



RÉPONSE DU GOUVERNEMENT AU SIXIÈME RAPPORT DU COMITÉ
PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN INTITULÉ BOULEVERSEMENTS
DANS LE PAYSAGE MÉDIATIQUE CANADIEN : UN MONDE EN
TRANSFORMATION

16 OCT. 2017

L'honorable Hedy Fry, C.P., députée
Présidente, Comité permanent du patrimoine canadien
Chambre des communes
Ottawa (Ontario)
K1A 0A6

Madame la Présidente,

Conformément à l'article 109 du Règlement de la Chambre des communes, le gouvernement du Canada a le plaisir de répondre au sixième rapport du Comité permanent du patrimoine canadien (le Comité) intitulé *Bouleversements dans le paysage médiatique canadien : un monde en transformation*, présenté à la Chambre des communes le 15 juin 2017.

Le gouvernement du Canada tient à remercier les membres du Comité pour leur travail acharné à la rédaction du rapport et à la formulation des recommandations. Nous sommes reconnaissants à tous ceux qui ont témoigné devant le Comité pour exprimer leurs points de vue et lui faire part d'observations et de conseils d'experts.

Le gouvernement reconnaît le rôle de premier plan que jouent les médias et le journalisme dans la société canadienne et particulièrement, leur rôle en tant que piliers essentiels de notre processus démocratique. La création et la diffusion de nouvelles et d'information locales, régionales, nationales et internationales sur les plateformes traditionnelles et numériques revêtent une grande importance pour les Canadiens. Parallèlement, le gouvernement du Canada reconnaît les défis que pose l'essor des médias et des plateformes numériques, surtout à l'égard des modèles d'affaires et des sources de revenus des médias traditionnels.

Dans une allocution prononcée à la fin de septembre, la ministre du Patrimoine canadien a énoncé l'adoption d'une approche tournée vers l'avenir pour favoriser la croissance et le renforcement des industries culturelles et créatives du Canada. Cette approche appuiera les créateurs canadiens, reflétera la diversité culturelle canadienne, favorisera une démocratie saine et suscitera l'innovation sociale et économique.

L'approche permettra de préparer le terrain pour les changements à venir dans les lois, les politiques, les stratégies et les programmes.

Le gouvernement a soigneusement examiné le sixième rapport du Comité permanent du patrimoine canadien intitulé *Bouleversements dans le paysage médiatique canadien : un monde en transformation*. Le travail du Comité a été important pour nous et nous en tenons compte. Le gouvernement prend des mesures qui appuient les voies identifiées dans le rapport du Comité.

Le gouvernement du Canada donnera suite aux recommandations préconisées par le Comité en les regroupant sous cinq thèmes, à savoir : 1) Soutien au contenu des nouvelles et au contenu journalistique; 2) Un marché équitable, efficace et concurrentiel; 3) Recommandations relatives aux mesures fiscales; 4) Le système de radiodiffusion; 5) Diffusion d'information par les institutions fédérales.

Le gouvernement continue de respecter l'indépendance des conseils de presse et des journalistes, notamment dans l'application des lignes directrices actuelles en matière d'éthique.

Soutien au contenu des nouvelles et au contenu journalistique (Recommandations n^{os} 1, 2 et 7)

Le gouvernement du Canada reconnaît qu'un écosystème médiatique dynamique, local et fiable est un pilier de la démocratie. C'est pourquoi chaque année, 74,8 millions de dollars sont versés par l'intermédiaire du Fonds du Canada pour les périodiques (FCP) afin de donner aux Canadiens accès à du contenu canadien varié dans les magazines imprimés à diffusion payée, les journaux non quotidiens à diffusion payée ainsi que les périodiques numériques. En 2017-2018 seulement, 368 journaux non quotidiens ont reçu du Fonds plus de 17 millions de dollars.

