

Mémoire destiné aux consultations prébudgétaires 2021
du gouvernement du Canada produit par



Avec la participation des experts de



Et l'appui de



Mars 2021

TABLE DES MATIÈRES

SOMMAIRE EXÉCUTIF	1
INTRODUCTION	5
ÉTAT DE LA SITUATION	7
PROPOSITIONS DE LA FNCC.....	ERREUR ! SIGNET NON DEFINI.

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1.	Synthèse des mesures proposées.....	4
Tableau 2.	Prévisions de croissance économique des grandes institutions financières pour le Québec	7
Tableau 3.	Évolution du produit intérieur brut par secteur d'activité (2019-2020).....	8

SOMMAIRE EXÉCUTIF

Les impacts des mesures de lutte à la COVID-19

La pandémie de la COVID-19 a affecté grandement l'économie du Canada en 2020. Selon les estimations des économistes des grandes institutions financières, le Canada a connu une récession de l'ordre de 5,5 % de son PIB. Nonobstant les impacts du deuxième confinement et les incertitudes liées à la réouverture de l'économie pour donner suite à l'introduction des vaccins, les prévisions moyennes de décembre 2020 pour l'année 2021 tablaient la croissance économique à 5,0 %, soit moins que les pertes engendrées au cours de l'année 2020. Il va sans dire que la reprise de l'économie se fera sur plusieurs trimestres, voir années.

Il est clair que pendant encore de longs mois, les secteurs de la culture et des communications devront faire face à un effondrement des dépenses publicitaires des entreprises, le tarissement du financement privé, à des restrictions importantes pour les arts vivants et les musées, et aux nécessaires adaptations et restructurations de l'écosystème. Les organisations médiatiques et culturelles subissent la violence de l'impact de la récession plus que tout autre secteur, avec celui de l'hébergement et du tourisme. Elles ont besoin de mesures spéciales pour survivre en apnée durant le confinement ainsi que des mesures qui leur permettront d'avoir les capacités financières d'investir pour réussir leur relance lorsque cela sera permis.

Avec la décision d'interdire les regroupements et de fermer les salles proposant une programmation culturelle, les gouvernements provinciaux ont sans doute pris une décision juste sur la base de la sécurité sanitaire, mais ce faisant ils ont imposé une contribution énorme de la part du secteur de la culture et de celui de l'information, particulièrement dans le domaine des arts vivants, dont la cessation des activités a été décrétée au nom de la sécurité. Il en va de même pour les bibliothèques, les salles de cinéma et les musées. Ce sacrifice énorme de renoncer à opérer durant une année, sinon davantage, mérite des efforts de soutien à la hauteur de son importance. Les différents paliers de gouvernements doivent investir de manière substantielle pour permettre aux organisations culturelles et d'information de traverser cette crise historique et d'avoir des moyens inédits pour assurer leur relance au moment du déconfinement.

Les travailleurs autonomes et les salariés de ces secteurs ont connu de fortes baisses dans leur nombre au cours de la dernière décennie avec la numérisation des marchés médiatiques et culturels. Ceux qui ont réussi à poursuivre leur carrière dans ces secteurs observent une baisse régulière de leur rémunération et de leurs conditions de pratiques. En plus, ils ont connu des mois d'interruption brutale depuis le début de la pandémie et subissent des contraintes réglementaires qui les obligent au chômage ou aux programmes fédéraux d'urgence. Pour la grande majorité, 2020 et 2021 seront marquées par une réduction drastique de leurs revenus gagnés et d'opportunités de travail.

La durée de la reprise économique aura également des impacts directs sur la capacité réelle d'un retour à la normale pour la culture et les communications. En effet, ces secteurs sont grandement tributaires des revenus disponibles des ménages, de la viabilité financière des entreprises et de la philanthropie, et de l'accès aux lieux publics à différents égards :

- La consommation de biens culturels est une des premières dépenses affectées par les baisses de revenus des ménages;
- Les investissements en publicité et commandites sont parmi les premiers affectés par les baisses de revenus des entreprises. Les productions télévisuelles et radiophoniques, les festivals et plusieurs événements et institutions culturelles dépendent de ces revenus pour être viables financièrement;

- Les mesures de distanciation physique limitent la capacité, voire l'accès, aux lieux de diffusion culturels, ce qui influence les revenus de billetteries et de revenus des ventes en boutique, restauration et bars;
- Les mesures de distanciation physique engendrent des coûts supplémentaires dans la production des œuvres culturelles, notamment par des dépenses en équipements de protection individuelle (EPI).
- Les campagnes et événements de financements sollicitant les dons du public pour les organismes culturels subissent les contrecoups de la baisse des revenus des ménages et l'accès aux espaces de diffusion culturels.

Du côté de l'information, alors que le service de nouvelles fiables, vérifiées et continues est particulièrement sollicité dans cette période de crise et de modifications constantes des règles sanitaires, les revenus publicitaires qui soutiennent les modèles d'affaires de la télévision, de la radio et de la presse écrite ont fondu avec la fermeture des commerces et le ralentissement économique. Cette réalité est d'autant plus ironique en sachant que ces médias et cette information journalistique professionnelle sont incontournables pour lutter contre la désinformation et les nombreuses théories du complot qui minent les efforts de la santé publique.

Exacerbation d'une crise préexistante

Si les effets de la pandémie sont manifestes dans le secteur de la culture et des communications, il importe de souligner qu'il y préexistait une véritable situation de crise avant la COVID-19. L'accaparement des revenus publicitaires par les grandes entreprises de la Silicon Valley que sont Google, Facebook, Apple ou Amazon a amené plusieurs médias traditionnels au bord du gouffre, notamment l'information régionale. De plus, les productions originales francophones peinent à trouver leur place dans ces marchés numériques où la compétition est mondiale. La rémunération et les redevances des artistes et créateurs, entre autres dans le secteur de la chanson, sont également la plupart du temps à la baisse sur ces plateformes par rapport aux modes traditionnels de diffusion. La mondialisation de la diffusion affecte drastiquement les revenus des entreprises d'ici et augmente les coûts de production. Les artistes, artisans et salariés subissent une pression énorme et l'érosion de leurs conditions de travail.

Au niveau de la culture, le *star-system* entraîne une situation où seule une minorité d'artistes, de créateurs et d'artisans sont en mesure de vivre de leurs œuvres et disciplines artistiques. Le revenu annuel moyen des artistes est bien en deçà du seuil de faible revenu au Canada.

Mesures pour maintenir actif le secteur de la culture et des communications

Autant au niveau de la situation préexistante à la COVID-19 que lors de la première vague de confinement, le gouvernement du Canada a mis sur pied un certain nombre de mesures pour appuyer le secteur des arts et de la culture. Les programmes de subventions, la prestation canadienne d'urgence et les crédits d'impôt sur la masse salariale ont été des aides essentielles pour la survie de la culture et des médias.

Les mesures de distanciation sociale mise en place afin de lutter contre la COVID-19 se sont accompagnées, au printemps et à l'été 2020, d'un *Fonds d'urgence pour soutenir les organismes chargés de la culture, du patrimoine et du sport* totalisant 326,8 M\$ touchant certains secteurs de la culture. Celui-ci a permis de soutenir les institutions culturelles, mais malheureusement, nous constatons que plusieurs des mesures n'ont pas ruiselé jusqu'aux artistes, créateurs et professionnels autonomes du secteur. Ces derniers se sont donc retrouvés en grande majorité soutenus par la *Prestation canadienne d'urgence* (PCU) du gouvernement fédéral. Le fait que les contrats et les liens d'emploi n'aient pas été honorés et maintenus pour plusieurs qui œuvrent dans la culture, les arts et l'événementiel risque de provoquer une perte importante d'expertise et de main-d'œuvre. En effet, des sondages récents et plusieurs articles de journaux ont confirmé que, découragés par la précarité déjà inhérente à la condition d'artiste, les impacts de la pandémie ont convaincu une importante

proportion d'artistes, de créateurs, d'artisans et de professionnels de la culture à réorienter leur carrière. La reprise dans un tel contexte risque d'être mise au défi.

Début 2021, alors que plusieurs provinces se reconfinent, la plus grande part de ces mesures sont arrivées ou approchent de l'échéance. Quant aux emplois du secteur de la culture et des communications, ils restent dans une situation de grande précarité. De longs mois d'hibernation culturelle sont encore devant nous. La culture et l'information doivent être protégées durant la crise et soutenues durant leur relance.

Nous proposons donc un ensemble de mesures de soutien visant à maintenir le secteur de la culture et des communications à flot et à investir dans une relance d'activité efficace lorsque les conditions le permettront. Ces mesures favorisent la capacité des organisations à maintenir leur lien d'emploi avec les salariés et les contractuels, et contribuent à réduire l'impact négatif substantiel qu'ils ressentent de la crise actuelle.

Tableau 1. Synthèse des mesures proposées

Mesures	Secteurs touchés	Investissement estimé pour 2021
Octroyer des aides pour adapter les organismes culturels continuant leurs activités pendant la pandémie	Tous	62,50 M\$
Maintenir les programmes fédéraux pour couvrir les frais fixes des entreprises culturelles (surtout loyers/hypothèques)	Tous	110,00 M\$
Fonds d'assurance pour protéger les artistes des risques sanitaires (télévision et arts vivants)	Tous	40,00 M \$
Assurer une flexibilité dans les programmes de financement et reconduire le financement pour adapter l'offre culturelle	Arts vivants	50,00 M\$
	Arts visuels	
Prévoir un programme temporaire d'appui à la création	Arts vivants	70,00 M\$
	Arts visuels	
Prévoir un programme de renouvellement des expertises	Arts vivants	30,00 M\$
	Arts visuels	
Offrir une compensation pour le manque à gagner en termes de revenus de bienfaisance	Théâtres	200,00 M\$
	Centres d'artistes	
	Festivals	
	Compagnies de danse	
	Institutions muséales	
Prévoir un budget exceptionnel de relance des institutions muséales, des salles de spectacle, des théâtres et des festivals	Institutions muséales	250,00 M\$
	Théâtres	
	Salles de spectacles	
	Festivals	
Accélérer les débours liés au programme de crédit d'impôt à l'ensemble de la main-d'œuvre	Presse écrite	80,00 M\$
Augmenter le budget de l'Office Nationale du Film	Télévision et film	20,00 M\$
Élaborer un programme de financement pour les entreprises d'information pour la lutte à la désinformation	Presse écrite	300,00 M\$
	Télévision	
	Radio	
Prévoir une majoration du budget de Société Radio-Canada/CBC	Diffusion télévisuelle	200,00 M\$
Augmentation de la capacité de financement de la production télévisuelle en réponse à la baisse des recettes publicitaires et la hausse des coûts de production	Télévision et film	215,00 M\$
Total des mesures		1 637,5 M\$

INTRODUCTION

La Fédération nationale des communications et de la culture-CSN a été fondée en 1972. À cette époque, le milieu journalistique revendique la mise en application de clauses professionnelles visant à protéger leur indépendance dans le cadre de leur travail. Pour obtenir ce respect, les travailleurs de l'information se regroupent au sein d'organisations syndicales qui, désormais, les représentent.

