



Perceptions du public sur les défis auxquels les éditeurs de médias d'information canadiens sont confrontés

Janvier 2021



Methodology

H+K Strategies a fait appel à la plateforme en ligne de Léger Opinion (LEO) pour sonder 1 000 membres du public entre le 22 et le 24 janvier 2021.

Les données ont été pondérées pour assurer la représentativité selon l'âge, le sexe et la province. La marge d'erreur pour un échantillon probabiliste de $n=1\ 000$ est de $\pm 3,5\%$, 19 fois sur 20.



Profil des répondants



49 %



51 %



Éducation

Secondaire ou moins	Collège	Université+
20 %	30 %	49 %

Âge

18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
11 %	16 %	16 %	18 %	17 %	21 %

Région

CB	AB	SK/MB	ON	QC	Prov. de l'Atlantique
14 %	11 %	7 %	38 %	23 %	7 %

Lecteurs de journaux quotidiens

62 %

Lecteurs de journaux hebdomadaires

59 %



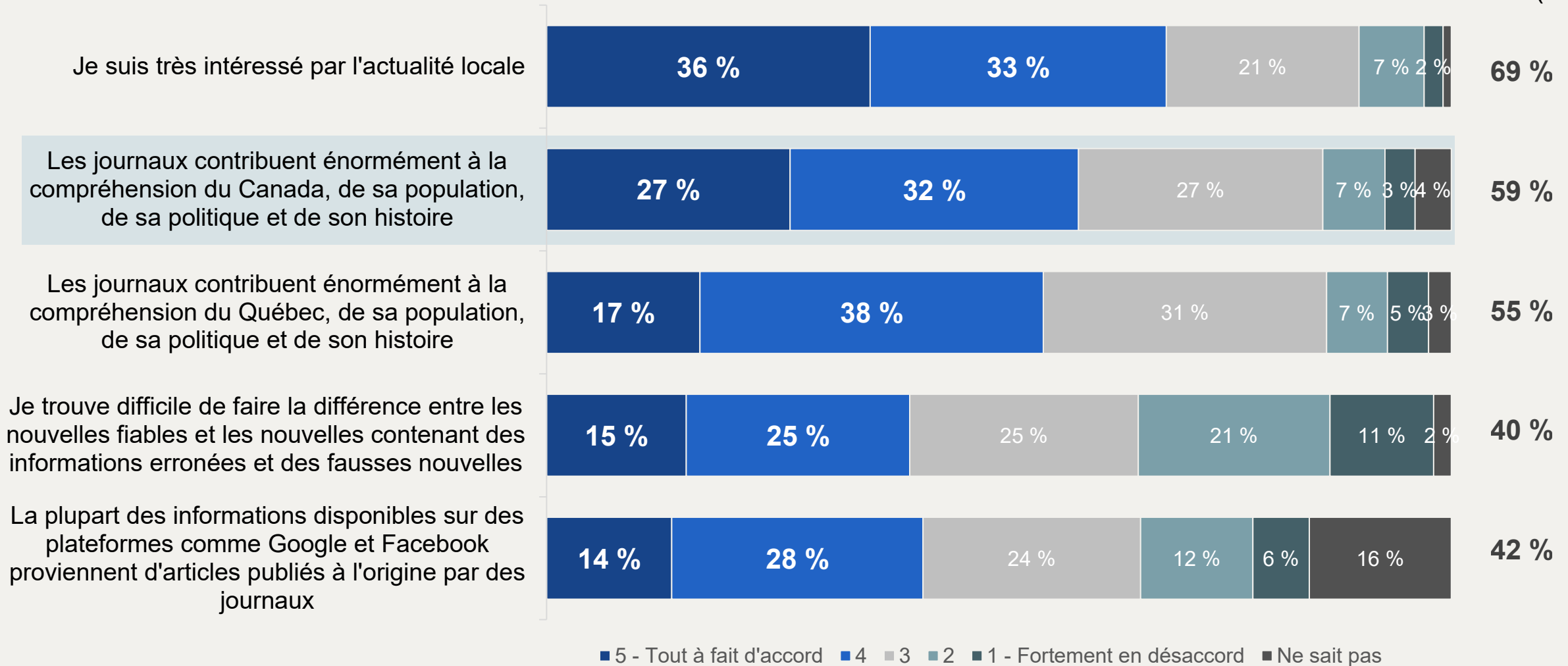
Résultats détaillés



Perception des nouvelles et des journaux canadiens

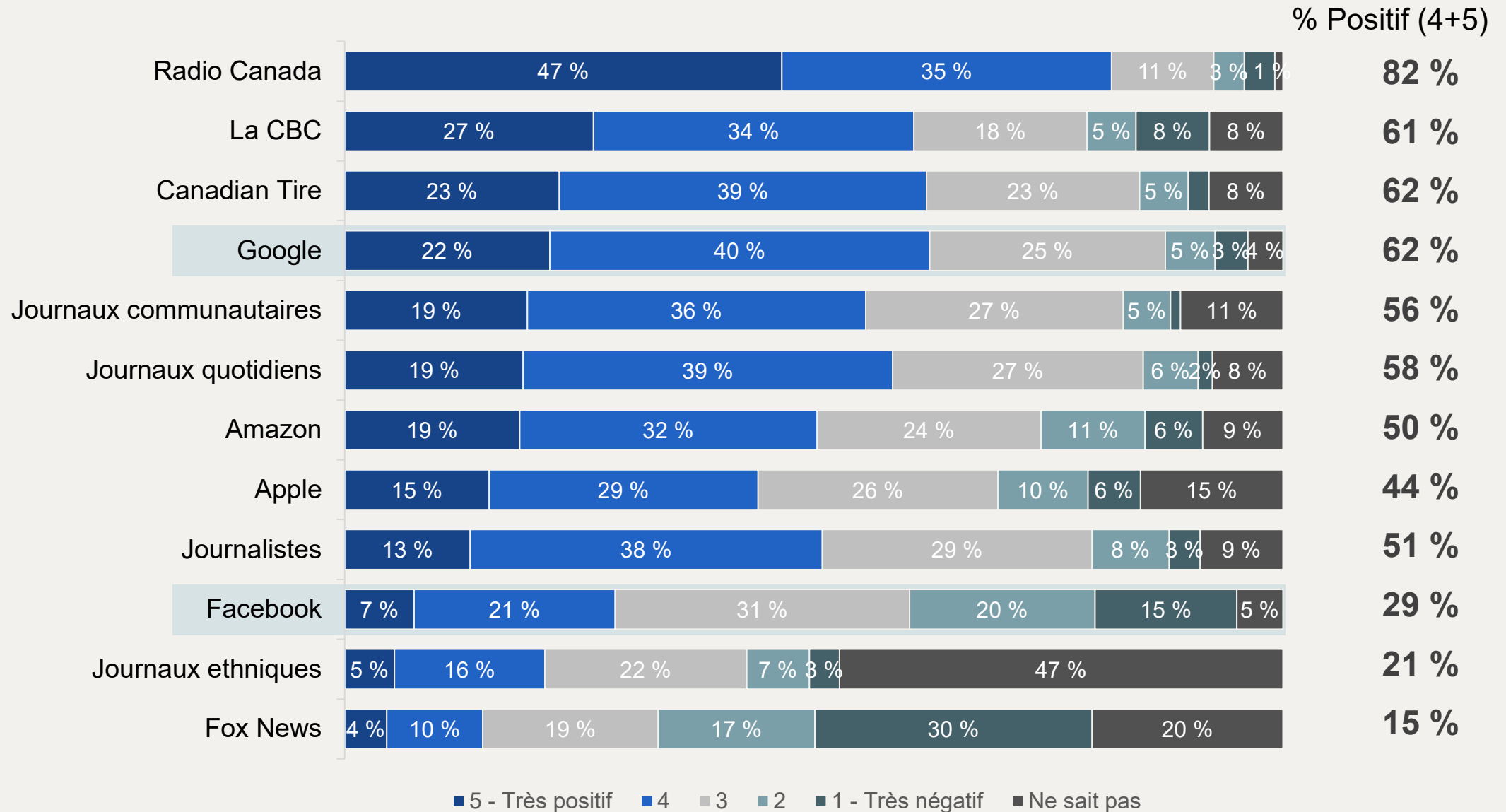


% d'accord (4+5)