Le FCP est composé de trois volets : Aide aux éditeurs (71,3 millions de dollars), Innovation commerciale (1,5 million de dollars) et Initiatives collectives (2 millions de dollars). Ces trois volets visent à permettre aux périodiques canadiens de surmonter les désavantages du marché. Le volet Aide aux éditeurs donne aux éditeurs la souplesse nécessaire pour utiliser le financement accordé selon leurs besoins, y compris d'investir dans la création de contenu numérique et l'élaboration de modèles d'affaires numériques. Comme le sait le Comité, le volet Innovation commerciale encourage l'adaptation aux conditions changeantes du marché grâce à l'innovation, tandis que le volet Initiatives collectives soutient les associations qui travaillent à renforcer la viabilité générale des industries canadiennes des magazines imprimés et des journaux non quotidiens.

En plus d'appuyer la création ainsi que le développement des affaires, des mesures du FCP encouragent la diversité dans l'écosystème des périodiques. Par exemple, les éditeurs qui s'adressent aux publics autochtones, aux minorités ethnoculturelles, aux

lesbiennes, gais, bisexuels ou transgenres (LGBT) et aux minorités de langue officielle bénéficient d'une plus grande aide financière et de critères d'admissibilité particuliers accroissant leur accès au programme. En 2017-2018, le FCP a fourni du soutien à 38 journaux de communautés ethnoculturelles et à 13 journaux de communautés autochtones. Les périodiques financés ont été publiés dans 39 langues autres que l'anglais et le français, et plusieurs dans des langues autochtones. Il existe par ailleurs un complément au soutien du FCP pour les périodiques des minorités de langue officielle, soit le volet Vie communautaire du programme Développement des communautés de langue officielle. Ce dernier est administré par la Direction générale des langues officielles et appuie financièrement les médias de langue officielle, y compris les journaux communautaires, afin de favoriser la vitalité des communautés.

Le gouvernement reconnaît que les médias d'information doivent relever des défis qui touchent l'ensemble de l'industrie à l'heure où ils doivent s'adapter aux changements technologiques et démographiques, aux préférences du public et à la concurrence pour l'obtention des recettes publicitaires. En 2015, une évaluation du FCP a établi que le Fonds a contribué à la viabilité de l'industrie canadienne des périodiques, mais qu'il devrait continuer à évoluer compte tenu des défis structurels croissants. Les responsables du FCP explorent les options qui permettraient de mieux répondre aux besoins des périodiques canadiens de sorte qu'ils puissent continuer à informer, divertir et éduquer les Canadiens à l'échelle du pays.

Le gouvernement du Canada tient à établir une relation renouvelée, de nation à nation, avec les peuples autochtones, fondée sur la reconnaissance des droits, le respect, la collaboration et le partenariat, et nous reconnaissons qu'une représentation accrue des points de vue autochtones dans toute la gamme des arts et des médias est un aspect important de la réconciliation. Dans ce contexte, nous prenons au sérieux les recommandations du Comité qui portent sur les questions autochtones.

En ce qui concerne la recommandation à propos du Réseau de télévision des peuples autochtones (APTN), nous soulignons qu'APTN est une organisation privée indépendante du gouvernement. Le gouvernement ne fait donc pas de commentaires sur les particularités de cette recommandation et continue à respecter l'indépendance d'APTN. Le Comité est invité à discuter de cette recommandation directement avec APTN.

Un marché équitable, efficace et concurrentiel (Recommandations n^{os} 3, 12, 13, 17, 20)

Le gouvernement reconnaît l'importance d'un marché des télécommunications équitable, efficace et concurrentiel pour favoriser l'innovation et tirer profit des possibilités qu'offre la technologie numérique. L'accès à des services Internet à large bande abordables, en particulier dans les régions rurales et éloignées, est essentiel à la participation des Canadiens à l'économie numérique.

Par conséquent, le gouvernement du Canada convient qu'Innovation, Sciences et Développement économique Canada (ISDE) et le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) doivent poursuivre leurs efforts pour améliorer l'accès à des services Internet abordables partout au pays. À cette fin, le gouvernement concentre ses efforts sur trois objectifs principaux, à savoir la qualité, la couverture et les prix. Des mesures précises sont prises afin de réaliser ces objectifs.

