

Niveler les règles du jeu pour l'écosystème des médias d'information du Canada

« C'est une question d'équité : ceux qui bénéficient de l'écosystème canadien doivent aussi y contribuer, qu'ils opèrent dans le secteur de la radiodiffusion ou qu'ils participent au partage de contenu de nouvelles. »

« Cela signifie qu'il faut veiller à ce que notre environnement en ligne ne désavantage pas indûment les éditeurs de médias d'information canadiens et leur permette de continuer à faire leur travail indispensable, qui consiste à autonomiser et à informer nos communautés, en temps de crise et bien au-delà, au profit de notre démocratie... »

L'honorable Stephen Guilbeault, ministre du Patrimoine canadien

Qui nous sommes

Autrefois connu sous le nom de Journaux Canadiens, **Médias d'Info Canada** représente des centaines de journaux de confiance dans chaque province et territoire – y compris journaux locaux et multiculturels. Nous sommes la voix de l'industrie de la presse écrite et des médias numériques au Canada.

Le défi auquel nous sommes confrontés

Depuis leur création, les journaux canadiens ont appuyé et soutenu le journalisme de qualité grâce aux recettes publicitaires. Pourtant, pratiquement tous nos médias numériques sont aujourd'hui confrontés à une menace existentielle en raison des pratiques anticoncurrentielles des géants du web que sont Facebook et Google.

- Ces deux géants mondiaux contrôlent 80% de tous les revenus publicitaires.
- Ils utilisent leur contrôle monopolistique non seulement pour détourner la publicité des journaux, mais aussi pour détourner les millions de recettes publicitaires qu'ils placent sur les sites des journaux.
- Même lorsque les annonceurs paient spécifiquement pour faire de la publicité sur les sites des journaux, Google et Facebook utilisent leur position dominante sur le marché pour garder la plus grande part des revenus publicitaires qui devraient revenir aux propriétaires des sites.
- Ils accumulent des données sur les lecteurs et les annonceurs des sites de journaux pour leurs propres besoins - et pour consolider et renforcer leurs positions monopolistiques.

Il existe un moyen de soutenir et de favoriser un écosystème médiatique une fois de plus florissant au Canada, un écosystème qui comprend des médias multiculturels, des journaux locaux sur les marchés régionaux et une couverture en profondeur des sujets qui comptent pour tous les Canadiens.

Un appel à l'action...

Nous demandons au gouvernement du Canada de mettre en œuvre une série de mesures basées sur l'approche que le gouvernement australien a adopté afin de lutter efficacement contre ces pratiques monopolistiques.

Selon ce modèle australien:

- Le gouvernement permet aux journaux du pays de se regrouper au sein d'une unité de négociation collective afin de négocier une compensation pour l'utilisation de leur contenu et de leur propriété intellectuelle. Ce n'est que par cette approche collective que l'immense pouvoir monopolistique des géants du web pourra être contrôlé, et que les règles du jeu en matière de numérique seront nivelées.
- Un code déontologique à long terme a été établi pour garantir que les monopoles du web ne tentent pas d'utiliser de nouveaux algorithmes et d'autres technologies propriétaires pour étendre leur domination sur le marché et renforcer les pratiques anticoncurrentielles.
- L'application des règles a un réel impact. Les géants du web sont passibles d'amendes de plusieurs centaines de millions de dollars pour une seule infraction. Des sanctions de cette ampleur sont les seuls moyens efficaces de freiner des entreprises de cette taille et de cette puissance sans précédent.
- ***Cette solution ne nécessite aucun nouveau financement public, ni taxe à la consommation ou frais d'utilisation.***

« Il existe un déséquilibre fondamental entre le pouvoir de négociation des entreprises de médias d'information et celui des grandes plateformes numériques, en partie parce que les entreprises d'information n'ont pas d'autre choix que de traiter avec les plateformes et qu'elles n'ont guère eu la possibilité de négocier le paiement de leur contenu ou d'autres questions ... le contenu d'information apporte des avantages significatifs aux plateformes numériques, bien au-delà des revenus directs limités générés par la publicité diffusée en regard d'une information. Les entreprises de médias d'information devraient recevoir une rémunération équitable en contrepartie de ces avantages. »

Rod Sims, Président de la Commission australienne de la concurrence et de la consommation

« Certaines plateformes technologiques ... ont aujourd'hui atteint une position de monopole qui leur donne une emprise qu'aucune autre entreprise n'a sur l'économie, et elles ont donc besoin de voir des réglementations spécifiques appliquées ... Une entreprise qui compte 1,4 milliard de citoyens sur ses réseaux sociaux ne peut être traitée comme n'importe quelle autre

entreprise, selon les mêmes règles. Une entreprise qui fournit le seul moteur de recherche ou la seule plateforme de messagerie ne peut pas être soumise aux mêmes règles que n'importe quelle autre entreprise privée. »

Cédric O, Secrétaire d'État chargé de la Transition numérique et des Communications électroniques, France

Pour plus d'informations, veuillez consulter le site <https://nivelerlesreglesdujeu.ca>. Lisez le dernier rapport en [cliquant ici](#) et des ressources supplémentaires en suivant les liens ci-dessous:

1. [Fiche détaillée \(fact sheet\) sur l'importance de la publicité dans les journaux](#)
2. [Livre blanc \(white paper\) sur les pratiques de Google \(disponible en anglais seulement\)](#)