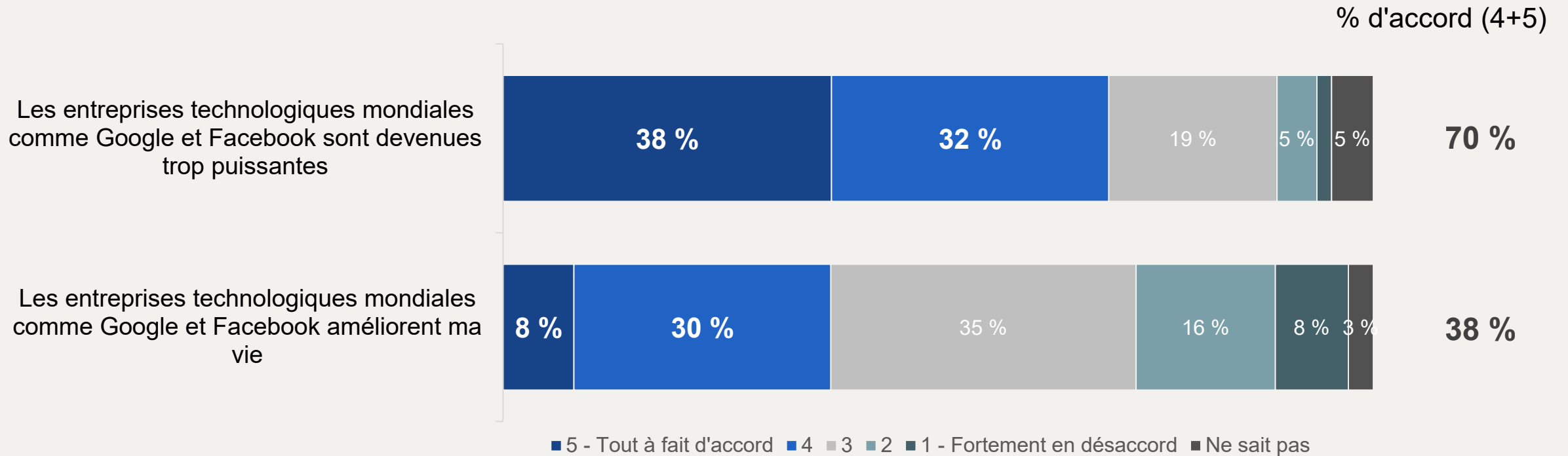
Q4. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec les affirmations suivantes?

Perception des journaux, de Google et de Facebook



Q3. En général, diriez-vous que vous avez une bonne opinion ou une mauvaise opinion des sources ou marques suivantes?

