



L'avenir des médias d'information et de la culture : les enjeux communs

Les audiences de la Commission sur l'avenir des médias d'information ne pouvaient tomber à un meilleur moment pour analyser la crise des médias. L'annonce de la faillite imminente du groupe Capitales Médias offre un exemple très concret de ce que cette crise peut générer en termes de perte d'information locale, de perte de diversité de l'information, et finalement, de délitement de notre démocratie.

Le moment est aussi particulièrement propice à l'approche des élections fédérales, car si Québec peut poser des gestes, comme il l'a fait par exemple en décidant de récolter la TVQ auprès des géants du Web, le gouvernement fédéral a aussi un rôle essentiel à jouer.

Cette crise survient alors que les organisations du secteur culturel au Canada, regroupées au sein de la Coalition pour la diversité des expressions culturelles (CDEC), sont en campagne pour que nos politiques culturelles s'appliquent en ligne (#SauvonsNotreCulture).

Il y a de nombreux points communs entre la situation de crise dans les deux secteurs, information et culture, et trois aspects sont particulièrement importants à relever pour envisager les solutions les plus structurantes possibles.

1- Des plateformes mondialisées qui ne tiennent pas compte de l'intérêt public

L'accès aux contenus culturels et d'information passe de plus en plus par le Web. Le Web n'est plus une nouveauté mais la médiation des contenus culturels et d'information par des plateformes appartenant à des grands groupes mondiaux comme Apple ou Google est plus récente. Cela entraîne un changement d'échelle pour nos contenus locaux qui se retrouvent en concurrence permanente avec une multitude de contenus étrangers. Des systèmes algorithmiques procèdent à des tris pour nous suggérer des contenus particuliers. Les critères qui guident le travail de ces algorithmes répondent aux intérêts d'entreprises privées, étrangères dans la plupart des cas.

L'idée ici n'est pas de condamner les intérêts privés qui orientent la recommandation des contenus, mais plutôt de constater que l'intérêt public pour une information locale de qualité ou des contenus culturels diversifiés est rarement pris en compte sur ces plateformes qui ont réussi à s'imposer entre les producteurs de contenus et leurs audiences. À défaut de mettre en place des plateformes au service de cet intérêt public, il faudrait disposer d'un levier permettant une prise en compte de l'intérêt public, qui devrait minimalement se manifester par plus de transparence quant aux critères utilisés par les outils de recommandation et les résultats qu'ils génèrent, ainsi que par une importance plus grande accordée à la diversité et à la proximité.

2- Des contributions vitales à la démocratie et à l'identité :

La diversité des voix et l'importance de l'information locale sont finalement les deux principaux enjeux qui ressortent des audiences de la Commission, particulièrement lorsqu'on aborde la contribution de l'information à la démocratie. Parallèlement, la diversité des expressions culturelles et l'accès à des contenus locaux participent activement à la construction de notre identité. Cette relation entre culture et identité est au cœur des politiques culturelles, bien au-delà du poids du secteur, non négligeable, dans l'économie.

Parce qu'elles nourrissent la démocratie et l'identité, l'information et la culture se distinguent des autres secteurs d'activité et leur dynamisme doit être préservé.

3- Un détournement de revenus

À l'exception de la presse écrite, la grande majorité des médias d'information produit des contenus culturels et tous produisent des informations sur la culture. La baisse des revenus publicitaires qui affecte les médias a donc aussi un impact sur leur capacité à produire des contenus culturels, notamment dans le secteur de la télévision. En ce qui concerne la culture, ceci s'ajoute aux diminutions des abonnements aux services de câblodistribution au profit des abonnements aux services de programmation en ligne comme Netflix. Ceci entraîne une réduction des fonds alloués à la création, comme le Fonds des médias du Canada (FMC). Dans le secteur de la musique, les plateformes ont développé une offre d'accès à la musique qui a cannibalisé les revenus découlant de la vente d'albums.

