

**RECENSEMENT DES AIDES PUBLIQUES AUX MÉDIAS, À L'INFORMATION ET  
AU JOURNALISME PAR LES GOUVERNEMENTS QUÉBÉCOIS ET CANADIEN**

ÉTUDE  
PRÉSENTÉE  
AU  
GROUPE DE TRAVAIL SUR LE JOURNALISME ET L'AVENIR DE L'INFORMATION  
AU QUÉBEC

PAR  
DIEP TRUONG  
AVEC LA COLLABORATION D'ANAÏS DÉCARIE

MAI 2010

## TABLE DES MATIÈRES

<b>INTRODUCTION</b>	<b>3</b>
<b>1. AIDES PUBLIQUES AUX MÉDIAS QUÉBÉCOIS</b>	<b>3</b>
1.1 PAR LE BIAIS DE SUBVENTIONS	3
1.2 PAR LE BIAIS D'ACHATS PUBLICITAIRES	15
<b>2. AIDES PUBLIQUES À L'INFORMATION AU QUÉBEC</b>	<b>18</b>
<b>3. AIDES PUBLIQUES AU JOURNALISME QUÉBÉCOIS</b>	<b>21</b>
<b>CONCLUSION</b>	<b>24</b>

## INTRODUCTION

Menée dans le cadre du mandat d'étude du Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec, cette recherche consiste en un recensement des aides publiques aux médias, à l'information et au journalisme par les gouvernements québécois et canadien. Les modalités et les objectifs de ces différentes mesures figurent aussi dans la recherche.

Il sera d'abord question des aides publiques aux médias québécois.

### 1. AIDES PUBLIQUES AUX MÉDIAS QUÉBÉCOIS

Essentiellement, le gouvernement du Québec et le gouvernement du Canada soutiennent les médias québécois de deux façons : par le biais de subventions et par l'achat de publicités.

#### 1.1 PAR LE BIAIS DE SUBVENTIONS

Du côté du gouvernement du Québec, l'accent est surtout mis sur les médias communautaires, auxquels le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine a accordé une aide globale de 4,3 millions de dollars en 2009-2010<sup>1</sup>. Cent quarante-cinq médias étaient visés par ces mesures en 2009-2010, comparativement à 134 l'année précédente.

Au cours de la même année, le gouvernement québécois a également octroyé une subvention de 65 millions de dollars à Télé-Québec<sup>2</sup>. Outre ces subventions directes, les producteurs de films et de contenu multimédia, ainsi que les réalisateurs d'émissions télévisées, peuvent bénéficier de différents crédits d'impôt : le crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise<sup>3</sup>, le crédit d'impôt remboursable pour des services de production cinématographique et télévisuelle<sup>4</sup> et le crédit d'impôt remboursable pour la production de titres multimédias<sup>5</sup>.

Du côté du gouvernement du Canada, les fonds proviennent principalement de Patrimoine canadien. Le Fonds des nouveaux médias et le Fonds canadien de télévision ont été fusionnés et remplacés par le Fonds des médias<sup>6</sup> en avril 2010 (avec sensiblement la même enveloppe, mais des orientations différentes). Le Programme d'aide aux périodiques a également pris fin le 31 mars 2010 et a été remplacé par le

---

<sup>1</sup> Source : Louise Gingras, directrice par intérim, Direction des médias et des télécommunications, Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, correspondance électronique le 20 avril 2010.

<sup>2</sup> FPJQ, « Aides à la presse au Québec », avril 2010. [Document fourni par la FPJQ au Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec].

<sup>3</sup> <http://www.mcccf.gouv.qc.ca/index.php?id=3756#c22197>

<sup>4</sup> <http://www.mcccf.gouv.qc.ca/index.php?id=3756#c22201>

<sup>5</sup> <http://www.investquebec.com/fr/index.aspx?page=1295>

<sup>6</sup> [http://www.cmf-fmc.ca/fr/index.php?&page\\_mode=connect](http://www.cmf-fmc.ca/fr/index.php?&page_mode=connect)

Fonds du Canada pour les périodiques<sup>7</sup>. Patrimoine canadien subventionne aussi la radiodiffusion autochtone dans le Nord canadien<sup>8</sup>.

En ce qui concerne Radio-Canada, le gouvernement du Canada lui a octroyé des crédits parlementaires de 1,1 milliard de dollars en 2008-2009<sup>9</sup>. Le CRTC a, de son côté, créé un fonds de 100 millions de dollars qui vise à soutenir la programmation locale<sup>10</sup>. Enfin, les producteurs peuvent bénéficier d'un crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne<sup>11</sup>.

Le tableau ci-dessous donne le détail des modalités et objectifs de chacun des fonds et des médias auxquels ils s'adressent :

TYPE DE MÉDIAS	GOVERNEMENT DU QUÉBEC	GOVERNEMENT DU CANADA
<p>EN RÉSUMÉ</p> <p>TOUS MÉDIAS CONFONDUS</p> <p>(Les détails sur les modalités et objectifs se retrouvent plus bas, par médias concernés.)</p>	<p>Montant total des subventions accordées :</p> <p>Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine (MCCCF) : Aide globale de <b>4,3 M\$</b> aux médias communautaires en 2009-2010<sup>12</sup></p> <p>Télé-Québec : <b>65 M\$</b> en 2009-2010<sup>13</sup> Crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise<sup>14</sup></p> <p>Crédit d'impôt remboursable pour des services de production cinématographique et télévisuelle<sup>15</sup></p>	<p>Montant total des subventions accordées :</p> <p>Patrimoine canadien — Fonds des médias : Le gouvernement contribue environ <b>134,7 M\$</b> à ce fonds de 350 M\$ (auquel contribuent également les entreprises de distribution par câble et satellite)<sup>17</sup></p> <p>— Fonds des nouveaux médias (fin le 31 mars 2010, remplacé par le Fonds des médias) : <b>14,3 M\$</b><sup>18</sup></p> <p>— Fonds du Canada pour les périodiques : <b>75,5 M\$</b><sup>19</sup></p> <p>— Programme d'aide aux publications (fin en 2010,</p>

<sup>7</sup> <http://www.pch.gc.ca/fra/1268240166828/1268242878825>

<sup>8</sup> <http://www.pch.gc.ca/fra/1267292195109/1269438874454>

<sup>9</sup> Rapport annuel Radio-Canada/CBC, 2008-2009, p. 46.

<sup>10</sup> <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2008/pb2008-100.htm> (par. 335-384).

<sup>11</sup> <http://www.cra-arc.gc.ca/F/pub/tg/rc4164/rc4164-06f.pdf>

<sup>12</sup> Correspondance électronique avec Louise Gingras, directrice par intérim, Direction des médias et des télécommunications, Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, le 20 avril 2010.

<sup>13</sup> FPJQ, « Aides à la presse au Québec », avril 2010. [Document fourni par la FPJQ au Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec].

