



Consultations prébudgétaires
du gouvernement du Canada
en prévision du budget 2019

Août 2018

Recommandations

- Recommandation 1 : Rapidement, accorder une aide ponctuelle et globale à tous les médias écrits pour limiter les fermetures et les pertes d'emplois
- Recommandation 2 : Donner aux médias écrits quotidiens un accès au Fonds du Canada pour les périodiques
- Recommandation 3 : Accorder aux entreprises de presse canadienne un crédit d'impôt correspondant à 30 % des dépenses salariales liées à la production d'information
- Recommandation 4 : Permettre aux entreprises de presse constituées en OBNL d'obtenir un statut d'organisme de bienfaisance
- Recommandation 5 : Créer un comité de travail fédéral pour la mise sur pied d'un fonds destiné à la pérennité de la production d'information
- Recommandation 6 : Accorder une plus grande part de l'enveloppe des dépenses publicitaires gouvernementales aux médias écrits canadiens
- Recommandation 7 : Réviser la Loi sur l'impôt pour limiter les déductions sur les dépenses publicitaires faites sur les plateformes numériques étrangères et réinjecter les gains dans l'industrie de l'information
- Recommandation 8 : Revisiter la Loi sur les droits d'auteurs pour permettre une rémunération juste et équitable aux créateurs
- Recommandation 9 : Porter le financement de CBC/Radio-Canada à 43,50 \$ par habitant pour lui permettre de jouer pleinement son rôle
- Recommandation 10 : Supprimer les avantages fiscaux des plateformes numériques étrangères
- Recommandation 11 : Faire contribuer les services de programmation par contournement et les fournisseurs d'accès Internet au financement de la production de contenus
- Recommandation 12 : Consentir à la création d'un réseau indépendant de l'information qui assurerait notamment la gestion de fonds publics et de dons privés et la gestion des droits d'auteurs

La Fédération nationale des communications, qui regroupe 6000 travailleurs du secteur des communications et de la culture, est heureuse de participer aux consultations prébudgétaires, dont le thème est « La croissance économique, gage de la compétitivité du Canada » en proposant « des mesures encourageant les Canadiens et leurs entreprises à contribuer à l'essor de l'économie dans un contexte économique en mutation ».

Un financement juste, équitable et réaliste

Le rôle particulier des médias dans une société comme la nôtre n'est pas uniquement de promouvoir les valeurs sociales, politiques, juridiques et culturelles de notre pays, mais de faire en sorte qu'une population s'épanouisse dans le respect de ses droits et de ses obligations.

Notre industrie de la culture et des communications contribue de façon importante à l'économie du pays. En 2016, le PIB de la culture s'est chiffré à 53,8 G\$, représentant près de 3 % du PIB du Canada. Le secteur de la culture compte 652406 emplois, représentant 3,5 % de l'emploi total. **Parler de culture, c'est donc parler d'économie.**

Notre industrie canadienne des médias s'appuie sur différentes sources de financement publiques ou privées. Les subventions et les investissements publics des différents paliers de gouvernements sont à la base même de l'existence de notre industrie des médias. À ces fonds s'ajoutent différentes sources de revenus plus traditionnelles provenant de la vente de la publicité, de l'achat d'abonnements, d'investissements privés et de dons.

Aujourd'hui, nous devons plus que jamais réagir à la réalité de la révolution technologique qui fait l'objet d'une réflexion pancanadienne et qui touche les habitudes de consommation des produits culturels et d'information. L'offre médiatique se transforme en privilégiant la rapidité, l'accessibilité, la multiplicité des formats et l'indépendance des usagers.

Cette nouvelle réalité amène plusieurs pays à encadrer les services de programmation par contournement, les fournisseurs d'accès Internet (FAI) et les plateformes numériques. Certains pays ont eu le courage culturel et économique d'interpeller ces fournisseurs de services pour qu'ils deviennent des partenaires impliqués dans les industries qu'elles bouleversent. Le Canada doit également trouver sa voie d'action dans l'univers numérique, car nos industries nationales et locales sont fortement ébranlées.