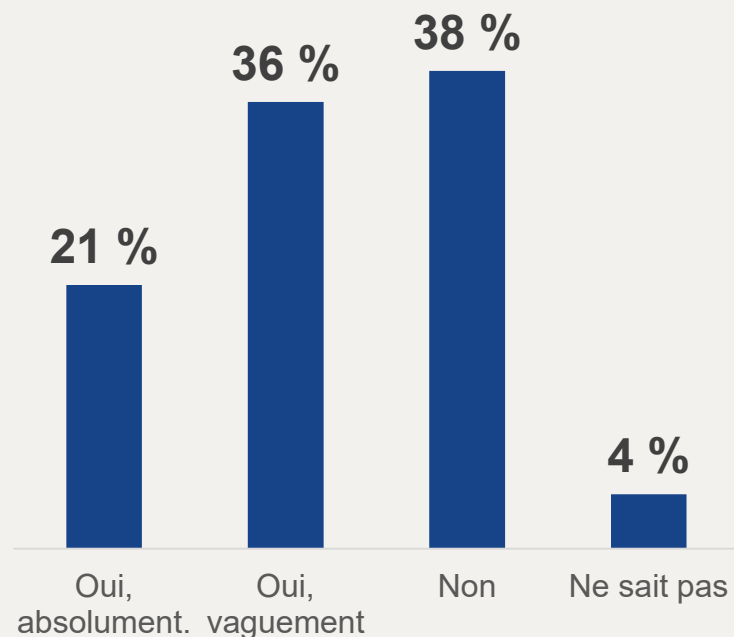
Ambivalence face à Google et Facebook



Q4. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec les affirmations suivantes?



Sensibilisation aux difficultés financières des éditeurs de médias d'information canadiens



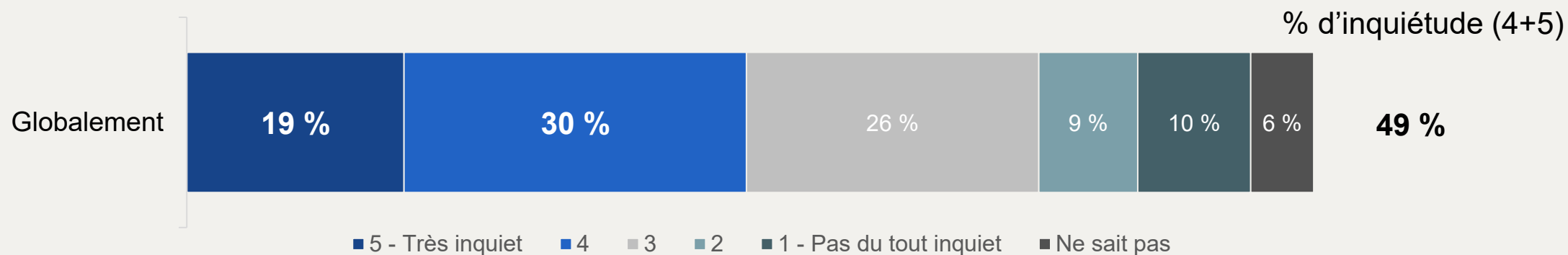
Sensibilisation (« Oui, absolument ») plus élevée chez les:

- **Électeurs du BQ (36 %)**
- 65 ans et plus (33 %)
- Lecteurs de quotidiens (29 %)
- **Québécois (29 %)**
- Répondants détenant une formation universitaire (28 %)
- Hommes (26 %)

Q6. Avez-vous entendu quoi que ce soit sur les graves difficultés financières auxquelles les éditeurs de presse canadiens sont confrontés?