<sup>14</sup> <http://www.mcccf.gouv.qc.ca/index.php?id=3756#c22197>

<sup>15</sup> <http://www.mcccf.gouv.qc.ca/index.php?id=3756#c22201>

	<p>Crédit d'impôt remboursable pour la production de titres multimédias<sup>16</sup></p>	<p>remplacé par le Fonds du Canada pour les périodiques) : <b>60,4 M\$</b><sup>20</sup></p> <p>— Fonds canadien de télévision (fin le 31 mars 2010, fusionné au Fonds des médias du Canada) : contribution de <b>120 M\$</b> à ce Fonds par Patrimoine canadien (en 2008-2009)<sup>21</sup></p> <p>— Radiodiffusion autochtone dans le Nord et projets de distribution : <b>7,9 M\$</b> (en 2007-2008)<sup>22</sup></p> <p>CRTC : Environ <b>100 M\$</b><sup>23</sup></p> <p>Radio-Canada/CBC : <b>1,1 G\$</b><sup>24</sup></p> <p>Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne<sup>25</sup></p>
<p><b>INTERNET</b></p> <p>Il est extrêmement difficile d'avoir un portrait du nombre de sites Internet québécois traitant d'information au Québec. Sur la Toile du Québec, on recense 931 sites</p>	<p><u>Crédit d'impôt remboursable pour la production de titres multimédias</u> :</p> <p>Une société de production de titres multimédias ayant un établissement au Québec peut bénéficier, à certaines conditions, d'un</p>	<p>Téléfilm Canada – <u>Fonds des médias</u> (fusion du Fonds canadien de télévision et du Fonds des nouveaux médias du Canada) : Enveloppe globale de 350 M\$ pour tout le Canada – englobe la télévision et les médias</p>

<sup>16</sup> <http://www.investquebec.com/fr/index.aspx?page=1295>

<sup>17</sup> Entretien téléphonique avec Betsy Chaly, porte-parole du Fonds des médias, Patrimoine canadien, 416 214-4441.

<sup>18</sup> [http://www.telefilm.gc.ca/03/311.asp?fond\\_id=3](http://www.telefilm.gc.ca/03/311.asp?fond_id=3)

<sup>19</sup> <http://cmf-fmc.ca/resources/archive/publications/annualreport/AnnualReport2008-2009.pdf>

<sup>20</sup> <http://www.pch.gc.ca/fra/1268240166828/1268242878825>

<sup>21</sup> <http://cmf-fmc.ca/resources/archive/publications/annualreport/AnnualReport2008-2009.pdf>

<sup>22</sup> <http://www.pch.gc.ca/fra/1267292195109/1269438874454>

<sup>23</sup> <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2008/pb2008-100.htm> (par. 335-384).

<sup>24</sup> Rapport annuel Radio-Canada/CBC, 2008-2009, p. 46.

<sup>25</sup> <http://www.cra-arc.gc.ca/F/pub/tg/rc4164/rc4164-06f.pdf>

<p>Internet dans la catégorie Actualité et médias<sup>26</sup>. Cependant, étant donné qu'il faut s'inscrire pour se retrouver dans ce répertoire, nous estimons que le nombre réel de sites dépasse ce chiffre.</p> <p>Au Regroupement des producteurs multimédia, on nous dit qu'il n'existe pas de données à ce sujet.</p>	<p>crédit d'impôt remboursable à l'égard d'une production admissible (critères analysés par Investissement Québec).<sup>27</sup></p>	<p>numériques. Contribution de Patrimoine canadien à ce fond : environ <b>134,7 M\$</b>.<sup>28</sup></p> <p>Le volet expérimental (<b>27 M\$</b><sup>29</sup>) du Fonds des médias favorise le développement de contenus et d'applications logicielles développées à des fins commerciales ou à des fins d'utilisation publique. Le volet convergent soutient la création de contenu télévisuel et numérique convergent.<sup>30</sup></p> <p>Téléfilm Canada et Patrimoine canadien – <u>Fonds des nouveaux médias du Canada</u> (<b>14,3 M\$</b> pour 2009-2010, fin des opérations le 31 mars 2010; ensuite fusionné au Fonds des médias<sup>31</sup>) / Financé par Patrimoine canadien et administré par Téléfilm Canada. Pour soutenir la création et la distribution de produits à contenu culturel numérique interactif. Trois volets :  (1) Aide aux produits (accorde des avances remboursables),  (2) Aide sectorielle  (3) Développement sectoriel.<sup>32</sup></p>
---	--	--

<sup>26</sup> [http://www.toile.com/quebec/Actualite\\_et\\_medias](http://www.toile.com/quebec/Actualite_et_medias)

<sup>27</sup> <http://www.investquebec.com/fr/index.aspx?page=1295>

<sup>28</sup> Entretien téléphonique avec Betsy Chaly, porte-parole du Fonds des médias, Patrimoine canadien, 416 214-4441.

<sup>29</sup> [http://www.cmf-fmc.ca/fr/backgrounder/Document\\_d%27info.pdf](http://www.cmf-fmc.ca/fr/backgrounder/Document_d%27info.pdf) (p.1)

<sup>30</sup> [http://www.cmf-fmc.ca/fr/index.php?&page\\_mode=connect](http://www.cmf-fmc.ca/fr/index.php?&page_mode=connect)

<sup>31</sup> <http://www.pch.gc.ca/pc-ch/infoCNtr/cdm-mc/index-fra.cfm?action=doc&DocIDCd=CJM082271>

<sup>32</sup> [http://www.telefilm.gc.ca/03/311.asp?fond\\_id=3](http://www.telefilm.gc.ca/03/311.asp?fond_id=3)

<sup>33</sup> <http://www.pch.gc.ca/fra/1268240166828/1268242878825>

		À l'intérieur du <u>Fonds du Canada pour les périodiques</u> , le volet Innovation commerciale ( <b>1,5 M\$</b> ) permet de financer des projets de publication et des <u>projets en ligne</u> pour des médias à faible ou à moyenne portée. Vise à encourager l'innovation et la diversité de contenu. <sup>33</sup>
<p><b>JOURNAUX</b></p> <p>14 quotidiens québécois (12 francophones, 2 anglophones). Environ 200 hebdomadaires locaux ou régionaux. Près d'une centaine de médias écrits communautaires.<sup>34</sup></p> <p>Principaux quotidiens, regroupés par groupe de presse :</p> <p>CanWest Global — The Gazette (Montréal)</p> <p>Gesca — Le Droit (Ottawa) — Le Nouvelliste (Trois-Rivières) — La Presse (Montréal) — Le Quotidien (Saguenay) — Le Soleil (Québec) — La Tribune (Sherbrooke) — La Voix de l'Est (Granby)</p> <p>Quebecor — 24 heures (Montréal) — gratuit</p>	<p>MCCCF: <u>Aide au fonctionnement des médias communautaires</u><sup>35</sup></p> <p>Objectifs : « Favoriser l'accessibilité et la participation de la population aux médias communautaires; améliorer l'offre d'information locale et régionale; contribuer au développement local et régional et contribuer à la promotion de la langue française, le cas échéant. »<sup>36</sup></p> <p>Aperçu des conditions d'admissibilité : Avoir produit au moins 6 numéros au cours de la dernière année, publier un contenu composé d'un minimum de 40 % d'information locale et régionale, produire un contenu rédactionnel original occupant un minimum de 20 % de leur périodique, publier un minimum de 40 % de contenu en français, lorsqu'il s'agit d'un</p>	<p><u>Programme d'aide aux publications</u> (prend fin le 31 mars 2010 / est ensuite remplacé par le Fonds du Canada pour les périodiques) : <b>60,4 M\$</b> - En collaboration avec la Société canadienne des postes pour compenser les tarifs postaux des <u>journaux non quotidiens</u> à contenu canadien postés au Canada à des fins de livraison au Canada.</p> <p><u>Fonds du Canada pour les périodiques</u> (depuis avril 2010 — anciennement Programme d'aide aux publications / Fonds du Canada pour les magazines<sup>39</sup>) : Offre une aide financière aux industries canadiennes des magazines et des <u>journaux non quotidiens</u> afin qu'elles puissent continuer à produire et à diffuser du contenu canadien malgré les désavantages</p>