La FNCC-CSN regroupe des syndicats autonomes de salarié-es ainsi que des travailleuses et des travailleurs contractuels de l'industrie des communications et de la culture. Ce regroupement permet aux quelque 6 000 membres regroupés dans 88 syndicats de se donner des outils pour assurer leur représentation, pour négocier des ententes collectives de travail qui assurent le respect de leurs droits. Pour les journalistes, les conventions collectives permettent également de consacrer leur indépendance et les règles de déontologies qui encadrent leur travail. Dans une perspective du droit public à l'information, à la culture et à la langue française, la fédération défend également les libertés de presse et d'expression.

Le profil de ses membres et leur provenance professionnelle sont variés et concentrés dans trois secteurs : les médias (radio, télévision, hebdomadaires et quotidiens), les communications (multimédia, câblodistribution, cinémas, édition, maisons de sondage et téléphonie) et la culture (salles de spectacles, festivals, musées, audiovisuel et création artistique). Elle regroupe également des travailleurs contractuels provenant des milieux artistiques, des arts de la scène, de la vidéo et du journalisme. La FNCC agit en collaboration avec l'ensemble des associations professionnelles défendant les droits et les conditions de travail des artistes de tous les secteurs.

La mission se formule comme suit : « La mission de la FNCC-CSN est de défendre les intérêts économiques, sociaux, politiques et professionnels de nos membres. Pour nous, l'humain, sa dignité et son développement social demeurent au centre de nos préoccupations. Nos actions visent donc principalement à assurer à nos membres des conditions de travail décentes, leur reconnaissance et un environnement de travail sain et valorisant. »

Au fil des ans, la FNCC est devenue une interlocutrice crédible dont les points de vue sont régulièrement sollicités par les divers intervenants des communications et de la culture.

Les secteurs de l'information et de la culture sont actuellement ébranlés par une succession de crises dont les conséquences d'une ampleur historique sur de larges pans de domaines essentiels pour le développement culturel, social, politique et économique du Québec. Depuis dix ans, on observe l'impact du virage numérique sur la multiplication des opportunités d'expression et de diffusion pour le monde créatif. Mais on constate aussi et surtout un effritement majeur et constant d'une structure de financement de l'information et de l'art comme conséquence de la numérisation des contenus et l'accumulation des revenus publicitaires et d'abonnement entre les mains d'un petit nombre de sociétés étrangères. On observe la stagnation ou le déclin des modes traditionnels de télédiffusion qui apportaient une contribution au financement de la programmation à la faveur des diffusions en ligne qui étaient isolés de ce système de contribution. On observe un pourcentage de plus en plus élevé des recettes d'écoute musicale entre les mains des plateformes de diffusion au détriment des droits et de la rémunération des auteurs, comme des interprètes. Les journaux affrontent la concurrence du Web alors que les annonceurs les délaissent progressivement.

Ces secteurs fragilisés par cette vague structurelle ont été, de surcroît, percutés comme peu d'autres secteurs par la crise sanitaire et économique de la COVID-19. La fermeture des commerces et restaurants a tari les recettes publicitaires des médias traditionnels, compensés en partie par l'effort de communication des gouvernements. De larges secteurs culturels ont été simplement fermés pour des raisons de sécurité sanitaire et ont vu plus d'une saison complète être annulée. Les festivals, les musées, les salles de spectacles, les théâtres sont devenus des activités interdites.

Les tournages ont été interrompus pour revenir sous de grandes contraintes de distanciation, avec tous les défis que cela peut représenter.

Les gouvernements ont pris acte de la multiplication des crises qui touchent les domaines de l'information et de la culture. Des gestes ont été posés. Les gouvernements fédéral et provincial ont créé des crédits d'impôt pour les médias écrits. Un projet de réforme de la Loi de la radiodiffusion a été présenté. Le comité parlementaire de la culture vient de déposer un rapport qui présente 20 recommandations constructives, mais celles-ci restent à traduire en mesures législatives et budgétaires concrètes. Des efforts de programmes de gestion de crise ont été annoncés. Le gouvernement canadien reconnaît enfin la nécessité de rechercher une certaine équité fiscale face aux géants du Web, mais cette intention reste liée à l'avancement des discussions de l'OCDE dont le rythme diplomatique est incohérent avec l'urgence de la situation.

L'effort consenti est sans nul doute apprécié, mais semble nettement insuffisant pour permettre aux organisations, aux artistes, professionnels et artisans de survivre en apnée financière durant cette crise et surtout de garantir la capacité de la majorité des organisations culturelles et d'information à relancer leur action sur des bases solides à la fin de la pandémie. Entretemps, il faut également contribuer à la sécurité financière des artistes, auteurs et artisans de ces domaines et faire en sorte que le Québec ne souffre pas d'un exode de talents vers d'autres secteurs moins touchés ou pire d'autres pays.

ÉTAT DE LA SITUATION

L'ampleur finale des impacts économiques de la pandémie de la COVID-19 est difficile à prévoir, compte tenu du degré d'incertitude liée à la gravité et à la durée de la pandémie, de l'absence de données économiques récentes (pour les années 2018 et 2019) sur les revenus des médias et du peu de références de balisage pour réaliser cette analyse. Cela dit, le présent document brosse un portrait de la situation économique qui prévalait avant la pandémie, période qui était déjà une crise structurelle grave pour plusieurs médias dits traditionnels et y ajoute les éléments d'information disponibles sur l'évolution d'une crise qui est toujours en train de se développer.

Une des difficultés pour nos calculs sur les revenus est l'absence dans plusieurs cas de données officielles datant d'après 2017. Nous avons donc utilisé la variation annuelle de la dernière année disponible pour la projeter sur les années suivantes pour la presse écrite et la télévision : il s'agit de notre prévision de la tendance avant la pandémie de 2018 à 2020. Cette hypothèse est elle-même relativement optimiste puisque plusieurs observateurs affirment qu'il existe une accélération du déplacement des recettes publicitaires des médias traditionnels vers les plateformes numériques. Il est clair que pour ces médias, cette crise accélère un phénomène déjà amorcé et qu'il est illusoire de penser revenir aux volumes de recettes publicitaires précédant la pandémie. Puisque la pandémie fait exploser le temps passé en ligne par la population générale, il est logique de penser que les annonceurs continueront de se tourner massivement vers les nombreuses plateformes numériques, qu'elles soient canadiennes ou étrangères. Pour la radio, comme les revenus sont stables depuis plusieurs années, nous avons fait l'hypothèse que les revenus n'ont pas varié sur cette période avant la crise sanitaire.

Cinq institutions financières répertoriées dans le tableau suivant estiment, entre décembre 2020 et février 2021, que l'économie du Canada a connu une contraction de 5,5 % en 2020. Elle serait suivie d'un redressement atteignant environ 5,0 % en 2021. Mais ces prévisions sont très tributaires de la durée de la crise et se cachent derrière des moyennes annuelles de fluctuations beaucoup plus importantes selon les trimestres, impactant de manière brutale les revenus des entreprises. Les premières prévisions pour 2022 tablent sur une prévision moyenne de croissance de 4,3 %, des estimations qui sont très variables d'une institution financière à l'autre. Le portrait du futur proche reste ainsi significativement instable.

Tableau 2. Prévisions de croissance économique des grandes institutions financières pour le Canada

Institution financière	Date de la prévision	Croissance du PIB (%)		
		2020	2021	2022
TD Canada	2020-12-15	-5,7 %	4,9 %	3,8 %
RBC	2020-12-15	-5,8 %	5,0 %	4,8 %
Scotia Bank	2021-02-04	-5,4 %	5,3 %	4,3 %
Banque de Montréal	2021-02-19	-5,4 %	5,0 %	4,5 %
Desjardins	2020-12-18	-5,4 %	4,9 %	3,9 %
Moyennes		-5,5 %	5,0 %	4,3 %

Source : Publications de prévisions économiques des institutions financières

La crise économique liée à la pandémie touche par ailleurs les secteurs de l'économie avec une intensité variable. Alors que les services financiers et assurances connaissent une croissance entre juin 2019 et 2020, le secteur des arts, spectacles et loisirs est le plus lourdement touché avec une baisse importante de 54 % de son PIB sur l'année. C'est le secteur le plus lourdement affecté par la crise en raison de la fermeture des lieux de représentation, suivi du secteur de l'hébergement et de la restauration, aussi affecté par des fermetures réglementaires.