Inquiétude quant à la disparition d'éditeurs de médias d'information canadiens

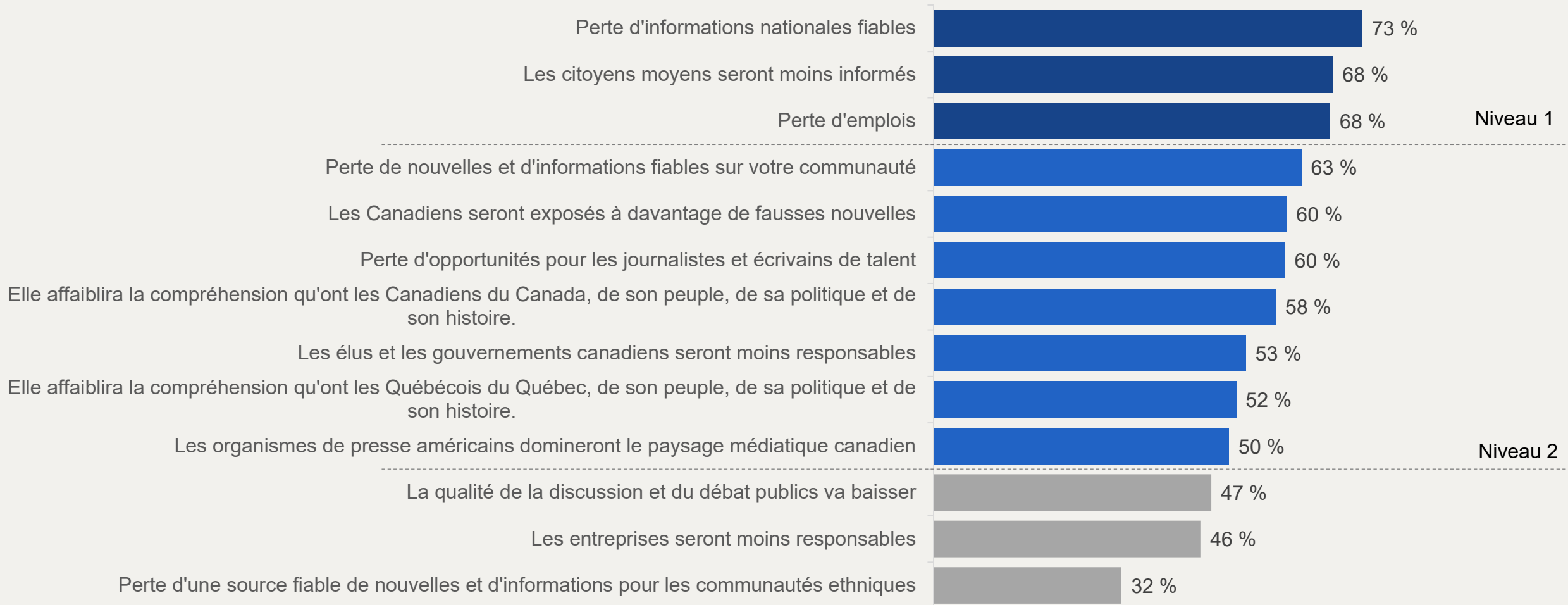


L'inquiétude est positivement corrélée avec l'âge et est plus élevée chez les personnes âgées :

- Ayant une formation universitaire (56 %)
- Qui lisent les quotidiens (60 % contre 25 % des répondants qui ne lisent pas les journaux)

Q7. Les éditeurs de presse canadiens ont, en fait, annoncé qu'ils faisaient face à de graves difficultés financières, avec bon nombre de journaux qui ont fait faillite au cours des dernières années. Dans quelle mesure vous inquiétez-vous, s'il y a lieu, de la perte des éditeurs de presse canadiens?