<sup>34</sup> <http://fpjq.org/index.php?id=350>

<sup>35</sup> <http://www.mcccf.gouv.qc.ca/index.php?id=1997>

<sup>36</sup> <http://www.mcccf.gouv.qc.ca/index.php?id=1997>

<p>— Le Journal de Montréal — Le Journal de Québec</p> <p>Transcontinental — Métro (Montréal) — gratuit</p> <p>Indépendants — Le Devoir (Montréal) — The Record (Sherbrooke)</p>	<p>périodique publié dans une autre langue que le français, l'anglais ou une langue autochtone.<sup>37</sup></p> <p>— Maximum pour un média écrit : 25 000 \$ (fonctionnement de base de 4 000 \$ + subventions selon le volume produit)</p> <p><u>Programme d'aide aux projets</u> (en plus de l'aide au fonctionnement) : Peut s'adresser aux médias communautaires qui reçoivent une aide au fonctionnement.</p> <p>En 2009-2010, le MCCCCF a accordé des subventions de <b>766 860 \$</b> à 70 journaux communautaires. Le ministère dit vouloir consolider le financement de ces journaux en leur assurant une plus grande part du budget de publicité gouvernementale.<sup>38</sup></p>	<p>systemiques du marché.<sup>40</sup></p> <p>Trois volets :</p> <p>1. Aide aux éditeurs – <b>72 M\$/an</b>; financement selon nombre d'exemplaires vendus ou distribués; contenu canadien minimal de 80 %; périodiques gratuits et d'associations professionnelles non admissibles;</p> <p>2. Innovation commerciale – <b>1,5 M\$/an</b> (finance les projets de publications et en ligne à faible ou à moyen tirage pour encourager l'innovation et la diversité de contenu);</p> <p>3. Initiatives collectives – <b>2 M\$</b> (appui aux projets pour accroître la viabilité globale de l'industrie des périodiques et journaux non quotidiens. Ex. Plans de commercialisation ou recherche sur de nouvelles technologies).</p>
<p>MAGAZINES</p> <p>+ de 150 magazines au Québec<sup>41</sup></p>	<p>MCCCCF : <u>Aide au fonctionnement des médias communautaires</u></p> <p>Objectifs et conditions d'admissibilité : mêmes que pour les journaux (voir ci-dessus).</p> <p>— Maximum pour un</p>	<p><u>Programme d'aide aux publications</u> (prend fin le 31 mars 2010 / est ensuite remplacé par le Fonds du Canada pour les périodiques) : En collaboration avec la Société canadienne des postes pour compenser les tarifs postaux des <i>journaux non quotidiens</i> à</p>

<sup>37</sup> <http://www.mcccfc.gouv.qc.ca/index.php?id=1997>

<sup>38</sup> Ministère de la Culture des Communications et de la Condition féminine (Direction des médias et des télécommunications), « Fiche synthèse – Aide médias communautaires », 22 mars 2010. [Document fourni par le MCCCCF au Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec].

<sup>39</sup> Ce fonds s'adressait aux magazines artistiques et littéraires.

<sup>40</sup> <http://www.pch.gc.ca/fra/1268240166828/1268242878825>

<sup>41</sup> <http://fpjq.org/index.php?id=350>



	<p>média écrit : 25 000 \$ (fonctionnement de base de 4 000 \$ + subventions selon le volume produit)</p> <p><u>Programme d'aide aux projets</u> (en plus de l'aide au fonctionnement) : Peut s'adresser aux médias communautaires qui reçoivent une aide au fonctionnement.</p>	<p>contenu canadien postés au Canada à des fins de livraison au Canada.</p> <p><u>Fonds du Canada pour les magazines</u> (fin le 31 mars 2010, remplacé par le Fonds du Canada pour les périodiques) : Soutient la création de contenu rédactionnel canadien dans les magazines et le développement de petites et moyennes maisons d'édition.<sup>42</sup></p> <p>Programme d'aide aux publications et Fonds du Canada pour les magazines : budget de <b>60 M\$</b> en 2009-2010.<sup>43</sup></p> <p><u>Fonds du Canada pour les périodiques</u> (depuis avril 2010 — anciennement Programme d'aide aux publications / Fonds du Canada pour les magazines) : <b>75 M\$</b> Offre une aide financière aux industries canadiennes des magazines et des <i>journaux non quotidiens</i> afin qu'elles puissent continuer à produire et à diffuser du contenu canadien malgré les désavantages systémiques du marché.<sup>44</sup></p> <p>Trois volets :</p> <p>1. Aide aux éditeurs – <b>72 M\$/an</b>; financement selon nombre d'exemplaires vendus ou</p>
--	--	---

<sup>42</sup> <http://www.entreprisescanada.ca/fra/sommaire/1293/>

<sup>43</sup> <http://www.actionplan.gc.ca/initiatives/fra/index.asp?initiativeID=135&mode=7>

<sup>44</sup> <http://www.pch.gc.ca/fra/1268240166828/1268242878825>

		<p>distribués; contenu canadien minimal de 80 %; périodiques gratuits et d'associations professionnelles non admissibles;</p> <p>2. Innovation commerciale – <b>1,5 M\$</b>/an (finance les projets de publications et en ligne à faible ou à moyen tirage pour encourager l'innovation et la diversité de contenu);</p> <p>3. Initiatives collectives – <b>2 M\$</b> (appui aux projets pour accroître la viabilité globale de l'industrie des périodiques et journaux non quotidiens. Ex. Plans de commercialisation ou recherche sur de nouvelles technologies).</p>
<p><b>RADIODIFFUSION</b></p> <p>+ de 160 stations de radio, pour la plupart regroupées au sein de trois grands réseaux privés (Corus<sup>45</sup>, COGECO et Astral)<sup>46</sup></p> <p>36 radio communautaires sans but lucratif<sup>47</sup></p> <p>99 radios privées commerciales, selon les données les plus récentes de Statistique Canada (2007)<sup>48</sup></p>	<p>MCCCF : <u>Aide au fonctionnement des médias communautaires</u><sup>49</sup> :</p> <p>— Maximum pour la radio : 60 000 \$ Fonctionnement de base pour la radio : 10 000 \$ et 30 000 \$ pour les 30 premières heures de programmation originale. (N. Exclut les radios étudiantes.)</p> <p>En 2009-2010, le MCCCF a accordé des subventions de <b>2,1 M\$</b> à</p>	<p><u>Radio-Canada/CBC</u> : crédits parlementaires de <b>1,1 G\$</b> (pour la radio et la télévision).<sup>53</sup></p> <p>Les dépenses d'exploitation de la radio de Radio-Canada sont de 137 M\$ et de CBC Radio sont de 192 M\$.</p> <p>Patrimoine Canada — <u>Radiodiffusion autochtone dans le Nord et projets de distribution</u> (budget d'environ <b>7,9 M\$</b> en 2007-2008)<sup>54</sup> : Appuie les sociétés de radiodiffusion</p>

