

En collaboration avec



LA FÉDÉRATION NATIONALE DES COMMUNICATIONS ET DE LA CULTURE-CSN

La Fédération nationale des communications et de la culture-CSN (ci-après la « FNCC-CSN ») est une organisation syndicale représentant 88 syndicats dans le secteur des médias, communications et de la culture. Elle représente également l'Association des journalistes indépendants du Québec (ci-après « AJIQ »). À l'égard des artistes gouvernés par une des deux lois sur le statut de l'artiste, la FNCC-CSN a une entente de collaboration avec les associations suivantes : l'Union des écrivaines et des écrivains québécois (ci-après « UNEQ »), l'Union des Artistes (ci-après « UDA »), la Guilde des musiciens et des musiciennes du Québec (ci-après « GMMQ »), l'Association québécoise des auteurs dramatiques (ci-après « AQAD ») ainsi que l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec (ci-après « ARRQ »). L'Association des professionnels des arts de la scène du Québec (ci-après « APASQ ») est pour sa part affiliée à la FNCC-CSN depuis plusieurs années. Ensemble, nous représentons **plus de 26 000 travailleurs, journalistes, artistes, artisans, auteurs du monde de la culture et des médias.**

ÉLECTIONS FÉDÉRALES 2021

PAS DE RELANCE SANS LA CULTURE

Revendications de la Fédération nationale des communications et de la culture - CSN



Le secteur canadien de la culture sera l'un des derniers à se relever de la COVID-19. La perspective d'une pleine reprise des activités est encore incertaine et le milieu demeure fortement fragilisé. La relance passera bien sûr par des programmes d'aide, mais aussi par des mesures globales favorisant la pérennité du secteur.



Cette crise a par ailleurs provoqué une prise de conscience sur l'importance de consommer et de soutenir les produits culturels d'ici. De plus en plus de recherches, de sondages et d'articles confirment que, découragés par la précarité déjà inhérente à la condition de travailleurs autonomes à laquelle se sont ajoutés les impacts de la pandémie, une importante proportion d'artistes, d'artisans, de créateurs, d'auteurs et d'autres travailleurs de la culture ont décidé de réorienter leur carrière. La reprise dans un tel contexte sera d'autant plus ardue.



En ce sens, la FNCC et ses partenaires souhaitent que la culture joue un rôle prédominant dans la prochaine campagne électorale, notamment au Québec. **Nous nous attendons des partis qu'ils proposent des mesures de soutien à la relance visant à maintenir le secteur de la culture et des communications à flot tout en permettant d'espérer la relance d'activités** au cours des prochains mois.

REVENDICATONS



01.	Prévoir l'implantation d'un programme de soutien financier transitoire géré par le Conseil des arts du Canada ou Patrimoine canadien permettant l'accès à un supplément de revenu pour les artistes, artisans, créateurs, auteurs, travailleurs autonomes et autres travailleurs qui continuent à faire face à des défis économiques causés par la COVID-19.					
02.	S'inspirer du programme de soutien développé au Québec en 2020 pour combler les pertes de revenus de billetterie pour les organismes et entreprises en diffusion. Des aides ciblées devraient être prévues pour les infrastructures culturelles en menace de détérioration ou d'arrêt d'activités pour des raisons économiques.					
03.	Soutenir les évènements culturels et les festivals. Afin de maximiser l'effet du programme sur la pérennité des festivals et évènements culturels au Canada, l'admissibilité des salaires des employés des festivals devrait être incorporée aux programmes. De même, il serait souhaitable de prolonger la couverture d'assurance pour les arrêts de production audiovisuelle liés à la COVID.					
04.	Poursuivre et finaliser la révision de la Loi sur le droit d'auteur en y intégrant les principaux éléments du rapport « Paradigmes changeants » rédigé par le comité permanent du Patrimoine canadien, et en s'assurant que cette Loi atteigne son objectif premier : protéger le droit d'auteur et les créatrices et créateurs canadiens.					
05.	Bonifier et adopter le projet de Loi modifiant la loi sur la radiodiffusion. Le manque à gagner devrait être compensé directement aux artisans étant donné la fragilisation des écosystèmes sans l'adoption de cette réforme (C-10). Pour plus d'information sur la position de notre organisation, nous vous invitons à lire en détail le mémoire qui a été déposé dans le cadre de cette révision.					
06.	Prendre en compte la réalité des artistes et travailleurs culturels dans la réforme à venir de l'assurance-emploi , notamment en rendant les travailleurs autonomes accessibles à cette protection.					
07.	S'assurer d'une équité fiscale entre les entreprises canadiennes et internationales lors de l'instauration la Taxe sur les services numériques (TSN) en 1er janvier 2022.					
08.	Proposer un remboursement anticipé du crédit d'impôt sur la masse salariale des entreprises médiatiques pour la période s'étendant du 1er janvier 2019 au 31 décembre 2021.					
09.	Augmenter l'ensemble des budgets des programmes dédiés à soutenir la production culturelle et audiovisuelle afin de préserver la vigueur des industries et la spécificité canadienne face à la forte pénétration des produits étrangers sur le marché canadien notamment via la voie numérique.					
10.	Prévoir l'élargissement de la portée du crédit d'impôt (presse et information) à l'ensemble de la main-d'œuvre afin d'absorber l'accélération de l'érosion des recettes publicitaires.					
11.	Majorer le budget de la Société Radio-Canada/CBC afin qu'elle bénéficie d'une augmentation de sa subvention de fonctionnement de 200 M\$ afin de soutenir le redémarrage du secteur culturel canadien.					
12.	Augmenter le budget de l'Office national du film. Nous revendiquons l'augmentation du budget pour l'année 2021-2022 d'un montant additionnel de 4,1 M\$ et la reconduite de cette somme sur une période d'au moins cinq ans.					
13.	Poursuivre les 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. Établir des investissements publicitaires dédiés aux médias traditionnels canadiens.					
14.	Élaborer un programme de financement pour les entreprises d'information pour la lutte à la désinformation. 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.					
15.	Offrir une compensation pour le manque à gagner en termes de revenus de bienfaisance. Il est à prévoir que les dons philanthropiques en culture se réduiront de façon substantielle. Nous proposons de combler une partie de cette somme par une aide auprès des organismes culturels constitués en organisme de bienfaisance pour pallier le manque à gagner philanthropique dans le secteur culturel.					