Le monde des communications est brusquement passé d'un espace national régulé où l'intérêt collectif et la défense des droits du citoyen étaient considérés, pour se transformer de plus en plus en une économie internationale non réglementée et dominée par des quasi-monopoles technologiques. Cette réalité leur confère un pouvoir économique immense, notamment dans leur capacité à repousser ou à absorber les éventuels concurrents, défiant ainsi toutes les lois antitrust et menaçant nos médias d'information, notre culture et l'ensemble de l'économie, de plus en plus dématérialisée. Ainsi, si une taxe juste et raisonnable pouvait être imposée à ces sociétés, les revenus seraient impressionnants. Selon la fiscaliste Marwah Rizqy, seulement pour Netflix, Ottawa et les provinces se privent d'un manque à gagner de 100 M\$.

Les mesures proposées dans ce document reprennent les recommandations déjà présentées au gouvernement canadien pour les médias écrits, la production et de la diffusion de contenus québécois et canadiens, piliers de notre identité culturelle et de la vitalité économique du pays.

La presse écrite

Les médias écrits se trouvent en situation de crise et à la lumière des récentes fermetures et pertes d'emplois, nous devons insister sur l'urgence d'agir. Nous n'avons plus le luxe du temps. De nouvelles mesures doivent prendre forme dès le prochain budget. Voici ce que nous suggérons :

1. Étendre l'accès au Fonds du Canada pour les périodiques et la mise en place de crédits d'impôt sur la masse salariale.

Le Fonds des périodiques du Canada permet actuellement de financer la presse écrite non quotidienne payante. Le Fonds, doté d'une enveloppe totale de 75 M\$ annuellement, offre une cotisation ou une subvention. L'intégration des journaux quotidiens et hebdomadaires gratuits à l'admissibilité de ce fonds, jumelée à une bonification conséquente de son portefeuille pourrait présenter une importante voie d'aide du gouvernement fédéral à la presse écrite canadienne.

Cela pourrait prendre la forme d'un crédit d'impôt remboursable sur la masse salariale favorisant la préservation et la création de centaines d'emplois, essentiels à l'existence d'une presse libre, professionnelle et jouant pleinement son rôle.

2. De nouvelles approches pour la publicité.

Malgré un élargissement du lectorat, la presse écrite est menacée par la perte d'une part importante de ses revenus publicitaires au profit des plateformes telles Google et Facebook qui dominent et contrôlent la circulation de l'information en ligne. Un accès libre et gratuit ne signifie pas que le contenu ne représente aucun coût de production, au contraire.

Pour assurer la pérennité de l'information journalistique de qualité, tout en développant de nouveaux modèles d'affaires, il est nécessaire de développer des stratégies pour favoriser un partage plus équitable des recettes publicitaires. Le gouvernement peut agir dès maintenant pour améliorer le niveau de revenus publicitaires des journaux canadiens. Voici trois mesures :

- **Les dépenses publicitaires du gouvernement du Canada :** Tout en adaptant les pratiques de placements publicitaires aux habitudes des Canadiennes et Canadiens, aujourd'hui tournés vers le numérique, le gouvernement fédéral qui se dit préoccupé par l'avenir des médias, doit investir en premier lieu dans les entreprises canadiennes plutôt que dans les grandes plateformes étrangères qui ne contribuent aucunement à la fiscalité ou à la production d'informations locales et régionales.
- **Révision de la Loi sur la déductibilité de la publicité sur Internet :** Aujourd'hui, une entreprise qui achète de la publicité sur Facebook, Google ou YouTube bénéficie des mêmes avantages fiscaux que lorsqu'elle achète sur des médias locaux. Cette section de la Loi de l'impôt sur le revenu n'a pas été révisée depuis l'essor d'Internet. Selon une estimation très prudente, 10 % des dépenses publicitaires pourraient revenir aux médias canadiens si la loi était changée. Les médias canadiens rapatrieraient ainsi entre 250 et 450 M\$ dans leurs coffres.
- **Un crédit d'impôt pour la diffusion publicitaire :** Pour encourager les annonceurs à privilégier les placements publicitaires sur les plateformes numériques d'ici, nous proposons l'instauration d'un crédit d'impôt pour la diffusion publicitaire canadienne.

3. Permettre aux entreprises de presse d'obtenir un statut d'organisme de bienfaisance

L'obtention d'un statut d'organisme de bienfaisance permettrait aux médias écrits constitués en OBNL d'obtenir des dons éligibles aux crédits d'impôt. Par conséquent, nous recommandons au gouvernement de modifier la Loi et les Règlements sur les organismes de bienfaisance pour les rendre éligibles.