<sup>45</sup> Le 30 avril 2010, Corus annonçait avoir conclu une entente avec COGECO pour l'achat de ses stations de radio de Corus Québec. <http://www.cnw.ca/fr/releases/archive/April2010/30/c7244.html>

<sup>46</sup> <http://fpjq.org/index.php?id=350>

<sup>47</sup> Ministère de la Culture des Communications et de la Condition féminine (Direction des médias et des télécommunications), « Fiche synthèse – Aide médias communautaires », 22 mars 2010. [Document fourni par le MCCCF au Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec].

<sup>48</sup> Statistiques principales de la culture et des communications au Québec, édition 2009, [http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat\\_obs/pdf/Stat\\_princ2009.pdf](http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat_obs/pdf/Stat_princ2009.pdf) (p. 78)

<sup>49</sup> <http://www.mcccf.gouv.qc.ca/index.php?id=1997>

<p>Un réseau public regroupant les différentes chaînes de Radio-Canada/CBC (Première Chaîne, Espace Musique, CBC Radio One, CBC Radio 2, CBC Radio 3, RCI, Radio-Canada Nord)</p> <p>Radiodiffusion par satellite :</p> <p>— Galaxie (service de programmation audio payant exploité par Radio-Canada/CBC. La Société mettra cependant fin à cette activité et transférera ses contrats au 31 décembre 2010.)</p> <p>— Sirius (fournisseur de services de radio par satellite; Radio-Canada/CBC détient une participation dans cette entreprise)</p>	<p>38 radios communautaires.<sup>50</sup></p> <p><u>Programme d'aide aux projets</u> : Peut s'adresser aux médias communautaires qui reçoivent une aide au fonctionnement.</p> <p>MCCCF : <u>Aide aux radios autochtones locales</u><sup>51</sup> : Aide au fonctionnement pour maintenir la production et la diffusion d'une programmation en langue autochtone. Aide maximale de 10 000 \$ attribuée sur une base annuelle.</p> <p>Doivent avoir des revenus annuels de moins de 90 000 \$.</p> <p>En 2009-2010, le MCCCF a attribué une aide totale de <b>346 820 \$</b> aux radios autochtones locales.<sup>52</sup></p>	<p>autochtone qui créent et distribuent des émissions télévisées et radiodiffusées dans le nord du Canada.<sup>55</sup></p>
<p>TÉLÉDIFFUSION</p> <p>26 stations de télévisions privées commerciales<sup>56</sup></p>	<p><u>Télé-Québec</u> : subventions du gouvernement du Québec de <b>65 M\$</b> en 2009-2010.<sup>60</sup></p>	<p><u>Radio-Canada/CBC</u> : crédits parlementaires de <b>1,1 G\$</b> en 2008-2009 (pour la radio et la</p>

<sup>50</sup> Ministère de la Culture des Communications et de la Condition féminine (Direction des médias et des télécommunications), « Fiche synthèse – Aide médias communautaires », 22 mars 2010. [Document fourni par le MCCCF au Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec].

<sup>51</sup> <http://www.mcccf.gouv.qc.ca/index.php?id=284>

<sup>52</sup> Source : Louise Gingras, directrice par intérim, Direction des médias et des télécommunications, Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, correspondance électronique le 20 avril 2010.

<sup>53</sup> FPJQ, « Aides à la presse au Québec », avril 2010. [Document fourni par la FPJQ au Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec].

<sup>54</sup> <http://www.pch.gc.ca/pgm/flm-vid/publctn/2009-04/107-fra.cfm#a4>

<sup>55</sup> <http://www.pch.gc.ca/fra/1267292195109/1269438874454>

<sup>56</sup> Statistiques principales de la culture et des communications au Québec, édition 2009, [http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat\\_obs/pdf/Stat\\_princ2009.pdf](http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat_obs/pdf/Stat_princ2009.pdf) (p. 75)

<sup>57</sup> <http://www.ledevoir.com/societe/medias/283531/shaw-rachete-canwest>

<sup>58</sup> <http://www.infopresse.com/guide/GAM.asp?Section=12&SousSection=286&Type=3>

<sup>59</sup> <http://www.fedetvc.qc.ca/>

<sup>60</sup> FPJQ, « Aides à la presse au Québec », avril 2010. [Document fourni par la FPJQ au Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec].

<p>Trois principaux réseaux de télévision privés conventionnels au Canada :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. TVA</li> <li>2. CTV</li> <li>3. CanWest Global (rachetée par Shaw Communications<sup>57</sup>)</li> </ol> <p>Télévisions publiques : — Radio-Canada/CBC et ses chaînes associées (CBC Television, CBC Newsworld, Bold, Documentary, télévision de Radio-Canada, RDI et Radio-Canada Nord)</p> <p>En partenariat : — ARTV (61 % des actions avec droit de vote détenues par Radio-Canada/CBC, 24 % par Télé-Québec et 15 % par ARTE France). — TV5MONDE</p> <p>— Télé-Québec</p> <p>Chaînes spécialisées : 26 au Québec<sup>58</sup></p>	<p>MCCCF : <u>Aide au fonctionnement des médias communautaires</u><sup>61</sup> : — Maximum pour la télévision : 31 000 \$ Fonctionnement de base pour la télévision : 10 000 \$</p> <p><u>Programme d'aide aux projets</u> : Peut s'adresser aux médias communautaires qui reçoivent une aide au fonctionnement</p> <p>En 2009-2010, le MCCCF a accordé des subventions de <b>933 768 \$</b> à 37 télévisions communautaires autonomes.<sup>62</sup></p> <p><u>Crédit d'impôt remboursable pour la production cinématographique et télévisuelle québécoise</u> : Une société de production cinématographique ou télévisuelle sous contrôle</p>	<p>télévision dans l'ensemble du pays).</p> <p>Au total, avec les revenus publicitaires et autres revenus, Radio-Canada/CBC bénéficie de revenus de 1,8 G\$, mais ses dépenses totalisent 1,9 G\$. Les coûts des services de la télévision et de la radio représentent 1,5 G\$.<sup>65</sup></p> <p>En 2008-2009, dépense d'exploitation : — Télévision de R-C : 429 M\$ — CBC Television : 718 M\$ Ces chiffres excluent les autres dépenses, telles que l'administration, la distribution, les immobilisations, etc.<sup>66</sup></p> <p><u>Le Fonds des médias du Canada</u>, financé conjointement par Patrimoine canadien et l'industrie, consacre annuellement quelque <b>350 M\$</b> au soutien de</p>
---	---	---

<sup>61</sup> <http://www.mcccf.gouv.qc.ca/index.php?id=1997>

<sup>62</sup> Ministère de la Culture des Communications et de la Condition féminine (Direction des médias et des télécommunications), « Fiche synthèse – Aide médias communautaires », 22 mars 2010. [Document fourni par le MCCCF au Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec].

