



Consultations prébudgétaires 2020-2021

Sommaire des demandes présentées au ministre des Finances

Février 2020

DEMANDES DU SCFP

Le SCFP demande au gouvernement du Québec de mettre en place, dès le budget 2020-2021 :

- 1) **Une mise à jour des lignes directrices du *Crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise* (crédit d'impôt) afin que les télédiffuseurs et les sociétés de production affiliées à ces télédiffuseurs disposant de leur propre personnel de production puissent y avoir accès au même titre que les producteurs indépendants¹.**

Le marché de la production audiovisuelle a bien changé depuis la mise en place du crédit d'impôt. Les sociétés de production indépendantes sont bien établies et respectées, leurs productions sont en demande et leurs opportunités d'affaires se sont élargies avec l'arrivée de services audiovisuels offerts en ligne. L'objectif du gouvernement de bâtir une industrie forte et consolidée est atteint.

Par contre, l'équilibre qui existait entre production interne et production indépendante à l'écran est disparu puisque les télédiffuseurs ne disposent plus des budgets qui leur permettaient de se passer des aides fiscales offertes par les gouvernements pour produire leurs propres émissions. Il en découle une perte de diversité du contenu et d'expertise pour les diffuseurs. L'inadmissibilité au crédit d'impôt entraîne de plus des problèmes concurrentiels pour les télédiffuseurs québécois à l'échelle canadienne et une discrimination envers nos membres démontrée par l'étude de l'UQAM².

- 2) **Toute nouvelle mesure d'aide à la production audiovisuelle devrait également s'appliquer aux télédiffuseurs, à leurs sociétés de production affiliées et aux producteurs indépendants comme le suggère le Groupe d'examen de la législation en matière de radiodiffusion et de télécommunications qui a remis son rapport au gouvernement fédéral à la fin janvier³ :**

« Il est essentiel d'éliminer certains obstacles à l'accès aux programmes de financement public, y compris les crédits d'impôt et les fonds de financement, qui soutiennent l'investissement privé dans le contenu médiatique culturel. Ces programmes ne devraient pas faire de distinction entre les types de producteurs et devraient encourager les sociétés de production affiliées à un télédiffuseur à investir dans le contenu canadien et à en créer, tout en continuant de promouvoir un secteur de production indépendante fort⁴. »

Nous sommes d'accord avec cet énoncé et ajoutons que les télédiffuseurs eux-mêmes devraient avoir accès aux aides publiques pour la production audiovisuelle. Dans le contexte actuel de mondialisation de la distribution de contenu audiovisuel – sous l'impulsion de services en ligne étrangers extrêmement populaires (comme Netflix) et toujours plus nombreux –, le Québec ne peut se priver de soutenir l'ensemble des investisseurs privés dans la production de contenu audiovisuel.

¹ Gouvernement du Québec, *Crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise*, Mesure fiscale, p. 5.

² Richard Fontaine, Noha Ismaili et Maxence Genet, *Financement de la production télévisuelle au Québec : perspective des principaux acteurs, analyse et recommandation*, Service aux collectivités, UQAM, Décembre 2018.

³ Groupe d'examen de la législation en matière de radiodiffusion et de télécommunications, *L'avenir des communications au Canada : le temps d'agir*, Rapport final, 29 janvier 2020.

⁴ *Ibidem*, p. 168.

3) La création d'un nouveau crédit d'impôt de 35 % ciblant spécifiquement les médias titulaires de licences de radiodiffusion délivrées par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) qui produisent des contenus d'information originaux et factuels diffusés par voie hertzienne ou en ligne à l'intention des Québécoises et Québécois.

Le gouvernement du Québec a dû agir dans l'urgence, l'automne dernier, lors de la mise en place du *Crédit d'impôt remboursable pour soutenir la presse d'information écrite*⁵ étant donné la faillite annoncée du Groupe Capitales Médias. Toutefois, les audiences de la Commission de la culture et de l'éducation sur l'avenir des médias d'information ont mis en lumière le fait que les journaux, bien qu'étant les plus touchés par la crise, ne sont pas les seuls médias à être affectés par une baisse des revenus publicitaires qui met en péril leur rentabilité et leur mission d'information⁶. Les stations de télévision et de radio le sont aussi, ce qui risque de réduire la quantité et la diversité de l'information locale au Québec et menace notre démocratie à plus ou moins court terme.