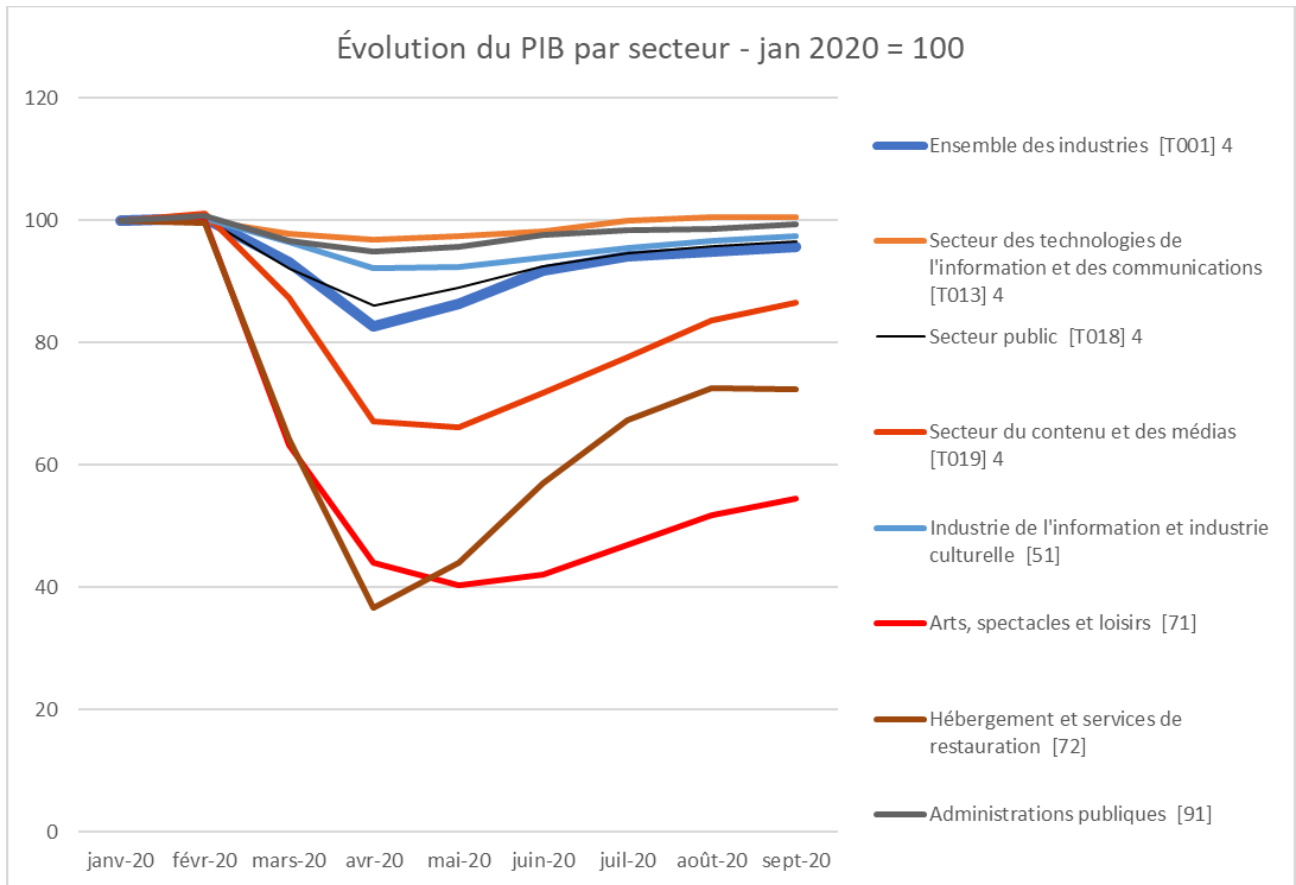
Avec la décision d'interdire les regroupements et de fermer les salles proposant une programmation culturelle, les gouvernements provinciaux ont sans doute pris une décision juste sur la base de la sécurité sanitaire, mais ils ont imposé une contribution énorme de la part du secteur de la culture et de celui de l'information, particulièrement dans le domaine des arts vivants, dont la cessation des activités a été décrétée au nom de la sécurité. Il en va de même pour les bibliothèques, les salles de cinéma et les musées. Ce sacrifice énorme de renoncer à opérer durant une année, sinon davantage, mérite des efforts de soutien à la hauteur de son importance. Les différents paliers de gouvernements doivent investir de manière substantielle pour permettre aux organisations culturelles et d'information de traverser cette crise historique et d'avoir des moyens inédits pour assurer leur relance au moment du déconfinement, sans oublier que ces organisations risquent de ne pas pouvoir fonctionner à pleine capacité pour encore de longs mois après la réouverture.

Tableau 3. Évolution du produit intérieur brut canadien par secteur d'activité (2019-2020)

Produit intérieur brut (PIB) aux prix de base, par industries, (x 1 000 000)			
Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN)	Mars à juin 2019	Mars à juin 2020	▲ %
Arts, spectacles et loisirs [71]	61 317	28 510	-54%
Hébergement et services de restauration [72]	178 102	86 853	-51%
Transport et entreposage [48-49]	357 848	261 644	-27%
Autres services (sauf les administrations publiques) [81]	151 663	111 423	-27%
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement [56]	207 581	164 064	-21%
Fabrication [31-33]	808 168	653 380	-19%
Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz [21]	609 539	507 873	-17%
Commerce de détail [44-45]	410 027	354 757	-13%
Commerce de gros [41]	407 967	355 442	-13%
Soins de santé et assistance sociale [62]	555 977	486 328	-13%
Services d'enseignement [61]	416 464	372 860	-10%
Gestion de sociétés et d'entreprises [55]	37 442	33 774	-10%
Construction [23]	561 796	512 692	-9%
Services professionnels, scientifiques et techniques [54]	467 312	432 430	-7%
Industrie de l'information et industrie culturelle [51]	254 628	242 763	-5%
Administrations publiques [91]	532 350	519 842	-2%
Services publics [22]	175 662	171 866	-2%
Services immobiliers et services de location et de location à bail [53]	996 986	997 387	0%
Agriculture, foresterie, pêche et chasse [11]	163 530	165 929	1%
Finance et assurances [52]	520 319	538 658	4%

Source : Statistique Canada. Tableau 36-10-0434-01

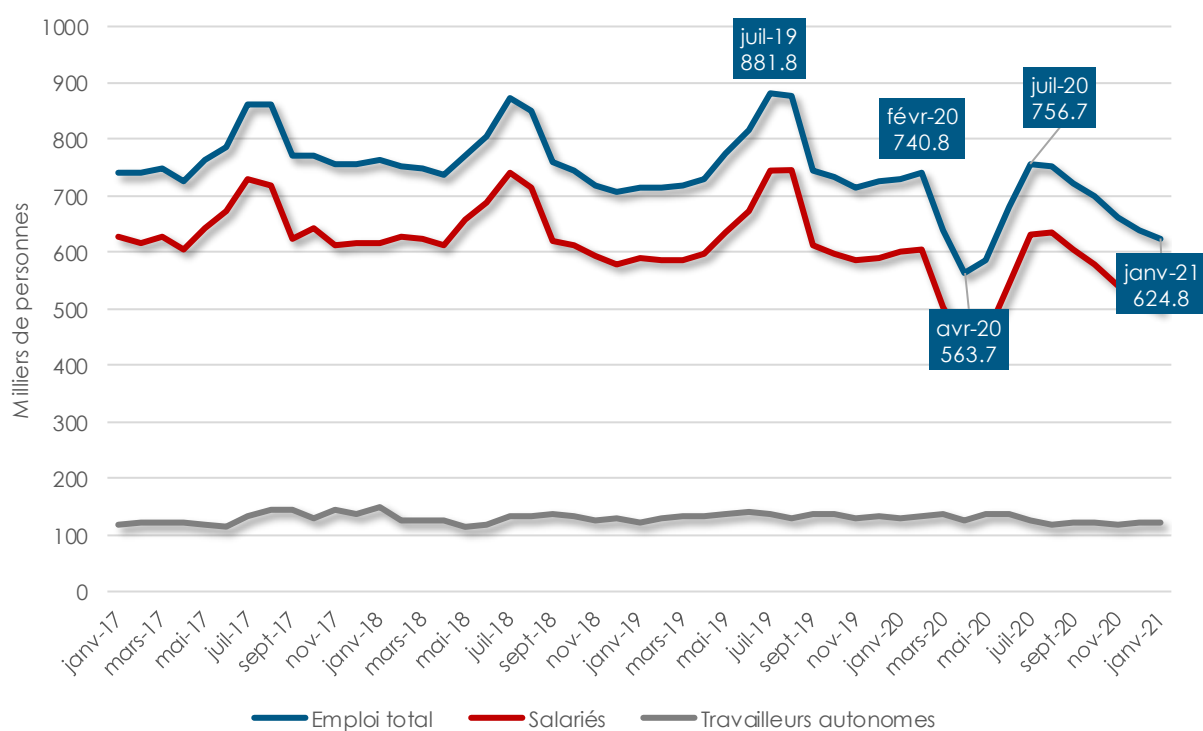
De plus les secteurs culturels n'ont pas bénéficié du rebond de l'été comme la majeure partie de l'économie. L'ensemble de l'économie canadienne a baissé de près de 20 % entre janvier et avril pour récupérer une large part de cette perte entre mai et septembre (dernier mois disponible). À la fin septembre, la perte de PIB n'était plus que de 4 %. Comparativement, le secteur des arts, spectacles et loisirs a chuté de 60 % au printemps pour ne revenir qu'à 54 % de son niveau de janvier à la fin septembre. Le secteur des contenus et des médias a, pour sa part, baissé de 33 % au printemps pour se redresser en automne afin de réduire sa contraction à 14 %, ce qui demeure important. L'industrie de l'information a réduit son PIB de 8 % au printemps pour limiter la contraction à 3 % avec le redressement de l'été. Les entreprises et les institutions de ces secteurs d'activité ont besoin d'un soutien particulier en fonction de l'intensité particulière avec laquelle ils affrontent la crise de la COVID-19. C'est un enjeu majeur d'assurer que ces organisations seront en mesure de contribuer à la relance économique du Canada et à la renaissance de sa vie culturelle.



Source Statistique Canada décembre 2020 – tableau 36-10-0434-01

Le choc subi par les organisations se traduit par la chute du niveau d'emploi dans ces secteurs. L'arrêt des activités économiques au Canada et dans les provinces a eu l'effet d'un choc sur le nombre d'emplois dans l'industrie de l'information, de la culture et des loisirs partout au pays. En février 2020, le nombre d'emplois dans cette industrie atteignait 740 800 personnes. L'arrêt des activités non essentielles a réduit le nombre de personnes en emploi dans cette industrie à 563 700 en avril 2020, soit une réduction de 23,9 % des effectifs en deux mois. La reprise graduelle de l'emploi a amené le nombre d'emplois à 756 700 emplois en juillet 2020. Si ce total est de la même ampleur que ce qui prévalait en février 2020, il s'agit d'une réduction de 14,2 % des emplois dans l'industrie par rapport à juillet 2019. Notons que les emplois salariés semblent avoir bénéficié de la reprise au cours de l'été, alors que le nombre de travailleurs autonomes ayant repris leurs activités dans cette industrie reste décroissant. Le resserrement des mesures à l'automne et à l'hiver a enclenché une nouvelle période de décroissance de l'emploi, plus progressive, mais d'envergure similaire à ce qui a prévalu en mars-avril-mai 2019.

