

Fonds du Canada pour le journalisme

Un journalisme canadien, pour les Canadiens, par des Canadiens

Objectif

S'assurer que les Canadiens aient à leur portée un journalisme sérieux et de qualité, par des journalistes canadiens, sur les plateformes qu'ils désirent et où qu'ils vivent. Cette mission s'inscrit dans la foulée de la subvention postale, le programme qui a précédé le Fonds du Canada pour les périodiques, et qui datait d'avant la Confédération. Ce programme avait été mis en place pour s'assurer que les citoyens du Canada aient accès à des sources d'information et de journalisme diversifiées sachant les informer sur leurs collectivités et leur démocratie.

Proposition : Résumé

Modifier l'actuel Fonds du Canada pour les périodiques (FCP) et le renommer Fonds du Canada pour le journalisme (FCJ). Il continuerait d'être basé sur une formule avec des critères établis et une prévisibilité financière tant pour le gouvernement que pour l'industrie. Le FCJ offrirait un soutien aux journalistes en poste et à la transformation des entreprises pour ces médias d'information non réglementés (non visés par le CRTC) et dont le but principal est de faire du journalisme. Le fonds accomplirait cette mission de façon à ne pas compromettre l'intégrité journalistique et sans choisir de gagnants ou de perdants.

Le FCJ se baserait sur les composantes existantes du FCP en y ajoutant la composante d'un soutien aux actualités canadiennes de nature civique. Il réformerait le critère existant du FCP en passant du modèle de diffusion payée au modèle de dépenses rédactionnelles.

- 1) Le volet d'Aide aux éditeurs demeurerait en place pour les éditeurs de périodiques. Les journaux régionaux pourraient choisir de demeurer au sein du programme ou de passer au nouveau programme du volet d'actualités canadiennes de nature civique.
- 2) Le volet d'actualités canadiennes de nature civique serait ajouté pour les journaux et les publications strictement numériques.
- 3) Le volet existant d'innovation commerciale serait étendu et élargi.
- 4) Le volet existant d'initiatives collectives serait maintenu.

Tous les volets seraient assujettis à un examen après cinq années d'exploitation.

Pour être admissible au nouveau volet d'actualités canadiennes de nature civique, une publication doit :

- Être majoritairement de propriété et de contrôle canadiens ou répondre aux exigences de l'article 19 de la *Loi de l'impôt sur le revenu*;
- Avoir comme principes de base la couverture d'entités ou d'institutions démocratiques et le journalisme civique;
- Être réalisée, conçue, assemblée et publiée au Canada et viser principalement des auditoires canadiens au Canada;
- Avoir terminé au moins un cycle de parution ininterrompue de douze mois.

Proposition

1/ Le volet d'**Aide aux éditeurs** du Fonds du Canada pour les périodiques, renommé **Aide aux périodiques**, continuerait de soutenir les éditeurs de périodiques et contiendrait la dérogation spéciale de nature sociale à la disposition des publications de langues minoritaires, les publications autochtones, ethniques et LGBT. Le programme serait basé sur un critère de dépenses rédactionnelles et serait plafonné.

2/ Le volet d'**actualités canadiennes de nature civique** serait ajouté pour soutenir le journalisme canadien visant à mettre en valeur la démocratie, que ce soit sous forme écrite ou numérique. Ceci ferait entrer les quotidiens et la plupart des journaux régionaux au sein du FCJ de même que certaines publications strictement numériques et le service de nouvelles Presse canadienne.

Le volet des actualités canadiennes de nature civique a) ne serait assujéti ni au numérique ni aux imprimés (alors que le FCP actuel penche plutôt vers les imprimés); b) remplacerait le critère actuel de diffusion payée du FCP par un critère basé sur les dépenses en effectifs journalistiques. En d'autres mots, les publications qui investissent dans le journalisme en retireraient les plus grands avantages, créant un incitatif pour l'emploi de journalistes.

