

Le très honorable Justin Trudeau, C.P., député
L'honorable Andrew Scheer, C.P., député
M. Yves-François Blanchet, député
M. Jagmeet Singh, député
Mme Elizabeth May, O.C, député

Chambre des communes
Ottawa, Ontario,
Canada
K1A 0A6

17 février, 2020

Demande adressée au Parlement afin de soutenir les sources d'information dignes de confiance pour les Canadiens

Nous représentons un groupe de médias canadiens déterminés à fournir des sources d'information et de nouvelles fiables, dignes de confiance et diversifiées. Nous faisons cette déclaration commune, car nous sommes préoccupés par l'avenir et la vitalité de l'écosystème médiatique canadien, qui est au fondement d'un secteur de l'information et d'une démocratie en santé. Nous demandons aux parlementaires de nous aider à faire face à cette menace rapidement.

Nous avons nous-mêmes pris les devants. L'été dernier, CBC/Radio-Canada a demandé au Forum des politiques publiques du soutien pour coprésider un échange avec les éditeurs de journaux afin de trouver des manières de collaborer pour renforcer le secteur de l'information, notamment par l'élaboration de politiques. La déclaration d'aujourd'hui fait partie de cet effort.

Au Canada, le monde de l'information est en crise. Nous dépendons des revenus publicitaires pour financer nos activités de journalisme, mais des géants du numérique étrangers contrôlent désormais le marché publicitaire dans le secteur de l'information en imposant les tarifs et en régissant l'accès pour toutes les entreprises. Ces acteurs numériques monétisent du contenu d'information qu'ils n'ont pas créés eux-mêmes et le reprennent sur leurs plateformes, ce qui réduit encore plus la capacité des médias canadiens à être rémunérés pour le contenu journalistique que nous créons. En parallèle, ces géants contribuent à un flot de désinformation et de fausses nouvelles qui nuit au débat public. Facebook et Google monopolisent aujourd'hui 75 % de l'ensemble des revenus publicitaires numériques. Et les revenus des médias traditionnels continuent de baisser. Les Canadiens peuvent le constater lorsque des médias disparaissent, et qu'il est question de compressions et de licenciements. Les collectivités perdent leurs médias locaux et, du même coup, l'accès à une information fiable sur des sujets qui les concernent directement.

Nous évoluons et nous nous adaptons aux nouvelles réalités de l'univers numérique, mais, en matière de politique et de législation, le Canada tarde à réagir. La réglementation canadienne actuelle a été conçue pour une économie analogique. Par conséquent, les entreprises numériques

étrangères réalisent leur profit au détriment d'une industrie canadienne dynamique et viable. Nous ne pouvons pas nous permettre d'attendre.

Tous les pays prennent des mesures pour s'attaquer au problème. L'Australie a été la première à annoncer qu'elle modifierait le cadre réglementaire qui régit les géants du numérique, notamment en procédant à des réformes en profondeur destinées à renforcer les pouvoirs de coercition du gouvernement, et en adoptant des codes de conduite qui englobent les géants du numérique, l'industrie des médias et les consommateurs. La France, le Royaume-Uni, ainsi que le Parlement européen prennent des mesures similaires. Les parlementaires canadiens doivent s'entendre rapidement pour trouver une solution canadienne qui impose des règles claires en matière de concurrence, de droits d'auteur et de taxation.

Concurrence loyale

Une saine concurrence est une excellente chose pour un écosystème en santé et la diversité des sources d'informations, mais des règles dépassées ont permis la création d'un environnement inéquitable qui favorise les entreprises numériques étrangères.

L'automne dernier, le Bureau de la concurrence du Canada a lancé publiquement un appel pour obtenir des renseignements à l'égard de « comportements pouvant nuire à la concurrence dans l'économie numérique¹ ». Le Bureau a indiqué qu'il se penchera sur les comportements des acteurs numériques qui peuvent entraîner un « basculement », ainsi que sur les activités qui « favorisent l'émergence d'un seul vainqueur ». Il s'agit d'une initiative importante. Il est essentiel que les autorités de réglementation aient accès aux algorithmes publicitaires des géants du numérique afin de déterminer si ces entreprises utilisent ces puissants algorithmes pour accorder la priorité à leurs propres produits, au détriment des autres entreprises.

Il est possible d'en faire davantage. Le Canada a besoin d'un code de conduite similaire à celui de l'Australie, qui peut faciliter les relations entre les géants du numérique et les médias canadiens. Nous pensons aussi que le Bureau de la concurrence doit être en mesure d'imposer des pénalités plus importantes en cas de comportement déloyal.

Protection du droit d'auteur

Alors que les médias canadiens continuent d'investir dans des nouvelles et de l'information de qualité pour les Canadiens, les grandes entreprises numériques compilent et diffusent cette couverture de l'information sur leurs propres plateformes. Elles rassemblent ce contenu et le republient sans permission ni contrepartie financière. Elles profitent du travail et des investissements des médias canadiens, et sapent encore davantage le modèle d'affaires qui soutient le journalisme canadien. Cette situation est tout simplement intenable.

