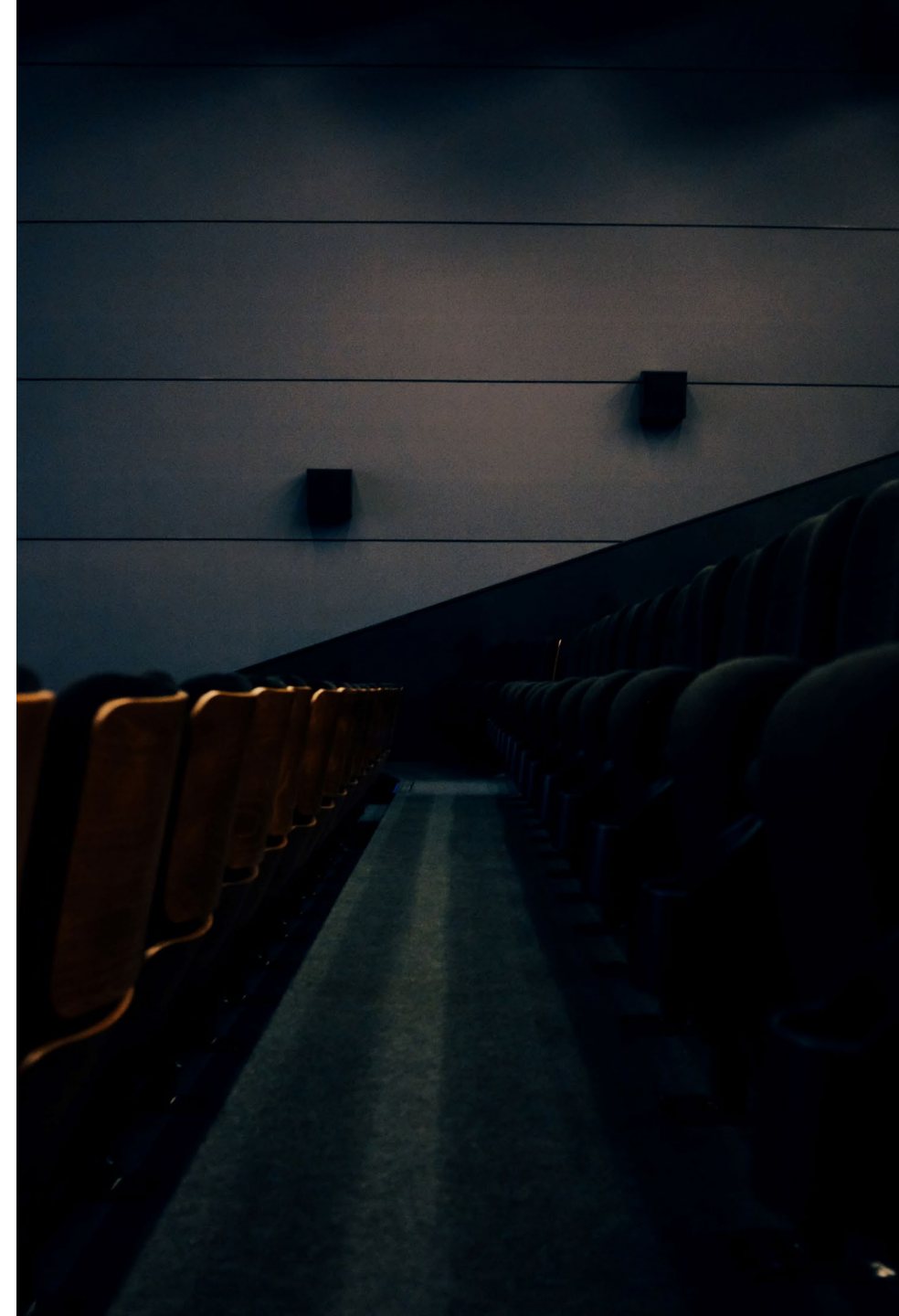


C-18: Loi sur les nouvelles en ligne

fncc Fédération nationale
des communications
et de la culture



CSN



01

Contexte

- L'industrie des médias est mise à mal depuis près de 10 ans en raison de l'accaparement des revenus publicitaires par les géants du numérique. La crise, qui s'est fait sentir plus rapidement et plus durement dans le domaine de la presse écrite, rattrape maintenant les médias télévisuels et radiophoniques.
- La circulation des contenus de nouvelles est d'un apport important pour les géants du web. Selon le professeur Jean-Hugues Roy, le contenu d'information représenterait au Canada environ 7,3% des interactions sur Facebook et 1,5% de celles sur les plateformes de Google.
- Les géants du numérique ne rémunèrent pas les entreprises médiatiques pour leurs contenus journalistiques qui sont à la base de ces revenus à l'exception de quelques ententes dont la portée est limitée.

02

Contexte

- Il apparaît de plus en plus évident que les géants comme Google et Facebook ont une position dominante dans le secteur d'activité de l'information (moteur de recherche, médias sociaux) et abusent de cette position.
- En supposant que la valeur des contenus d'information est proportionnelle à la valeur de l'ensemble des contenus, il en arrive à estimer que les contenus journalistiques ont permis de générer 280 M\$ en revenus publicitaires en 2020 pour ces deux géants du web au Canada.
