

## Mémoire déposé à la Commission de la culture et de l'éducation

### Notes sur l'auteur

Alain Saulnier est professeur invité au département de communication de l'Université de Montréal. Il y est actuellement directeur par intérim du programme de DÉSS en Journalisme. Auparavant, il a été journaliste durant plus de trente ans. Il a également consacré une grande partie de sa carrière à militer pour un journalisme de qualité au Québec, tant au sein des entreprises de presse qu'au sein des organisations professionnelles de journalistes. Ainsi, c'est sous sa présidence à la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ) qu'a été adopté le premier Guide de déontologie de la profession journalistique au Québec.

Après avoir été journaliste et réalisateur dans plusieurs émissions d'information à la télévision, Alain Saulnier a dirigé le service d'information radio de Radio-Canada à compter de 1999, puis l'ensemble des services français d'information de 2006 à 2012. Comme directeur général, il a proposé au service de l'information de Radio-Canada une vision misant sur le journalisme d'enquête, ce qui a contribué à lever le voile sur les scandales dans l'industrie de la construction au Québec, sur la corruption, sur le financement occulte des partis politiques et d'autres sujets importants. C'est sous sa direction que l'émission *Enquête* a été créée.

Depuis septembre 2012, Alain Saulnier enseigne le journalisme à l'Université de Montréal pour le programme de DESS en journalisme. En septembre 2013, il est aussi devenu producteur délégué de l'émission ***Arrêt sur le monde***, produite par le CÉRIUM (Centre d'études et de recherches internationales de l'Université de Montréal) et diffusée à Savoir Média.

En novembre 2014, il a publié ***Ici ÉTAIT Radio-Canada*** aux Éditions Boréal, un livre qui a eu un impact important sur l'avenir du diffuseur public. Une édition anglaise, *Losing our voice*, Radio-Canada under

siege, a été publiée en 2015. Il a également contribué à plusieurs ouvrages collectifs sur le journalisme.

Il a assumé la direction des contenus au magazine du journalisme Le Trente de 2015 à 2017. Il est aujourd'hui conseiller auprès du Groupe de recherche universitaire sur la radicalisation menant à la violence et les médias, sous la direction de Solange Lefebvre.

Alain Saulnier est un expert reconnu et un commentateur en journalisme et médias dans plusieurs émissions et publications au Québec. Il siège aux conseils d'administration du journal Le Devoir et du Groupe, Femmes, Politique et Démocratie.

---

## **Introduction**

Dans un premier temps, il nous faut considérer que la culture et les médias sont indissociables, l'un de l'autre. L'information et la culture font face aux mêmes défis et enjeux liés à l'univers numérique dominé par les superpuissances du web.

Dans ce mémoire, il m'apparaît essentiel de dresser un portrait global de ces enjeux.

À mon avis, il n'est plus possible de tenter de résoudre les problèmes, un à un, selon le palier de gouvernement auquel nous faisons référence. La répartition des pouvoirs entre le gouvernement du Québec et celui du Canada ne doit pas constituer un obstacle pour développer une stratégie globale afin de protéger la culture et les médias du Québec. Le gouvernement du Québec possède trop peu de pouvoirs pour contrer l'omnipuissance des géants du web et les enjeux de l'ère numérique afin d'assurer une protection de nos médias et de notre culture.

Les pouvoirs qui relèvent du gouvernement fédéral échappent donc au contrôle du gouvernement québécois. Néanmoins, les deux paliers de gouvernement devront conjuguer leurs efforts pour une stratégie globale. C'est la raison pour laquelle je soulignerai tout au long de ce mémoire que le gouvernement québécois doit presser celui d'Ottawa à

mettre fin au laxisme ambiant à l'égard des superpuissances numériques étrangères pour mener à bien une stratégie globale puissante. Ainsi, je soulignerai tous les champs d'action sur lesquels le gouvernement du Québec doit agir ou presser le gouvernement fédéral à s'inscrire dans une politique adéquate dans les champs de compétence fédérale.

### **La cohabitation avec les superpuissances numériques**

Le 3 mai dernier, l'Assemblée Nationale adoptait à l'unanimité une motion demandant au gouvernement québécois d'orienter ses investissements publicitaires vers les médias québécois. Une manière d'éviter de nourrir davantage les réseaux sociaux comme FACEBOOK. C'est qu'au fil des ans, les gouvernements québécois et canadien ont malheureusement privilégié le géant du web FACEBOOK pour leurs investissements publicitaires. Cela a eu des conséquences importantes sur nos médias.