Produire des contenus culturels ou d'information de qualité a un coût qui ne peut être compressé à l'infini si l'on veut des contenus de qualité qui se démarquent dans des collections de plus en plus globales et volumineuses. Tous savent désormais que les modèles d'affaire doivent être revus. Mais une chose est certaine, il faut aller chercher des ressources là où elles se trouvent.

Auprès des plateformes, bien sûr, qui échappent aux règles fiscales, mais aussi auprès des fournisseurs de services internet et mobile, qui profitent largement de l'accès aux contenus culturels et d'information en ligne. La vidéo et l'audio représentent la plus grande partie du temps passé en ligne pour les Canadiens, pour un total combiné de 72%¹. Les marges bénéficiaires de ces fournisseurs étaient de 38,1% en 2017² et leurs revenus ne cessent de croître depuis, mais ils ne versent pas un sou pour le financement des contenus culturels ou d'information.

Le Web a permis d'accéder gratuitement à de nombreux contenus culturels et d'information. Le piratage a eu et continu d'avoir des impacts importants sur la culture, particulièrement dans le secteur du livre, alors que les plateformes attirent un nombre croissant d'internautes en mettant gratuitement à leur disposition des nouvelles produites par les médias d'information.

Plusieurs lois fédérales doivent donc être révisées. La *Loi sur le droit d'auteur* doit être mise à jour afin que les plateformes numériques versent les droits de propriété intellectuelle à ceux qui les détiennent

¹ CRTC (2018), *Emboîter le pas au changement. L'avenir de la distribution de la programmation au Canada*
<https://crtc.gc.ca/fra/publications/s15/mari.htm#f10>

² CRTC (2018), *Rapport de surveillance des communications*, pp. 86 et 95.

au Canada et que le régime de copie privée inclue les appareils technologiques donnant accès aux contenus culturels et d'information. Le nombre d'exceptions prévues par la Loi doit être réduit et les exceptions restantes doivent donner lieu à une compensation pour les créateurs.

Des changements sont aussi nécessaires dans le cadre de l'examen des lois sur la radiodiffusion et les télécommunications. D'abord pour assurer le financement et la mise en valeur des contenus culturels locaux par les plateformes. Ensuite, pour que les fournisseurs de service internet et de téléphonie mobile appuient financièrement la création et la production de contenus. Comme nous l'avons vu, les marges bénéficiaires dans ce secteur sont suffisamment importantes pour que ces nouvelles contributions n'entraînent pas une hausse des tarifs. Le législateur peut s'en assurer, par exemple en décrétant un tarif maximal pour un forfait de base.

Enfin, il est évident que des changements doivent être envisagés au niveau fiscal (imposition sur les revenus et perception des taxes de vente) afin d'établir des conditions équitables entre les entreprises qui opèrent sur les web, notamment les entreprises étrangères, et celles qui le font de façon plus traditionnelle. Ceci dépasse largement les secteurs de l'information et de la culture.

Parce qu'elles sont source de démocratie et d'identité, l'information et la culture ne peuvent pas être considérées comme de simples marchandises. Les solutions à la crise des médias et aux enjeux culturels doivent en tenir compte. Elles doivent aussi être structurantes et garantir des sources de revenus qui permettront de créer et de produire des contenus de qualité.

L'application de nos politiques en ligne et la collecte de certains revenus pour favoriser la création et la production de contenus culturels et d'information locaux, de qualité et diversifiés se présentent maintenant comme des urgences. La campagne électorale est un excellent moment pour débattre avec la classe politique des meilleures solutions à mettre en place dès le 22 octobre.

La campagne www.sauvonsnotreculture.ca propose un [mécanisme](#) très accessible qui permet aux citoyens d'écrire aux candidats de leur circonscription et aux chefs de partis au sujet des enjeux culturels. Le [Grand débat sur la culture et les médias](#) prévu le 18 septembre prochain sera l'occasion pour les partis fédéraux de présenter leurs solutions à la crise qui touche les deux secteurs.