



Étude

Les aides publiques à la presse écrite

Produit par MCE Conseils pour la
Fédération nationale des communications – CSN



Octobre 2017

LES AIDES PUBLIQUES À LA PRESSE ÉCRITE

Contrairement à plusieurs pays d'Europe, l'aide gouvernementale directe aux journaux imprimés ou numériques est pratiquement exclue des nombreux programmes d'aide en vigueur au Canada. Les périodiques, par exemple, reçoivent un soutien du fédéral, et les médias communautaires, l'aide de Québec.

Seuls l'Ontario et le Québec ont ouvert cette porte depuis peu à la presse écrite quotidienne, entre autres, pour soutenir le virage numérique. Dans le dernier budget provincial, le gouvernement québécois a annoncé des mesures totalisant 24 M\$ sur cinq ans pour soutenir le virage numérique des médias d'ici et 12 M\$ de plus pour absorber les coûts de la taxe sur le recyclage.

QUELQUES CHIFFRES :

En 2016, le Canada comptait :

- ▶ 103 journaux quotidiens imprimés et leur site Internet (soit 19 de moins qu'en 2011) :
 - 90 quotidiens payants;
 - 13 quotidiens gratuits.

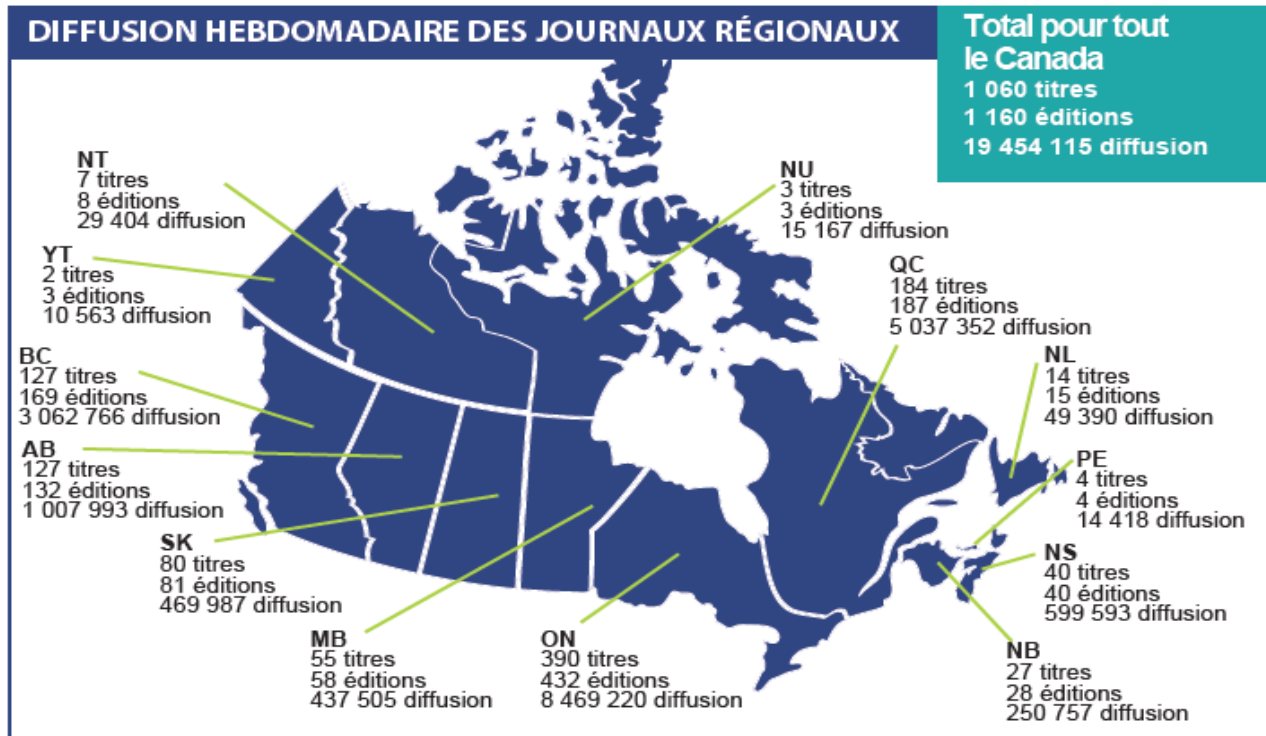
PROVINCE/TERRITOIRE	NB DE TITRES 2016	NB DE TITRES 2011	VARIATION 5 ANS
AB	11	13	-2
BC	14	25	-11
MB	4	4	-
NB	4	4	-
NL	2	2	-
NS	5	6	-1
ON	43	47	-4
PE	2	2	-
QC	13	14	-1
SK	4	4	-
YT	1	1	-
Canada	103	122	-19