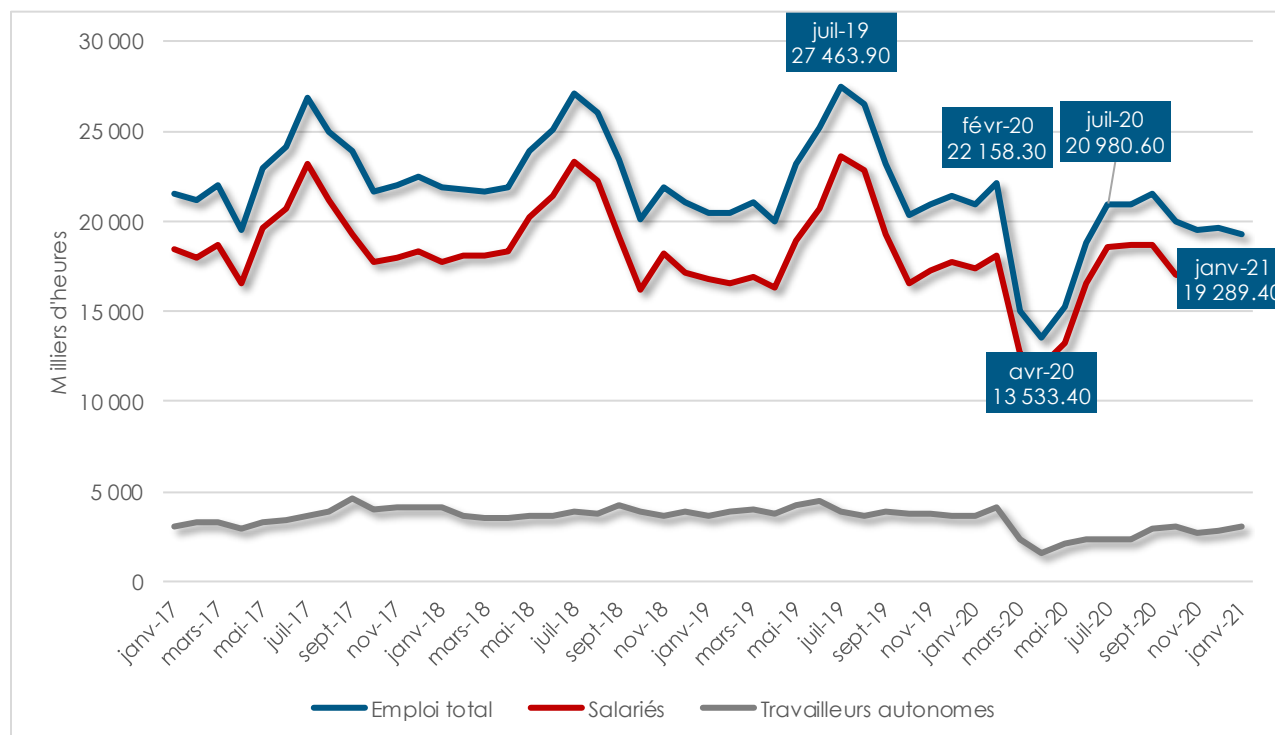
Graphique 1. Nombre d'emplois, industrie de l'information, de la culture et des loisirs, Canada



Source : Statistique Canada, tableau 14-10-0376-01 février 2021

Les pertes d'emploi ont eu un impact sur le nombre d'heures travaillées dans ce secteur. En février 2020, celles-ci atteignaient 22,2 millions. L'arrêt des activités non essentielles dans les provinces a réduit ce total à moins de 13,5 millions en avril 2020, soit une réduction dramatique de 39,2% en deux mois. La reprise graduelle de l'emploi a fait croître les heures travaillées pour atteindre 21,0 millions en juillet 2020. Comme pour le nombre d'emplois, si ce total est de la même ampleur que ce qui prévalait en février 2020, il s'agit d'une réduction de 23,6% des heures travaillées dans l'industrie par rapport à juillet 2019. Au début 2021, un écart de près de 3 millions d'heures de travail dans ce secteur demeure par rapport à la même période en 2020.

Graphique 2. Heures travaillées, industrie de l'information, de la culture et des loisirs, Canada



Source : Statistique Canada, tableau 14-10-0036-01, février 2021

L'importance des différences de conditions selon le statut d'emploi

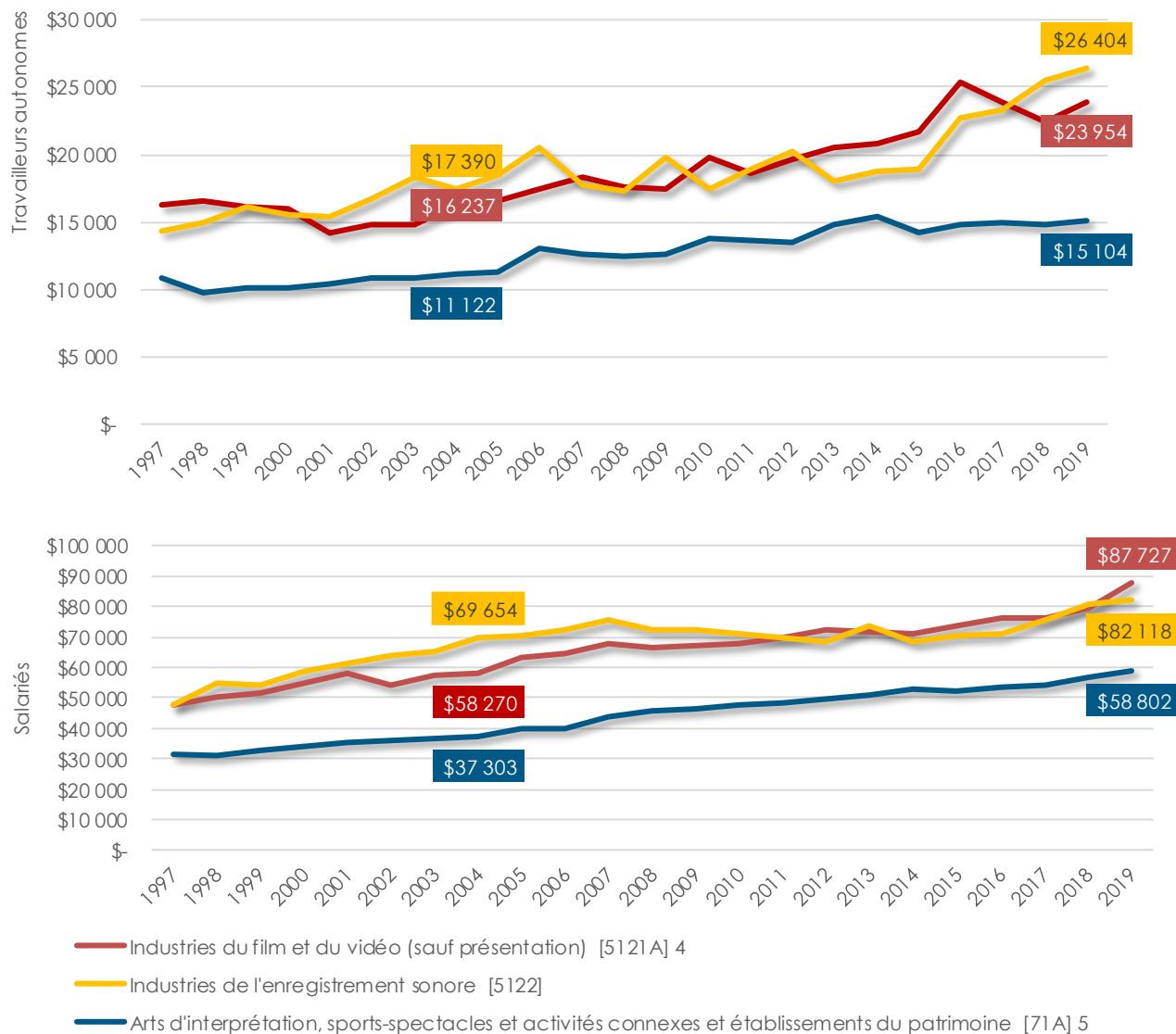
Il est important de souligner que les conditions d'emploi n'ont pas été homogènes parmi les secteurs d'activité ou les statuts d'emploi, et que les travailleurs autonomes sont ceux qui ont davantage connu une diminution de leurs conditions de travail ces dernières années avec la numérisation de la diffusion et la pression sur les budgets de production. Le secteur de la création et des activités culturelles a aussi été lourdement impacté depuis mars 2020.

Les prochaines pages comparent les rémunérations horaires et annuelles moyennes des travailleurs autonomes et des salariés selon les secteurs d'activité depuis le début des années 2000

Les graphiques suivants montrent l'évolution de la rémunération annuelle de ces travailleurs. Le premier graphique montre qu'entre 2004 et 2019, la rémunération annuelle des travailleurs autonomes n'a pas beaucoup évolué, alors que la rémunération des salariés a augmenté. Pour les Arts d'interprétation et connexes (Secteur 71A), la rémunération des travailleurs autonomes a évolué de +35,8%, alors que celle des salariés a augmenté de +57,6%, creusant l'écart préexistant entre les deux groupes de travailleurs. Notons que ces évolutions ne sont pas homogènes au Canada et des écarts importants existent d'une province à l'autre.

Le constat inverse peut être tiré pour l'industrie de l'enregistrement sonore (+51,8 % vs +17,9 %) et pour l'industrie de l'enregistrement du film et de la vidéo (+47,5 % vs +16,5 %). Notons, par ailleurs, que le seuil de faible revenu pour une personne seule au Québec, en 2017, est établi à 24 220 \$, montant que les travailleurs autonomes des trois secteurs d'activité n'arrivent pas à atteindre.

Graphique 3. Évolution de la rémunération annuelle moyenne des travailleurs du secteur culturel, par secteur d'activité et mode d'emploi au Canada



Source : Statistique Canada, tableau 3610048901

Il faut souligner l'écart important qui existe et qui s'accroît entre la rémunération des personnes salariées et celle des travailleurs autonomes, surtout à la lumière de l'évolution du nombre de personnes dans les deux statuts d'emplois. Avec le déclin progressif de la production maison chez les télédiffuseurs, on observe depuis deux décennies un transfert de postes salariés vers des emplois de contractuels occupés par des travailleurs autonomes. On peut ainsi dire que l'essor de la production indépendante s'est fait au détriment des conditions d'emplois du secteur, une stratégie valorisée par le CRTC au niveau de la production télévisuelle et des différents leviers de cofinancement comme le

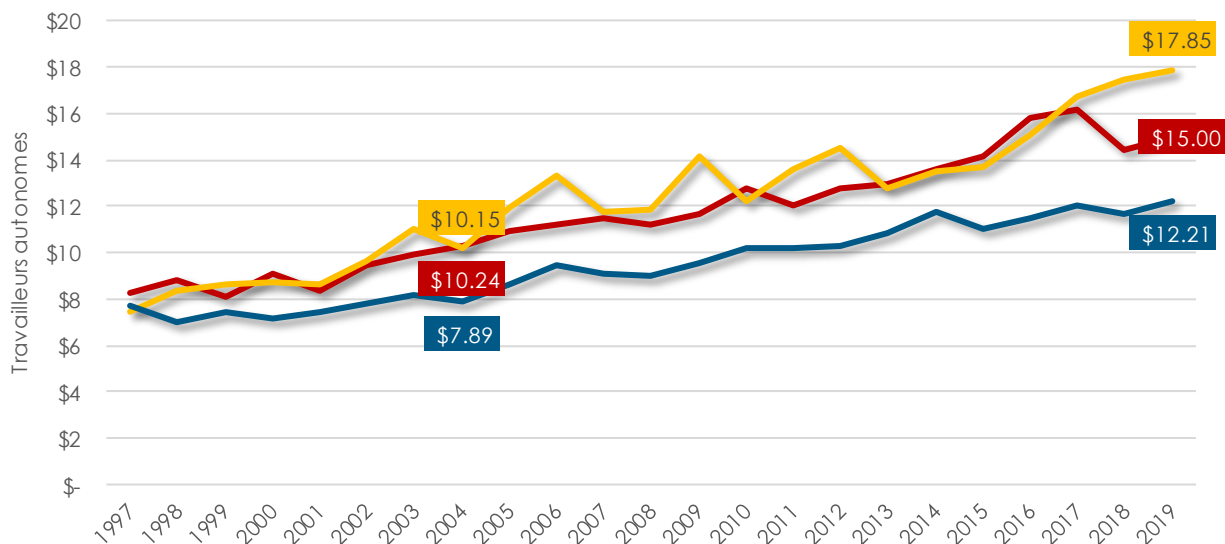
Fonds canadien des médias. Alors que le gouvernement est un acteur très important dans la détermination des règles de financement de ces productions, une réflexion profonde doit être faite quant aux moyens à prendre afin que les artistes, créateurs et professionnels de la culture puissent vivre dignement.