Pour se qualifier envers le critère des actualités canadiennes de nature civique, les médias imprimés et numériques devraient démontrer qu'ils produisent régulièrement (et de manière importante) de la couverture originale d'actualités canadiennes de nature civique sur un large éventail de sujets. Les actualités de nature civique sont définies comme des reportages sur les élus et les institutions publiques, y compris les législatures, les entités judiciaires et quasi judiciaires, les hôtels de ville, les commissions scolaires, les commissions de santé et les services publics qui les soutiennent, de même que sur d'autres sujets courants d'intérêt public, le tout contribuant à aider les collectivités et les administrations à se mieux connaître.

Pour clarifier le tout, il est toutefois entendu que ces publications pourraient aussi produire du matériel de nature non civique. Le facteur critique d'admissibilité serait la production régulière et importante de reportages originaux. Les sites faisant principalement de l'agrégation de données et de l'opinion (sans reportages réguliers et importants) n'y seraient pas admissibles.

Pour se qualifier, les publications devraient mettre à jour leur contenu au moins une fois par semaine et publier dans l'une, l'autre ou les deux langues officielles du Canada et/ou dans une langue autochtone.

En cas de différends quant à l'admissibilité, une entité indépendante serait appelée à trancher.

Pour les organismes s'étant qualifiés, les dépenses admissibles sont les coûts de main-d'œuvre de tous les journalistes membres du personnel, à contrat ou pigistes, engagés directement dans les reportages, l'édition, la conception, la mise en page, la photographie, la vidéographie, l'infographie, l'enquête électronique, la dissémination et toute autre méthode visant à produire du journalisme et à jumeler numériquement du contenu et des auditoires, de même que toute autre activité directement associée à la production de ce travail journalistique comme les frais juridiques liés à la rédaction, l'assurance et les déplacements.

Les dépenses rédactionnelles admissibles seraient remboursées aux publications s'étant qualifiées au taux de 35 pour cent ou de 35 cents sur chaque dollar dépensé en coûts rédactionnels.

La somme applicable à chaque journaliste, membre du personnel ou à contrat, serait plafonnée à 85 000 \$ par année (c'est-à-dire le taux de salaire annuel d'un journaliste syndiqué comptant cinq années d'expérience). Les journalistes dont le salaire dépasse cette somme seraient couverts pour les premiers 85 000 \$ de leur salaire.

La somme totale de la composante d'actualités canadiennes de nature civique aurait un plafond de 175 millions de dollars par année.

3/ Le volet d'**innovation commerciale** du FCP serait élargi et étendu à tous les éditeurs admissibles à l'**Aide aux périodiques** et à la composante d'**actualités canadiennes de nature civique**. Il soutiendrait la transformation des entreprises vers un monde numérique, comme c'est le cas du mandat de l'actuel FCP, qui « encourage l'innovation pour l'adaptation au marché changeant et contribue à la diversité de contenu recherchée par les lecteurs canadiens. »

Le volet d'innovation commerciale serait payé aux éditeurs admissibles au FCJ comme proportion du financement admissible en innovation dans le domaine des nouvelles numériques. Les dépenses admissibles seraient les coûts de main-d'œuvre et des licences pour les nouveaux projets ou modèles d'affaires (par ex. : les coûts de logiciels de programmation ou de l'obtention de licences pour les nouvelles technologies). Ce serait effectivement un programme à coûts partagés avec une remise de 35 % aux éditeurs.

Le volet d'innovation commerciale aurait un plafond de 90 millions de dollars par année.

4 / Le volet existant d'**initiatives collectives** serait maintenu. Il soutiendrait des initiatives collectives par des groupes d'éditeurs jusqu'à une limite de dépenses de l'ordre de 100 000 \$. Ce volet aurait, lui aussi, un plafond.

Renseignements sur l'admissibilité

Le Fonds du Canada pour le journalisme offre un soutien financier aux publications canadiennes imprimées et/ou numériques et aux services de nouvelles afin de leur permettre de surmonter les désavantages du marché. Le Fonds fait en sorte que les Canadiens ont accès à une diversité de contenu rédactionnel canadien dans les deux langues officielles et dans les langues autochtones.