Le programme Brancher pour innover prévoit un investissement de 500 millions de dollars d'ici 2021 afin d'étendre et d'améliorer l'accès aux services à large bande dans les régions rurales et éloignées. Le budget de 2017 propose un investissement de 13,2 millions de dollars dans un nouveau programme d'accès abordable qui aidera les fournisseurs de services à offrir des forfaits Internet à domicile à faible coût aux familles à faible revenu intéressées.

Par ailleurs, en décembre 2016, le CRTC a publié une décision dans laquelle il a classé les services Internet à large bande comme des services de télécommunication de base, a établi de nouveaux objectifs en matière de large bande et a annoncé un nouveau fonds de 750 millions de dollars pour permettre d'atteindre ces objectifs. Affaires autochtones et du Nord Canada et Infrastructure Canada administrent également des programmes d'infrastructure qui appuient le développement de la large bande dans les collectivités.

La recommandation du Comité visant à générer des recettes en augmentant les redevances liées à la distribution de radiodiffusion grâce à la perception de sommes pour la distribution à large bande irait à l'encontre du principe de l'accès abordable. L'Internet ouvert est un important catalyseur de l'innovation qui favorise la croissance économique, l'entrepreneuriat et les changements sociaux au Canada et partout dans le monde. La prospérité future des Canadiens repose sur l'accès à un Internet ouvert où les Canadiens peuvent en toute liberté innover, communiquer et consulter le contenu de leur choix en conformité avec les lois canadiennes. Par conséquent, le gouvernement n'a pas l'intention d'augmenter la redevance actuellement imposée aux entreprises de distribution de radiodiffusion.

Le gouvernement du Canada partage le point de vue du Comité selon lequel des médias libres et indépendants constituent un pilier d'une société libre et démocratique. Toutefois, la question du maintien de la diversité des voix dans les médias canadiens se pose non seulement dans le contexte des fusions, mais aussi en ce qui concerne les faillites, le retrait unilatéral d'un participant au marché d'une région ainsi que les médias dont le modèle opérationnel repose principalement sur la communication d'informations préparées par d'autres, comme les agences de presse.

Par conséquent, la recommandation du Comité selon laquelle une fusion d'entreprises médiatiques nécessite un examen de la diversité des voix ne s'appliquerait vraisemblablement qu'à un sous-ensemble de cas où la diversité des voix est susceptible d'être touchée dans une industrie en évolution rapide. En outre, les nouvelles et les informations diffusées sur Internet jouent un rôle de plus en plus important dans la communication de l'information aux Canadiens et contribuent à la diversité des voix.

Le gouvernement appuie le démarrage de nouvelles entreprises. Par exemple, la nouvelle organisation Innovation Canada coordonne et simplifie le soutien offert aux entreprises canadiennes, y compris les nouvelles entreprises dans le domaine des médias numériques, pour les aider à croître et à prospérer. Le Service de croissance accélérée apporte un soutien ciblé aux entreprises en forte croissance, et toutes les entreprises du domaine des médias numériques peuvent présenter une demande de financement dans le cadre du nouveau Fonds stratégique pour l'innovation. Ces efforts viennent compléter les programmes offerts par d'autres organismes gouvernementaux, comme la Banque de développement du Canada, les organismes de développement régional et le ministère du Patrimoine canadien, ainsi que par les gouvernements provinciaux et territoriaux.

Les fonds relatifs aux initiatives et priorités fédérales proviennent du Fonds du revenu consolidé, plus particulièrement de sources de revenus existantes. En outre, les enchères du spectre visent à mettre une précieuse ressource publique à la disposition des fournisseurs de service afin qu'ils puissent offrir des services mobiles de prochaine génération, tout en garantissant que l'utilisation du spectre génère un rendement équitable pour les Canadiens. Le produit des ventes aux enchères du spectre est versé au Fonds du revenu consolidé.