<sup>63</sup> <http://www.mcccf.gouv.qc.ca/index.php?id=3756#c22197>

<sup>64</sup> <http://www.mcccf.gouv.qc.ca/index.php?id=3756#c22201>

<sup>65</sup> Rapport annuel Radio-Canada/CBC, 2008-2009, p. 46.

<sup>66</sup> Rapport annuel Radio-Canada/CBC, 2008-2009, p. 45. <http://www.cbc.radio-canada.ca/rapportsannuels/2008-2009/index.shtml>

<sup>67</sup> [http://www.cmf-fmc.ca/fr/index.php?&page\\_mode=connect](http://www.cmf-fmc.ca/fr/index.php?&page_mode=connect)

<sup>68</sup> <http://cmf-fmc.ca/resources/archive/publications/annualreport/AnnualReport2008-2009.pdf>

<sup>69</sup> Rapport annuel Radio-Canada/CBC, 2008-2009, p. 56.

<sup>70</sup> <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2008/pb2008-100.htm> (par. 335-384).

<sup>71</sup> <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2008/pb2008-100.htm> (par. 335-384).

<sup>72</sup> <http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2010/2010-167.htm> (par. 132-140).

<sup>73</sup> FPJQ, « Aides à la presse au Québec », avril 2010. [Document fourni par la FPJQ au Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec].

<sup>74</sup> <http://www.cra-arc.gc.ca/F/pub/tg/rc4164/rc4164-06f.pdf>

<p>44 télévisions communautaires autonomes<sup>59</sup></p>	<p>québécois et ayant un établissement au Québec peut, à certaines conditions, bénéficier d'un crédit d'impôt remboursable à l'égard d'une production admissible (critères analysés par la SODEC).<sup>63</sup></p> <p>Ce crédit d'impôt est égal à 35 % des dépenses de main-d'œuvre admissibles (MOA), sans toutefois excéder 17,5 % des frais totaux de production.</p> <p><u>Crédit d'impôt remboursable pour des services de production cinématographique et télévisuelle :</u>        Une société de production ou de services de production cinématographique ou télévisuelle ayant un établissement au Québec, qui ne peut bénéficier du crédit d'impôt pour production cinématographique ou télévisuelle (en raison de l'insuffisance de contenu québécois) ou qui a conclu un contrat de service avec un producteur étranger peut bénéficier, à certaines conditions, d'un crédit d'impôt remboursable à l'égard d'une production admissible (critères analysés par la SODEC).<sup>64</sup></p> <p>Ce crédit d'impôt est égal à 25 % des dépenses de main-d'œuvre admissibles et des dépenses de biens</p>	<p>l'industrie télévisuelle et des médias numériques.<sup>67</sup></p> <p><u>Fonds canadien de télévision</u> (fin du programme le 31 mars 2010; est ensuite fusionné au Fonds des médias du Canada).        — Budget du fonds : 287 M\$, dont <b>120 M\$</b> provient de Patrimoine canadien (en 2008-2009).<sup>68</sup>        — Il s'agit d'un partenariat public-privé financé par le gouvernement du Canada, les câblodistributeurs et les fournisseurs de services de radiodiffusion directe par satellite. Aide à la création et à la diffusion à des heures de grande écoute d'émissions de qualité.        — Radio-Canada/CBC disposait de 37 % (environ 100 M\$) de cette enveloppe pour produire et présenter des émissions canadiennes aux heures de grande écoute.<sup>69</sup></p> <p><u>CRTC : Fonds pour l'amélioration de la programmation locale</u>        — Fonds d'environ <b>100 M\$</b> créé par le CRTC en 2008. (En 2009-2010, plus de 100 M\$ seront distribués).        — Objectif : Soutenir et améliorer la programmation locale réservée aux stations de télévision qui opèrent dans des marchés de moins d'un million</p>
---	--	---

	admissibles.	<p>d'habitants.<sup>70</sup></p> <p>— But : Faire en sorte que les téléspectateurs dans les petits marchés canadiens continuent de recevoir une diversité d'émissions locales de qualité et aient accès à des nouvelles locales.<sup>71</sup></p> <p>En 2009-2010 : Mesure temporaire en raison de la crise économique. Hausse de la contribution des entreprises de distribution par câble et satellite, qui passe de 1 % de leurs revenus bruts à 1,5 %.<sup>72</sup></p> <p>— Le premier tiers sera divisé en montant égal entre chacune des stations de télévision locales éligibles. Les deux tiers restants seront attribués selon le montant que chaque station aura consacré à la programmation locale au cours des trois dernières années.<sup>73</sup></p> <p><u>Crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne</u></p> <p>— Vise à encourager la réalisation d'émissions canadiennes et l'essor d'un secteur national de production dynamique. — Ce crédit entièrement remboursable correspond à 25 % de la dépense de main-d'œuvre admissible d'une production admissible (exemple de</p>
--	--------------	---

		crédit d'impôt lié à l'embauche de main d'œuvre dans un but donné). — Géré conjointement par le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) et l'Agence du revenu du Canada. <sup>74</sup>
--	--	---

## 1.2 PAR LE BIAIS D'ACHATS PUBLICITAIRES

L'aide publique aux médias se manifeste également par le biais d'achats publicitaires, qui représentent des sommes de 52,8 M\$ du côté du gouvernement du Québec et de 84,1 M\$ pour le gouvernement du Canada. En 1995, le gouvernement du Québec et les organismes publics se sont engagés à dépenser 4 % de leur budget de publicité dans des médias communautaires. En 2009-2010, ce seuil n'était pas tout à fait atteint, les placements publicitaires gouvernementaux dans les télévisions, radios et médias écrits communautaires ayant totalisé 1,7 million de dollars, soit 3,2 % du budget de publicité gouvernementale. Une telle politique n'existe pas du côté canadien.

Au gouvernement du Canada, on observe que la part d'achat publicitaire au cours des trois dernières années a augmenté pour Internet, la radio et la télévision et diminué pour la presse écrite. Internet est passé de près de 6 % des dépenses publicitaires gouvernementales canadiennes en 2005-2006 à 9 % en 2007-2008. La radio est passée de 11 % à 19 % et la télévision, de 26 % à 35 % (de 2005-2006 à 2007-2008). Les quotidiens nationaux, eux, sont passés de 28 % à 14 % et les hebdomadaires et journaux communautaires de 19 % à 11 % (toujours pour les mêmes années de référence). Les dépenses publicitaires dans les magazines ont légèrement diminué, passant de 5,3 % à 4,9 %.<sup>75</sup>

Enfin, lorsqu'on regarde les médias ciblés par les gouvernements pour leurs campagnes de publicité, on constate que les proportions sont très similaires pour les deux paliers de gouvernement (ex. : 35 % du budget en télévision, entre 25 et 27 % dans les journaux, autour de 19 % en radio). Au gouvernement du Canada, il nous a été spécifié qu'il n'existait pas de ratio par média. Le choix média est plutôt basé sur les objectifs des campagnes et les publics visés par celles-ci.<sup>76</sup>

<sup>75</sup> <http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/pub-adv/rapports-reports/2007-2008/descriptions-fra.html#img5>

<sup>76</sup> Source : Annie Dubois, superviseure nationale de Cossette Média, responsable du compte de l'Agence de coordination du gouvernement canadien. Échange par courriel le 9 avril 2010.

