

**COMMISSION DE STATISTIQUE et  
COMMISSION ÉCONOMIQUE POUR L'EUROPE**

**CONFÉRENCE DES STATISTICIENS EUROPÉENS**

**Working Paper No. 15**

Séance de travail sur les produits statistiques à diffuser aux médias d'information  
(Cork, Irlande, le 22 au 25 juin 1998)

**BÂTIR L'AVENIR :  
CONVERTIR *LE QUOTIDIEN* DE STATISTIQUE CANADA  
DE L'IMPRIMÉ À L'ÉLECTRONIQUE**

Document rédigé par Wayne Smith, Statistique Canada

## **BÂTIR L'AVENIR : CONVERTIR LE QUOTIDIEN DE STATISTIQUE CANADA DE L'IMPRIMÉ À L'ÉLECTRONIQUE**

### **Introduction**

La transformation du *Quotidien* de Statistique Canada (SC) dans les années 90 est un cas intéressant de migration de la diffusion imprimée à la diffusion électronique. Nous constatons, en 1998, que le passage du *Quotidien* d'un produit principalement imprimé à un service essentiellement électronique s'est déroulé avec succès et sans controverse.

Statistique Canada a mis en branle un processus délibéré et soigneusement contrôlé afin de réaliser trois objectifs :

- élargir l'accès des médias d'information et du public aux communiqués de presse de SC dès leur sortie;
- améliorer le service offert à la clientèle existante;
- réduire les coûts.

Les objectifs de départ ont tous été atteints. Leur mise en œuvre nous a toutefois obligés à nous adapter fréquemment au monde en évolution rapide qu'est celui de la diffusion électronique.

### ***Le Quotidien* de Statistique Canada**

En vertu de la politique en vigueur à Statistique Canada, l'information nouvelle provenant des programmes statistiques doit être présentée sous forme d'un sommaire analytique dans *Le Quotidien* avant de faire l'objet de toute diffusion ultérieure. D'ordinaire, chaque annonce comprend un tableau de référence de base ainsi qu'un texte analytique accompagné de graphiques, autrement dit, un communiqué de presse.

Contrairement aux autres organismes statistiques, SC réunit ses communiqués dans une publication, essentiellement un communiqué de presse omnibus, qui paraît à 8 h 30 tous les jours ouvrables. *Le Quotidien* est suivi de près par les agences de presse, les journalistes mêmes et les grands utilisateurs d'information statistique.

Si son auditoire est loin de se limiter aux seuls médias d'information, *Le Quotidien* n'en est pas moins rédigé expressément pour répondre aux besoins des journalistes. Ce faisant, notre objectif est de nous assurer que les médias couvrent largement l'information nouvelle que nous diffusons. Il s'agit là de notre principal moyen d'informer l'ensemble de la population canadienne.

*Le Quotidien* joue également un rôle de coordination clé au sein de SC. Il signale à l'attention de tous qu'un ensemble de données de même que ses produits et services connexes sont maintenant du domaine public.

## ***Le Quotidien* en 1991**

En 1991, *Le Quotidien* était une publication imprimée offerte en abonnement contre 120 \$ CAN par année. Comme c'est le cas pour chaque publication périodique de Statistique Canada, les journalistes et la plupart des bibliothèques publiques et universitaires recevaient *Le Quotidien* sans qu'il leur en coûte un sou.

En tout, quelque 1 450 exemplaires du *Quotidien* étaient distribués tous les jours :

- 150 exemplaires étaient remis en main propre aux médias d'information basés à Ottawa;
- 340 exemplaires étaient postés aux journalistes et aux organisations de presse;
- 340 exemplaires étaient postés aux bibliothèques et aux députés, qui recevaient la publication gratuitement en vertu d'un programme financé par le gouvernement fédéral;
- 400 exemplaires étaient postés aux abonnés payants du monde des affaires et du gouvernement;
- 220 exemplaires étaient distribués à l'intérieur de SC par courrier interne.