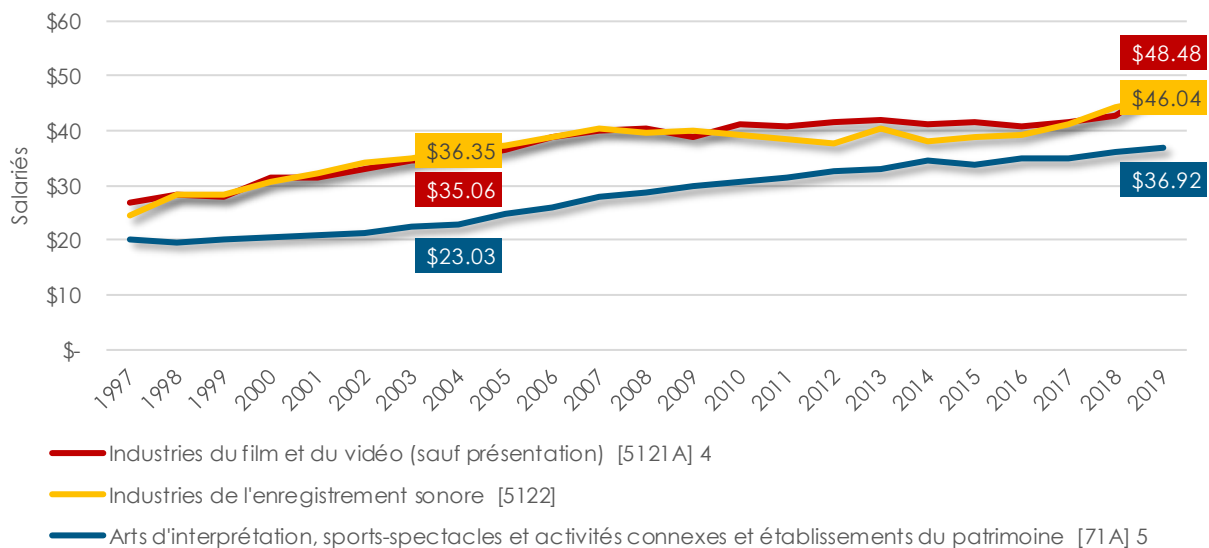
Sur une base horaire moyenne, la rémunération des travailleurs autonomes en culture reste nettement inférieure à celle des salariés.

Dans l'industrie du film et du vidéo, les travailleurs autonomes ont vu leur rémunération moyenne passer de 10,15 \$ en 2004 à 17,85 \$ en 2019. Malgré une croissance de 70 % de cette rémunération, elle partait de tellement bas qu'en 2019, ces travailleurs ne gagnent encore que 36 % de la rémunération horaire des salariés du secteur. Dans le secteur des arts d'interprétation et établissement du patrimoine, les revenus sont encore plus bas et connaissent une croissance bien plus limitée. Les travailleurs autonomes y ont vu leur rémunération moyenne passer de 7,89 \$ en 2004 à 12,21 \$ en 2019. Malgré une croissance de 53 % de cette rémunération en quinze ans, ces travailleurs ne gagnent encore que 34 % de la rémunération horaire des salariés du secteur. Ces artistes et artisans de la culture gagnent des revenus en deçà du salaire minimum.

Il va sans dire que le propos ici n'est pas que les revenus des salariés sont indécentes puisqu'ils se comparent à d'autres industries avec des niveaux de scolarités et de compétences similaires, mais plutôt qu'il faut revoir la chaîne de financement et la hauteur de la contribution publique pour s'assurer qu'elle ruissèle jusqu'aux artistes, créateurs et professionnels de la culture.

Graphique 4. Évolution de la rémunération horaire moyenne des travailleurs du secteur culturel, par secteur d'activité et mode d'emploi



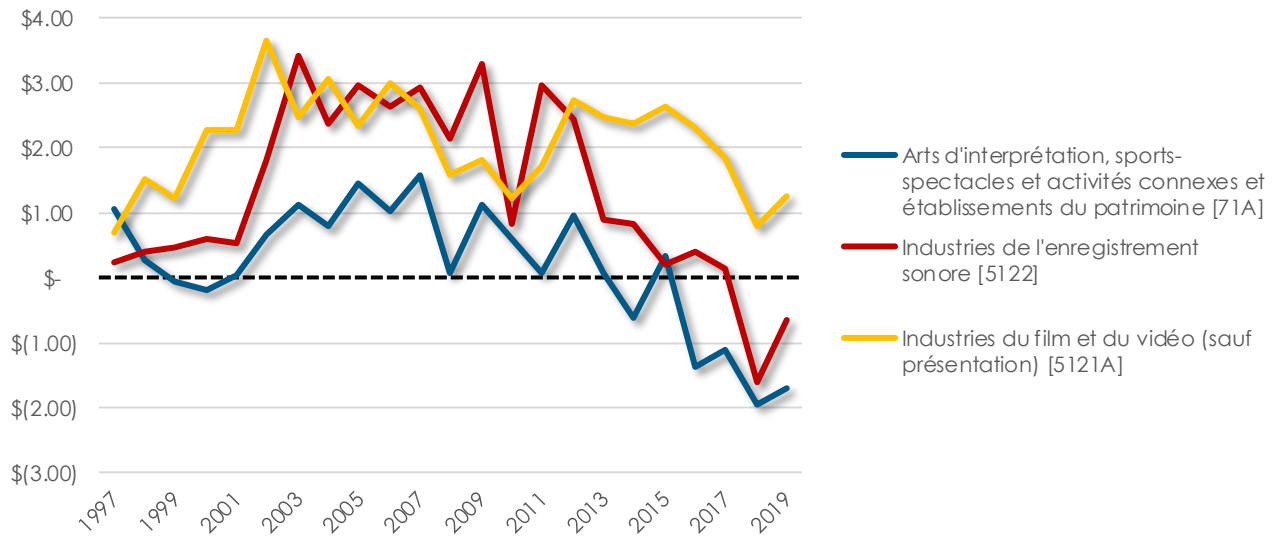


Source : Statistique Canada, tableau 3610048901

Quel que soit le secteur, la rémunération horaire moyenne des travailleurs autonomes représentait environ 35 % de la rémunération horaire des salariés. Les observations disponibles indiquent aussi qu'ils ont davantage subi une baisse du nombre d'heures de travail avec la pandémie.

La faible progression de la rémunération horaire des travailleurs autonomes dans le secteur de l'art d'interprétation, comme dans l'industrie de l'enregistrement sonore, depuis quelques années, amène ceux-ci à obtenir des revenus sous le seuil du salaire minimum établi par la CNESST au Québec. En effet, en 2019, la rémunération horaire moyenne des travailleurs autonomes de l'industrie de l'enregistrement sonore gagnait 0,66 \$ de moins que le salaire minimum établi, alors que les travailleurs autonomes du secteur arts d'interprétation et connexes gagnaient 1,69 \$ de moins que le salaire minimum établi. Seuls les travailleurs de l'industrie du film et du vidéo réussissent à se maintenir au-dessus de ce seuil, mais de façon assez marginale. Il est inutile d'imaginer qu'avec ce niveau de rémunération, les artisans de ces secteurs ont pu constituer des réserves financières pour soutenir de longs mois d'inactivité.

Graphique 5. Écart du revenu horaire des travailleurs autonomes avec salaire minimum général au Québec



Source : Statistique Canada, tableau 3610048901

Cette diminution des conditions de travail a accru de façon importante le nombre de travailleurs du secteur des arts et de la culture cumulant plusieurs emplois depuis 2004. Au niveau des emplois techniques, 24 700 travailleurs du secteur cumulaient alors plus d'un emploi, tandis qu'en 2019 le total atteignait 37 100. Pour les emplois professionnels, le total est passé de 16 100 à 23 800 sur la période.

Graphique 6. Nombre de personnes cumulant plus d'un emploi au Canada, secteur des arts, de la culture, des sports et des loisirs



Source : Statistique Canada, tableau 14-10-0303-01

Au-delà d'un système qui a structurellement joué à la défaveur du nombre d'emplois salariés stables et à la juste rémunération des pigistes, le secteur de la production télévisuelle a été lourdement touché par l'interruption des tournages. De plus, il faut souligner ce qui nous apparaît être un déséquilibre dans les règles d'allocation des financements qui forcent les producteurs de langue française à fonctionner

avec des budgets de production nettement inférieurs à ceux de langue anglaise. Depuis des années, les statistiques de Téléfilm Canada indiquent des coûts horaires de production incomparables entre les productions selon la langue officielle utilisée.

Le cas de la production télévisuelle

Au Canada, le Fonds des médias du Canada est un important bailleur de fonds de la production télévisuelle, autant en langue française qu'en langue anglaise. Les critères du programme de *l'enveloppe de rendement* (qui est le plus important) montrent que la participation du FMC aux productions de langue française est plus avantageuse pour les projets avec de petits budgets, alors que les projets plus importants bénéficient d'une aide moins appréciable. Ainsi, pour les productions dramatiques, la participation du FMC est plus avantageuse pour les productions de langue anglaise sur la tranche de coûts de production située entre 250 000 \$ et 1 575 000 \$ que pour les productions de langue française.

Genre	Dépenses admissibles maximales (horaire)	Langue française	Langue anglaise
Dramatiques	< 250 000 \$	50 %	45 %
	250 000 \$ à 800 000 \$	23 %	45 %
	> 800 000 \$	20 %	315 000 \$/heure
Variétés et arts de la scène	< 750 000 \$	50 %	40 %
	> 750 000 \$	25 %	240 000 \$/heure
Documentaires	< 100 000 \$	35 %	30 %
	100 000 \$ à 400 000 \$	20 %	30 %
	> 400 000 \$	15 %	100 000 \$/heure
Enfants et jeunes	< 750 000 \$	35 %	25 %
	> 750 000 \$	15 %	160 000 \$/heure

Ces critères de financement affectent les investissements en production télévisuelle et le niveau de participation du FMC dans la programmation française comme anglaise.

