



NOTE ÉCONOMIQUE



FÉDÉRATION NATIONALE DES COMMUNICATIONS

**RÉACTION AU
PLAN BUDGÉTAIRE POUR LE QUÉBEC 2017-2018**

MCE CONSEILS

MARS 2017



Ce n'est plus une nouvelle, les médias traditionnels sont en crise. Les données disponibles sur les investissements publicitaires au Québec montrent une nette diminution des revenus publicitaires de tous les médias non numériques. Les quotidiens sont les plus touchés par cette conjoncture. **Entre 2010 et 2014, une baisse de 130 M\$ (-29,2 %) des revenus publicitaires annuels s'est fait sentir au sein des quotidiens québécois.** La plus grande part de ses revenus perdus ont été perçus par les médias numériques.

La situation de la presse écrite et notamment celle des hebdos régionaux risque de se détériorer davantage avec le projet de loi 122 entourant l'autonomie des municipalités qui ne rendrait plus obligatoire la publication des avis publics dans les journaux, privant ces derniers d'une importante source de revenus. Cela représenterait une diminution de revenus de l'ordre de 50 M\$ sur 5 ans.

Par conséquent, si l'aide annoncée de 36 M\$ sur 5 ans est un pas dans la bonne direction, elle est loin de combler les baisses de revenus des quelque 157 quotidiens et hebdos du Québec (14 quotidiens et 143 hebdos papier) sachant que ces deux dernières, 25 hebdos ont fermé leurs portes.

Tableau 1. Évolution des investissements publicitaires au Québec, par média (M\$)

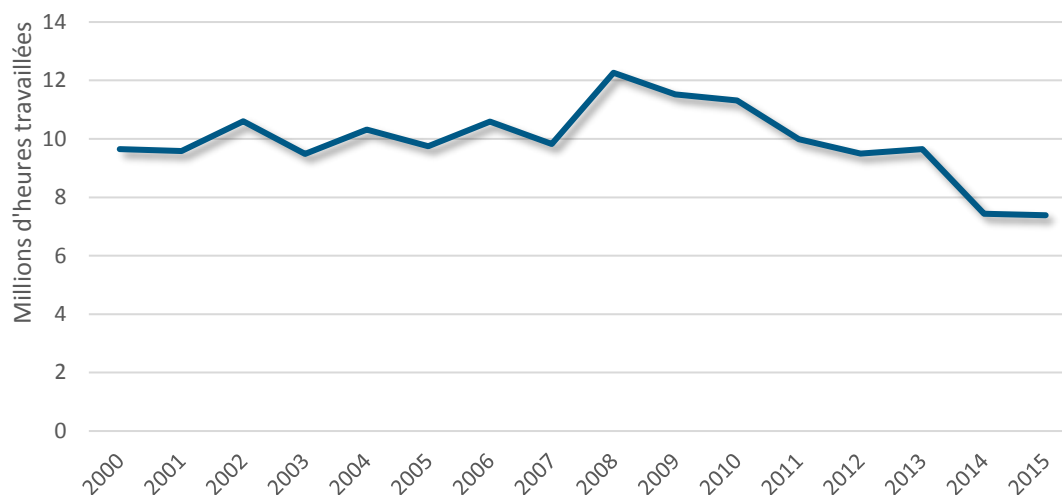
Média	2003	2009	2010	2012	2014	% var. 2010-2014	% var. 2003-2014
Télévision	589	625	655	691	684	4,40 %	16,10 %
Quotidiens	507	430	445	445	315	-29,20 %	-37,90 %
Radio	230	271	283	297	304	7,40 %	32,20 %
Hebdos	169	235	225	254	185	-17,80 %	9,50 %
Magazines	145	149	148	136	140	-5,40 %	-3,50 %
Affichage	97	126	142	141	155	9,20 %	59,80 %
Numérique	16	311	382	504	626	63,90 %	3812,50 %
Total	1 751	2 147	2 280	2 468	2409	5,70 %	37,60 %

Source: Centre d'étude sur les médias, données financières (2016).

L'impact de cette baisse de revenus se traduit directement dans l'emploi du secteur d'activité. Au Québec, entre 2008 et 2015, 4,9 millions d'heures sont travaillées en moins dans le secteur de la presse écrite, ce qui représente 2 665 emplois à temps plein.



Figure 1. Évolution des heures travaillées, éditeurs de journaux (Québec)



Source: Statistique Canada.

L'an passé, nous avons évalué la contribution du secteur de la presse écrite aux recettes fiscales des différents paliers de gouvernement. Elle se chiffre à 179,6 M\$, dont la part du lion (115,5 M\$) est perçue par le gouvernement provincial.