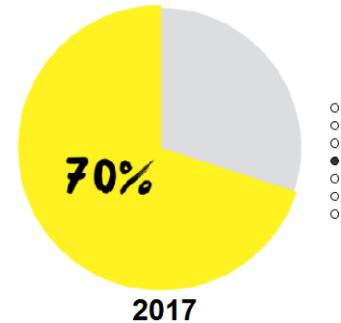
Nos gouvernements ne font que suivre la vague. Les superpuissances du web établissent leur hégémonie sur l'ensemble du territoire. Laissés pour compte, les médias voient leur modèle d'affaires traditionnel leur échapper au profit de Google et Facebook qui accaparent plus de 70% des recettes publicitaires, selon l'étude « Le miroir éclaté » publié en janvier 2017.

Mais, alors que plus de Canadiens accèdent aux nouvelles en ligne et dans les médias sociaux, **les géants étrangers s'emparent de la majorité des revenus publicitaires**, sur lesquels comptent les médias pour couvrir les coûts d'un journalisme de qualité. Des centaines de médias ont fermé ou réduit leurs services et les entreprises en démarrage axées sur la diffusion numérique d'actualités n'ont pas l'envergure voulue pour combler le vide.

Visionnez la vidéo

## REVENUS PUBLICITAIRES EN LIGNE AU CANADA

FACEBOOK  
GOOGLE



2019

En 2019, on parle plutôt de 80%.

Autre réalité, depuis dix ans : 71% des Canadiens francophones de moins de 35 ans et 55% tous âges confondus se tournent vers Facebook comme porte d'entrée vers l'information, selon le Digital News report Canada 2017. [\[10\]](#). Le déclin de nos médias locaux et nationaux s'annonce pour l'avenir plus important qu'on ne le croyait.

Le géant du web Facebook prétend offrir la visibilité aux textes et reportages des journalistes de nos médias, mais s'approprie du même coup des revenus publicitaires. Quant aux droits d'auteur, on repassera. Tout récemment, un nouveau joueur est débarqué sur le terrain de jeu des médias, Apple News, qui offre une vitrine d'informations provenant de nos médias nationaux...et locaux. « Si vous ne pouvez pas les battre, rejoignez leurs rangs », se sont dits les médias participants. On verra si ce partenariat sera équitable pour les médias qui ont décidé de les

rejoindre. Nul média n'est à l'abri des tentacules des superpuissances du web.

### **Le déclin des médias**

Devant l'affaiblissement de leur modèle d'affaires, les médias n'ont pu faire autrement que de restructurer leurs entreprises. 43% des emplois du secteur des médias ont été perdus entre 2009 et 2015 ! Il n'est pas exclu que nous assistions à la disparition prochaine de certains quotidiens tant le modèle d'affaires est culbuté par les géants du web. Certains ont abandonné le papier, se tournent vers la philanthropie et presse les gouvernements de leur offrir de l'aide pour opérer la transition numérique. Tous cherchent la recette miracle.

L'autre conséquence de l'emprise des superpuissances numériques telle que Facebook, c'est la prolifération de fausses nouvelles. Par son emprise sur le web, Facebook est en train de gagner la guerre de l'information ...et de la désinformation au détriment des médias locaux et nationaux.

Or, cette offensive n'est pas à la veille de se terminer.

Les grands réseaux écrasent tout sur leur passage. Le nombre d'utilisateurs augmente sans cesse.

Et on se dirige droit vers un mur car Le Devoir titrait en juin 2018 que 90% des 18-34 ans s'informaient surtout sur les plateformes numériques. La bataille est-elle perdue ?



# 90% des 18-34 ans s'informent surtout sur les plateformes numériques

[Accueil] / [Culture] / [Médias]



## Les superpuissances numériques étrangères

Ce phénomène touche tout le monde, comme en témoigne ce tableau : 1,5 milliard d'utilisateurs par mois passent par You tube pour s'informer et avoir accès à des contenus culturels en vidéo. 2,3 milliards d'utilisateurs par mois pour Facebook qui a ajouté, lui aussi, un volet vidéo à son offre de contenus.



Que pouvons-nous faire devant une telle puissance ?

Si notre stratégie pour contrer les dégâts causés par les superpuissances numériques est de chercher des solutions, parcelle par parcelle, région par région, nous n'en viendrons pas à bout. Certes, des mesures ponctuelles aideront, mais ce sera insuffisant. **On ne panse pas une blessure ouverte avec un simple sparadrap.**

C'est un fait reconnu, les superpuissances numériques ne font pas de quartier et c'est loin d'être fini.