Le soutien à la création et au développement d'entreprises contribue à la diversité des voix dans le paysage médiatique sans imposer de nouvelles restrictions quant au fonctionnement des entreprises. L'évaluation de la diversité des voix dans les transactions effectuées sur le marché canadien est une tâche complexe compte tenu de la vaste gamme de transactions possibles. Le Bureau de la concurrence n'est pas à même d'accomplir cette tâche, notamment en raison du nombre limité de transactions qu'il examine et de son mandat économique global.

Recommandations relatives aux mesures fiscales (Recommandations n^{os} 4, 5, 6, 19)

Le gouvernement tient compte des recommandations du Comité visant à modifier des éléments du régime fiscal, et évalue et examine les répercussions de l'économie numérique sur le régime fiscal canadien. Comme le sait le Comité, les modifications au régime sont généralement apportées et annoncées dans le cadre du processus budgétaire.

Le gouvernement tient compte de la recommandation du Comité visant à modifier les articles 19, 19.01 et 19.1 de la *Loi de l'impôt sur le revenu* afin d'autoriser

la déduction des frais de publicité sur les plateformes numériques. En général, les entreprises peuvent déduire de leur revenu imposable toute dépense raisonnable engagée pour générer des revenus, y compris les frais de publicité.

Les dispositions des articles 19, 19.01 et 19.1 de la *Loi de l'impôt sur le revenu* sont des exceptions à la règle, car elles limitent la déductibilité des frais de publicité liés aux annonces publiées dans des journaux et des périodiques et celle des dépenses engagées pour de la publicité faite par des entreprises de radiodiffusion lorsque ces annonces et cette publicité sont essentiellement destinées au marché canadien. Plus particulièrement, les articles 19 et 19.1 de la *Loi de l'impôt sur le revenu* prévoient que les frais de publicité relatifs aux annonces publiées dans des journaux étrangers et les dépenses engagées pour de la publicité faite par des entreprises étrangères de radiodiffusion ne sont pas déductibles, alors que l'article 19.01 limite la déductibilité des frais de publicité à 50 pourcent dans le cas d'une annonce publiée dans un périodique comprenant moins de 80 pourcent de contenu canadien, quelle que soit la nationalité du propriétaire. Par conséquent, il est permis de déduire les frais de publicité sur toutes les plateformes numériques.

Le gouvernement tient compte de la recommandation visant à assujettir les agrégateurs de nouvelles étrangers aux mêmes obligations fiscales que les fournisseurs canadiens. L'émergence et la croissance rapide de l'économie numérique présentent des défis pour les régimes fiscaux de tous les pays, dont celui du Canada. Le ministère des Finances étudie la question.

Le gouvernement du Canada tient compte de la recommandation du Comité visant à offrir un crédit d'impôt qui rembourserait une partie des investissements en capital et en main-d'œuvre effectués en médias numériques par les entreprises de presse écrite, ainsi que la recommandation visant à modifier la définition d'organisme de bienfaisance enregistré dans la *Loi de l'impôt sur le revenu*.

Le gouvernement appuie le secteur des organismes de bienfaisance en offrant un des incitatifs fiscaux pour les dons de bienfaisance qui figurent parmi les plus généraux au monde. À l'heure actuelle, il existe environ 86 000 organismes de bienfaisance, et l'aide fiscale fédérale associée aux incitatifs pour les dons de bienfaisance devrait se chiffrer à 3,6 milliards de dollars en 2017.

La *Loi de l'impôt sur le revenu* ne définit pas le terme « organisme de bienfaisance », mais une définition a été établie dans la *common law*. En général, selon la *common law*, les organismes de bienfaisance doivent se consacrer au soulagement de la pauvreté, à l'avancement de l'éducation ou de la religion, ou à d'autres fins considérées par les tribunaux comme étant utiles à la société.

Il n'est pas certain que le fait de modifier la *Loi de l'impôt sur le revenu* afin d'inclure les organismes médiatiques à but non lucratif et les fondations parmi les

organismes de bienfaisance permettrait d'appuyer efficacement les médias à but non lucratif.