Les quotidiens publient plus de 30 millions d'exemplaires chaque semaine.

Les principaux quotidiens francophones sont :

LE DEVOIR (Montréal)	LE QUOTIDIEN (Saguenay)
LE DROIT (Ottawa)	LE SOLEIL (Québec)
LE JOURNAL DE MONTRÉAL	LA TRIBUNE (Sherbrooke)
LE JOURNAL DE QUÉBEC	LA VOIX DE L'EST (Granby)
LE NOUVELLISTE (Trois-Rivières)	L'ACADIE NOUVELLE (Nouveau-Brunswick)
LA PRESSE (Montréal)	

- ▶ 1 060 journaux régionaux hebdomadaires imprimés et leur site Internet.



PROVINCE/TERRITOIRE	NB DE TITRES 2016	NB DE TITRES 2011	VARIATION 5 ANS
AB	127	133	-6
BC	127	131	-4
SK	80	85	-5
MB	55	54	+1
ON	390	331	+59
QC	184	215	-31
NB	27	27	-
NL	14	15	-1
NS	40	33	+7
PE	4	4	-
YT	2	2	-
NT	7	7	-
NU	3	3	-
CANADA	1 060	1040	+20

Source : Media d'info Canada

Les journaux régionaux publient près de 20 millions d'exemplaires chaque semaine et la plupart de ces éditions sont gratuites (diffusion contrôlée).

LE FONDS DU CANADA

Le Fonds du Canada pour les périodiques, mis en place en 2010 et remplaçant notamment la subvention postale, offre une aide financière aux industries canadiennes des magazines et des *journaux communautaires (ou non quotidiens)* afin qu'elles puissent continuer à produire et à diffuser du contenu canadien.

Le Fonds comprend trois programmes :

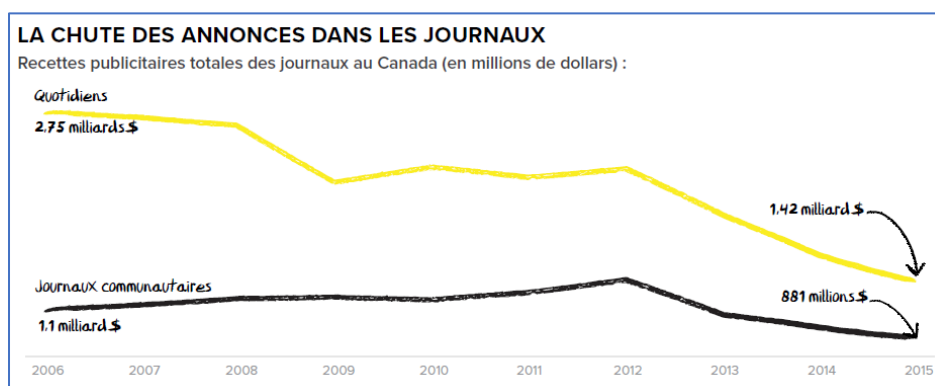
1. Aide aux éditeurs – 72 M\$/an; financement selon le nombre d'exemplaires vendus ou distribués; contenu canadien minimal de 80 %; périodiques gratuits et d'associations professionnelles non admissibles;
2. Innovation commerciale – 1,5 M\$/an (finance les projets de publications et en ligne à faible ou à moyen tirage pour encourager l'innovation et la diversité de contenu);
3. Initiatives collectives – 2 M\$ (appui aux projets pour accroître la viabilité globale de l'industrie des périodiques et journaux non quotidiens. Ex. : Plans de commercialisation ou recherche sur de nouvelles technologies);
4. Innovation commerciale – 1,5 M\$/an (finance les projets de publications et en ligne à faible ou à moyen tirage pour encourager l'innovation et la diversité de contenu).