De plus, les sous-ministres fédéraux et un petit nombre de journalistes recevaient *Le Quotidien* par télécopieur, tandis qu'une version contenant du texte exclusivement était envoyée électroniquement aux utilisateurs de la banque de données en ligne CANSIM (le Système canadien d'information socio-économique). Outre les médias d'information basés à Ottawa et les abonnés par télécopieur, presque aucun abonné ne recevait *Le Quotidien* le jour même de sa publication, encore moins à 8 h 30, heure de diffusion. Les abonnés externes recevaient normalement leur exemplaire dans les 48 à 96 heures. À l'intérieur de SC, le délai était généralement de 12 à 24 heures.

Le prix de l'abonnement ne couvrait même pas les frais de poste et ne permettait d'acquitter aucuns autres frais directs. Les abonnements payants et les coûts de la distribution interne faisaient perdre 75 000 \$ par année à Statistique Canada.

## **Motivations pour le changement**

En 1991, on décida de voir s'il était techniquement possible de diffuser *Le Quotidien* par voie électronique et si les utilisateurs étaient prêts à le recevoir ainsi. À cette époque, SC cherchait davantage à rendre son système de diffusion plus efficace qu'à réduire ses coûts.

Seuls les médias d'information installés à Ottawa (la capitale du Canada et la ville où *Le Quotidien* est produit) et un petit nombre de médias et d'autres clients abonnés au service par télécopieur recevaient *Le Quotidien* la journée même. La couverture médiatique s'appuyait presque entièrement sur des reportages acheminés d'Ottawa par des agences de presse nationales. Si ces agences ne communiquaient pas la nouvelle, on n'en parlait pas. Si elles la communiquaient, le résultat était une couverture extrêmement homogène d'un océan à l'autre, passée au filtre du Canada central. La mise sur pied d'un système de

diffusion électronique accessible de partout au Canada dès la diffusion de l'information offrait la promesse d'une couverture de l'actualité régionale plus large et plus variée.

Pour les abonnés externes hors médias, la mise sur pied d'un système de diffusion électronique signifiait que la rapidité du service ferait un pas de géant. Statistique Canada estimait qu'un service plus rapide pouvait accroître la clientèle. Nous estimions généralement souhaitable d'établir des communications accrues, directes et non filtrées avec les Canadiens à condition que cela puisse se faire à coût raisonnable.

L'environnement informatique interne du Bureau s'interconnectant de plus en plus, l'objectif de donner accès au *Quotidien* à tous les employés dès sa diffusion au grand public nous paraissait réalisable et offrait la possibilité d'exercer une meilleure coordination à moindre coût.

Nous avons pris note de la possibilité que cela nous offrait de faire des économies considérables, mais au départ, cette question n'était pas au centre de nos préoccupations.

### **Prouver le concept**

En 1992 et en 1993, Statistique Canada a réalisé un certain nombre d'études de recherche auprès des utilisateurs et a effectué des essais de faisabilité technique.

À cette époque, avant l'arrivée du Web sur Internet, le babillard électronique était le principal outil utilisé pour offrir des services électroniques textuels. Statistique Canada sélectionna un babillard de pointe et fit plusieurs essais sur le terrain avec des journalistes et d'autres utilisateurs du *Quotidien*. Les tests révélèrent un fort degré d'acceptation chez les participants et soulignèrent l'importance d'intégrer à la version d'alors du *Quotidien* de l'information et des services complémentaires tels qu'un fichier searchable des numéros déjà parus, des renseignements sur les calendriers de diffusion et un catalogue des produits et services du Bureau. Les essais montrèrent également que les clients trouvaient la technologie des babillards encombrante et techniquement exigeante.

Deux études de marché furent réalisées à partir de l'information obtenue lors des essais techniques. La première étude visait les abonnés du *Quotidien* et cherchait à déterminer s'ils consentaient à passer d'un produit imprimé à un service électronique et s'ils y étaient prêts. Les deux tiers des répondants répondirent qu'ils utiliseraient un service électronique s'il leur était offert. L'étude de marché révéla également un fort degré de préparation technique chez les abonnés. Mais les moins réceptifs à l'idée d'un service électronique étaient les médias d'information — en particulier ceux basés à Ottawa.

La deuxième étude, menée auprès de non-abonnés dont le profil correspondait à celui des abonnés, cherchait à déterminer si l'offre d'un service électronique persuaderait ces non-abonnés à s'abonner. La moitié manifestèrent de l'intérêt pour un service électronique.