Le prochain tableau démontre l'explosion des chiffres d'affaires des grandes superpuissances en même temps que ces dernières marginalisent nos médias et notre culture :

## Les chiffres d'affaires du GAFAM en milliards\$

GAFAM	2008	2013	2017	2018
Google/ Alphabet	21,8	55,5	109	136,8
Apple	37,5	170,0	229,2	265,6
Facebook	0,0	8,0	40,7	55,8
Amazon	19,2	74,0	177,9	232,9
Microsoft	60,4	77,85	89,9	110,9

<https://fr.statista.com/statistiques/559734/apple-google-et-microsoft-comparaison-du-chiffre-d-affaires-2008/>

Avec un total de 800 milliards de chiffres d'affaires, les membres du GAFAM possèdent d'immenses fortunes, plus importantes que le produit national brut de plusieurs États dans le monde. En fait, c'est l'équivalent du PNB combiné de la Belgique et de la République Tchèque.

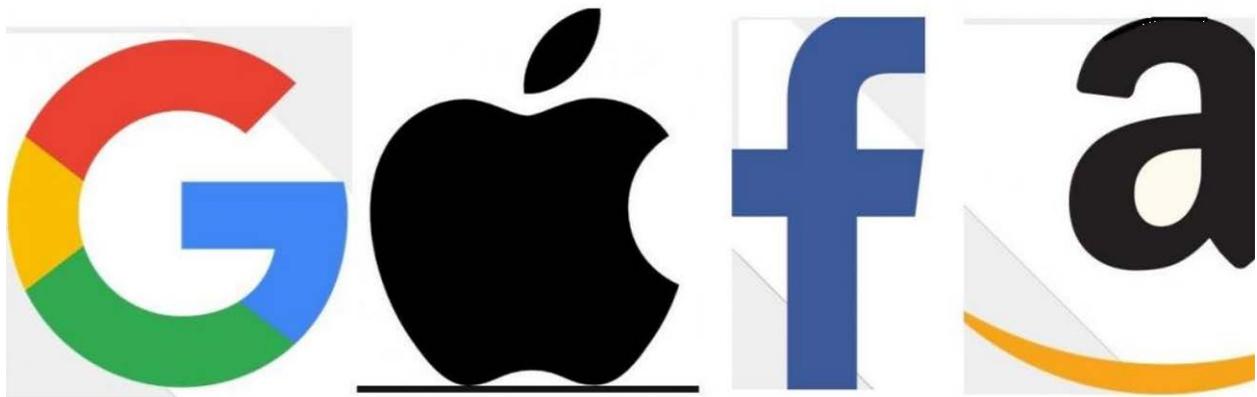
**La question qui tue : « Sommes-nous de taille pour mener un tel combat ? »**

À cette question, je réponds oui. Par contre, nous devons développer une stratégie et une politique globale pour réussir. Il est impossible de faire fi de la puissance des géants numériques. En revanche, il est essentiel de trouver les bonnes formules de cohabitation. Pour l'instant, les véritables propriétaires d'internet, ce sont ces quatre géants qu'on

appelle GAFA (Google, Apple, Facebook, Amazon). 55% de la vie numérique passe par ces quatre géants.

## 55% de la vie numérique passe par ces quatre géants

Source: FaberNovel, 2014.



[10] <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2017/canada-2017/>

[11] [www.pforum.ca/fr/publications/le-miroir-%C3%A9clat%C3%A9-nouvelles-d%C3%A9mocratie-et-confiance-dans-l%2780%99%C3%A8re-num%C3%A9rique](http://www.pforum.ca/fr/publications/le-miroir-%C3%A9clat%C3%A9-nouvelles-d%C3%A9mocratie-et-confiance-dans-l%2780%99%C3%A8re-num%C3%A9rique)

[12] <http://www.ledevoir.com/societe/medias/513401/la-presse-ecrite-en-peril-le-gouvernement-trudeau-doit-agir>

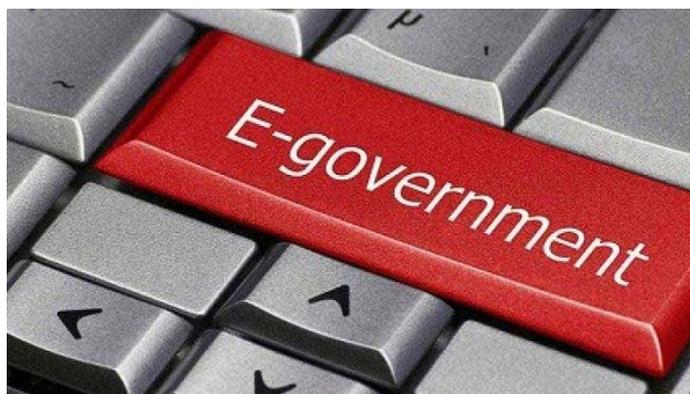
[13] <http://affaires.lapresse.ca/economie/marketing-et-publicite/201612/12/01-5050771-depenses-publicitaires-ottawa-priorise-le-numerique.php>

[14] <http://www.ledevoir.com/culture/actualites-culturelles/508732/lexique-fiscal-de-la-culture-numerique>