La *Loi sur le droit d'auteur* protège déjà les sociétés dans les domaines du cinéma, de la musique et des logiciels. Elle leur permet de contrôler où et comment leur contenu est disponible, et de

¹ <https://www.bureaudelaconcurrence.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/fra/04494.html>

s'assurer qu'elles peuvent négocier une entente équitable quant à son utilisation. Les éditeurs de médias d'information doivent jouir du même contrôle sur leur contenu, et être clairement protégés par la législation. Cela permettrait de s'assurer que les médias canadiens peuvent empêcher l'utilisation non autorisée et non rémunérée de leur contenu au moyen d'outils juridiques, notamment pour les atteintes à grande échelle. Ces enjeux peuvent faire l'objet d'amendements spéciaux dès maintenant, sans avoir à attendre une révision complète de la *Loi sur le droit d'auteur*.

Imposition équitable

Le gouvernement a indiqué son intention d'uniformiser les règles du jeu dans le prochain budget fédéral pour ce qui est de la taxation des services des entreprises numériques étrangères. C'est un bon début. Les entreprises canadiennes ne peuvent être concurrentielles quand elles doivent percevoir les taxes de vente au nom du gouvernement, alors que les entreprises étrangères ne le font pas. Qu'il s'agisse des impôts sur les sociétés ou de contributions à la culture, comme dans le cas du Fonds des médias du Canada, les entreprises canadiennes qui profitent de notre marché y contribuent déjà. Ce n'est pas le cas des entreprises numériques étrangères.

De nombreux pays sont en train de combler cette lacune. La France a instauré une taxe de 3 % sur les revenus réalisés dans le pays par les géants du numérique. Le Royaume-Uni a promis pour avril 2010 une taxe de 2 % sur la vente de services numériques. Les Canadiens ne doivent pas être à la traîne.

Certaines mesures pourraient être prises immédiatement. Le gouvernement du Canada soutient depuis longtemps les médias canadiens en vertu de l'article 19 de la *Loi de l'impôt sur le revenu*, qui permet aux entreprises de déduire leurs coûts publicitaires lorsque leurs annonces sont publiées dans des publications canadiennes. C'est un outil efficace, mais la législation n'a pas été mise à jour pour tenir compte des publications numériques. Lorsque la loi est entrée en vigueur, la publicité numérique en était à ses débuts. Elle représente désormais 50 % de toute la publicité, proportion qui continue d'augmenter alors que celle des autres médias rétrécit. Cette lacune devrait être comblée dès à présent.

C'est une question d'équité. En n'agissant pas, le Canada abandonne une source croissante de revenus, tout en accordant aux entreprises étrangères un autre avantage économique par rapport aux entreprises canadiennes.

Une réponse canadienne

Le gouvernement a pris des mesures concrètes pour soutenir le journalisme au Canada par l'entremise de crédits d'impôt, d'incitatifs et de son Initiative de journalisme local. Ce sont des mesures importantes et bienvenues. Nous devons aussi prendre bonne note des propos du groupe indépendant d'experts mis sur pied pour appuyer la mise en œuvre de ces mesures :

Le Groupe d'experts tient à souligner que ce programme ne suffira pas à lui seul à empêcher la disparition de nombreuses sources d'information essentielles, en particulier

les petits médias locaux qui ne sont pas visés par les mesures du Budget 2019 et qui sont extrêmement vulnérables. D'autres programmes de soutien devraient être envisagés².

Nous continuerons en tant que médias à collaborer et à faire de notre mieux pour soutenir un écosystème d'information dynamique dans l'intérêt des Canadiens. Nous faisons cette déclaration aujourd'hui pour mettre de l'avant les mesures additionnelles que peut prendre le gouvernement, et démontrer qu'il existe un terrain d'entente sur le type de mesures à prendre.

Et aux Canadiens, nous disons ce qui suit : le travail de journalisme effectué jour après jour par les professionnels de votre communauté est important. Aujourd'hui plus que jamais. Nous encourageons tous les citoyens à soutenir les médias canadiens dans leurs communautés. La force d'une démocratie dépend de l'accès à des sources d'information diverses et fiables. Nous avons tous un rôle à jouer.

Signé,

Bob Cox, président du conseil, Médias d'Info Canada, éditeur, *Winnipeg Free Press*

John Boynton, président-directeur général, Torstar Corporation, éditeur, *Toronto Star*

James C. Irving, vice-président, *Brunswick News*

Peter Kvarnstrom, président, Community Media, Glacier Media Group

Stéphane Lavallée, directeur général, Coopérative nationale de l'information indépendante (CN2i), *Le Droit, Le Nouvelliste, Le Quotidien / Le Progrès, Le Soleil, La Tribune, La Voix de l'Est*

Pierre-Elliott Levasseur, président, *La Presse*

Mark Lever, présidente-directrice générale, SaltWire Network

Andrew MacLeod, président-directeur général, Postmedia

Brian Myles, directeur, éditeur, *Le Devoir*

Linda Solomon Wood, directrice générale, Observer Media Group, rédactrice en chef, *L'Observateur National*

Catherine Tait, présidente-directrice générale, CBC/Radio-Canada

² https://www.fncom.org/wp-content/uploads/2019/07/2019-07-18_rapport-experts-journalisme-presse-ecrite_FNCCSN.pdf