On planifia un autre essai technique à grande échelle pour voir si le système expérimental pouvait desservir simultanément un grand nombre d'utilisateurs. Mais le paysage

technologique avait évolué en 1993. Statistique Canada avait commencé à construire en parallèle un système polyvalent de diffusion en ligne appelé *StatCan en direct*. Le système pouvait prendre en charge tant les bases de données statistiques que textuelles. À la lumière des résultats des essais menés sur *Le Quotidien*, selon lesquels les systèmes polyvalents mieux pourvus exerçaient un plus grand attrait que les systèmes autonomes spécialisés, on décida que *StatCan en direct* serait le modèle technique à utiliser pour assurer la diffusion électronique du *Quotidien*. À ce moment-là, le Web d'Internet était encore en devenir.

L'essai à grande échelle effectué à partir de *StatCan en direct* s'est déroulé en 1994 et en 1995 et fut couronné de succès. Aucun nouveau problème technique ne se présenta et les participants vantèrent l'interface-utilisateur.

### Décision

Même si les essais et les études de marché n'avaient pas été complètement encourageants, les compressions budgétaires firent pencher la balance en faveur du passage à la diffusion à prépondérance électronique. À l'été de 1994, on décida que :

- *Le Quotidien* cesserait d'être offert par abonnement en version imprimée le 1<sup>er</sup> avril 1996. Un petit nombre d'exemplaires seraient imprimés pour être distribués aux médias d'information basés à Ottawa. L'un de plusieurs services électroniques du *Quotidien* ou un produit de rechange satisferait les besoins de tous les autres utilisateurs.
- jusqu'à son abandon, le prix de l'abonnement au *Quotidien* doublerait, à 240 \$ CAN, pour correspondre aux véritables coûts d'impression et de distribution et pour favoriser la transition vers le service électronique.
- *StatCan en direct* serait la principale plate-forme électronique pour les utilisateurs externes et pour le service officiel du *Quotidien*. Mais SC faisait maintenant l'essai d'une nouvelle technologie, le Web d'Internet, et l'on convint d'offrir également une version limitée du *Quotidien* sur ce service. Les médias auraient gratuitement accès au *Quotidien* sur *StatCan en direct*. Les autres utilisateurs allaient devoir s'abonner (contre 25 \$ CAN par mois) à *StatCan en direct* pour recevoir *Le Quotidien*. L'accès au *Quotidien* sur le Web naissant serait gratuit.
- un nouveau service d'information électronique pour les employés de Statistique Canada, appelé Réseau de communications internes, serait la plate-forme exclusive de diffusion du *Quotidien* aux utilisateurs internes.
- dans l'avenir, *Le Quotidien* serait offert sans frais sur tous les services. Statistique Canada ne chercherait pas à exercer son droit d'auteur sur *Le Quotidien*, mais il encouragerait plutôt activement la rediffusion par d'autres organisations afin d'atteindre le plus vaste auditoire possible.

La stratégie budgétaire à l'appui de ces décisions se fondait sur l'évitement des coûts. Après en avoir augmenté les frais d'abonnement, *Le Quotidien* rapporterait annuellement quelque 50 000 \$ et son édition imprimée coûterait 150 000 \$ en frais directs. Le 1<sup>er</sup> avril 1996, à la sortie de la nouvelle édition électronique gratuite, toutes les recettes

disparaîtraient, mais les coûts de production tomberaient à 50000 \$, entraînant des économies nettes de 50 000 \$.

### **Mise en œuvre**

Pour éviter la controverse, il était impératif que le nouveau système réponde aux besoins de tous les grands groupes d'utilisateurs. Il était tout aussi important de faire connaître les solutions de rechange aux utilisateurs tout au long de la transition pour veiller à ce que chacun puisse franchir en douceur, sans interruption de service ou pénalité financière, le pont vers l'une des options offertes. L'augmentation marquée du prix de l'abonnement à la version imprimée qui accompagna l'annonce de l'abandon du *Quotidien* imprimé contribua largement à rendre les utilisateurs plus ouverts aux services de rechange.

Les abonnés reçurent un certain nombre d'envois et d'autres communications entre mars 1995 et mars 1996. Toutes les communications avec les journalistes se faisaient par contact personnel, habituellement au téléphone.