Tableau 2. Secteur de la presse écrite – Évaluation des retombées totales (2016)

Impacts fiscaux du secteur de la presse écrite, 2016	
Effets directs	
Retombées publiques directes	124 723 039 \$
Provincial	80 236 125 \$
Fédéral	43 577 267 \$
Municipal	909 647 \$
Emplois (ETP)	744
Effets totaux	
<i>Effets multiplicateurs du PIB (effets directs+indirects)</i>	1,44
<i>Effets multiplicateurs de l'emploi (effets directs+indirects)</i>	1,17
Retombées publiques totales	179 601 177 \$
Provincial	115 540 020 \$
Fédéral	62 751 265 \$
Municipal	1 309 892 \$
Emplois (ETP)	870

Source : MCE Conseils, 2016, *L'avenir de la presse écrite et de l'information au Québec – Hypothèses de financement*.



Afin de pallier à la situation, MCE Conseils et la Fédération nationale des communications de la CSN (FNC-CSN) ont proposé des pistes de solution à court terme qui agiraient comme effet de levier pour préserver l'intégrité du secteur de la presse écrite au Québec. **Le coût de ces propositions est évalué à moins de 4,10 \$ par contribuable et totalise 17,5 M\$ annuellement.** Ces propositions totalisent environ 15 % des retombées fiscales provinciales du secteur présenté au Tableau 1 et environ le tiers du désinvestissement publicitaire estimé entre 2013 et 2015 dans les quotidiens québécois.

Tableau 3. Résumé des pistes de solution à court terme proposées en 2016

Propositions MCE/FNC - Mai 2016	Coût annuel moyen	Coût sur 5 ans
Crédit d'impôt sur la masse salariale	12 990 835 \$	64 954 175 \$
Prêt/subvention au développement des affaires du secteur numérique	1 500 000 \$	7 500 000 \$
Ouverture du Plan culturel numérique (volet presse écrite)	3 000 000 \$	15 000 000 \$
Total annuel	17 490 835 \$	87 454 175 \$
<i>Nombre de contribuables (2017)</i>	<i>4 277 076</i>	
<i>Contribution par contribuable</i>	<i>4,09 \$</i>	

Source : MCE Conseils, 2016, *L'avenir de la presse écrite et de l'information au Québec – Hypothèses de financement*.

Le *Plan budgétaire pour le Québec 2017-2018* a répondu de façon timide à la situation d'urgence dans le secteur de la presse. Si le programme d'adaptation numérique des entreprises de la presse d'information permet la mise sur pied de projets structurants, l'enveloppe budgétaire allouée est non seulement insuffisante, mais elle est partagée en plus avec le programme d'aide aux médias communautaires.

Tableau 4. Mesures annoncées au *Plan budgétaire pour le Québec 2017-2018*

<i>Plan budgétaire pour le Québec 2017-2018</i>	Coût annuel moyen de la mesure	Coût sur 5 ans
Crédit d'impôt sur la masse salariale	Non annoncé	Non annoncé
Programme d'adaptation numérique des entreprises de la presse d'information + programme d'aide aux médias communautaires	4 800 000 \$	24 000 000 \$
Soutien à RecycleMédias pour la collecte sélective	2 400 000 \$	12 000 000 \$
Ouverture du Plan culturel numérique (volet presse écrite)	Non annoncé	Non annoncé
Total annuel	7 200 000 \$	36 000 000 \$
<i>Nombre de contribuables (2017)</i>	<i>4 277 076</i>	
<i>Contribution par contribuable</i>	<i>1,68 \$</i>	

Source : Ministère des Finances du Québec, *Plan budgétaire pour le Québec, 2017-2018*.



Un soutien a également été annoncé à RecycleMédias, un organisme qui gère le régime de compensation aux municipalités et à Recyc-Québec des coûts de récupération des éditions papier des publications. Le *Plan budgétaire pour le Québec 2017-2018* sous-entend que par sa préoccupation de « la survie des journaux locaux, communautaires et régionaux », ce soutien sera prioritaire aux médias communautaires, or c'est toute l'industrie qui est en crise.

La proposition de crédit d'impôt sur la masse salariale, mise de l'avant par la FNC-CSN, mais aussi par la Coalition pour la pérennité de la presse d'information au Québec, n'a malheureusement pas été retenue par le ministère des Finances, il en va de même pour l'intégration des médias d'information non communautaires au Plan culturel numérique du Québec. Notons toutefois qu'un nouveau Plan culturel pour le Québec devrait paraître en 2017.

Avec un investissement maximum de 7,2 M\$ par année, pour compenser les 130 M\$ de revenus publicitaires perdus entre 2010 et 2014 au Québec¹, il est nécessaire que les projets des entreprises de la presse écrite puissent dégager un effet de levier d'au minimum 10 pour 1. Dans une conjoncture où plusieurs entreprises de presse se trouvent affaiblies par la compétition des plateformes numériques étrangères (Google et Facebook, notamment), il est probable que l'impact à long terme de ces investissements soit insuffisant.

¹ Les revenus publicitaires ont certainement bougé depuis 2014, les données fiables plus récentes n'étant pas encore disponibles.