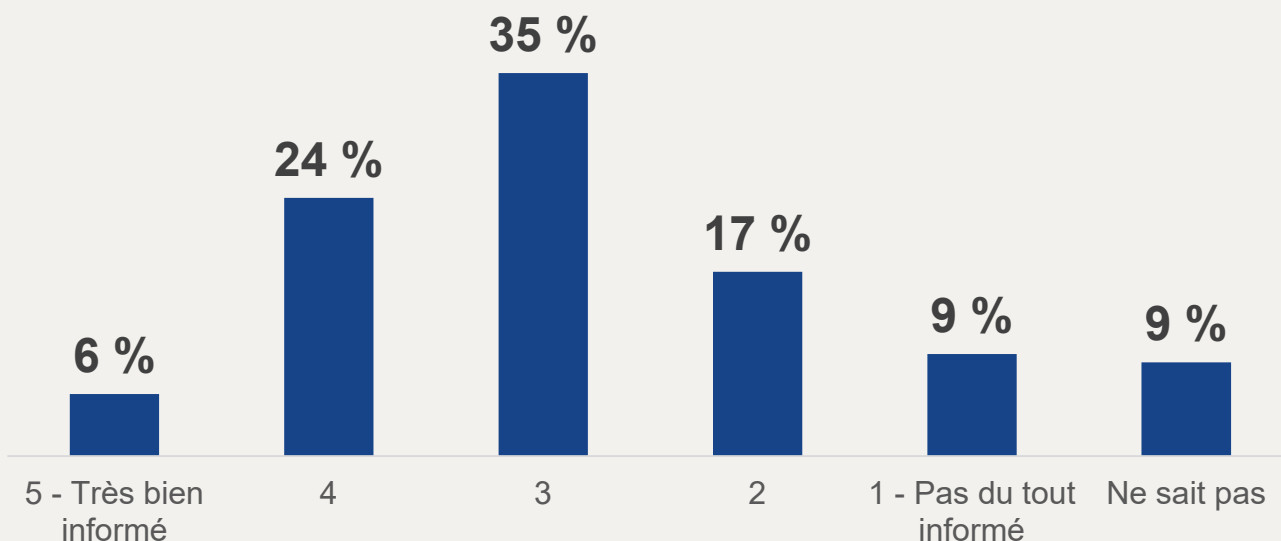
Raisons de s'inquiéter



Q8. Qu'est-ce qui vous inquiète exactement concernant la perte des éditeurs de presse canadiens?



Sensibilisation à l'impact de Google et de Facebook sur les éditeurs de médias d'information canadiens



La sensibilisation (cote de 4-5) est plus élevée chez les :

- Lecteurs de quotidiens (35 %) contre les non-lecteurs (16 %)
- Hommes (38 %)
- **Électeurs du BQ (40 %)**

Q10. Dans quelle mesure vous sentez-vous informé(e) sur l'impact que les compagnies mondiales de technologie comme Google et Facebook ont sur les éditeurs de presse canadiens?

Avant d'aller plus loin, ce qui suit a été présenté aux répondants :



Les **éditeurs de médias canadiens** affirment que leur survie est menacée par les entreprises technologiques mondiales comme Google et Facebook ; les quotidiens et les journaux communautaires sont particulièrement inquiets. Les éditeurs décrivent la situation comme suit :

Au Canada, comme dans de nombreux autres pays, la plupart des lois et des règlements ont été rédigés avant l'avènement d'Internet. Cette lacune a permis à des entreprises comme Google et Facebook d'engranger de l'argent grâce au contenu créé par les médias d'information canadiens sans autorisation ni paiement.

En outre, des entreprises comme Google et Facebook n'ont pas à suivre les mêmes règles que la plupart des entreprises, ne paient presque pas d'impôts au Canada et ne sont pas réglementées par le gouvernement. La même situation existe aux États-Unis, en Europe, en Australie et ailleurs.

Aujourd'hui, des entreprises comme Google et Facebook utilisent leur pouvoir de monopole pour se réserver 80 % des fonds publicitaires en ligne, laissant très peu aux **éditeurs de médias d'information canadiens qui créent une grande partie du contenu d'information consulté en ligne dans ce pays.**

Avant d'aller plus loin, ce qui suit a été présenté aux répondants :



En réponse aux menaces qui pèsent sur eux, les **éditeurs de médias d'information canadiens** ont demandé au gouvernement fédéral de prendre les mesures suivantes :

1. Premièrement, ils veulent que le gouvernement actualise la loi afin que les entreprises technologiques mondiales comme Google et Facebook paient les éditeurs pour leur contenu.
2. Ensuite, ils veulent que le gouvernement exige de Google et de Facebook qu'ils négocient avec eux une part équitable de l'argent de la publicité en ligne.

Ces actions ne nécessiteront pas de nouveaux financements publics, de taxes à la consommation ou de nouveaux frais d'utilisation.

Dans d'autres pays comme le Royaume-Uni, la France, l'UE et l'Australie, ces entreprises technologiques mondiales sont confrontées à de nouvelles lois et des réglementations pour résoudre ces problèmes. Même le gouvernement américain envisage de démanteler Google et Facebook.