La très grande majorité des médias d'information basés à Ottawa préférèrent continuer à recevoir la version imprimée. D'autres médias optèrent pour une variété de mécanismes incluant *StatCan en direct*, Internet et la transmission par télécopieur. Nous n'exigions de frais dans aucun de ces cas.

On encouragea les petites bibliothèques et les abonnés payants à étudier la possibilité de s'abonner à *Infomat*, un résumé hebdomadaire imprimé des communiqués de presse, comme solution de rechange au *Quotidien*. Les grandes bibliothèques finirent par privilégier Internet, ce qui améliorait le service tout en réduisant les coûts.

Certains utilisateurs externes se sont convertis à *Infomat* ou à *StatCan en direct*, mais la plupart finirent par opter pour Internet comme mécanisme de diffusion, réduisant encore leurs coûts tout en améliorant le service.

En août 1995, grâce au Réseau de communications internes, les employés de Statistique Canada avaient pratiquement tous accès au *Quotidien* au moment de sa diffusion. Sur le plan du service et de l'accès, cela représentait une amélioration de taille. Cette transition a également permis aux 220 abonnés internes de réaliser des économies, car à la différence de l'abonnement à la version imprimée, le nouveau service était gratuit.

Contrairement aux prévisions et pour un certain nombre de raisons, Internet a eu gain de cause sur *StatCan en direct*, devenant la principale plate-forme de diffusion du *Quotidien* électronique. Internet offrait plusieurs avantages :

- La technologie des serveurs de listes d'Internet permettait aux utilisateurs de s'abonner au *Quotidien* et de l'obtenir automatiquement tous les jours par courrier électronique sans aucuns frais.
- Les utilisateurs adoptaient rapidement la technologie Internet pour toutes sortes de raisons. *Le Quotidien* était l'un des nombreux services auxquels ils pouvaient accéder grâce à la technologie du Web, et les outils étaient puissants et, pour la plupart,

gratuits. Si les utilisateurs avaient accès au *Quotidien*, c'était, dans une certaine mesure, de manière accessoire à cause de leur usage principal d'Internet. *StatCan en direct*, en revanche, était une solution indépendante présentant sa propre courbe d'apprentissage et des coûts de démarrage non négligeables.

- L'utilisateur avait gratuitement accès au *Quotidien* s'il était déjà branché au réseau Internet, mais il devait payer un abonnement mensuel de 25\$ CAN pour le recevoir par l'intermédiaire de *StatCan en direct*.
- La technologie du Web se développait à une vitesse phénoménale qu'aucun système personnalisé ne pouvait suivre. Les lacunes des premiers outils de rédaction, de gestion et de recherche de pages Web furent vite comblées.

Le 1<sup>er</sup> avril 1996, quand *Le Quotidien* est officiellement devenu un service à prépondérance électronique, Internet, et plus précisément le Web, s'était imposé comme la principale plate-forme de diffusion du *Quotidien*.

La transition s'est faite, en bout de ligne, sans grande controverse. Au début, *Le Quotidien* n'était offert sur le site Web de SC qu'en format HTML. Certaines bibliothèques manifestèrent leur préférence pour un format qui, à l'impression, donnerait un résultat semblable à celui de l'ancien *Quotidien*. Statistique Canada s'est donc empressé d'ajouter ce format au site Web sous la forme d'un fichier Adobe Acrobat (.PDF), chargé tous les jours à l'heure de diffusion avec la version HTML.

### **Bases techniques**

Comme l'indiquent implicitement mes propos précédents, *Le Quotidien* est maintenant produit en plusieurs formats : en Postscript pour les versions imprimée, télécopiée et Adobe Acrobat (.PDF), en HTML (langage de balisage d'hypertexte) pour le site Web, en SGML (langage standard généralisé de balisage) pour *StatCan en direct* et en simple ASCII pour la version CANSIM et la version pour serveurs de listes Internet.

Le cycle de production du *Quotidien* dure exactement 24 heures. Les communiqués d'information remis pour 8 h sont diffusés dans *Le Quotidien* du lendemain. Les communiqués les plus importants, qui paraissent à date fixe, sont publiés à la date prévue même s'ils sont soumis après l'échéance normale de 8 h.