En ne ciblant que la presse écrite pour l'attribution de son crédit d'impôt de 35 % sur la masse salariale, le gouvernement a créé un nouveau désavantage concurrentiel pour les radiodiffuseurs québécois qui s'ajoute à celui qui les oppose déjà aux géants du Web. En effet, avec l'entrée en vigueur prévue d'un crédit d'impôt similaire de 25 % du gouvernement fédéral (rétroactif au 1^{er} janvier 2019), les stations de télévision et de radio paieront deux fois plus cher que les médias écrits pour la main-d'œuvre nécessaire à la production de leurs nouvelles. Une aide universelle aux médias aurait évité cette disparité. Pour corriger la situation, le SCFP propose la mise en place d'un second crédit d'impôt.

CRITÈRES DU NOUVEAU CRÉDIT D'IMPÔT

Ce crédit d'impôt remboursable distinct devrait avoir la même valeur que celui accordé à la presse écrite (35 %) et être octroyé selon les mêmes modalités quant à la société, au salaire et aux employés admissibles⁸, avec les adaptations nécessaires à la radiodiffusion. Par exemple, comme la radio et la télévision ont absolument besoin de supports audio ou audiovisuels pour présenter du contenu d'information original, ces activités devraient être admissibles au nouveau crédit d'impôt en plus de la photographie.

Le CRTC impose aussi aux stations de télévision des conditions de licence à respecter quant à la quantité de programmation locale et de nouvelles de reflet local⁹ présentées chaque semaine à leur auditoire. Le nouveau crédit d'impôt devrait ainsi être conditionnel à l'atteinte ou au dépassement de

⁵ Finances Québec, Bulletin d'information 2019-9, *Crédit d'impôt remboursable pour soutenir la presse d'information écrite*, Québec, 2 octobre 2019.

⁶ <http://www.assnat.qc.ca/fr/travaux-parlementaires/commissions/cce/mandats/Mandat-40735/index.html>

⁷ Finances Québec, Bulletin d'information 2019-9, *Crédit d'impôt remboursable pour soutenir la presse d'information écrite*, Québec, 2 octobre 2019.

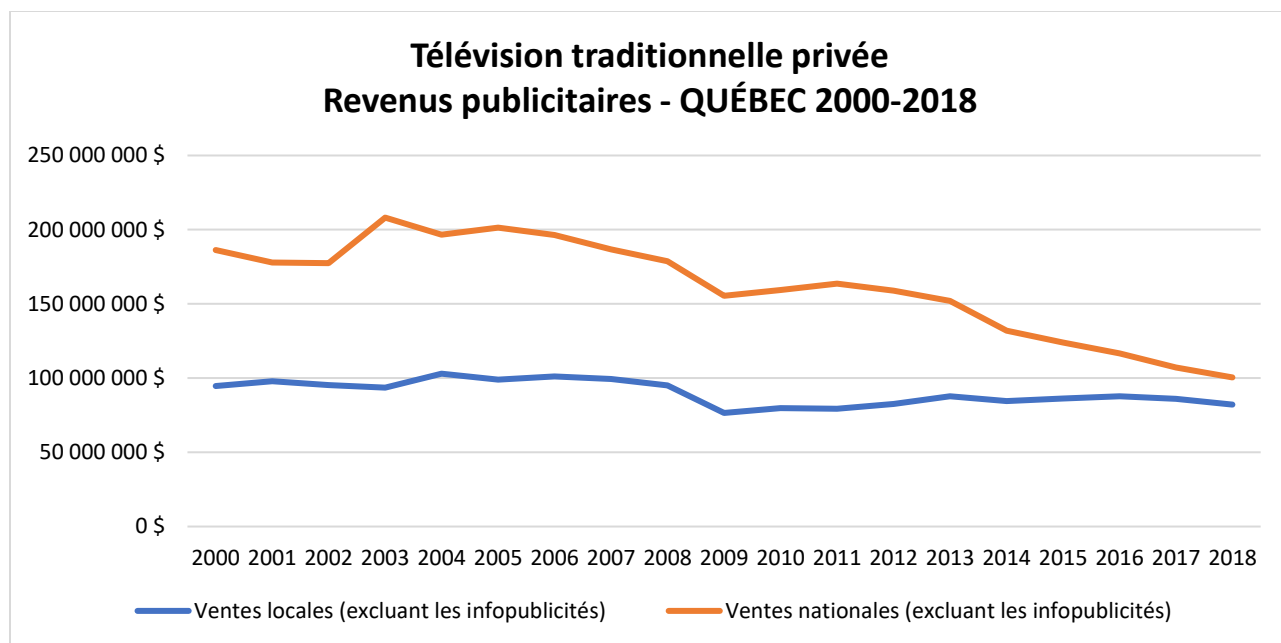
⁸ *Ibidem*, p. 6 à 9.