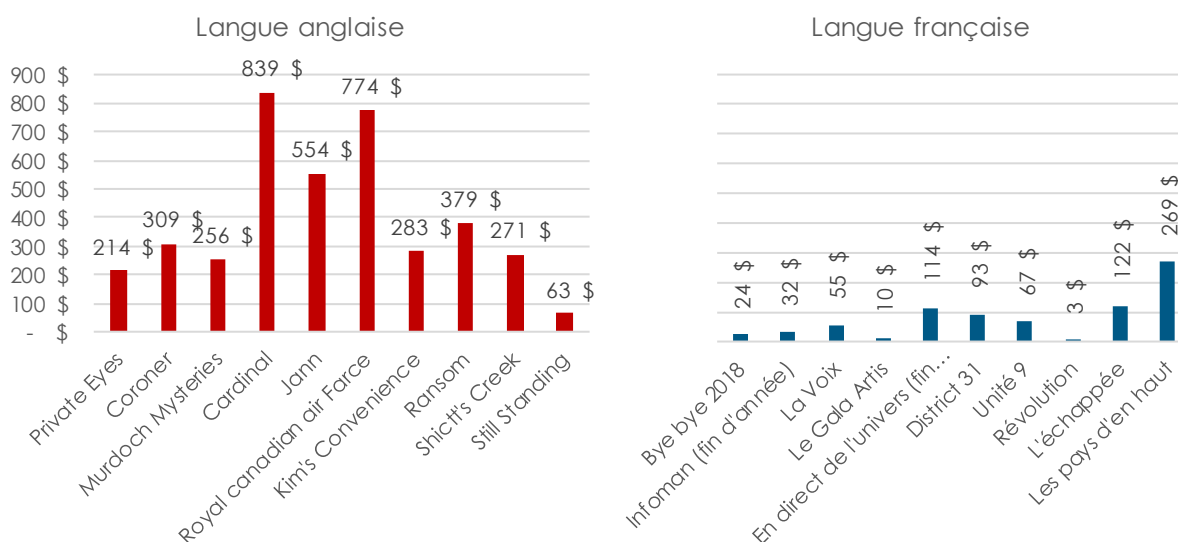
À partir des données du Fonds des médias du Canada (2019-2020), nous identifions que 772 (887 heures de production) investissements ont été faits du côté des productions de langue anglaise et 610 (1 795 heures de production) du côté des productions de langue française. Une fois pris en considération, les investissements du FMC et les valeurs des devis des productions de chacune des langues, il est clair que le financement pour les productions de langue française souffre des modalités actuelles du programme. Pour les productions de langue anglaise (198 422 \$), les investissements par heure de production sont près de quatre fois plus élevés que pour les productions de langue française (48 914 \$). Par ailleurs, la valeur moyenne des devis des productions de langue anglaise est 253 % fois plus importante (919 729 \$) que celles de langue française (260 167 \$).

Tableau 4. Données du rapport annuel de 2019-2020 – Fonds des médias du Canada.

	Langue anglaise	Langue française
Nombre de projets	772	610
Total des heures financées	887	1795
Financement	176	87,8
Valeur des productions	815,8	467
Valeur horaire moyenne des productions	919 729 \$	260 167 \$
Valeur horaire moyenne des investissements	198 422 \$	48 914 \$
Niveau de participation du FMC	21,6 %	18,8 %

Nous avons compilé les investissements du FMC pour les dix productions les plus populaires de langue française et de langue anglaise pour la même année et nous avons évalué le nombre de dollars investis par auditeur, par diffusion. Les résultats parlent d'eux-mêmes. Entre des investissements moyens de 250 \$ à 840 \$ pour les productions de langue anglaise, les productions de langue française doivent se contenter de 20 \$ à 270 \$. Par ailleurs, les productions de langue française, pour un public potentiel beaucoup moins grand à l'échelle du Canada, parviennent à obtenir des résultats d'auditoire près de deux fois plus nombreux que les productions de langue anglaise. Selon les statistiques relatives de la rémunération, il semble clair que ce sont les artistes et travailleurs autonomes de la culture qui font les frais de ce sous-investissement en production francophone.

Graphique 7. Investissement moyen par auditeur et par production, dix productions les plus populaires de 2019-2020



L'impact sur les travailleurs

La crise touche les organisations d'une manière brutale comme l'indiquent les chutes de revenus et les baisses de niveau d'emplois documentées dans les sections qui suivront. Mais elle touche les travailleuses et les travailleurs ainsi que la capacité de les retenir dans un domaine central à la qualité de vie des Québécois et dans son attraction comme destination touristique et économique.

Impacts de la COVID-19

- **Multiplication des enjeux** : Les secteurs de l'information et de la culture sont déjà confrontés à la numérisation de la consommation des contenus et à la mondialisation de l'offre dans un marché virtuel aux règles inévitables, qui se retrouvent en plus aujourd'hui comme étant les secteurs les plus affectés par les décisions gouvernementales dans le cadre de la gestion de la pandémie (mises à pied, licenciements, formation/adaptation, motivation et attractivité, détresse psychologique, rétention des talents, compétitivité salariale, etc.).
- **Crise sectorielle** : La crise de la COVID-19 affecte de façon disproportionnée le secteur culturel, mais pas de manière uniforme (ex. : Métropoles > Régions rurales et arts vivants > festivals > productions destinées à la diffusion).
- **Incertitude** : L'incertitude sur l'avenir à court, moyen, long terme fait extrêmement mal au secteur (ex. : 2^e vague et reconfinement, fermeture des frontières, perception de la clientèle, mesures sanitaires imposées).

- **Fermetures** : Avec la deuxième vague, la prolongation des fermetures des salles rompt le lien avec l'auditoire et les commanditaires.
- **Virage numérique** : Le confinement accélère la propension à la consommation numérique qui précipite une tendance déjà lourde à laquelle les organisations devaient formuler et mettre en œuvre une réponse encore une fois dans un contexte de marché inéquitable et complètement dominé par un petit nombre de géants.

Assurer des perspectives de retour

Face à la menace qui pèse sur plusieurs institutions culturelles, une interruption d'activités dans de nombreux secteurs et la contraction des heures et des revenus dans d'autres, il émerge un risque de perdre de manière définitive des talents, qui choisiront un autre secteur faute d'espoir d'un retour à un niveau d'activité suffisant.

- Il est pourtant crucial de maintenir l'expertise et la reconnaissance de celle-ci.
- La Subvention salariale d'urgence du Canada (SSUC) est un élément crucial pour maintenir le lien d'emploi et sa reconduction est accueillie positivement, mais doit être adaptée au secteur culturel pour être ramenée à 75 % tout au long de la fermeture du secteur (programme fédéral).
- Le gouvernement peut toutefois agir en stabilisant les revenus des institutions afin d'en assurer leur survie et leur capacité à se préparer pour la relance maintenant que l'arrivée des vaccins permet de commencer à envisager un décloisonnement d'ici la fin de l'année.

Ceci doit se faire en s'assurant que l'aide apportée se rende jusqu'aux artistes, créateurs et professionnels de ces secteurs.

Programmes gouvernementaux

- **Endettement** : Les programmes de soutien aux employeurs encouragent l'endettement. Plusieurs organisations ont survécu à la première vague en pigeant dans le bas de laine de liquidités, mais celui-ci sera bientôt épuisé, donc le pire pourrait être à venir.
- **Frais fixes** : Les frais fixes dans le secteur sont immenses pour les organisations qui opèrent un lieu et les reports de paiements amènent une accumulation avec le temps. Un programme spécifique au secteur culturel, pour couvrir certains frais fixes ou des pertes de revenus, permettrait de dégager des liquidités pour la rétention de la main-d'œuvre. Le Conseil des arts devra considérer la reconduction des sommes de 2020 en 2021 malgré l'incapacité de produire une programmation qui le justifierait dans un cadre normal.

Soutien aux travailleurs

- **Soutien psychologique** : Il y a énormément de détresse actuellement. Stress et incertitude financière, sociale, sanitaire. Pertes de repères. La motivation est à son plus bas niveau.
- **Accès et diffusion de l'information** : Les ressources existent, mais sont difficiles à trouver, à y accéder et à comprendre pour les travailleurs qui sont confus dans le tsunami de programmes gouvernementaux.
- **Accompagnement et orientation personnalisés** : Guichet unique et personnalisé d'accompagnement dans une démarche de réorientation, ne serait-ce que temporaire. Beaucoup de travailleurs précaires et expérimentés en auront besoin pour surmonter d'importantes barrières.
- **Réaffectation travail temporaire** : Les travailleurs du secteur sont des passionnés. Ils voudront revenir une fois la crise passée, mais celle-ci sera trop longue pour attendre. Favoriser les appariements entre travailleurs et employeurs ayant des besoins temporaires.

Perspectives d'avenir et facteurs clés de la relance

- **Lucidité et résilience** : La crise et la relance seront longues, cela prendra des années avant de s'en remettre (2024-2025 ?). Des fermetures et des licenciements sont déjà arrivés et il y en aura d'autres.
- **Impondérables** : Vaccins, ouverture des frontières, quarantaine obligatoire, changements structurels de la consommation culturelle (ex. : télétravail) sont autant d'éléments cruciaux pour la relance sur lesquels le secteur n'a aucune prise directe. L'incertitude à moyen terme s'estompe avec l'arrivée des vaccins, mais l'inconnu est encore total pour l'importance de la saison d'été 2021.
- **Passion** : Les travailleurs, artistes, créateurs et professionnels du secteur sont passionnés et voudront revenir le moment venu. Cependant, comme démontré tout au long de ce document, les conditions précaires et difficiles existantes avant la COVID-19, jumelées au vide créé par la pandémie risquent d'en décourager plusieurs à œuvrer à nouveau dans un secteur aux conditions de vie si difficiles. La passion ne doit plus être un prétexte pour justifier la pauvreté.
- **Conditions et valorisation** : Améliorer les conditions de travail qui sont parfois considérées comme médiocres. Travailler sur la valorisation des emplois du secteur pour demeurer attractif dans un environnement hautement compétitif sur le marché de l'emploi et s'assurer de pouvoir continuer à attirer les talents.
- **Maintien de l'expertise** : Une des pierres d'assises du secteur est la qualité de sa main-d'œuvre, il faut s'assurer de conserver les talents.
- **Prévisibilité** : L'incertitude est le plus grand talon d'Achille du secteur actuellement. Le retour vers une meilleure prévisibilité et stabilité des emplois à moyen terme sera une variable clé pour récupérer les travailleurs. Le raisonnement scientifique derrière les fermetures du secteur doit pouvoir être expliqué afin de mieux connaître les indicateurs à suivre pour envisager une reprise. Les artistes, créateurs, professionnels, artisans et travailleurs des arts, de la culture, de l'événementiel ont fait les frais d'une stratégie de limitation des contacts sociaux. Ils ont été les grands sacrifiés du marché du travail. Il faut investir pour permettre aux organisations de se relancer sur des bases prévisibles et solides, y compris une capacité d'investissement pour attirer à nouveau leur auditoire.
- **Synergie et effets multiplicateurs** : Les besoins pour la relance du secteur seront grands et les ressources pour la financer ne seront pas illimitées. Il sera impératif de viser le soutien des initiatives avec les plus grands effets multiplicateurs/cascades qui percoleront jusqu'aux artistes, aux créateurs et aux professionnels du secteur. Cela est particulièrement vrai pour les travailleurs autonomes puisqu'il n'existe aucune reddition de compte afin de s'assurer que les contrats sont honorés et les ententes collectives respectées malgré qu'il s'agisse d'argent public.