Produire cinq versions distinctes (et plusieurs variantes à vocation spéciale) en 24 heures (ce qui comprend le temps requis pour la révision et le contrôle de la qualité) tout en s'assurant de pouvoir apporter des changements jusqu'à 21 h la veille de la diffusion relève de la prouesse technique.

La multiplicité des versions a également exercé un impact négatif sur la version Internet principale. Les tableaux sont piètrement gérés dans la version HTML du *Quotidien*, qui n'utilise pas le balisage des tableaux de HTML, mais qui présente plutôt les tableaux comme du texte ASCII préformaté, ce qui les amène à «chevaucher» plusieurs lignes et pages.

Les développeurs de *StatCan en direct* ont adopté le format SGML comme base de construction et d'affichage des bases de données textuelles. Étant donné que *StatCan en direct* devait être la plate-forme de diffusion primaire du *Quotidien*, le format SGML fut également adopté pour la production du *Quotidien*.

La force du SGML tient au fait qu'il sépare la création d'un document de sa mise en forme pour différents produits à la sortie. Les documents sont décrits en fonction de composantes logiques et utiles (titre de communiqué, texte d'analyse principal, notes aux utilisateurs, graphiques, tableaux). Pour chaque version, on écrit une spécification de produit à la sortie afin de préciser le mode de présentation des composantes logiques, ce qui se fait dans le langage du support du produit à la sortie. Un ensemble de fichier de données peut générer un nombre pratiquement illimité de produits à la sortie, tous avec le même contenu, mais avec une présentation radicalement différente et sur différents supports.

La faiblesse du format SGML tient à sa lourdeur et à sa rigidité. Les composantes logiques qui ne sont pas prévues dans la définition du type de document ne peuvent être mises en forme ou manipulées de manière distincte des autres composantes. Pour introduire de nouvelles composantes logiques, il faut retoucher toutes les spécifications de produit à la sortie, ce qui peut nécessiter des mois de travail selon la complexité de l'exercice. La production de cinq variantes peut nécessiter un temps de traitement irraisonné, voire impossible, quand le document sous-jacent devient complexe.

Il a fallu exploiter les systèmes de production des versions SGML et imprimée en parallèle pendant des mois pour élaborer, mettre en œuvre, puis stabiliser le système de production en SGML jusqu'à ce qu'il produise avec fiabilité tous les produits à la sortie requis pour 8 h 30, heure de diffusion. Le 1<sup>er</sup> avril 1996, toutefois, le système était en place.

## **Aujourd'hui**

Le temps a largement validé les choix que nous avons faits entre 1992 et 1996 et *Le Quotidien* a été transformé en un produit électronique sans que ses objectifs ne changent.

Aujourd'hui, *Le Quotidien* est l'un des piliers du site Web de SC. Tous les jours, quelque 700 utilisateurs consultent la version HTML ou .PDF du *Quotidien* du jour. Bien qu'il nous soit impossible d'en connaître le nombre exact, nous savons tout de même que certains utilisateurs téléchargent *Le Quotidien* et le rediffusent dans leurs propres réseaux fermés. De nombreux autres parcourent les archives des numéros antérieurs à la recherche de communiqués sur le sujet qui les intéresse. Les archives des numéros déjà parus font maintenant office d'encyclopédie pour les utilisateurs du site.

*Le Quotidien* a été expressément conçu pour servir d'entrée principale sur le site. Les renvois à d'autres renseignements, produits et données de CANSIM intégrés dans les articles des communiqués sont maintenant des liens vivants menant à de l'information connexe se trouvant ailleurs sur le site Web. De plus, 1 300 utilisateurs reçoivent *Le*

*Quotidien* tous les jours par l'intermédiaire du serveur de listes Internet. L'usage du site Web et l'utilisation du *Quotidien* de SC continuent d'augmenter en tandem.

On a fait un effort substantiel pour faciliter la navigation dans *Le Quotidien* sur le site Web. De meilleurs moteurs de recherche ont été installés. Le calendrier de diffusion annuel de SC indique non seulement les communiqués à paraître, mais il fournit également, au moyen d'hyperliens, un accès rapide aux plus récents communiqués publiés pour les 27 principaux indicateurs économiques.