⁹ La programmation locale « ... doit représenter un intérêt pour la communauté ou le marché desservi. » et les nouvelles de reflet local présentent un sujet qui « ... fait spécifiquement référence au marché que la station est autorisée à desservir; » ainsi qu'« ... un portrait du marché, par exemple en y incluant des résidents ou des représentants officiels ou en couvrant les activités de son gouvernement municipal ou provincial; » Elles sont également produites spécifiquement pour la station, in : CRTC, Politique réglementaire de radiodiffusion CRTC 2016-224, Ottawa, 15 juin 2016, par. 52 et 56.

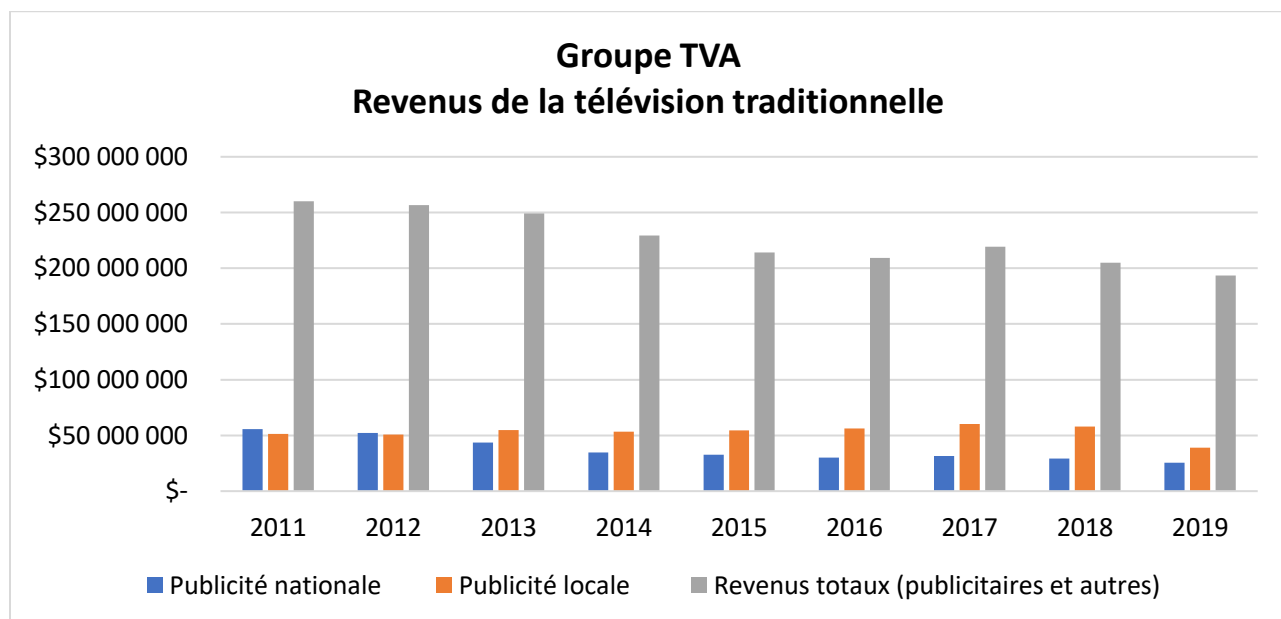
ces obligations afin de consolider et améliorer l'information dans l'ensemble des zones de diffusion des stations de télévision du Québec. Alors que les salles de nouvelles ont depuis longtemps disparu des stations de radio régionales, les pressions financières des dernières années ont restreint les territoires de couverture des équipes journalistiques télévisées. Ces dernières se déplacent en effet moins souvent à l'extérieur de la ville où est située leur station. Une aide fiscale du gouvernement québécois serait de nature à renverser cette tendance en améliorant le rayonnement régional des radiodiffuseurs titulaires de licences (y compris dans la grande région de Montréal où les arrondissements ainsi que la Rive-Nord et la Rive-Sud sont souvent délaissés). Elle favoriserait également l'augmentation de la quantité et de la qualité de l'information produite par les médias au bénéfice de la population.