TYPE DE MÉDIAS	GOUVERNEMENT DU QUÉBEC	GOUVERNEMENT DU CANADA
<p>EN RÉSUMÉ</p> <p>TOUS MÉDIAS CONFONDUS</p>	<p>Budget global de publicité gouvernementale de <b>52,8 M\$</b> pour 2009-2010.<sup>77</sup></p> <p>Aide financière par l'achat de publicité gouvernementale (OSBL)</p> <p>En 2009-2010, les placements publicitaires gouvernementaux dans les télévisions, radios et médias écrits communautaires ont totalisé <b>1,7 M\$</b>, ce qui représente 3,2 % du budget total de la publicité gouvernementale.<sup>78</sup></p>	<p><b>84,1 M\$</b> dépensés par le gouvernement du Canada pour ses diverses activités de publicité (en 2007-2008).<sup>79</sup></p> <p>78,1 M\$ pour des campagnes de publicité par l'entremise de l'Agence de coordination (AC)<sup>80</sup> et 6 M\$ pour des avis publics, directement par les ministères.<sup>81</sup></p>
INTERNET	<p>En 2009-2010, <b>4,8 M\$</b> (9 % du budget global de publicité gouvernementale) étaient destinés à Internet.<sup>82</sup></p>	<p>En 2007-2008, dépense de <b>5,94 M\$</b> pour de la publicité sur Internet, ce qui représente 8,8 % des dépenses du gouvernement fédéral en achat de publicité.<sup>83</sup></p>
JOURNAUX	<p>En 2009-2010 :</p> <p>Quotidiens : <b>11 M\$</b> (21 % du budget global de publicité gouvernementale)</p> <p>Hebdos : <b>3,2 M\$</b> (6 % du budget global de publicité gouvernementale)</p>	<p>En 2007-2008, dépenses de <b>9,61 M\$</b> pour les quotidiens nationaux (14,2 % des dépenses totales) et <b>7,37 M\$</b> pour les hebdomadaires et journaux communautaires (10,9 % des dépenses totales).<sup>86</sup></p>

<sup>77</sup> Source : Suzie Fournier, responsable du service de placement média, Centre de services partagés du Québec, correspondance électronique, le 16 avril 2010.

<sup>78</sup> Source : Suzie Fournier, responsable du service de placement média, Centre de services partagés du Québec, correspondance électronique, le 16 avril 2010.

<sup>79</sup> Note : Les chiffres pour 2009-2010 ne seront pas disponibles avant mai 2010, nous a-t-on dit à Patrimoine canadien.

<sup>80</sup> Pour en savoir plus sur le fonctionnement, la planification et la coordination d'une campagne publicitaire au sein du gouvernement du Canada : <http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/pub-adv/roles-fra.html>.

<sup>81</sup> <http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/pub-adv/rapports-reports/2007-2008/chapitre-chapter-2-fra.html#noc>

<sup>82</sup> Source : Suzie Fournier, responsable du service de placement média, Centre de services partagés du Québec, entretien téléphonique, avril 2010.

<sup>83</sup> Sources : Agence de coordination du gouvernement du Canada, Cossette Media de Toronto et <http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/pub-adv/rapports-reports/2007-2008/descriptions-fra.html#img8>

<sup>84</sup> Correspondance électronique avec Suzie Fournier, responsable du service de placement média, Centre de services partagés du Québec.



	Ces chiffres incluent les placements dans les journaux communautaires. En 2000-2010, les placements publicitaires gouvernementaux dans les journaux communautaires étaient de <b>347 280 \$</b> <sup>84</sup> (comparativement à 332 683 \$, l'année précédente). <sup>85</sup>	
MAGAZINES	En 2009-2010 : Magazines : <b>2,6 M\$</b> (5 % du budget global de publicité gouvernementale)	En 2007-2008, <b>3,3 M\$</b> pour les magazines (4,9 % des dépenses totales). <sup>87</sup>
RADIODIFFUSION	En 2009-2010 : Radios : <b>9,5 M\$</b> (18 % du budget global de publicité gouvernementale)  Ces chiffres incluent les placements dans les journaux communautaires. En 2009-2010, les placements publicitaires gouvernementaux dans les radios communautaires s'élevaient à <b>753 724 \$</b> <sup>88</sup> (comparativement à 572 935 \$, l'année précédente). <sup>89</sup>	Agence de coordination du gouvernement du Canada : en 2007-2008, <b>13,02 M\$</b> pour la radio (19,3 % des dépenses totales). <sup>90</sup>
TÉLÉDIFFUSION	Télé : <b>18,5 M\$</b> (35 % du budget global de publicité gouvernementale)	Agence de coordination du gouvernement du Canada : en 2007-2008, <b>23,87 M\$</b>

<sup>85</sup> Ministère de la Culture des Communications et de la Condition féminine (Direction des médias et des télécommunications), « Fiche synthèse – Aide médias communautaires », 22 mars 2010. [Document fourni par le MCCCCF au Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec].

<sup>86</sup> Sources : Agence de coordination du gouvernement du Canada, Cossette Media de Toronto et <http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/pub-adv/rapports-reports/2007-2008/descriptions-fra.html#img8>

<sup>87</sup> Sources : Agence de coordination du gouvernement du Canada, Cossette Media de Toronto et <http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/pub-adv/rapports-reports/2007-2008/descriptions-fra.html#img8>

<sup>88</sup> Correspondance électronique avec Suzie Fournier, responsable du service de placement média, Centre de services partagés du Québec.

<sup>89</sup> FPJQ, « Aides à la presse au Québec », avril 2010. [Document fourni par la FPJQ au Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec].

<sup>90</sup> Sources : Agence de coordination du gouvernement du Canada, Cossette Media de Toronto et <http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/pub-adv/rapports-reports/2007-2008/descriptions-fra.html#img8>

	<p>Ces chiffres incluent les placements dans les journaux communautaires. En 2009-2010, les placements publicitaires gouvernementaux dans les télévisions communautaires ont représenté <b>671 837 \$</b><sup>91</sup> (comparativement à 505 370 \$<sup>92</sup>, l'année précédente).</p>	<p>pour la télévision (35,3 % des dépenses totales).<sup>93</sup></p>
--	---	---

## 2. AIDES PUBLIQUES À L'INFORMATION AU QUÉBEC

Le gouvernement du Canada encourage les citoyens et les organismes à créer du contenu culturel en ligne. Le Fonds des partenariats et le Fonds passerelle, qui font partie de l'initiative Culture canadienne en ligne, ont été créés pour encourager la présence canadienne dans Internet. Ces fonds ont pris fin au 31 mars 2010 et ont été remplacés par le Fonds interactif du Canada, qui vise à encourager la création d'œuvres culturelles et d'applications interactives de la part des communautés autochtones, ethnoculturelles ou en situation linguistique minoritaire, ainsi que des organismes culturels sans but lucratif. Ce fonds est principalement axé sur le développement de contenu pour les technologies récentes, telles que les applications de Web 2.0 et les plateformes mobiles. Le montant accordé dans les anciens et le nouveau fonds demeure le même (11 millions de dollars).