Statistique Canada a également utilisé le site Web pour faire connaître sa position sur les controverses entourant ses données, ses concepts et ses méthodes.

Bien que SC n'ait pas fait d'étude formelle à ce sujet, il y a suffisamment d'évidence non scientifique pour suggérer que les médias d'information régionaux se servent du site Web pour compléter la couverture des communiqués du Bureau effectuée par les agences de presse nationales. Jusqu'à maintenant, cette possibilité a fait l'objet de peu de promotion et le temps est mûr pour qu'on l'exploite davantage.

Les médias d'information basés à Ottawa demeurent récalcitrants à se procurer *Le Quotidien* par l'entremise du site Web. Dans un avenir prévisible, la version imprimée du *Quotidien* restera une composante nécessaire de la stratégie de diffusion de Statistique Canada.

En bref, l'édition électronique du *Quotidien* a donné à Statistique Canada la possibilité de s'adresser directement et avec ses propres mots à un auditoire à la fois plus vaste et croissant sans le filtrage implicite de la couverture médiatique. L'édition électronique a permis au Bureau de ramener à zéro le prix du *Quotidien* tout en améliorant la rapidité du service jusqu'à friser la perfection. Tout Canadien, où qu'il soit au pays, jouissant d'un service Internet — en fait n'importe qui branché au réseau Internet n'importe où dans le monde —, peut accéder au *Quotidien* à 8 h 30 pile, heure normale de l'Est, dès sa distribution aux médias nationaux. La couverture des médias régionaux est plus hétérogène en raison de la disponibilité immédiate du *Quotidien* dans Internet. De plus, tout cela s'est fait en réalisant des économies de 50000 \$ sur l'exploitation du *Quotidien*.

Il vaut la peine de noter que nous n'aurions probablement pas remporté ce succès n'eût été de l'arrivée du Web et de sa popularité énorme et immédiate comme moyen de communication. Ni l'une ni l'autre des solutions autonomes envisagées au départ lors des premières étapes de la transformation — c'est-à-dire les babillards électroniques et *StatCan en direct* — n'auraient pu offrir au *Quotidien* la vaste accessibilité dont il jouit maintenant. Trop peu de Canadiens s'intéressent suffisamment aux communiqués de SC pour que l'abonnement à un service personnalisé tarifé, même gratuit, ne donnant accès qu'aux données de SC eût été attrayant. Aujourd'hui, des millions d'internautes ont la possibilité d'accéder à notre site Web grâce à leur utilisation générale d'Internet et s'y rendent souvent par le truchement d'un lien trouvé lors d'une recherche effectuée ailleurs dans le Web.

## Demain

Même si Statistique Canada a réalisé en bonne partie les objectifs qu'il s'était donnés, il y a encore beaucoup de place à l'amélioration.

La plus grande lacune du service électronique tient au fait que nous avons simplement converti à l'électronique un produit essentiellement imprimé. Nous n'avons pas encore tiré avantage du support électronique, si ce n'est qu'en introduisant un petit nombre d'hyperliens menant à des produits et à des services connexes.

L'édition imprimée est fondamentalement linéaire, tandis que l'édition électronique est fondamentalement multidimensionnelle. Par exemple, les titres des communiqués pourraient être rattachés par des hyperliens à des descriptions de l'enquête sous-jacente. Les termes pourraient être reliés à leur définition et la définition au texte particulier de la ou des questions qui ont servi à calculer les variables. Des sommaires de haut niveau pourraient être reliés à des explications plus détaillées de points particuliers. Pourquoi choisir entre un tableau ou un graphique? Les deux peuvent être présents, mais visibles séparément. On peut empiler les tableaux pour les régions géographiques. L'édition électronique offre la possibilité d'aider les utilisateurs à comprendre notre information en leur donnant un accès immédiat et contextuel à de la méta-information.

En édition imprimée, l'espace coûte cher. En édition électronique, une copie maîtresse sert à tous. L'acquisition et l'exploitation d'un million de caractères d'espace disque coûtent quelques dollars. Outre le souci de produire des recettes, peu de choses empêchent de fournir davantage d'information au moment de la diffusion. Nous obtiendrions peut-être une plus grande couverture médiatique régionale si davantage de données régionales étaient offertes par l'entremise du *Quotidien* au moment de sa diffusion.