- Il est légitime que les médias puissent toucher une part appréciable de ce montant.

03 - Contexte

450 médias d'info **ont fermé** de 2008 à 2021



78 %

des Canadiens
**accèdent aux
nouvelles en ligne**



13 %

des revenus des
entreprises de nouvelles
proviennent de la
**publicité en ligne ou des
abonnements**



Les revenus publicitaires en ligne
étaient de **9,7 G\$** en 2020.
Google et Facebook détiennent
une part combinée de **80 %**
de ces revenus



Facebook et Google ont convenu d'investir **1 G\$** chacun, sur trois ans, dans des initiatives de journalisme à l'échelle mondiale. Ces contributions sont volontaires

01

Les objectifs du projet de loi

- Veiller à ce que les entreprises médiatiques admissibles reçoivent une **indemnisation équitable** pour leur contenu de la part des plateformes numériques en vertu d'ententes négociées à titre privé, mais qu'elles soient soutenues par des négociations et un arbitrage solides si aucune entente ne peut être conclue.
- Préserver l'accès à des **nouvelles locales, régionales et nationales**.
- Maintenir l'**indépendance de la presse** face à l'ingérence du gouvernement ou d'entités privées.
- Contribuer à la **viabilité** du secteur de l'information, y compris celle des **entreprises indépendantes de nouvelles locales**.



