



Mémoire pré-budgétaire 2026-2027

Présenté au ministre des Finances du Québec

PAR:
Arsenal Média Inc.

Janvier 2026

RECOMMANDATIONS

1. Remplacer la déductibilité actuelle des dépenses publicitaires en faveur des plateformes numériques étrangères par un crédit d'impôt pour les dépenses publicitaires réalisées dans les médias québécois.
2. Élargir le crédit d'impôt accordé à la presse écrite à l'ensemble des médias québécois électroniques, incluant la radio et les plateformes numériques, particulièrement en région.
3. Accorder des incitatifs fiscaux afin d'accélérer la transformation numérique et de favoriser l'innovation des médias locaux pour mieux concurrencer les géants américains du numérique.
4. Adopter une politique de placement publicitaire gouvernementale équitable et pérenne, incluant les sociétés d'État, réservant une part significative des budgets aux médias régionaux.

CONTEXTE ET PRÉSENTATION D'ARSENAL MÉDIA

Arsenal Média est un groupe de radiodiffusion québécois indépendant solidement implanté dans les régions du Québec. L'entreprise est propriétaire et exploitante d'un réseau de 25 stations de radio locales francophones, desservant de nombreux marchés régionaux à travers l'ensemble du territoire québécois. Ces stations jouent un rôle central dans la diffusion de l'information, la promotion de la culture québécoise et le dynamisme de la vie communautaire.

Présent dans plusieurs marchés à l'extérieur des grands centres urbains, Arsenal Média constitue souvent l'un des principaux, et parfois le seul acteur médiatique offrant une information locale professionnelle, crédible et accessible. Les stations du groupe contribuent quotidiennement au lien social, soutiennent les organismes communautaires et mettent en valeur les initiatives économiques, culturelles et citoyennes de leur milieu.

Cet écosystème médiatique régional est toutefois fragilisé par la concurrence croissante des plateformes numériques étrangères qui captent une part dominante des revenus publicitaires sans être assujetties à des obligations comparables en matière de contenu local, d'information, de culture ou de contribution à l'économie québécoise.

À cette pression structurelle s'ajoutent les incertitudes économiques actuelles. Le ralentissement économique et le durcissement des relations commerciales nord-américaines affectent directement les entreprises régionales, dont les annonceurs locaux. Cette situation a un impact direct sur les revenus publicitaires des médias régionaux, tandis que les coûts d'exploitation et d'équipements, souvent importés, continuent d'augmenter.

Par ailleurs, plus de 80 % des investissements publicitaires se retrouve aujourd'hui dans les coffres des plateformes numériques internationales, alors que les habitudes de consommation des contenus audio et informationnels évoluent rapidement. La capacité des médias régionaux à financer leur transition numérique et à maintenir une information locale de qualité s'en trouve sérieusement compromise.

C'est dans ce contexte critique qu'Arsenal Média soumet quatre recommandations concrètes et responsables, en cohérence avec les travaux du Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec.

1. Remplacer la déductibilité publicitaire en faveur des géants du web par un crédit d'impôt ciblé pour les médias québécois

Le régime fiscal actuel permet aux entreprises de déduire leurs dépenses publicitaires réalisées auprès de plateformes numériques étrangères. Cette mesure, conçue à une autre époque, favorise aujourd'hui l'exode des investissements publicitaires hors du Québec.

Arsenal Média recommande plutôt l’instauration d’un crédit d’impôt applicable aux achats publicitaires effectués dans les médias québécois, en particulier les médias régionaux.

Une telle mesure permettrait notamment de :

- Consolider les revenus des médias locaux;
- Protéger et créer des emplois en région;
- Soutenir la production d’une information de proximité fiable et accessible;
- Contribuer activement à la vitalité de la langue et de la culture québécoise.

2. Élargir le crédit d’impôt accordé à la presse écrite aux médias électroniques régionaux

Le cadre fiscal actuel prévoit un crédit d’impôt pouvant atteindre 35 %, jusqu’à concurrence d’un plafond annuel par employé, pour les entreprises de presse écrite produisant du contenu d’information.

Arsenal Média recommande d’étendre ce programme à l’ensemble des entreprises de presse régionales produisant du contenu d’information, qu’il soit écrit ou audio, incluant les stations de radio locales et leurs plateformes numériques.

Cette approche permettrait de :

- Reconnaître pleinement la contribution des journalistes et artisans de l’information à la radio et sur le web;
- Éliminer la distinction artificielle entre presse écrite et presse électronique;
- Favoriser le maintien et la création d’emplois qualifiés en région.

3. Accélérer la transition numérique des médias locaux par des incitatifs fiscaux

Afin de demeurer pertinents et accessibles, les médias régionaux doivent moderniser leurs infrastructures, développer de nouvelles plateformes numériques et investir dans des outils technologiques de diffusion et d’analyse des contenus.

Toutefois, la pression concurrentielle exercée par les géants du web limite fortement leur capacité d’investissement.

Arsenal Média propose la mise en place d’incitatifs fiscaux spécifiques visant à soutenir :

- L'acquisition de technologies numériques; le développement de contenus multiplateformes;
- Les projets d'innovation destinés à mieux rejoindre et servir les publics locaux.

Ces investissements sont essentiels pour assurer la pérennité des médias régionaux et maintenir l'accès universel à une information locale de qualité.

4. Adopter une politique gouvernementale de placement publicitaire équitable

Le gouvernement du Québec a démontré, notamment durant la pandémie, l'importance stratégique des médias locaux pour informer efficacement la population.

Arsenal Média recommande l'adoption d'une politique permanente de placement publicitaire gouvernementale prévoyant qu'une part significative, par exemple 40 % des budgets publicitaires incluant ceux des sociétés d'État, soit réservée aux médias régionaux.

Une telle politique assurerait une planification plus stable, transparente et équitable des investissements publicitaires publics, mieux adaptée aux réalités des marchés régionaux.

Conclusion

Les recommandations présentées par Arsenal Média s'inscrivent dans une approche rigoureuse, responsable et pleinement conforme aux orientations et aux objectifs poursuivis par le gouvernement du Québec en matière de culture, d'information et de développement régional. Elles constituent des instruments concrets permettant d'assurer la pérennité financière des médias régionaux, de maintenir pour la population un accès continu à une information locale crédible, professionnelle et de qualité, ainsi que de soutenir des emplois qui contribuent de manière significative à la vitalité économique et sociale des régions. Arsenal Média demeure à la disposition du gouvernement du Québec afin d'approfondir ces recommandations et de collaborer à l'élaboration et à la mise en œuvre de solutions durables et profitables tant pour la survie des radios locales qu'à la vitalité des régions québécoises.



Sylvain Chamberland
Président et chef de la direction
Arsenal Média Inc.

CC : - Mathieu Lacombe, ministre de la Culture et des Communications du Québec