En édition imprimée, nous intégrons des éléments disparates en un tout. En édition électronique, nous devrions séparer ces éléments. À la page d'accueil de Statistique Canada, par exemple, les visiteurs sont invités à choisir la page «Nouvelles du *Quotidien* », puis ils doivent demander une entité intitulée «*Le Quotidien* d'aujourd'hui », qui renferme les principaux communiqués, des communiqués mineurs et une liste des produits diffusés. Nous ne leur donnons aucune idée du contenu du « *Quotidien* d'aujourd'hui ». Les utilisateurs du Web, qui ne sont pas familiers pour la plupart avec *Le Quotidien*, s'intéressent aux communiqués sur l'origine ethnique ou les finances des entreprises, ou aux listes des nouvelles publications, pas au contenant dans lequel on les présente. Cette information devrait être organisée pour être accessible rapidement, efficacement et séparément. Il faudra y repenser.

Afin d'économiser, il serait peut-être possible d'utiliser *Le Quotidien* non seulement comme l'organe de première diffusion des communiqués du Bureau, mais également comme l'unique mécanisme d'édition pour une vaste gamme de communiqués d'information d'intérêt spécialisé et limité.

D'un point de vue plus prosaïque, l'élaboration future doit également être axée sur le système de production actuel. Pour récolter les pleins fruits de l'édition électronique, il faudra se débarrasser des rigidités du système de production en SGML. En édition Web, en effet, il n'est souhaitable ni sur le plan organisationnel, ni sur le plan temporel, ni sur le plan spatial de séparer la création de la production; la technologie et le contenu, mariés efficacement, sont trop intimement entrelacés.

En édition électronique, il n'est pas nécessaire, pour être efficace, d'adopter tôt les toutes dernières innovations Web (comme Java, Dynamic HTML et les feuilles de style en cascade), qui ne sont accessibles qu'à une mince fraction de la communauté des internautes. Nous estimons en effet qu'une des forces du site Web de Statistique Canada vient de ce que nous nous tenons légèrement en retrait du courant principal, surtout en matière de contenu pour un vaste auditoire. Autrement dit, nous ne songerons à utiliser des techniques telles que JavaScript, Java, Dynamic HTML ou les feuilles de style que si nous sommes persuadés de leur compatibilité avec les navigateurs Web de la très grande majorité de nos utilisateurs. Grâce à cette stratégie, nous nous assurons que la technologie n'est pas une entrave à l'accès, car la plupart des utilisateurs n'utilisent pas les navigateurs Web de pointe et l'idée de télécharger et d'installer un module de navigateur à brancher les intimiderait.

## **Conclusion**

*Le Quotidien* de Statistique Canada est manifestement unique, mais sa transformation d'une publication imprimée à un service électronique nous a permis de dégager de grands principes d'application générale :

- On peut gagner en efficacité, atteindre un plus vaste auditoire et réduire les coûts en passant de l'édition imprimée à l'édition électronique.
- La transition peut se faire sans controverse à condition de ne jamais perdre de vue les besoins de l'auditoire primaire et de s'assurer de répondre aux besoins de chaque public important durant la transition. Il faut communiquer de façon exhaustive avec les utilisateurs et répéter l'exercice durant la période de transition.
- Internet, et plus précisément le Web, est la plate-forme de choix pour l'édition électronique. En exploitant ce réseau existant et en expansion rapide, les éditeurs minimisent les frais d'accès que doivent acquitter les utilisateurs et gagnent un riche coffre à outils d'édition. Aucun éditeur n'aurait les moyens de développer une solution aussi puissante, personnalisée et autonome.

L'édition électronique n'a toutefois pas livré son plein potentiel. La question à se poser n'est pas tant « Comment pouvons-nous offrir nos publications sur notre site Web? » que « Comment pouvons-nous utiliser la technologie Web pour diffuser notre information le plus efficacement possible? ». Pour réaliser ce potentiel, nous devons cesser de penser en fonction du passage des produits existants de l'imprimé à l'électronique et considérer plutôt l'édition électronique comme un média de plein droit présentant d'uniques et puissantes caractéristiques à exploiter.