La semaine dernière, le gouvernement canadien a promis de moderniser le Fonds du Canada pour les périodiques d'ici l'an prochain afin d'aider les médias en crise. Il propose notamment de rendre accessible le financement non pas à la copie vendue ou distribuée, mais plutôt sur la base de la production de contenu original canadien. Le Fonds serait disponible pour l'imprimé et le numérique. Pour l'instant, il n'y a pas d'indications à savoir si les quotidiens pourraient être visés par cette opération.

ACHAT DE PUBLICITÉ

L'aide publique aux médias se manifeste également par le biais d'achats publicitaires de la part des gouvernements.

La réalité des médias francophones hors Québec s'est énormément fragilisée au cours des dernières années, comme c'est le cas pour l'ensemble des médias québécois et canadiens qui souffrent du transfert de placements publicitaires vers les plateformes en ligne et, notamment, vers les plateformes des géants américains comme Facebook ou Google.



Source : Le miroir éclaté

Depuis 2015, plusieurs plaintes relatives à la baisse des placements publicitaires gouvernementaux destinés aux médias ont été déposées au Commissariat aux langues officielles, notamment celles de la sénatrice manitobaine Maria Chaput, de l'Association de la presse francophone (APF), de l'Assemblée de la francophonie de l'Ontario (AFO) et de la Fédération des communautés francophones acadiennes (FCFA).

Le commissaire aux langues officielles du Canada a donc ouvert une enquête et a publié un rapport préliminaire en 2016 selon lequel, pour la période allant de 2006-2007 à 2014-2015, soit en huit ans, alors que le gouvernement fédéral a triplé ses placements publicitaires vers le Web, passant de 5 M\$ à 14 M\$, les journaux francophones en milieu minoritaire au Canada ont vu les placements publicitaires fédéraux baisser de 78 % et les radios communautaires de 73 %. Le Commissariat fera un suivi en 2018 dans ce dossier.

Ironie du sort, la déduction d'impôt aux entreprises canadiennes¹ visant à encourager l'achat de publicité locale est aussi accessible à Google, Facebook ou YouTube. Selon une étude financée par *Les amis de la radiodiffusion canadienne*², une révision de l'application de cette mesure fiscale, permettrait de combler un manque à gagner de quelque 450 M\$ dans les coffres des entreprises médiatiques du pays puisque sans incitatifs fiscaux, les annonceurs pourraient avoir tendance à se tourner davantage vers les médias canadiens.

L'Ontario a ouvert depuis peu à la presse écrite quotidienne l'accès aux crédits d'impôt pour soutenir le virage numérique.

En 2011, 72 % des francophones de l'Ontario lisaient les journaux francophones aussi souvent ou plus souvent que les autres journaux locaux et 15 % d'entre eux les avaient consultés sur Internet³.

Néanmoins, le développement du numérique ne profite pas à tous. Selon l'AFO, « l'inégalité de l'accès en Ontario à une large bande passante présente un défi, tant pour les journaux que pour les radios puisque plusieurs communautés franco-ontariennes sont situées en milieu rural ou semi-rural et n'ont pas accès à une bande passante adéquate. Les médias francophones de l'Ontario peuvent bien être fin prêts sur le plan numérique, mais si le consommateur ne peut y accéder facilement, les efforts de modernisation sont inutiles ».

EXONÉRATION DE LA TAXE DE VENTE

L'Ontario offre un allègement sur des articles particuliers qui sont assujettis à la TVH par l'entremise de remises au point de vente. Les Ontariens n'ont pas le 8 % de la TVH sur certains articles, dont les journaux.