Par ailleurs, le SCFP propose que le nouveau crédit d'impôt destiné aux entreprises titulaires d'une licence de radiodiffusion soit limité à la production d'information factuelle, et ce, pour deux raisons fondamentales. D'une part, parce que le journalisme d'opinion rigoureusement basé sur des faits que l'on retrouve dans les journaux n'a pas d'équivalent à la radio et à la télévision; il s'agit essentiellement d'une tradition de la presse écrite. D'autre part, l'information factuelle est la seule qui est essentielle à la démocratie. Tout un chacun peut dorénavant donner son opinion sur l'actualité grâce à une foule de plateformes et médias en ligne, mais ce qui est en péril avec la baisse des revenus de la radio et de la télé est l'accès à une variété d'informations basées sur des faits, vérifiées et donc fiables, permettant aux citoyennes et citoyens de se faire leur propre idée sur le monde. Le SCFP demande donc que les chroniques et les éditoriaux soient exclus d'une éventuelle aide aux entreprises de radiodiffusion réglementées par le CRTC.

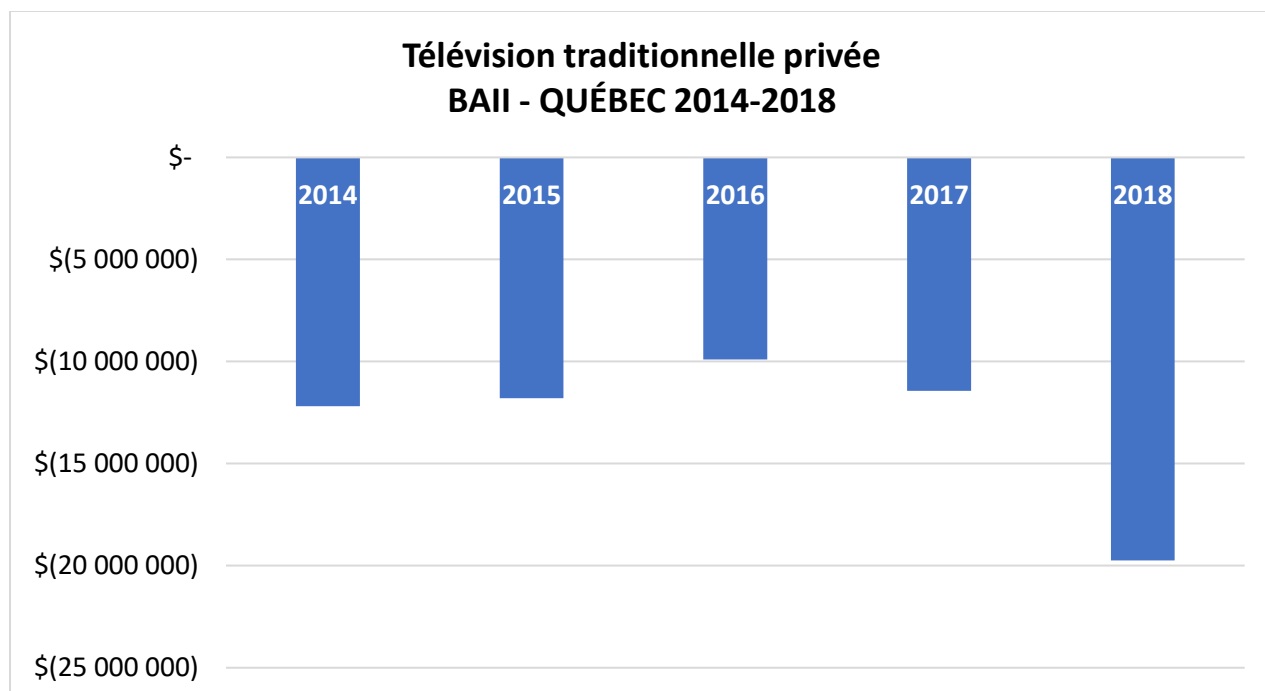
Enfin, le nouveau crédit d'impôt que nous suggérons ne devrait pas avoir pour conséquence de précariser l'emploi dans les salles de nouvelles des stations de radio et de télévision. Il devrait au contraire servir à stabiliser ou à augmenter l'embauche de personnel salarié dans ces médias, que ce soit pour leurs activités traditionnelles ou l'extension de celles-ci en ligne.



