls les journaux scolaires et les journaux universitaires ont connu une augmentation tant en nombre — ils ont passé de 86 à 94 — qu'en tirage total par numéro — il a passé de 1,05 million à 1,14 million. Leur tirage moyen est demeuré stable à 12,000. Le tirage des tabloïds de fin de semaine est resté à 585,000, mais la publication moyenne était tirée à un moins grand nombre d'exemplaires en 1982 parce que le nombre des journaux de fin de semaine a passé de sept à huit.

Le nombre de journaux ethniques non quotidiens a diminué, passant de 86 en 1981 à 74 en 1982. Par conséquent, le tirage total des journaux ethniques par numéro a passé de 666,000 à seulement 639,000, bien que les autres journaux aient eu un tirage moyen supérieur. Depuis 1978, les publications ethniques non quotidiennes ont connu une diminution de 43 % non seulement en nombre, mais aussi en tirage total.

Les revenus tirés des ventes de journaux non quotidiens ont augmenté considérablement, mais les revenus provenant de la publicité ont progressé beaucoup moins vite. Les abonnements et les ventes à l'unité représentaient au total \$49.7 millions en 1981, soit 13 % de plus que l'année précédente. Les revenus provenant de la publicité ont passé de \$145.1 millions en 1980 à \$153.6 millions en 1981. On a donc retiré au total \$203.3 millions de la vente des journaux non quotidiens et de la publicité qu'ils contenaient en 1981. Cela représente une augmentation de près de 8 %, mais, si l'on considère les effets de l'inflation, ces revenus ont en fait diminué.

14.7.4 Périodiques

En 1982, l'événement qui a marqué l'industrie des périodiques au Canada fut sans nul doute la disparition du supplément qui accompagnait depuis de nombreuses années le journal du samedi. Le «Today Magazine» a disparu en août 1982 et «Perspectives», son pendant de langue française, au début de 1983. Le seul supplément de fin de semaine qui a survécu, «En voyage», est un cahier portant sur les voyages qui paraît six fois par année et qui accompagne sept quotidiens.

En 1982, les revues portant sur la consommation, sur le commerce et sur les questions ethniques ont connu un meilleur sort que les magazines d'autres catégories, puisque leur nombre et leur tirage total ont augmenté par rapport à 1981. Le tirage total des