



Le 4 février 2024

Monsieur Eric Girard  
Ministre des finances  
12, rue St-Louis. 1<sup>er</sup> étage  
Québec (Québec)  
G1R 5L3  
[ministre@finances.gouv.qc.ca](mailto:ministre@finances.gouv.qc.ca)

**Objet : Consultations pré budgétaires 2024-2025**

---

Monsieur le ministre,

Dans le cadre de la préparation du budget 2024 du Gouvernement du Québec, Arsenal Média désire soumettre certaines recommandations visant à assurer la pérennité des médias régionaux.

Arsenal Média est une entreprise québécoise, indépendante qui opère dans une industrie composée majoritairement par des grands groupes intégrés verticalement. Son siège social est situé à St-Lambert au Québec et ses activités sont concentrées dans la plupart des régions du Québec à l'exception de Montréal, Québec et l'Outaouais.

Sa division radio exploite 18 stations qui génère 3,5 millions d'heures écoute par semaine, ce qui en fait le plus important diffuseur régional de la province. L'entreprise exploite également une division WEB qui exploite 30 sites dont plusieurs plateformes d'information locale et régionale.

Arsenal Média est un leader dans plusieurs régions qui sans son action, seraient alors considérées comme des déserts en information.

Par la nature de sa mission, Arsenal Média est aux premières loges pour constater les transformations majeures dans le monde des médias. Voilà pourquoi elle estime primordial de rétablir une certaine équité afin d'éviter que les derniers médias régionaux ne s'effondrent emportés tant par la *montréalisation* que par le tsunami que constituent les plateformes étrangères.

Consciente de l'importance de sa mission fondamentale et contre vents et marées, la radio régionale et nos sites WEB d'information persistent et, continuent à participer et à témoigner de la vigueur des nos institutions démocratiques en région.

Cependant encore plus puissante que notre volonté, la réalité actuelle réclame une action des paliers gouvernementaux.

Ainsi, à titre d'acteur clé de la région québécoise, Arsenal Média soumet quatre recommandations visant à préserver la qualité de l'information locale et régionale, à éviter la *montréalisation* des contenus et à amoindrir les contrecoups des plateformes numériques étrangères:

- 1) Élargissement du crédit d'impôt pour les journalistes
- 2) Instaurer un crédit aux annonceurs achetant de la publicité dans les médias québécois
- 3) Bonifier le crédit d'impôt à l'innovation C3i
- 4) Garantir que 40% des achats publicitaires du Gouvernement du Québec soit destinés aux régions.

Nous vous remercions à l'avance de l'attention que vous porterez à ces recommandations, qui, selon nous, sont plus qu'essentiels au maintien de nos institutions démocratiques à travers le Québec.

Cordialement,



Sylvain Chamberland  
Président Arsenal Média  
Président de l'Association des radiodiffuseurs régionaux francophones (ARRF)

## RECOMMANDATIONS D'ARSENAL MEDIA

### 1) Élargissement du crédit d'impôt pour les journalistes

Au Québec, le bénéfice des stations de radio commerciale de langue française a fondu de 50% entre 2018 et 2022 entraîné par une baisse des revenus publicitaires de 20%. La radio traverse une crise sans précédent en 110 ans d'histoire. La croissance effrénée des entreprises en ligne, principalement américaines, fragilise l'industrie de la radio, particulièrement la radio régionale. De plus, la forte présence numérique et radiophonique de Radio-Canada qui est, soulignons-le, largement subventionnée, contribue aussi grandement à cette fragilisation.

Actuellement, les politiques gouvernementales ne soutiennent que la presse écrite accentuant ainsi le déséquilibre avec la presse électronique.

Pour rétablir un certain équilibre, nous demandons au gouvernement du Québec d'accorder aux journalistes de la radio les mêmes mesures dont bénéficient ceux qui travaillent à la presse écrite. Pour ce faire, nous réclamons de rendre les stations de radio commerciales admissibles aux crédits d'impôts pour les salaires des journalistes et pour la transformation numérique.

### 2) Instaurer un crédit aux annonceurs achetant de la publicité dans les médias québécois

De l'avis d'Arsenal média, une modernisation de la loi sur les impôts s'impose.

Actuellement, les sommes investies en publicité vers des plateformes numériques étrangères non règlementées sont déductibles d'impôts.

Nous proposons plutôt d'instaurer un crédit d'impôt de 20% pour les annonceurs effectuant des dépenses publicitaires dans un média québécois. Cette mesure aurait pour effet de stimuler le marché publicitaire et de freiner l'achat massif de publicitaire sur des plateformes étrangères. En contrepartie, toujours pour rétablir une certaine équité la déduction pour l'achat de publicité sur des sites étrangers devrait être annulée.

### **3) Bonifier le crédit d'impôt à l'innovation C3i**

Nous tenons à porter votre attention que l'application du crédit d'impôt C3i est actuellement trop restreint ce qui fait, qu'en pratique, il ne représente pas un outil intéressant pour les radiodiffuseurs.

L'élargissement de sa portée est souhaitable puisqu'elle stimulerait les investissements dans la transformation numérique notamment dans des territoires à faible vitalité économique.

Nous estimons que les investissements dans les équipements permettant de transformer du contenu radiophonique et du contenu numérique respectent en tout point l'esprit du crédit C3i, c'est-à-dire, produire des biens et contenus destinés au grand public. Ce qui à notre avis, vient justifier un élargissement de la portée de ce crédit d'impôt.

### **4) Garantir que 40 % des achats publicitaires du gouvernement du Québec soit destinés aux régions**

En 2022-2023, le gouvernement québécois a dépensé 36,25 millions de dollars en publicité ce qui faisait suite à des investissements records pendant les années de la pandémie : 150,07M\$ en 2020-2021 et 129,06M\$ en 2021-2022.

Il est difficile de savoir précisément combien Québec a dépensé principalement à Montréal, mais nous estimons que les marchés régionaux sont loin de recevoir leur juste part en fonction de leur poids démographique. En outre, depuis dix ans, le gouvernement incite les ministères et organismes gouvernementaux à verser un minimum de 4% de leur budget en placements publicitaires dans les médias communautaires reconnus.

Toujours dans un souci d'équité, nous recommandons donc que le gouvernement du Québec témoigne concrètement de sa reconnaissance des médias régionaux en consacrant 40% de ses achats publicitaires dans ces médias, exclusivement. En excluant de facto Montréal et Québec, cela ferait en sorte que l'ensemble des québécois et québécoises seraient rejoints par les différentes campagnes publicitaires via leurs médias de proximité.

**FIN DU DOCUMENT**