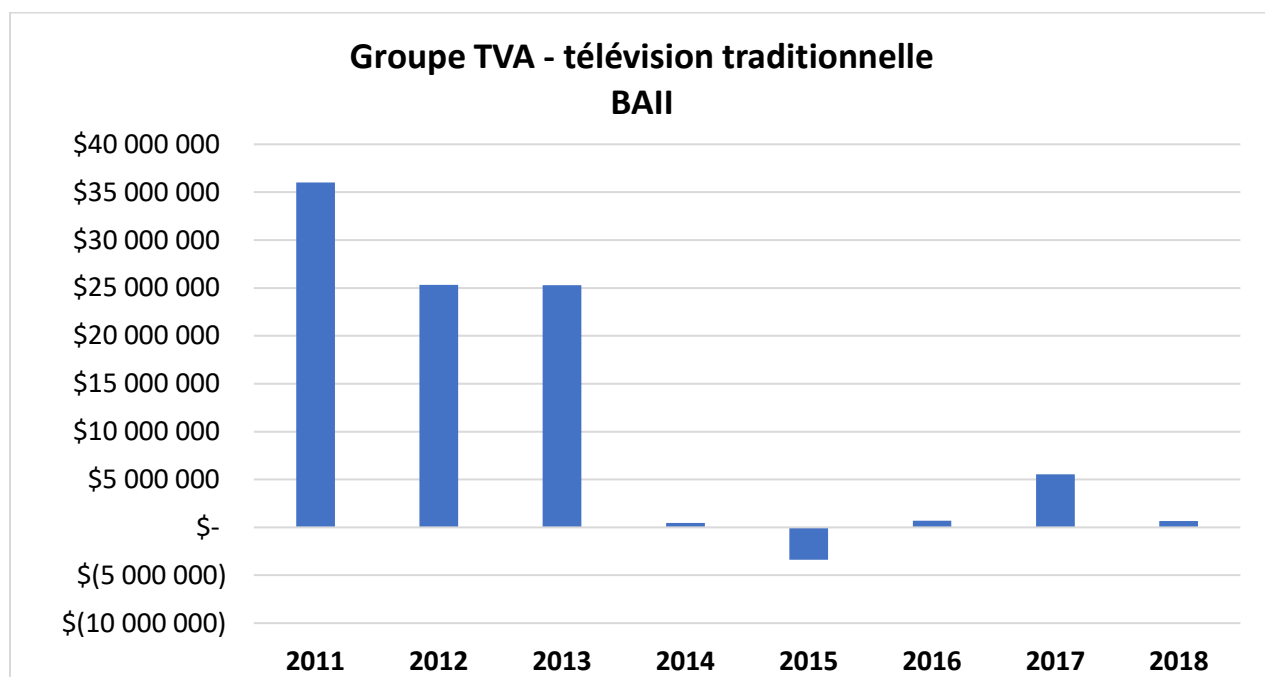
Source : CRTC, *Relevés statistiques et financiers – télévision traditionnelle*, 2004-2008 à 2014-2018.



Source : CRTC, *Rapports annuels cumulés*, Groupe TVA, 2011-2019.

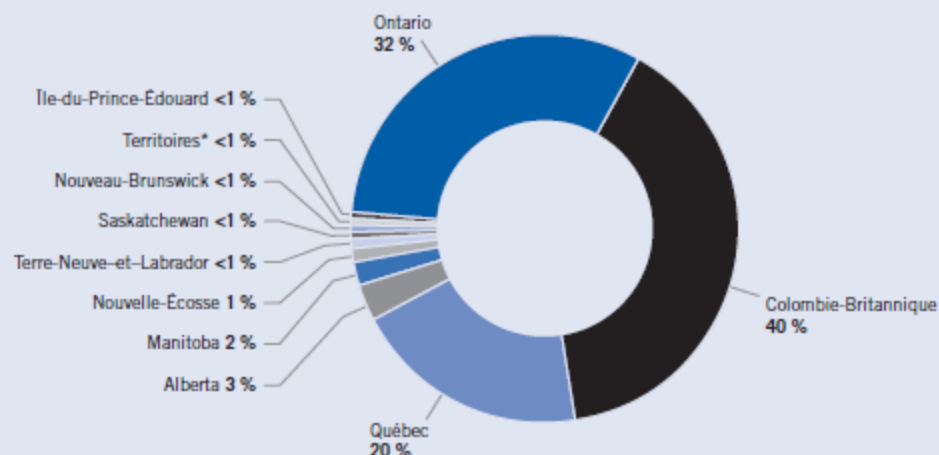


Source : CRTC, *Relevés statistiques et financiers – télévision traditionnelle*, 2014-2018.