Principes de la loi

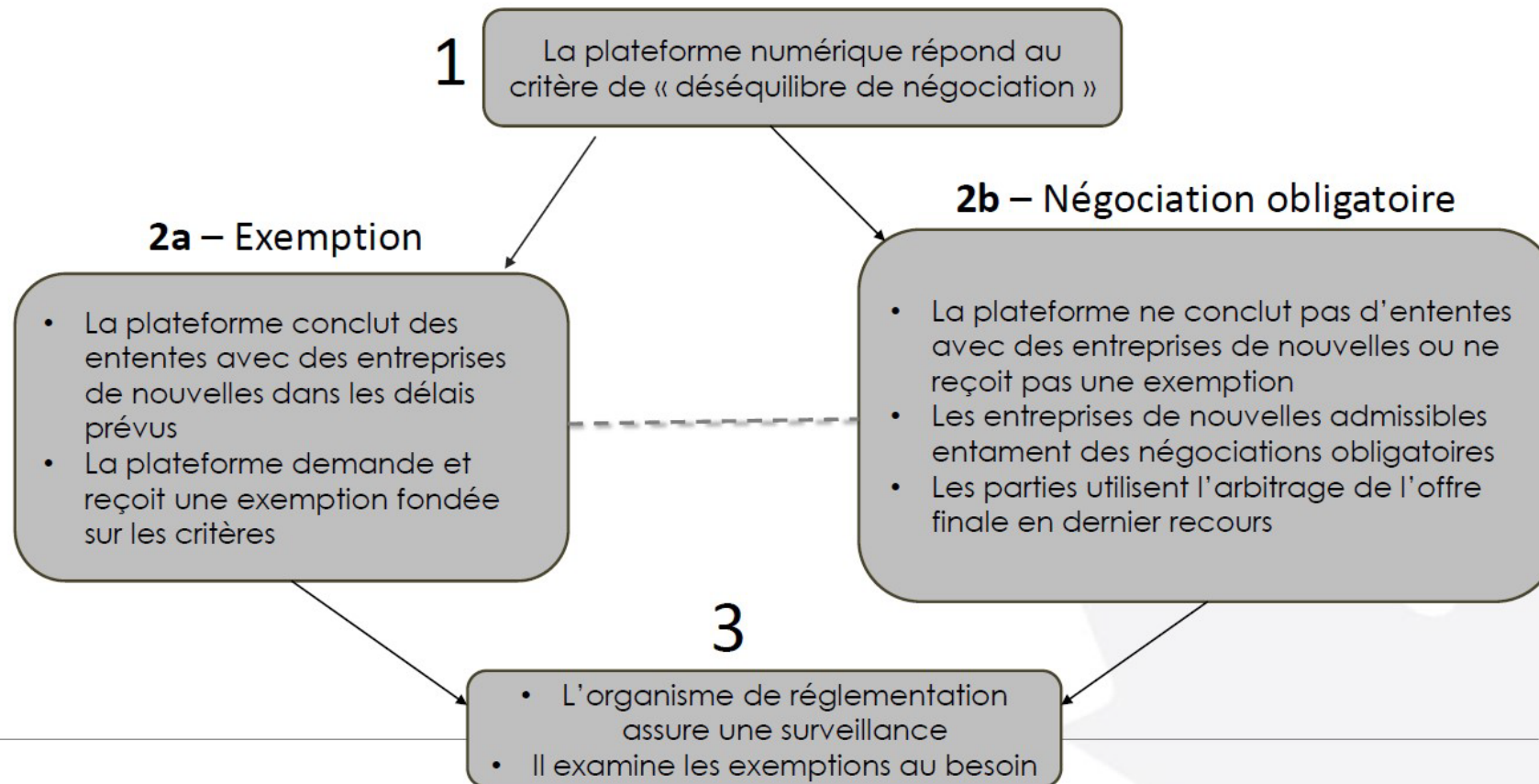
01

Les principes de la loi

- La *Loi sur les nouvelles en ligne* obligera les plateformes numériques qui ont un déséquilibre de négociation avec des entreprises de nouvelles à conclure des **ententes commerciales équitables**, soutenues par des **négociations et un arbitrage de l'offre finale (AOF) obligatoires**.
- Les entreprises de nouvelles pourront **négoier en groupe (négociation collective)**.
- La base des négociations comprendra toutes les façons dont les plateformes reproduisent ou facilitent l'accès au contenu des nouvelles.
- Toutes les ententes seront évaluées et les plateformes seront exemptées des négociations obligatoires et de l'arbitrage de l'offre finale si ces critères sont respectés.

02 – Principes de la loi

PROCESSUS DE NÉGOCIATION AVEC LES MÉDIAS D'INFORMATION



03

Les principes de la loi

Désignation

- La loi s'applique aux plateformes numériques qui permettent l'accès et la diffusion de contenu de nouvelles sur leurs plateformes et qui présentent un **déséquilibre de négociation important** avec les entreprises de nouvelles.

Bénéficiaires

- Les **journaux et magazines d'information**, ainsi que les **entreprises de nouvelles en ligne** déjà désignés comme des OJCQ ;
- Les **radiodiffuseurs privés et publics** qui produisent et publient du contenu original de nouvelles en ligne ;
- Les **entreprises de nouvelles non canadiennes** qui répondent aux critères.