Le système de radiodiffusion

(Recommandations n^{os} 8, 9, 10, 11, 14, 15)

Le gouvernement reconnaît l'engagement du CRTC et de CBC/Radio-Canada à s'assurer que les Canadiens ont accès à l'information locale et à un contenu créatif qui représente notre pays, son identité unique et sa diversité. Ces deux institutions jouent un rôle fondamental afin d'assurer que les Canadiens ont accès à des programmes de nouvelles et d'information qui répondent à leurs besoins et appuient une démocratie saine.

Le CRTC est l'autorité publique indépendante qui est responsable de la réglementation et de la surveillance du système de radiodiffusion du Canada. Les recommandations adressées au CRTC seront portées à l'attention de la Commission pour examen.

Le 15 juin 2016, le CRTC a publié sa décision sur la programmation télévisuelle locale et communautaire. Afin de donner l'assurance que les stations de télévision locales disposent des ressources financières pour continuer à diffuser des nouvelles et des informations locales de grande qualité, le CRTC a rééquilibré les ressources déjà présentes dans le système de radiodiffusion en autorisant qu'une partie des contributions réservées à l'expression locale soit consacrée à la production de nouvelles locales sur des chaînes de télévision locale.

En outre, à partir du 1^{er} septembre 2017, le Fonds pour les nouvelles locales indépendantes du CRTC permet aux stations indépendantes d'accéder à quelque 23 millions de dollars afin de produire des nouvelles locales de qualité.

Les stations commerciales de langue anglaise sont tenues de diffuser au moins 7 heures par semaine de programmation locale dans les marchés non métropolitains et au moins 14 heures par semaine dans les marchés métropolitains. Les obligations à l'égard de la programmation locale pour les stations commerciales de langue française sont pour leur part évaluées au cas par cas, en utilisant un point de référence d'au moins 5 heures de programmation locale par semaine.

Afin que les Canadiens continuent à bénéficier des avantages d'une perspective locale sous la forme de nouvelles locales, le CRTC exige qu'un seuil minimal de programmation locale soit consacré à des nouvelles locales. Plus particulièrement, tous les titulaires de licence seront tenus de diffuser un seuil minimal de nouvelles locales, en plus d'appliquer un pourcentage sur leurs revenus de l'année précédente à une telle programmation. Les seuils de diffusion et de dépenses seront à déterminer lors du renouvellement des licences en se basant sur les seuils historiques.

Le gouvernement reconnaît aussi les engagements des radiodiffuseurs privés aux nouvelles locales. Lors du dévoilement de leurs programmations pour 2017-2018, Bell, Rogers et Shaw ont tous annoncé l'expansion de leurs couvertures des nouvelles locales.

Dans le Budget de 2016, le gouvernement a réaffirmé son engagement à l'égard de CBC/Radio-Canada et son importance en y réinvestissant 675 millions de dollars sur cinq ans. CBC/Radio-Canada a indiqué que ce réinvestissement lui permettra de poursuivre la mise en œuvre de sa stratégie de programmation locale en donnant la priorité au numérique et de réinvestir dans des services locaux où des nouvelles locales en direct sont maintenant présentées 7 jours par semaine, grâce à une programmation adaptée aux différents moments de la journée.

L'un des moyens novateurs que développe CBC/Radio-Canada à titre de radiodiffuseur public national dans le cadre du renouvellement des auditoires consiste à lancer RAD, un projet d'espace créatif où se pratique le journalisme à l'aide de technologies numériques et harmonisées à sa mission de trouver de nouveaux moyens de traiter les nouvelles et les affaires publiques et de rassembler les générations plus jeunes. Par ailleurs, Radio-Canada a récemment créé deux postes de journaliste national en Alberta et en Acadie dans le but de communiquer des nouvelles locales dans les collectivités francophones canadiennes. CBC/Radio Canada établit également des ententes de partenariat afin d'élargir la portée de sa programmation de nouvelles.

