



Mémoire pré budgétaire 2026-2027

Présenté au ministre des Finances du Québec

PAR :

Groupe Radio Simard

Janvier 2026

RECOMMANDATIONS

1. **Remplacer la déductibilité actuelle des dépenses publicitaires en faveur des plateformes numériques par un crédit d'impôt pour les dépenses publicitaires dans les médias québécois.**
 2. **Élargir le crédit d'impôt accordé à la presse écrite à l'ensemble des médias québécois électroniques situés à l'extérieur des grands centres urbains.**
 3. **Accorder des incitatifs fiscaux pour accélérer la transformation numérique et favoriser l'innovation des médias locaux afin de mieux concurrencer les géants américains du numérique.**
 4. **Adopter une politique de placement publicitaire gouvernementale équitable, incluant les sociétés d'État.**
-

CONTEXTE ET PRÉSENTATION DU GROUPE RADIO SIMARD

Groupe Radio Simard exploite des stations de radio au Québec depuis 1947. Son fondateur Luc Simard est considéré comme un des pionniers des médias électroniques en région.

Aujourd'hui, le Groupe Radio Simard est propriétaire et exploitants de 8 stations de radio locales francophones solidement implantées dans plusieurs régions du Québec, soit à Baie-Comeau, Rimouski, Rivière-du-Loup, La Pocatière, Montmagny et Saint-Georges-de-Beauce. Par leur présence quotidienne, ces stations constituent un maillon essentiel de l'information locale, de la vie communautaire et de la promotion de la culture québécoise.

Dans plusieurs marchés, nos stations représentent l'une des rares — parfois la seule — sources d'information régionale. Elles contribuent au lien social, soutiennent les organismes locaux et mettent en valeur les initiatives entrepreneuriales et culturelles de leur milieu.

Or, cet écosystème est fragilisé par une concurrence déloyale provenant de plateformes numériques étrangères qui, tout en captant une large part des revenus publicitaires, ne sont soumises à aucune obligation équivalente en matière de contenu local, de culture ou d'information.

À cela s'ajoutent les incertitudes économiques et commerciales actuelles. Avec le durcissement des relations commerciales nord-américaines, de nombreuses entreprises régionales — dont les annonceurs locaux — subissent des pressions accrues, ce qui se répercute directement sur la santé financière des médias régionaux. Les coûts d'équipement, souvent importé, continuent de croître, accentuant la vulnérabilité des stations.

Pendant ce temps, les plateformes numériques internationales accaparent plus de 80 % des nouveaux investissements publicitaires, tout en transformant profondément les habitudes de consommation des contenus audio. La capacité des médias régionaux à financer leur transition numérique et à maintenir une information locale de qualité en est directement affectée.

C'est dans ce contexte que le **Groupe Radio Simard** propose quatre actions concrètes et responsables. Ces propositions rejoignent celles du Groupe de travail sur l'avenir de l'audiovisuel au Québec présidé par Monique Simard et Philippe Lamarre.

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

Le régime actuel permet aux entreprises de déduire leurs dépenses publicitaires réalisées auprès des plateformes numériques étrangères. Cette mesure, conçue à une autre époque, a aujourd'hui pour effet pervers d'encourager l'exode des investissements publicitaires vers l'extérieur du Québec.

Nous proposons plutôt l'instauration d'un **crédit d'impôt applicable aux achats publicitaires effectués dans les médias québécois**, notamment régionaux.

Une telle mesure : - consoliderait les revenus des médias locaux; - protégerait des emplois en région; - soutiendrait la production d'une information de proximité fiable et accessible; - contribuerait directement à la vitalité de la langue et de la culture québécoises.

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

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

Nous recommandons d'étendre ce programme à **toutes les entreprises de presse régionales** produisant du contenu **écrit ou audio**, incluant les radios locales et leurs plateformes numériques.

Cette approche : - reconnaîtrait la contribution essentielle des journalistes de la radio et du web; - mettrait fin à la distinction artificielle entre presse écrite et presse électronique; - favoriserait le maintien et la création d'emplois qualifiés en région.

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

Pour demeurer pertinents et accessibles, les médias régionaux doivent moderniser leurs infrastructures, développer de nouvelles plateformes et investir dans des outils d'analyse et de diffusion numérique.

Or, la pression concurrentielle exercée par les géants du web limite sérieusement la capacité d'investir.

Nous proposons la mise en place d'**incitatifs fiscaux spécifiques** pour soutenir : - l'acquisition de technologies numériques; - le développement de contenus multiplateformes; - les projets d'innovation visant à mieux rejoindre les publics locaux.

Ces investissements sont indispensables pour assurer la **pérennité de la radio régionale** et maintenir une information accessible à tous.

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 la population. Les achats publicitaires gouvernementaux ont contribué à maintenir plusieurs médias en activité.

Nous recommandons maintenant l'adoption d'une **politique permanente de placement publicitaire**, prévoyant notamment qu'au moins **40 %** des budgets gouvernementaux — incluant ceux des sociétés d'État — soient réservés aux **médias régionaux**.

Cette mesure assurerait une planification stable, transparente et mieux adaptée aux réalités des marchés locaux.

Conclusion

Les recommandations formulées par le **Groupe Radio Simard** sont réalistes, responsables et cohérentes avec les objectifs du Québec en matière de culture, d'information et de développement régional.

Elles constituent des leviers concrets pour : - renforcer la viabilité des médias régionaux; - préserver l'accès des citoyens à une information locale crédible; - soutenir des emplois qui animent la vie économique et communautaire des régions.

Nous demeurons disponibles pour présenter plus en détail ces propositions et collaborer avec le gouvernement dans la mise en œuvre de solutions durables.

Guy Simard

Président Groupe Radio Simard

CC. Mathieu Lacombe, Ministre de la Culture et des communications du Québec

Amélie Dionne, députée Rivière-du-Loup-Témiscouata, Ministre responsable de la région du Bas-Saint-Laurent et de la région de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine

Samuel Poulin, député de Beauce-Sud, Ministre délégué à l'économie et aux Petites et Moyennes entreprises.