Le FCJ n'est offert qu'aux sociétés canadiennes admissibles œuvrant principalement dans le domaine de la production de journalisme original sous forme imprimée et/ou numérique. Une société admissible signifie une société canadienne imposable dont les activités sont exécutées par l'entremise d'un établissement permanent au Canada.

En cas de différend quant à l'admissibilité, une entité indépendante sera appelée à trancher, laquelle étant formée de membres d'organismes comme les conseils de presse, les groupes de réflexion, les fondations communautaires, les organismes subventionnaires et les institutions d'enseignement supérieur comme les écoles de journalisme, de droit ou de politiques publiques dans les universités et les collèges.

Cette entité indépendante déciderait aussi de tout différend quant à l'admissibilité entourant le volet d'innovation commerciale.

FCJ – Critères d'admissibilité

La publication doit être majoritairement de propriété et de contrôle canadiens ou répondre aux exigences de l'article 19 de la Loi de l'impôt sur le revenu.

Elle doit, régulièrement et de façon importante, effectuer de la couverture d'entités ou d'institutions démocratiques et faire du journalisme civique;

La publication doit être réalisée, conçue, assemblée et publiée au Canada et **viser principalement des auditoires canadiens au Canada**; elle doit avoir terminé au moins un cycle de parution ininterrompue de douze mois avant la présentation de sa première demande d'admission.

En plus de son propriétaire-éditeur, elle doit employer du personnel ou des travailleurs à contrat effectuant des tâches journalistiques.

Elle doit contenir tout au plus 70 % de publicité en moyenne dans les numéros publiés au cours de l'exercice financier.

Au moins 75 % de tous les coûts rédactionnels admissibles doivent être payables à des Canadiens ou à des entreprises de service personnel qui sont canadiennes.

Aucune publication ne peut être admissible à la fois à l'Aide aux périodiques et au volet d'actualités canadiennes de nature civique.

Les fonds reçus du FCJ ne peuvent servir à des fins commerciales autres que rédactionnelles comme les dividendes, le paiement des intérêts et la compensation des cadres.

Les réclamations pour dépenses rédactionnelles seront assujetties à la vérification.

Exclusions de l'admissibilité

Les types de production suivants ne sont pas admissibles au programme du FCJ :

- la publicité;
- le publiereportage, le contenu indigène, le contenu dirigé, le contenu de marque (tout contenu où un tiers, qui n'est pas du domaine du journalisme, (un client publicitaire ou un autre partenaire commercial) participe à l'établissement du concept ou à la direction d'une portion du contenu, ou en donne l'approbation finale). Ce contenu est souvent placé à des endroits distincts et spécifiques ou dans des cahiers commandités par un annonceur unique ou par des annonceurs de domaines connexes;
- les magazines ou les journaux « produits principalement à des fins industrielles, corporatives ou institutionnelles »;

- la pornographie ou la propagande haineuse, telles que définies dans le Code criminel;
- le contenu entièrement ou principalement accumulé ou produit par des algorithmes.

Les publications de ce type ne sont pas admissibles :