RECOMMANDATIONS

Les secteurs de la culture et des médias d'information sont frappés de plein fouet par la crise sanitaire qui s'ajoute à des défis structurels qui existent depuis plusieurs années. Ces secteurs parmi les plus frappés par la pandémie ont besoin d'investissements publics pour affronter la traversée du désert qui leur est imposée au nom de la sécurité publique et pour avoir une force de frappe ponctuelle solide pour relancer leurs activités une fois les conséquences sociales derrière nous.

Octroyer des aides pour adapter les organismes culturels continuant leurs activités pendant la pandémie

Pour les entreprises culturelles toujours en activité, la pandémie a amené trois principaux nouveaux coûts supplémentaires pour les entreprises culturelles :

- Les coûts associés à l'achat du matériel sanitaire (EPI, désinfectants, etc.);
- L'adaptation dans la méthode de diffusion des arts pendant la pandémie.

Ces impacts se ressentent dans un certain nombre d'entreprises culturelles :

- Production télévisuelle;
- Lieux de diffusion en dehors des zones rouges;
- Compagnies de danse et de théâtre en autoproduction.

Ces dépenses supplémentaires sont difficiles à évaluer. Nous croyons qu'une contribution moyenne de 20 000 \$, pour les entreprises et organismes admissibles, permettrait de couvrir la majeure partie de ces coûts. Nous estimons qu'environ 2 500 entreprises et organismes pourraient se prémunir d'une telle aide, soit une enveloppe totale de 62,5 M\$.

Maintenir les programmes fédéraux pour couvrir les frais fixes des entreprises culturelles (surtout loyers/hypothèques)

Un des déterminants dans la survie des entreprises culturelles en lien avec la situation pandémique est la possibilité que celles-ci puissent absorber les coûts fixes de leurs opérations. L'un des principaux coûts fixes est le prix immobilier (loyers et hypothèques), mais également les autres frais liés à la localisation de l'entreprise, comme les assurances, les services publics et les télécommunications.

Le gouvernement du Canada (Subvention d'urgence du Canada pour le loyer) a mis sur pied un programme pertinent de soutien aux entreprises qui couvrent en grande partie ces frais, mais les critères pour y avoir accès excluent de *facto* plusieurs entreprises qui pourraient en avoir besoin.

Afin d'assurer la survie des entreprises culturelles, nous recommandons le maintien et l'augmentation de l'étendue de ces programmes au moins jusqu'à ce que les mesures d'urgence sanitaire soient levées.

Assurer une flexibilité dans les programmes de financement et reconduire le financement pour adapter l'offre culturelle

La pandémie force plusieurs artistes à réinventer leur modèle de diffusion artistique. Certains artistes se voient contraints à diffuser leurs œuvres en ligne ou présenter des pièces devant un public beaucoup moins nombreux, contrevenant parfois avec des critères de financement pluriannuels des conseils des arts.

Toutefois, les financements pour adapter les productions qu'elles offrent sont nécessaires et les financements de base doivent être conservés, malgré la contravention possible aux critères de financement liés à la diffusion en personne. Les programmes d'adaptation doivent également s'assurer de rejoindre les artistes en autoproduction qui ont aussi connu la fermeture de leur espace de création et de diffusion.

Patrimoine Canada a notamment mis sur pied le *Fonds d'urgence pour soutenir les organismes chargés du patrimoine* totalisant 500 millions de dollars qui permettait de soutenir le milieu culturel et du sport au Canada, notamment à travers l'injection de fonds au sein du Conseil des arts du Canada, de Téléfilm Canada et du Fonds des médias du Canada. Ce fonds est toutefois épuisé malgré que les impacts de la pandémie continuent à affecter les bénéficiaires de ce programme.

La relance de ces programmes devrait s'accompagner d'une analyse de leur efficacité dans le cadre de la première vague et d'une consultation des acteurs du milieu afin d'assurer la réussite d'une relance culturelle «post deuxième vague». Enfin, la reddition de compte des organisations doit permettre de démontrer qu'ils ont respecté les cachets prévus aux ententes collectives ou de rémunération avec les associations ou organismes qui représentent les artistes et qui encadrent les normes du secteur, les droits d'auteurs et les droits des interprètes.

Prévoir un programme temporaire d'appui à la création

Créer un programme temporaire pour soutenir financièrement des initiatives permettant aux artistes, artisans, concepteurs et techniciens de poursuivre la conception, les répétitions et les prestations pour la période où les activités sont à l'arrêt ou au ralenti, afin de conserver l'expertise, tout en accordant une place à la relève et aux talents issus de la diversité.

Prévoir un programme de renouvellement des expertises

Soutenir financièrement le développement et le renouvellement continus des expertises essentielles et névralgiques au secteur par des programmes de formation reconnaissant les nouvelles compétences, intensifier et adapter les programmes d'éducation/formation dans les domaines de pointe, notamment en ce qui a trait au marketing, à la commercialisation et à la communication des produits culturels et créatifs.

Augmenter le budget de l'Office national du film

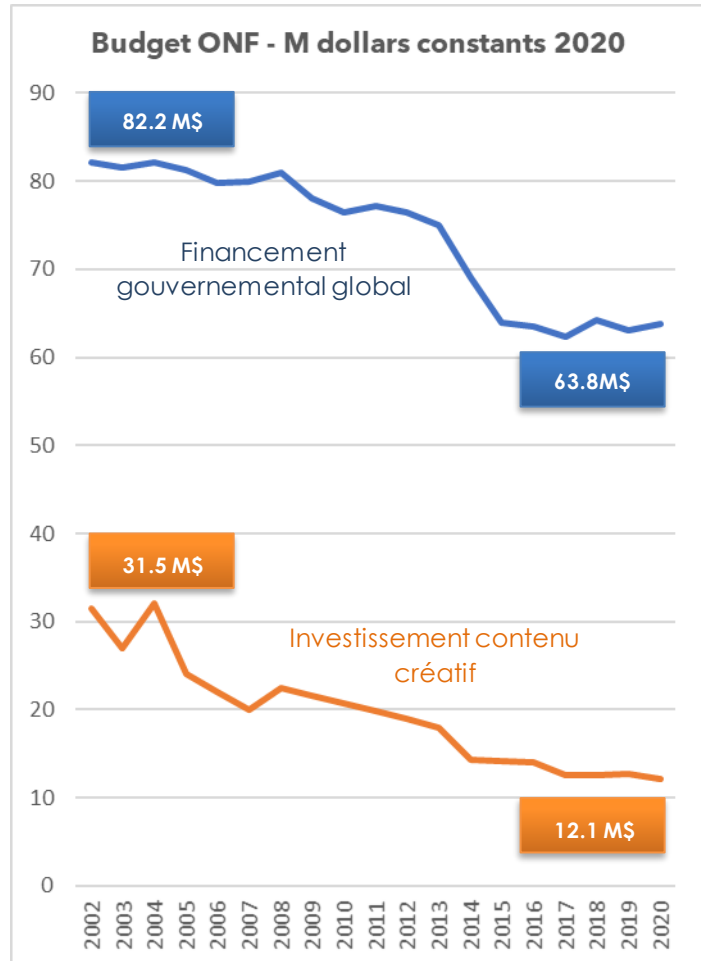
Dans un monde dominé par les algorithmes étrangers, la mission de l'Office national du Film (ONF) visant la production et la diffusion du contenu vidéographique canadien, au Canada et à l'international, est pertinente plus que jamais.

En 2019, le gouvernement du Canada a versé quelque 78,5 M\$ à la mission de l'ONF pour son fonctionnement. En 2000, le financement était de 60,6 M\$. Si celui-ci avait suivi l'indexation liée à l'inflation, c'est plutôt un montant de 86,4 M\$ qui aurait été versé à l'ONF en 2019. Selon cette tendance, un montant de 87,6 M\$ devrait être versé par le gouvernement du Canada à l'ONF en 2021 pour soutenir sa mission de la même façon qu'en 2000.

Sur la base des investissements en contenu créatif, les sommes investies sont passées de 31.5 millions \$ en 2002 à 12,1 millions \$ en 2020.

Face à la crise actuelle vécue par l'industrie et l'analyse historique de l'évolution de cet effort budgétaire, il semble nécessaire d'accroître de 20 millions \$ le budget de l'ONF pour le financement des contenus créatifs

Ces investissements permettront de mieux outiller l'ONF pour évoluer dans le marché mondial virtuel, tout en continuant de financer du contenu canadien de grande qualité.



Offrir une compensation pour le manque à gagner en termes de revenus de bienfaisance

Le ralentissement des activités économiques amène une importante baisse des activités philanthropiques au Canada. Selon Imagine Canada, 73 % des organismes sans but lucratif et de bienfaisance au pays rapportent une baisse de dons depuis le début de la pandémie pour une baisse moyenne de 30,6 % des revenus. Alors que 8 % des Canadiens donnent davantage en temps de pandémie, 40 % indiquent avoir diminué leurs dons de bienfaisance.

Certaines provinces ont compensé, auprès de certaines organisations, les pertes engendrées par l'arrêt des collectes de fonds. À titre d'exemple, le ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec a injecté 70 M\$ auprès des organismes communautaires soutenus par le Programme de soutien aux organismes communautaires (PSOC) pour contrebalancer cet effet sur la période du 13 mars au 30 septembre 2020. Du côté des arts et de la culture, une aide financière d'une valeur de 5 M\$ pour soutenir les institutions muséales afin de compenser la diminution de leurs revenus autonomes a été annoncée le 12 janvier 2021.

Par ailleurs, nous croyons qu'en plus des institutions muséales, plusieurs organismes culturels connaissent le même contrecoup par l'impossibilité de tenir des collectes de fonds :

- Musées et galeries non soutenus par les programmes de financement à la mission;
- Centres d'artistes;
- Théâtres;
- Festivals;
- Compagnies de danse et de théâtre;
- Organismes musicaux;
- Orchestres symphoniques.

Une aide du gouvernement du Québec pour soutenir ces organisations afin de pallier le manque économique en termes philanthropiques pourrait aider les entreprises culturelles à maintenir leurs activités.