Parole citoyenne, une initiative de l'ONF, se retrouve maintenant sous la responsabilité de l'Institut du Nouveau Monde qui contribue à son fonctionnement. L'ONF demeure présent comme partenaire et offre une aide à la création. Les montants alloués n'ont pas été divulgués.

Nous n'avons pas trouvé d'initiatives d'aides publiques à l'information de la part du gouvernement du Québec.

<sup>91</sup> Correspondance électronique avec Suzie Fournier, responsable du service de placement média, Centre de services partagés du Québec.

<sup>92</sup> Ministère de la Culture des Communications et de la Condition féminine (Direction des médias et des télécommunications), « Fiche synthèse – Aide médias communautaires », 22 mars 2010. [Document fourni par le MCCCFC au Groupe de travail sur le journalisme et l'avenir de l'information au Québec].

<sup>93</sup> Sources : Agence de coordination du gouvernement du Canada, Cossette Media de Toronto et <http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/pub-adv/rapports-reports/2007-2008/descriptions-fra.html#img8>

GOUVERNEMENT DU QUÉBEC	GOUVERNEMENT DU CANADA
Aucune aide à l'information n'a été recensée.	<p><b>Culture canadienne en ligne</b> (qui a pris fin le 31 mars 2010) est une initiative de Patrimoine canadien pour encourager la présence canadienne dans Internet.</p> <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Atteindre la masse critique de contenu culturel de qualité dans Internet, tant en français qu'en anglais.</li> <li>— Établir un environnement propice pour les industries, les institutions, les collectivités et les créateurs culturels du Canada afin de produire et de rendre accessible le contenu culturel canadien dans Internet.</li> <li>— Accroître la visibilité et établir des auditoires pour le contenu culturel canadien numérisé.<sup>94</sup></li> </ul> <p>Parmi les programmes de financement de Culture canadienne en ligne, on retrouve :</p> <p><u>Le Fonds des partenariats</u><sup>95</sup> – (fin au 31 mars 2010 – remplacé par le Fonds interactif du Canada) : « Le Fonds des partenariats favorise les initiatives de partenariat entre des organismes sans but lucratif, publics et privés, dans le cadre de projets visant à mettre les Canadiens et les Canadiennes en contact avec les richesses de leur patrimoine national par l'entremise d'Internet et dans les deux langues officielles. Ce patrimoine national comprend les collections culturelles détenues par les organismes culturels provinciaux, municipaux et locaux. »</p> <p><u>Le Fonds passerelle</u><sup>96</sup> — (fin au 31 mars 2010 – remplacé par le Fonds interactif du Canada) :</p> <p>Objectifs :</p>

<sup>94</sup> <http://www.pch.gc.ca/pgm/pcce-ccop/apnau-fra.cfm>

<sup>95</sup> <http://www.pch.gc.ca/fra/1267545921988/1254349601920>

<sup>96</sup> <http://www.pch.gc.ca/fra/1267811165633/1254349601920>

	<p>— Augmenter la quantité de contenu culturel canadien de qualité dans Internet;</p> <p>— Constituer un auditoire pour ce contenu en rendant sa recherche plus facile sur Internet; et</p> <p>— Encourager les Canadiens à utiliser le contenu et à partager leurs points de vue sur les événements, les gens et les valeurs de leur pays.</p> <p>Les Fonds des partenariats et Fonds passerelle totalisaient un budget d'environ <b>11 M\$</b> par an, qui est transféré au Fonds interactif du Canada à partir du 1<sup>er</sup> avril 2010.<sup>97</sup></p> <p><u>Le Fonds interactif du Canada (11 M\$/an pour les cinq prochaines années) :</u> Encourage la création d'œuvres culturelles et d'applications hautement interactives de la part des communautés autochtones, ethnoculturelles, des communautés de langue officielle en situation minoritaire et d'organismes culturels sans but lucratif afin de mieux refléter le nouvel environnement. Entre autres, le gouvernement encouragera l'adoption des nouvelles technologies comme les applications de Web 2.0 et des plateformes mobiles.<sup>98</sup></p>
	<p><b>Parole citoyenne</b></p> <p>Est une initiative de l'ONF et se veut « un média citoyen autonome ». Ce « laboratoire social » permet aux créateurs, penseurs et citoyens de prendre la parole et de partager de l'information. Le site propose des courts métrages, des blogues, des extraits de films, des fichiers audios, des commentaires, des photos, des textes et des hyperliens, bâtis à partir de contenus proposés et créés par les citoyens.<sup>99</sup></p> <p>L'Institut du Nouveau Monde est le</p>

<sup>97</sup> Entretien téléphonique avec Jean Carrier, Patrimoine canadien.

<sup>98</sup> <http://www.pch.gc.ca/pc-ch/infoCntr/cdm-mc/index-fra.cfm?action=doc&DocIDCd=CR091455>

<sup>99</sup> <http://parolecitoyenne.org/a-propos>

	porteur de ce projet, initié par l'ONF en 2003. Il existe une entente pour le fonctionnement avec l'INM et l'ONF continue d'offrir une aide à la création. Le budget ne nous a pas été divulgué.
--	--

### 3. AIDES PUBLIQUES AU JOURNALISME QUÉBÉCOIS

Selon un recensement effectué par la FPJQ à l'été 2005, il y aurait environ 4 300 journalistes au Québec.

Nous avons trouvé cinq prix et bourses destinés spécifiquement aux journalistes financés en tout ou en partie par le gouvernement du Québec et quatre prix et bourses subventionnés en tout ou en partie par le gouvernement du Canada (principalement par le biais de Radio-Canada).

Il existe d'autres prix et bourses en journalisme financés par l'industrie privée.

Les étudiants en journalisme ont aussi accès aux bourses d'entrée et autres prix d'excellence offerts par les différentes universités. Ces prix et bourses ne leur sont cependant pas exclusivement réservés.