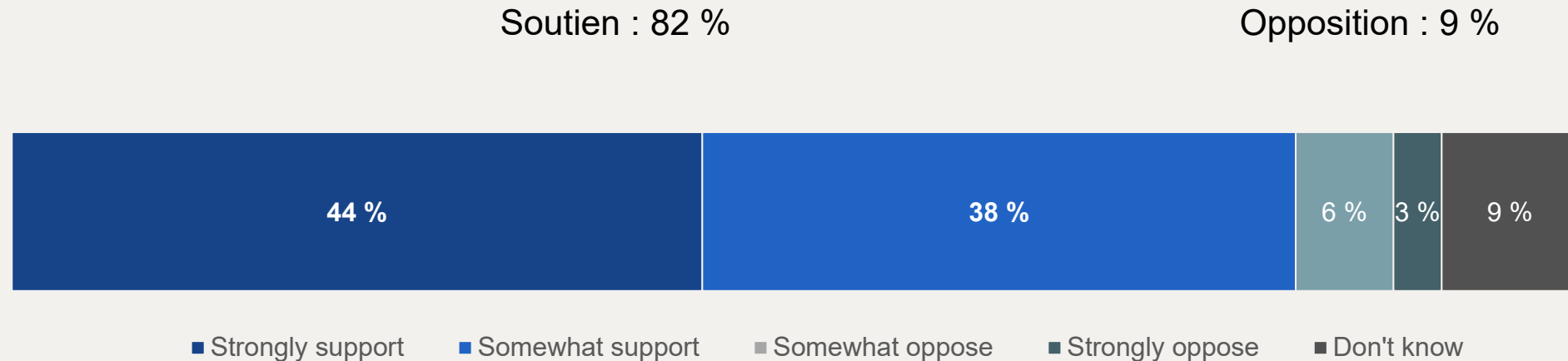
En un mot, le Canada est à la traîne par rapport au reste du monde.

Baptisant ça de « lutte 'David contre deux Goliaths' », les **éditeurs de médias canadiens** affirment que le gouvernement doit agir avant que Google et Facebook exercent leur pouvoir pour les faire fermer boutique.

En réponse, Google et Facebook affirment qu'ils dirigent les lecteurs vers les sites des organismes de presse canadiens, ce qui contribue à accroître le lectorat des publications et à soutenir le journalisme canadien.

En outre, Google a menacé de retirer Google Search d'Australie si le gouvernement australien l'oblige à négocier les revenus publicitaires avec les éditeurs.

Soutien/Opposition à l'action gouvernementale



Le soutien est uniforme dans tous les segments de la population (par exemple, 72 % de ceux qui ne lisent ni les quotidiens ni les hebdomadaires supportent la revendication).

Q13. En général, êtes-vous favorable ou défavorable à ce que le gouvernement modernise les lois pour obliger des géants de la technologie comme Google et Facebook à payer les éditeurs de presse canadiens pour l'utilisation de leurs contenus et garantir une négociation juste et équitable du partage de revenus publicitaires?

Motifs de soutien : Citations



« Voir disparaître toute source d'information digne de confiance à quelque niveau que ce soit (communautaire/local/national) est une autre voix réduite au silence. »

« **Sauvez la presse libre. Sauver la démocratie.** »

« **Parce que c'est la réponse éthique aux actions parasitaires de Google et de Facebook qui capitalisent sur l'intérêt des spectateurs pour un contenu qu'ils n'ont pas créé.** »

« Je crois qu'il est très important de garder nos médias pour être capable de communiquer une information vraie et pertinente à tous les québécois. »

« **Pour être plus juste.** »

« Des nouvelles canadiennes. Pour les Canadiens. Par les Canadiens. »

« **Je pense que la principale raison pour laquelle le gouvernement intervient est pour qu'ils puissent créer des conditions équitables.** »

« Google devrait rémunérer équitablement le journalisme canadien. »

« Je crois que les grandes entreprises ont reçu trop de pouvoir. »

« Si vous créez un contenu, vous devriez recevoir une forme de compensation pour son utilisation, qu'elle soit monétaire ou sous forme de reconnaissance. »

« **Comme le journalisme canadien est la source d'information la plus fiable, nous le soutenons. Pour ces temps de COVID-19, nous dépendons des nouvelles canadiennes".**

■ **Merci**