Pour assurer le suivi du réinvestissement, CBC/Radio-Canada a mis au point des indicateurs de rendement précis quant au réinvestissement additionnel, qui permettra de mesurer l'impact différentiel du nouveau financement sur deux priorités clés, soit accroître sa présence numérique et améliorer les services sur les marchés locaux. Les résultats obtenus seront communiqués au gouvernement et aux Canadiens à la fin de chaque année dans le Sommaire du Plan d'entreprise et le rapport annuel de la Société.

Le gouvernement du Canada s'attend à ce que, conformément au mandat de CBC/Radio-Canada, sa programmation reflète la globalité canadienne et rende compte de la diversité régionale du pays tant à l'échelon national que régional, que la Société contribue activement à l'expression culturelle et à l'échange des diverses formes qu'elle peut prendre et qu'elle tienne compte du caractère multiculturel du Canada.

CBC/Radio-Canada est également une société d'État indépendante, dont la haute direction est chargée de ses activités quotidiennes, y compris sa programmation. Alors qu'il revient à la Société de tenir compte de ces recommandations d'une façon qu'elle juge appropriée, le gouvernement du Canada s'attend à ce que CBC/Radio-Canada tienne compte du travail acharné du Comité et qu'elle se penche sur les recommandations formulées dans le rapport. Le gouvernement inviterait le Comité à poursuivre directement ses échanges avec la Société au sujet de ces recommandations.

De plus, tenant compte qu'en « cette ère numérique, les industries médiatiques canadiennes, ainsi que les systèmes qui assurent la diffusion et l'échange d'idées, évoluent de manière fondamentale » et afin de garantir « que les Canadiens continuent à profiter d'un Internet ouvert et innovateur », le gouvernement s'est engagé, dans le cadre du Budget 2017, à examiner et moderniser la *Loi sur la radiodiffusion* et la *Loi sur les télécommunications*. Le Budget annonçait que l'examen inclurait des questions comme la création de contenu à l'ère numérique, la neutralité d'Internet et la façon d'assurer un avenir plus solide aux médias canadiens et à la création de contenu canadien.

Diffusion d'information par les institutions fédérales
(Recommandation n° 16)

Il incombe au gouvernement du Canada de communiquer avec les Canadiens, dans la langue officielle de leur choix, de façon à protéger leurs intérêts et à favoriser leur bien-être, et à faire la promotion du Canada en tant que pays prospère, diversifié et accueillant.

L'utilisation de nouvelles approches en matière de communications, notamment des technologies numériques, conjointement avec des modes de communication traditionnels, permet au gouvernement du Canada d'optimiser les communications avec les Canadiens et d'assurer leur participation de façon efficace et efficiente. La Politique sur les communications et l'image de marque, et ses instruments connexes, comprennent des exigences de sorte que les produits et activités de communications soient adaptés aux besoins et aux intérêts particuliers des populations régionales et des communautés multiculturelles et autochtones. Au surplus, les ministères du gouvernement fédéral font appel à diverses approches en matière de communications dans le but de promouvoir les politiques, les programmes, les services et les initiatives du gouvernement et d'informer les Canadiens de leurs droits et responsabilités en vertu des lois, y compris de collaborer avec les médias de façon proactive.

Alors que le gouvernement du Canada est déterminé à entrer en contact avec les collectivités ethnoculturelles et autochtones, et de langue officielle, le Fonds du Canada pour les périodiques est un moyen plus direct et personnalisé de soutenir les journaux communautaires.

Le gouvernement du Canada souhaite souligner le travail accompli par les membres du Comité permanent et exprimer de nouveau ses remerciements à leur endroit. Croyez que le gouvernement prend les recommandations très au sérieux.

Veillez agréer, Madame la Présidente, l'expression de nos sentiments les meilleurs.



L'honorable Mélanie Joly, C.P., députée
Ministre du Patrimoine canadien



L'honorable Navdeep Singh Bains, C.P., député
Ministre de l'Innovation, des Sciences et du Développement économique



L'honorable William Francis Morneau, C.P., député
Ministre des Finances