Il est à prévoir que, pour les exercices 2020 à 2022, les dons philanthropiques en culture se réduiront de façon substantielle. À partir des données issues de la Liste des organismes de bienfaisance de l'Agence du Revenu du Canada, il nous est possible d'identifier que, chaque année, nous estimons que les organismes canadiens de l'art et de la culture enregistrés reçoivent environ 635 M\$ de dons de bienfaisance admissibles à un crédit d'impôt. Nous proposons de combler une partie de cette somme par une aide au secteur de 200 M\$ par année d'ici la fin de 2022 auprès des organismes culturels constitués en organisme de bienfaisance pour pallier le manque à gagner philanthropique dans le secteur culturel.

Prévoir un budget exceptionnel de relance des institutions muséales, des salles de spectacles, des théâtres et des festivals

Le redémarrage des activités entraînera des cycles de mise en opération complexes. Un effritement des auditoires doit être prévu avec une perte d'habitude. Tous les abonnés ne renouvelleront pas leurs pratiques. Des efforts de communication et de mise en marché des programmations devront être supérieurs aux niveaux habituels, la phase de redémarrage entraînera des coûts exceptionnels avec des revenus qui se rétablissent moins rapidement. Le gouvernement devrait prévoir des majorations ponctuelles d'un ensemble de programmes pour les musées, les organisations soutenues par le Conseil des arts du Canada, la création, les festivals qui auront épuisé des réserves et qui auront à rétablir les liens avec le financement privé. Ainsi, le gouvernement du Québec devrait envisager d'accroître de 65 M\$ pour les deux prochaines années le budget du CAC qui atteint actuellement 327 M\$.

Presse et information : Poursuivre la campagne publicitaire massive du gouvernement

Le secteur de l'information joue un rôle central pour sensibiliser la population sur l'importance des comportements responsables face à la crise sanitaire. Il est aussi stratégique pour les enjeux d'information face aux changements de mesures et d'éducation. Nous recommandons que le gouvernement poursuive ses efforts de communication à travers les entreprises d'information afin qu'elles jouent pleinement leur rôle et que le gouvernement agisse, en même temps, de levier de compensation au moins partielle des chutes de recettes publicitaires.

Presse et information : Élargir la portée du programme de crédit d'impôt à l'ensemble de la main-d'œuvre

Le secteur de l'information a connu une chute brutale de ses recettes publicitaires. C'est un phénomène existant depuis dix ans. L'écrasement conjoncturel lié à la pandémie ne fera pas l'objet d'un redressement, il n'aura que précipité une tendance historique, enlevant des années de revenus aux journaux pour adapter leur modèle. Un élargissement de la portée du crédit d'impôt permettrait d'absorber l'accélération de cette érosion des recettes publicitaires. Également, vu les pertes de revenus publicitaires, il y a eu des coupures dans les salles de nouvelles de ces secteurs, CTV, TVA, etc. Ainsi, les salles de nouvelles des autres médias devraient faire l'objet d'un mécanisme similaire.

Accélération de la mise en œuvre des crédits d'impôt sur la masse salariale des entreprises de presse écrite

Depuis deux ans, un crédit d'impôt est applicable sur la masse salariale des entreprises de presse écrite afin d'« appuyer la transformation numérique des entreprises de la presse d'information écrite ». Or, la pandémie actuelle ayant effrité de façon instantanée et substantielle les revenus publicitaires des entreprises de presse écrite, nous croyons que les projets de transformation numérique pourraient avoir été reportés ou pourraient avoir connu des retards d'échéancier.

Durant ce temps, les mécanismes de gestion de ce crédit font en sorte qu'aucune somme n'a encore été déboursée pour l'année financière 2019 alors que les organisations sont à la croisée des chemins. Une accélération de l'application de cette mesure essentielle devient urgente.

Presse et information : Élaborer un programme de financement pour les entreprises d'information pour la lutte à la désinformation

La pandémie de la COVID-19 a révélé la vulnérabilité des publics, au Canada comme à l'international, à adhérer à des théories du complot ou à s'approvisionner d'informations douteuses en temps de crise. Ces actions, loin d'être isolées et marginales, amènent la création de groupes et groupuscules revendiquant des actions politiques sur la base de fausses informations et engendrant des enjeux en termes de santé et de sécurité publique.

À titre d'exemple, une enquête publiée en septembre 2020 indiquait que 17 % des Canadiens croient en des théories du complot, une tendance qui prend de l'ampleur notamment chez les plus jeunes.¹

¹ David Rémillard, 14 septembre 2020, « Les Canadiens moins complotistes que d'autres, selon une étude », *Radio-Canada*, en ligne, <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1733460/theories-du-complot-canada-comparaison-autres-pays-covid19>

Par ailleurs, il est montré que l'adhésion aux théories conspirationnistes peut être un élément de radicalisation, comme certains événements violents l'ont montré récemment. Selon certains chercheurs, l'utilisation de théories conspirationnistes est utilisée par les organisations d'extrémistes violents comme outil de contrôle et de recrutement.²

Comme l'expliquent Craft, Ashley et Maksl (2017), les théories du complot répondent aux besoins de certaines personnes qui recherchent une compréhension du monde qui est consistante et sur laquelle elles exercent un certain contrôle. Les chercheurs indiquent qu'une plus grande compréhension de l'information et de l'actualité (*media literacy*) amène de meilleurs résultats dans l'utilisation d'informations vérifiées dans la prise de leurs décisions.

Ainsi, nous croyons que la crise des médias dans laquelle le Québec et le monde sont endigués depuis dix ans amène une augmentation de la fragilité des médias. Le recours de plus en plus commun à des chroniqueurs subversifs, conservateurs ou progressifs, afin d'attirer le lectorat, amène une méfiance accrue envers l'information qui est diffusée.

Ainsi, nous croyons qu'une stratégie en trois étapes afin de lutter à la désinformation est nécessaire au Canada, en temps de pandémie, mais aussi après :

1. Établir un programme de soutien financier aux services de lutte à la désinformation (*fact-checking*), dans la mesure où celle-ci est établie sous une méthodologie rigoureuse et dont les résultats sont largement diffusés.
2. Améliorer et maintenir la capacité de nos médias à s'attaquer aux vraies histoires de conspirations, malversations et trafics d'influence en mettant sur pied un programme de soutien aux équipes d'enquêtes journalistiques.
3. Mettre sur pied un programme de recherche et transfert pour améliorer la littéracie médiatique et numérique de différents groupes sociaux plus vulnérables à la désinformation afin qu'il soit plus facile pour ces personnes de repérer les informations justes des canulars.

Afin d'augmenter la notoriété publique de ces initiatives, un organisme indépendant du politique formé de chercheurs qualifiés devrait évaluer les projets retenus et administrer le programme.

Pour arriver à mettre sur pied ces programmes, **nous recommandons une enveloppe totale de 300 M\$**, qui correspond à moins de la moitié des revenus perdus dans le secteur de la presse écrite entre 2014 et 2018.

Mesures	Montant annuel demandé
Programme de soutien financier aux services de la lutte à la désinformation	50 M\$
Programme de soutien aux équipes d'enquête	150 M\$
Programme de littéracie médiatique	100 M\$
Total – Lutte à la désinformation	300 M\$

² Gregory J. Rousis *et al.*, 19 novembre 2020, « The Truth is out there: The prevalence of conspiracy theory use by radical violent extremist organizations », *Terrorism and political violence*, en ligne, <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09546553.2020.1835654>

Prévoir une majoration du budget de Société Radio-Canada/CBC

La richesse culturelle du Canada aura besoin d'un effort de visibilité exceptionnel lors du retour à la normalité. Nous croyons que la Société Radio-Canada/CBC devrait bénéficier d'un rehaussement de sa subvention de fonctionnement de 200 M\$ afin de soutenir le redémarrage du secteur culturel canadien. Société Radio-Canada/CBC pourrait en outre être partenaire de différents organismes gouvernementaux pour la promotion de leurs programmes, voir même dans son opérationnalisation. La Société d'État a réalisé des coupes significatives dans le récent passé, notamment en information. Son rôle sera d'autant plus grand au cours des prochaines années, notamment face à l'omniprésence des géants du web qui érodent la qualité générale de l'information distribuée aux Canadiens.

Hausse des budgets de production télévisuelle

Notre analyse fait état des conséquences de la pandémie sur la culture et sur les différents secteurs qui la compose. Elle met aussi en lumière l'effet des GAFAM sur les communications et ses répercussions jusqu'au secteur audiovisuel. La concurrence déloyale des plateformes a réduit de manière marquée les recettes publicitaires des diffuseurs et érode les revenus des télédistributeurs traditionnels qui contribuent au financement de la production par le FMC. Ces baisses de revenus ont fait fondre les budgets des productions télévisuelles et cinématographiques. Cela est d'autant plus vrai dans le secteur de la production francophone qui s'accommode avec le tiers des budgets des productions anglophones. De plus, notons qu'avec la pandémie, les coûts de production ont augmenté compte tenu des mesures sanitaires à respecter et de l'utilisation des studios par les productions étrangères. Ainsi, il nous apparaît crucial d'augmenter les budgets en production audiovisuelle. Ramener les critères de financement du FMC équivalent pour les productions de langue française aux critères en vigueur pour les productions de langue anglaise injecterait un investissement estimé à 215 M\$ pour les productions de langue française, permettant à la fois de rattraper l'écart persistant avec les modalités de financement tout en donnant une bouffée d'air aux producteurs de langue française qui pourront se concentrer sur des productions de plus grande envergure, augmentant leur rayonnement national et international. Il s'agirait d'un levier efficace en considérant les mécanismes actuels de cofinancement, dont les crédits d'impôt.

Soutenir la création et l'adaptation de studios de tournage et aménagés pour la sécurité sanitaire et les nouvelles technologies de décors virtuels.

Les mesures sanitaires interdisent certaines activités et imposent des contraintes de fonctionnement qui poussent tout naturellement les coûts de production à la hausse. Nous proposons des investissements dans les infrastructures pour la construction et l'aménagement de studios qui peuvent être implantés dans les grands centres comme en région. Ils permettraient de protéger les emplois, car il y est notamment plus facile de contrôler l'environnement sanitaire et surtout encouragerait des tournages sur l'année entière plutôt que sur une période de six mois comme c'est le cas actuellement. Les tournages en studio favorisent également une meilleure qualité des productions, car il est plus facile de contrôler l'éclairage, de construire des décors, en employant une main-d'œuvre spécialisée par le fait même et de tourner un plus grand nombre de plans. Ils permettent aussi l'implantation de technologies de décors virtuels qui augmentent aussi l'efficacité et réduisent les coûts de transport vers divers lieux de tournage, avec les contraintes et le manque de contrôle sur l'environnement sanitaire que ça implique.