Le gouvernement apporte aussi un soutien au journalisme et aux journalistes en finançant les différentes formations en journalisme. Le site Web de la FPJQ publie la liste complète de ces formations.<sup>100</sup>

#### BOURSES ET PRIX DESTINÉS UNIQUEMENT AUX ÉTUDIANTS EN JOURNALISME ET JOURNALISTES :

GOVERNEMENT DU QUÉBEC	GOVERNEMENT DU CANADA
<p><b>Bourse Québec-Japon</b><sup>101</sup></p> <p>La bourse, créée en 2003 à l'occasion du 30e anniversaire de la Délégation générale du Québec à Tokyo, est parrainée par le <u>ministère des Relations internationales du Québec</u> et le Foreign Press Center of Japan. Elle est organisée par la Fédération professionnelle des journalistes du Québec.</p> <p>Cette bourse permet à un journaliste de réaliser <b>un reportage d'une dizaine de jours au Japon, tous frais payés</b>, sur un sujet d'intérêt public.</p>	<p><b>Bourse Nord Sud</b><sup>102</sup></p> <p>La FPJQ offre à ses membres trois nouvelles bourses Nord-Sud de <b>6 000 \$</b> chacune, une occasion unique de réaliser des reportages dans les pays en développement.</p> <p>Les bourses Nord-Sud sont financées par l'<u>Agence canadienne de développement international</u> (ACDI) et organisées par la Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ).</p>

<sup>100</sup> [www.fpq.org/index.php?id=112](http://www.fpq.org/index.php?id=112)

<p><b>Bourse en journalisme économique</b><sup>103</sup></p> <p>Objectif : Encourager des étudiants à entreprendre et à poursuivre une maîtrise en communication publique avec stage, avec concentration en journalisme économique.</p> <p>Bourse de <b>15 000 \$</b> de la <u>Caisse de dépôt et placement du Québec</u></p>	<p><b>Bourse René-Payot</b></p> <p>Bourse d'une <b>valeur maximale de 10 000 \$</b>, offerte par les Radios francophones publiques (Radio France, la Radio Télévision Suisse (RTS), la Radio-Télévision belge de la communauté française et la radio de <u>Radio-Canada</u>). Elle vise à récompenser un « aspirant journaliste qui correspond aux caractéristiques suivantes : curieux, dynamique, imaginatif et doué pour la communication radiophonique. »<sup>104</sup></p>
<p><b>Prix d'excellence <u>Caisse de dépôt et placement du Québec</u> – Bank of America Merrill Lynch en journalisme économique et financier</b></p> <p>Trois bourses (premier prix de <b>10 000 \$</b>, deuxième prix de <b>5 000 \$</b> et troisième prix de <b>2 500 \$</b>) remises à des journalistes pour des reportages économiques.</p>	<p><b>Bourse Fernand-Séguin</b><sup>105</sup></p> <p>Pour être admissibles, les candidats doivent être âgés de 18 à 30 ans.</p> <p>Premier prix : <b>stage de six mois</b> dans les organisations participantes, dont trois mois à l'émission Découverte de <u>Radio-Canada</u>, associé à un montant de <b>12 000 \$</b>.</p> <p>Prix de la relève : <b>stage de deux mois</b> dans les organisations participantes associé à un montant de <b>4000 \$</b>.<sup>106</sup></p>
<p><b>Prix du journalisme en loisir</b><sup>107</sup></p> <p>Le Prix de journalisme en loisir vise à reconnaître l'excellence du travail des journalistes qui contribuent à faire mieux connaître l'apport des intervenants du milieu associatif dans le domaine du loisir, les diverses formes de loisirs pratiqués au Québec ou par des Québécois ainsi que les nombreux impacts du loisir notamment aux niveaux individuel, social, culturel, environnemental et économique.</p>	<p><b>Prix Lizette-Gervais</b></p> <p>Prix attribué à des étudiants finissant leurs études en communication ou en journalisme au Québec dans les catégories radio et télévision. Les participants devaient soumettre un reportage de six minutes à caractère social ou humaniste.</p> <p><b>1 500 \$</b> dans la catégorie radio et stage rémunéré de 4 semaines à la Première</p>

<sup>101</sup> <http://fpjq.org/index.php?id=84>

<sup>102</sup> <http://fpjq.org/index.php?id=33>

<sup>103</sup> <http://www.fl.ulaval.ca/index.php?id=228>

<sup>104</sup> <http://www.radio-canada.ca/radio/prixetbourse/payot/bourse.html>

<sup>105</sup> <http://www.acs.qc.ca/spip.php?rubrique19>

<sup>106</sup> Voir sous Médias d'accueil pour la liste des organisations participantes pour l'hébergement du stage :

<http://www.acs.qc.ca/spip.php?rubrique21>

<sup>107</sup> [http://www.loisirquebec.com/prix\\_journalisme/presentation.asp](http://www.loisirquebec.com/prix_journalisme/presentation.asp)

<p>Prix remis dans les catégories radio, hebdomadaires locaux et régionaux, quotidiens, télévision (reportage et nouvelle) périodiques et Internet.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bourse de 1 000 \$ et certificat accordés au premier prix dans chacune des catégories.</li> <li>• Bourse de 200 \$ et certificat accordés au deuxième prix dans chacune des catégories.</li> <li>• Bourse de 100 \$ et certificat accordés au troisième prix dans chacune des catégories.</li> <li>• Bourse de 500 \$ et certificat accordés pour une nouvelle dans la catégorie télévision.</li> <li>• Bourse de 250 \$ et certificat accordés lors d'une mention du jury.</li> </ul> <p>Montant total des bourses : <b>2 050 \$</b></p> <p>Prix offerts par le Conseil québécois du loisir. Financés par le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport et le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine.</p> <p>En 25 ans, 122 800 \$ en bourses.</p>	<p>Chaîne de <u>Radio-Canada</u></p> <p><b>1 500 \$</b> dans la catégorie télévision et stage rémunéré de 4 semaines au Réseau TVA</p> <p>Collaborateurs et commanditaires : la Première Chaîne de Radio-Canada, le Réseau TVA et la FPJQ.</p>
<p><b>Prix Georges-Émile-Lapalme</b></p> <p>Ce prix couronne la carrière d'une personne qui a contribué à la qualité et au rayonnement de la langue française au Québec dans les domaines suivants : culture, communications, éducation, administration, recherche, travail, commerce, affaires.</p> <p><a href="http://www.mcccf.gouv.qc.ca/index.php?id=1089">http://www.mcccf.gouv.qc.ca/index.php?id=1089</a></p>	

## **CONCLUSION**

L'aide publique accordée au gouvernement du Québec aux médias, à l'information et au journalisme se manifeste par sa contribution au financement de Télé-Québec, les subventions versées aux médias communautaires, l'achat de publicités (dont un objectif de 4 % de l'enveloppe publicitaire pour les médias communautaires) et l'octroi de bourses et de prix au journalisme. Une aide existe également sous la forme de crédits d'impôts, dont peuvent bénéficier les producteurs en télévision et en multimédia.

Du côté du gouvernement canadien, l'aide publique consiste en un financement versé à Radio-Canada/CBC, un ensemble de programmes d'aide destinés aux médias et à l'information (Fonds des médias, Fonds du Canada pour les périodiques et Fonds interactif du Canada), l'achat de publicités dans les médias, des subventions aux sociétés de radiodiffusion autochtone qui créent et distribuent des émissions télévisées et radiodiffusées dans le nord du Canada et l'octroi de prix et de bourses au journalisme. Par le biais du CRTC, des subventions sont également disponibles pour les stations de télévision opérant dans de petits marchés (moins d'un million d'habitants). Enfin, il existe également au fédéral un crédit d'impôt, réservé pour la production cinématographique ou magnétoscopique canadienne, qui s'adresse aux producteurs de films et les réalisateurs d'émissions de télévision.