- les bulletins;
- les publications produites par ou pour un organisme qui fait principalement état d'activités ou promeut les intérêts de l'organisme lui-même;
- les publications produites par ou pour un organisme qui produit des biens ou des services si le but principal de la publication est de promouvoir la vente de ces biens ou services;
- les publications produites sous contrat par un organisme non canadien pour le compte d'un client canadien;
- les publications produites sous contrat par un organisme non canadien pour un client non canadien;
- les publications produites par ou pour un organisme qui promeut la principale raison d'être de l'organisme lorsque celle-ci n'est pas la publication de périodiques;
- les publications des associations professionnelles;
- les publications produites par ou pour un gouvernement, une société d'État ou une agence gouvernementale;
- les publications dont le contenu rédactionnel est principalement reproduit ou répété de numéros courants ou anciens de la même publication ou d'autres publications;
- les publications sur feuillets mobiles;
- les publications dont le contenu rédactionnel est fait à 50 % ou plus de ce qui suit (soit séparément ou combiné) : listes, catalogues, magalogues, annuaires, guides, rapports financiers, horaires, calendriers, échéanciers, bandes dessinées, caricatures, casse-tête, jeux et horoscopes; et
- les publications contenant du matériel offensant pouvant inclure :
 - du matériel de propagande haineuse, obscène ou de la pornographie infantile, ou tout autre type de matériel illégal tel que décrit dans le Code criminel;
 - de la pornographie ou tout autre matériel ayant un important contenu de nature sexuelle à moins qu'il puisse être prouvé que ce soit clairement dans un but éducatif ou un autre but semblable;
 - du matériel contenant de la violence excessive ou gratuite;
 - du matériel dénigrant un groupe distinct; ou
 - tout autre matériel offensant du même type.

Autres mesures mises de l'avant par Médias d'Info Canada

- Favoriser l'égalité des chances en matière de taxe de vente avec les fournisseurs de services numériques étrangers en agissant comme le font d'autres pays.
- Revoir la Loi sur le droit d'auteur pour que les dispositions entourant l'utilisation équitable soient cohérentes avec la réalité numérique de la republication quasi instantanée qui prive les producteurs d'une période raisonnable d'exclusivité.
- Restreindre la publicité gouvernementale aux éditeurs admissibles dans le cadre du Fonds du Canada pour le journalisme.
- Réformer les lois sur les organismes sans but lucratif pour permettre aux fondations d'appuyer le journalisme, et ajouter le journalisme à la liste des entités ayant droit à des fonds de bienfaisance.

Financement du Fonds du Canada pour le journalisme

Le Fonds du Canada pour le journalisme pourrait être financé à même les revenus généraux du gouvernement ou par une partie de l'éventail des ventes, ou encore par une redevance sur les ventes de publicité numérique par les entreprises n'investissant pas dans des opérations éditoriales.

Le FCP est actuellement financé à même les revenus généraux. Le Fonds du Canada pour les médias est financé par un prélèvement chez les distributeurs de services par câble et par satellite et complété par des revenus généraux du gouvernement.

L'étude de données comparables permet de valider l'ampleur proposée du FCJ, et particulièrement de la composante d'actualités canadiennes de nature civique comme étant raisonnable.

- Par exemple, l'actuel Fonds pour les périodiques est de 75 millions de dollars, dont la majeure partie va à une industrie qui représente environ la moitié de celle de l'industrie des quotidiens et des journaux régionaux.
- Le CRTC versera 90 millions de dollars en nouveau soutien à la télévision locale le 1er septembre 2017, y compris 23 millions de dollars pour 18 exploitants de télévision, ou 1,3 million de dollars chacun en moyenne.
- Un autre 135 millions de dollars par an a été octroyé à Radio-Canada par le gouvernement en place.
- Radio-Canada reçoit aussi 135 millions de dollars par année en frais d'abonnés au câble local (74 millions de dollars du côté anglais et 61 millions de dollars du côté français), principalement pour ses chaînes spécialisées de nouvelles. L'industrie de télévision privée canadienne bénéficie aussi de politiques de substitution simultanée.

- Le Fonds des médias du Canada a contribué 371 millions de dollars à des projets canadiens dans les domaines du numérique et de la télévision en 2015-2016. Ceci comprend un financement du gouvernement fédéral de l'ordre de 134 millions de dollars.
- Le Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne a une valeur d'environ 250 millions de dollars par an, à laquelle s'ajoute un autre 100 millions de dollars et plus pour le Crédit d'impôt pour services de production de cinématographique ou magnétoscopique. Les agences fédérales soutiennent aussi l'industrie de la production, y compris Téléfilm, qui reçoit près de 100 millions de dollars en crédit parlementaire.