**Il faut une stratégie globale de tous les paliers de gouvernement pour cohabiter avec les superpuissances numériques**

**Avoir une stratégie globale des gouvernements pour contrer les superpuissances du web**

---



Voici quelques recommandations pour le Gouvernement du Québec

- Établir des règles d'équité fiscale
- Assujettir les puissances numériques étrangères aux taxes et percevoir les impôts qui sont redevables sur le territoire québécois

- Aide à la presse régionale et nationale : mesures financières pour favoriser la transition vers le numérique
- Favoriser les Investissements publicitaires dans les médias locaux et nationaux plutôt que sur Facebook
- En éducation : offrir dans toutes les régions du Québec des formations d'éducation aux médias et à l'information dans le cadre de cours à la citoyenneté des jeunes du niveau secondaire. Cette formation est également destinée à se prémunir contre les fausses nouvelles. Voir le projet développé par la FPJQ :  
<https://www.sciencepresse.qc.ca/education-aux-medias>
- Travailler de concert avec l'Organisation de la Francophonie afin de favoriser le rayonnement de nos médias et de notre culture.
- Collaborer en particulier avec nos partenaires européens en vue de recenser les meilleures pratiques d'encadrement des superpuissances numériques ailleurs dans le monde.

Enfin, toute stratégie globale ne peut se faire qu'en coordonnant l'action de tous les paliers de gouvernements. Québec, Ottawa doivent travailler ensemble afin de conjuguer leurs efforts sur les plans fiscal et législatif de même qu'en matière de réglementation de la diffusion numérique.

### **Les principes directeurs**

1. Réhabiliter la souveraineté culturelle du Canada et du Québec dans le nouvel environnement numérique dominé par les puissances étrangères du web. C'est là, notamment, le plus important défi pour la future loi sur la diffusion au Canada.

2. Mettre en application la politique culturelle du Québec adoptée en 2018.
3. L'exception culturelle francophone au Canada et en Amérique doit être solidement protégée dans ce nouvel écosystème dominé par les superpuissances numériques. Des accords internationaux sont nécessaires pour maintenir cet espace obtenu lors des négociations au sein de l'UNESCO en juin 2005.
4. De fortes actions doivent être prises afin de faire rayonner notre culture et favoriser l'exportation de nos créations partout dans le monde.
5. Internet doit désormais être considéré comme un service essentiel pour la vie démocratique en information et en culture dans toutes les régions du Québec.
6. Réguler la tarification des accès de services internet sur l'ensemble du territoire québécois.
7. Le principe de dualité linguistique doit faire partie intégrante de la future loi sur la diffusion au Canada et tenir compte des spécificités du marché francophone.
8. Une attention particulière doit être accordée aux cultures autochtones partout au Québec dans un esprit de rattrapage et de réparation.
9. Le Québec doit soutenir l'autorité réglementaire du CRTC sur tous les modes de diffusion et de distribution sur le territoire canadien. Déréglementer le secteur des médias et des communications serait une grave erreur. Plusieurs grands joueurs de la câblodistribution au Canada militent en ce sens.
10. Le gouvernement du Québec doit encourager le gouvernement canadien à soutenir et renforcer Radio-Canada comme diffuseur public au pays.
11. De même, le gouvernement du Québec doit renforcer la mission de Télé-Québec sur tout le territoire, dans toutes les régions, afin de faire rayonner la culture.

12. Nos diffuseurs publics doivent mieux préciser leurs mandats afin qu'ils deviennent de solides remparts pour contrer les géants du web tout en distinguant des médias privés en matière d'information et de culture. Planifier une stratégie de retrait progressif de la publicité des services publics afin de mieux appuyer le modèle d'affaires du secteur privé des médias. En retour, on peut s'inspirer des formules de redevances développées ailleurs dans le monde.
13. Le gouvernement du Québec doit soutenir les droits d'auteur et la propriété intellectuelle. Un défi pour soutenir la création ici au pays.
14. Assurer la protection des données personnelles qui sont sous contrôle des superpuissances du web.
15. Affirmer la neutralité du WEB.
16. Nos lois et règlements doivent fournir un certain contrôle sur les algorithmes, l'intelligence artificielle, ainsi que favoriser la « découvrabilité » de nos contenus.
17. Sur le plan politique, les gouvernements du Canada et du Québec doivent favoriser les alliances au sein de la Francophonie et faire rayonner la culture francophone à l'étranger.
18. Enfin, le consensus est clair: il faut établir une équité fiscale entre les superpuissances du web et les entreprises d'ici. Ce défi appartient aux deux paliers de gouvernements, provincial et fédéral.

Beaucoup de pain sur la planche...

Alain Saulnier, 6 mai 2019  
Professeur invité  
Département de communication  
Université de Montréal