Source : CRTC, *Rapports annuels cumulés*, Groupe TVA, 2011-2018.

Figure 1 - 5 Volume de production cinématographique et télévisuelle au Canada, par province ou territoire, 2017-2018



Sources : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada et de l'Association des agences provinciales de financement.
 *Yukon, Nunavut et Territoires du Nord-Ouest.
 Note : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

Source : ACPM, AQPM, Canada, Téléfilm Canada, Profil 2018 – *Rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada*, p. 64.

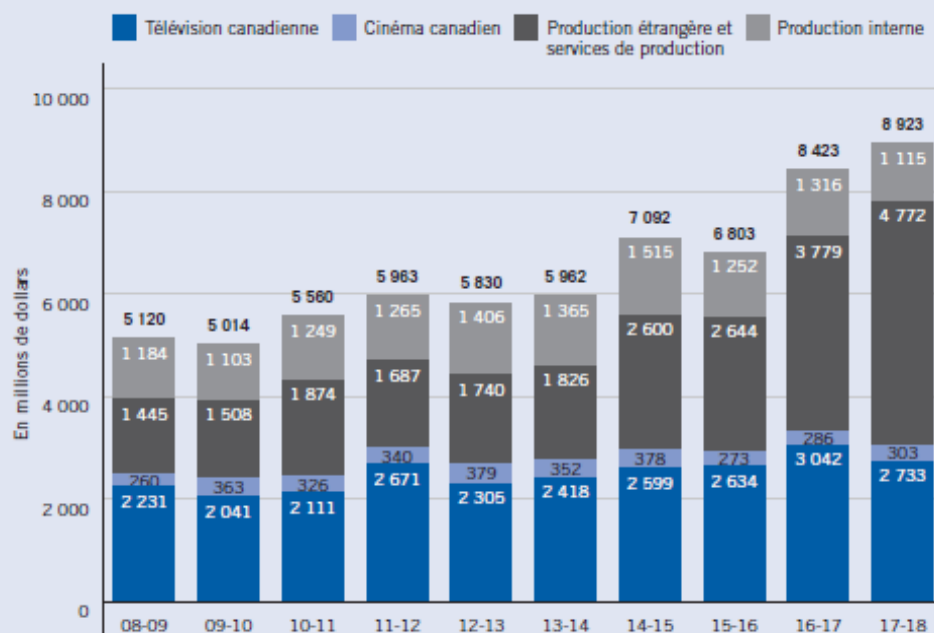
Figure 8 - 3 Volume de production interne par province ou territoire

(Millions de dollars)	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Part 2017
Ontario	692	649	739	729	811	767	885	677	729	612	55 %
Québec	273	245	242	252	293	291	331	279	307	258	23 %
Colombie-Britannique	89	86	93	100	104	103	101	97	96	87	8 %
Alberta	68	64	79	86	92	92	91	94	88	80	7 %
Manitoba	13	12	19	21	23	24	29	30	28	25	2 %
Saskatchewan	18	16	22	24	26	28	27	27	24	20	2 %
Nouvelle-Écosse	14	12	29	28	31	32	27	26	23	16	1 %
Nouveau-Brunswick	7	5	11	11	12	13	11	11	10	8	1 %
Terre-Neuve-et-Labrador	6	9	9	9	10	11	10	9	8	7	1 %
Île-du-Prince-Édouard	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	<1 %
Territoires*	2	2	3	3	3	3	3	2	1	1	<1 %
Total	1 184	1 103	1 249	1 265	1 406	1 365	1 515	1 253	1 316	1 115	100 %

Source : Estimations fondées sur les données du CRTC, de CBC/Radio-Canada et de Statistique Canada.
 Note : Les statistiques publiées par les agences provinciales de financement peuvent différer de celles de *Profil 2018*. Se reporter aux *Remarques méthodologiques* pour plus de détails. Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.
 * Yukon, Nunavut et Territoires du Nord-Ouest.

Source : ACPM, AQPM, Canada, Téléfilm Canada, Profil 2018 – *Rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada*, p. 67.

Figure 1 - 2 Volume de production cinématographique et télévisuelle



Source : Estimations fondées sur les données du BCPAC, du CRTC, de CBC/Radio-Canada et de l'Association des agences provinciales de financement.
 Note : Certaines sommes peuvent ne pas correspondre aux totaux indiqués, parce que les chiffres ont été arrondis.

Source : ACPM, AQPM, Canada, Téléfilm Canada, Profil 2018 – *Rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada*, p. 8.