4. L'application de règles en matière de droits d'auteurs et de droits moraux pour les journalistes, les éditeurs et les agences de presse

Les œuvres des journalistes indépendants ou des employés des agences de presse sont éligibles à la Loi sur le droit d'auteur. Néanmoins, une grande partie de l'utilisation de ces œuvres n'est pas rétribuée par les responsables des plateformes de diffusion. Cela signifie que ces créateurs et les éditeurs perdent des revenus au profit des GAFAs qui s'enrichissent en exploitant la propriété intellectuelle d'autrui. Le droit moral visant l'intégrité de l'œuvre et la protection de sa pureté est trop souvent ignoré dans ce nouveau monde des communications. Cette loi doit être revue pour protéger l'œuvre et la rémunération qui en découle.

La production et diffusion des contenus

Les Canadiens ont accès à 700 services de télévision canadiens et étrangers. Le choix est vaste, la compétition très forte et la diversité à la hauteur de nos attentes. Cette industrie de 4,1 G\$ est un moteur économique essentiel pour le pays et est la pierre angulaire de nos industries culturelles.

Le Canada doit continuer à créer de la richesse culturelle, de la propriété intellectuelle de qualité pour les gens d'ici, mais aussi pour les pays étrangers. Le marché international représente une valeur essentielle dans le financement de notre industrie avec ses effets positifs sur l'économie canadienne et sa présence dans le monde.

Les composantes publiques et privées de notre industrie sont essentielles à l'identité de notre système de radiodiffusion et représentent l'approche que le Canada a choisie pour plusieurs autres secteurs de l'économie. Il ne faudrait pas que certaines décisions mettent en danger la spécificité même de notre système.

Par exemple, la décision de réduire l'obligation pour les diffuseurs privés de diffuser du contenu canadien durant la journée à 35 %, l'abolition de l'approche des bouquets et la disparition du FAPL, ont été des décisions déstabilisantes pour notre système et des pertes financières pour notre radiodiffuseur public.

Par conséquent, nous proposerons deux mesures :

1- Augmentation du financement public de CBC/Radio Canada

Le Canada vient au 16^e rang sur 18 des pays de l'OCDE pour le financement de la radiodiffusion publique par habitant. À 34 \$ par habitant le financement de la radiodiffusion publique au Canada est de 60 % inférieur à la moyenne des 18 pays occidentaux à l'étude, qui s'élevait à 82 \$.

Nous recommandons au gouvernement d'augmenter la part des impôts payés par les contribuables à 43,50 \$ par habitant. Cet investissement serait payant pour l'économie et pour la culture du pays.

2- Convertir la menace technologique en opportunité

Collectivement, nous devons assurer que l'information journalistique continuera de jouer son rôle de contre-pouvoir et de bien public essentiel au bon fonctionnement de notre société, et ce malgré les bouleversements économiques provoqués par l'arrivée des géants du Web sur le marché. Il nous faut donc adopter une vision innovante pour la réorganisation d'un écosystème de financement, tout en s'appuyant sur des approches passées qui ont fonctionné, notamment dans le domaine de la télévision. Les revenus se trouvant désormais du côté des contenants (fournisseur d'accès Internet, plateformes de diffusion, bande passante, etc.), ceux-ci doivent participer au financement des contenus essentiels à notre démocratie et à notre cohésion sociale.

La création d'un réseau indépendant de l'information formé en OBNL permettrait aux éditeurs québécois et canadiens de mettre en commun certains moyens afin d'augmenter leurs revenus, de les répartir adéquatement et de limiter les dépenses. L'organisme aurait comme fonction d'offrir aux différents acteurs :

- La gestion d'un Fonds de pérennité des journaux, de fonds publics et de dons privés
- L'implantation et l'administration d'une Société de gestion des droits d'auteur
- Un service de soutien au virage numérique
- Un service technique et administratif

Cette avenue s'inscrit dans la volonté du gouvernement fédéral et notamment dans sa décision d'accorder 50 M\$ à la presse locale en confiant à des organisations non gouvernementales indépendantes, l'administration de fonds tout en préservant l'indépendance de la presse.

Nous demandons au gouvernement de consentir à la création de ce réseau et de lui donner les moyens d'exercer son rôle.