PAIEMENT EN NATURE DES COÛTS RELIÉS DU RECYCLAGE

De plus en plus les gouvernements tentent d'inciter l'industrie à se responsabiliser davantage pour atteindre les objectifs de réacheminement des déchets; ils se tournent vers les producteurs pour payer les coûts de la gestion des déchets, y compris les programmes de recyclage.

Dans la plupart des provinces canadiennes, les programmes de recyclage sont gérés par les municipalités et subventionnés par le biais d'une taxe ou de frais d'utilisation. La revente de

¹ Gouvernement du Canada, [Dépenses d'entreprise : publicité](#)

² Peter Miller et David Keeble, [La déductibilité de la publicité sur Internet](#), Janvier 2017

³ Alliance des médias minoritaires, *Parlons Médias*, 2011.

matériaux recyclables par les municipalités, particulièrement l'aluminium et le papier journal, aux fabricants d'aluminium et aux usines à papier, compense une bonne portion des coûts.

C'est le cas en Colombie-Britannique et en Alberta : le gouvernement albertain note que le papier journal est le type de vieux papier le plus visible et le plus largement récupéré par les programmes municipaux de recyclage en Alberta; c'est aussi celui qui contribue la plus grande part des revenus des programmes municipaux de récupération.

Au Nouveau-Brunswick, à l'Île du Prince-Édouard, à Terre-Neuve et au Labrador, les municipalités utilisent les revenus provenant de la vente de produits recyclables comme le papier journal pour subventionner des programmes de recyclage et absorber la différence de la taxe.

En Saskatchewan et au Manitoba, un prélèvement sur les contenants de boissons gazeuses permet d'obtenir suffisamment de revenus pour financer le recyclage.

Le Québec, l'Ontario et la Nouvelle-Écosse ont pleinement adopté des modèles de gérance qui diffèrent d'une province à l'autre. Toutefois, les trois programmes présentent de grandes similitudes dans la façon dont sont traités les journaux : ils partagent une même approche qui exige que les journaux tenus d'apporter une contribution aux programmes municipaux de recyclage, mais par le biais de dons en nature sous forme d'espace publicitaire visant à promouvoir le recyclage.

Cette approche va dans le même sens que la façon dont sont gérés les régimes de recyclage partout dans le monde. Il n'existe aucune juridiction de par le monde où les journaux doivent verser une contribution en argent pour subventionner les programmes de recyclage. Les journaux ont été traités différemment parce que l'on reconnaît, tant au Canada qu'ailleurs dans le monde, qu'ils contribuent au bien public, qu'ils peuvent contribuer de façon importante à l'éducation publique en matière de recyclage, et qu'ils ne sont pas un produit emballé comme d'autres matériaux qui se retrouvent dans le recyclage.

Source : Médias d'info Canada : [Les quotidiens et le recyclage en Ontario](#)

PROGRAMME D'APPUI À LA FRANCOPHONIE ONTARIENNE

Dans son budget 2017, le gouvernement de l'Ontario a approuvé la création du Programme d'appui à la francophonie ontarienne (PAFO), en s'engageant à verser 1 M\$ par an sur la période comprise entre 2017-2018 et 2019-2020 afin de soutenir la mise en œuvre d'activités culturelles et communautaires servant la communauté franco-ontarienne. La presse écrite francophone pourrait y avoir accès (à valider).

Sont admissibles à participer au PAFO les organismes sans but lucratif constitués en personne morale, les municipalités et les collectivités/organismes autochtones à condition d'avoir exercé une activité de façon continue en Ontario depuis au moins un an. Le financement d'un projet peut donner droit à une aide pouvant atteindre 100 000 \$/2 ans.

AIDE POSTALE

Certains journaux bénéficient d'une aide supplémentaire pour la distribution postale. C'est le cas du journal L'Acadie Nouvelle, dont la distribution provinciale est assurée par un fonds en fiducie créé conjointement par le gouvernement fédéral et la province.