04

Les principes de la loi

Exemption

Les critères d'exemption énoncés dans la loi exigeront que les ententes :

- ✓ fournissent une indemnisation équitable aux entreprises de nouvelles pour le contenu de nouvelles rendu disponible ;
- ✓ assurent qu'une partie convenable de l'indemnisation soit utilisée pour soutenir la production de contenu de nouvelles locales, régionales et nationales ;
- ✓ ne permettent pas à l'influence des entreprises de porter atteinte à la liberté d'expression et à l'indépendance journalistique ;
- ✓ contribuent de manière appropriée à la viabilité de l'écosystème canadien des nouvelles et des entreprises indépendantes.

05

Les principes de la loi

Exemption

Les critères d'exemption énoncés dans la loi exigeront que les ententes.

- ✓ Visent un éventail d'entreprises de nouvelles qui reflètent la diversité du marché canadien des nouvelles, notamment en ce qui concerne les langues, les groupes racialisés, les collectivités autochtones, les nouvelles locales et les modèles d'entreprises.

Les ententes seront évaluées sur la base de ces critères et les plateformes seront exemptées des négociation obligatoires et de l'arbitrage de l'offre finale si elles répondent aux critères.

06

Les principes de la loi

Outils règlementaires

Deux outils complètent le processus de négociation :

- Un **code de conduite** garantira l'équité dans les négociations commerciales entre les plateformes numériques et les entreprises de nouvelles et réglerait le déséquilibre fondamental du pouvoir de négociation; et,
- Une disposition relative à la **préférence indue** garantira que les plateformes numériques ayant une puissance commerciale importante ne peuvent pas se livrer à des comportements qui :
 - a) discriminent injustement, accordent une préférence ou font subir un désavantage induit à une personne ou à une organisation ;
 - b) ont une incidence négative sur les principes de politique de la loi, tels que l'indépendance de la presse ;
 - c) entravent l'accès ou la disponibilité des nouvelles pour les Canadiens.

07

Les principes de la loi

Rôle du CRTC

- Exempter les plateformes de la négociation et de l'arbitrage de l'offre finale obligatoires, si certaines conditions sont remplies;
- Guider le processus de négociation obligatoire à la demande d'une entreprise de nouvelles admissible et garantir la transparence;
- Enquêter sur les plaintes de préférence/désavantage induit ou de discrimination injuste; et,
- Surveiller les cas de non-conformité, avec la capacité d'imposer aux plateformes des sanctions administratives pécuniaires pouvant atteindre 15 millions de dollars par violation.



Les axes de réflexion

01

Les axes de réflexion

- Le projet de loi est basé sur le modèle australien, qui semble donner des résultats rapides et intéressants pour les médias d'informations :
 - ✓ A généré environ 260M\$CAN depuis son entrée en vigueur pour les entreprises médiatiques, selon l'ancien prés. de la Commission australienne de la concurrence et des consommateurs (ACCC)
 - ✓ ABC: +50 employé-es
 - ✓ Guardian Australia : +30 employé-es
- Mais qui semble manquer de transparence:
 - ✓ Quel média est rémunéré? S'il ne l'est pas, pourquoi?
 - ✓ Certains organismes d'information dignes de ce nom ont été exclus, et ils ne savent pas pourquoi (ex. Facebook n'a pas rémunéré SBS, sans que ce dernier sache pourquoi).
- La plateforme Google News ne semble pas générer beaucoup de trafic; cela influencera-t-il les futures négociations?

02

Les axes de réflexion

- Comment contrer l'asymétrie d'information entre les plateformes numériques et les médias? Comment assurer la transparence?
- Quels médias pourra bénéficier des droits et garanties offertes par la loi?
 - Enjeu de la déontologie
 - Enjeu de la diversité
- Critères d'exemptions sont-ils trop large? Le pouvoir d'exemption du CRTC est-il trop important?