

CHRONIQUE COMMUNAUTAIRE



Corporation de développement
communautaire Haut-Richelieu-Rouville.

Une vocation naissante

La famille Dakoté est la porte-parole des organismes communautaires de la région. À travers ses chroniques, elle vous présente tout ce que le milieu communautaire peut vous offrir.

Gaby, une connaissance de Micheline Dakoté, la croise à l'épicerie et lui raconte qu'il rêve de travailler dans le milieu communautaire depuis plusieurs années. Il est retourné aux études et va bientôt obtenir son diplôme de technique d'éducation spécialisée. Il a très hâte de commencer à aider les personnes de sa communauté.

« Il y a un poste en travail de rue qui est affiché à l'organisme POSA Source des Monts. J'aimerais venir en aide aux personnes directement dans leur milieu. Je pense que ce poste me conviendrait parfaitement. »

Micheline l'encourage : « C'est certain que tu sauras comment t'y prendre avec les jeunes, fonce! »

Toutefois, en comparant les offres sur les plateformes de recherche d'emploi, Gaby se rend bien compte que le salaire offert n'est pas concurrentiel avec des postes similaires offerts dans des villes plus peuplées ou dans le réseau public. Cela le fait réfléchir; il n'est sûrement pas possible d'aider plus de personnes sur un même horaire de travail et les mêmes tâches peu importe la ville.

Gaby a l'occasion de discuter avec des intervenant(e)s des défis que rencontrent les organismes communautaires. Il se rend compte que le gouvernement distribue les subventions en tenant compte de la démographie et non de la charge de travail des organismes et de leurs employé(e)s. Ce qui explique les disparités entre les salaires dans les organismes communautaires.

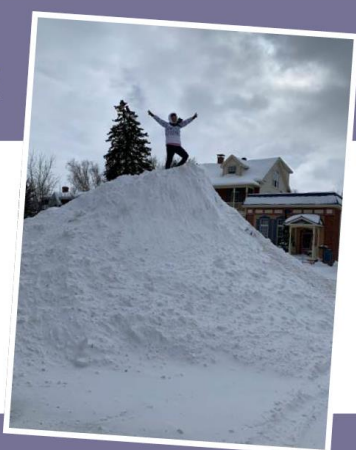
Après mûre réflexion, Gaby décide de déposer sa candidature, car le travail semble intéressant et il croit en la mission de POSA Source des Monts auprès des jeunes.

Pour plus d'informations sur les services et les activités, contactez POSA Source des Monts au 450 658-9898 ou écrivez à direction@posasdm.org

LE CLIC DE LA SEMAINE

L'EVEREST DE CHAMBLY

Devant L'Entraide Plus, Sylvie Blanchard a gravi, sans sherpa, l'amas de neige qui obstruait la devanture de l'organisme chamblyen. (Photo : Marie-Andrée Robin)



Règles fiscales sur la publicité : une injustice envers les médias canadiens

Les règles fiscales canadiennes sur la publicité défont la logique et le bon sens depuis bien trop longtemps. Il est temps que nos dirigeants corrigent cette injustice et assurent des conditions équitables pour les médias canadiens, afin qu'ils puissent concurrencer loyalement leurs rivaux étrangers plus grands. Les cosignataires ci-dessous, dont le président du conseil d'administration d'Hebdo Québec (115 membres), Benoit Chartier, et son directeur général, Sylvain Poisson, demandent au ministre des Finances, Dominic LeBlanc, ainsi qu'à la ministre du Patrimoine canadien, Pascal St-Onge, d'étendre l'application de la taxe aux dépenses de publicité dans les médias numériques étrangers.

Depuis 2008, 40 journaux quotidiens, 400 journaux communautaires, 42 stations de radio et 11 stations de télévision ont disparu au Canada. Cette débâcle cause un tort énorme aux communautés locales et limite les indispensables communications entre les élus et ces communautés. Elle ne donne aucun signe de se terminer, bien au contraire.

La crise que connaissent les médias est provoquée en bonne partie par le transfert de 70 % des dépenses publicitaires dans les médias canadiens vers les médias numériques étrangers. En 2022, cela s'est traduit par une perte de revenus de 13,5 milliards de dollars pour les médias canadiens.

Nous vous rappelons que les médias dépendent des revenus publicitaires pour informer et divertir les Canadiens.

Le gouvernement a adopté des lois visant à inciter les médias numériques étrangers à contribuer à la vitalité des médias canadiens. Bien que ces lois soient utiles et importantes, on estime que l'ensemble de ces mesures ne représente qu'une maigre part de 2,2 % des fonds qui se sont évaporés au sud de la frontière.

Il existe une solution entièrement sous le contrôle du gouvernement canadien. Les dépenses publicitaires effectuées par des annonceurs canadiens dans les médias numériques étrangers peuvent et doivent être soumises à l'article 19 de la Loi sur l'impôt sur le revenu, et ce, de façon urgente. Cette simple mesure serait très efficace pour rapatrier au Canada une part significative des dépenses et des revenus publicitaires.

Depuis le début des années 60, la Loi prévoit que les dépenses publicitaires canadiennes faites dans les médias étrangers ne sont pas déductibles aux fins du calcul de l'impôt sur le revenu. Or, la Loi n'ayant pas été modernisée, elle ne s'applique pas aux dépenses publicitaires effectuées dans des médias numériques étrangers. Ces

dernières sont déductibles, d'où un avantage compétitif injuste. On doit mettre fin à cette échappatoire fiscale.

À défaut de colmater cette brèche béante dans la Loi, le lent déclin des médias canadiens va se poursuivre.

Des changements législatifs ont été soumis par les Amis des médias canadiens. Nous recommandons vivement au gouvernement du Canada de donner suite à leurs propositions.

Cosignataires : Sylvain Poisson, directeur général, Hebdo Québec & Réseau Sélect; Benoit Chartier, président du conseil d'administration d'Hebdo Québec et président/éditeur, Courrier de Saint-Hyacinthe; Eric Boyko, président et chef de la direction, Stingray; Mirko Bibic, président et chef de la direction, BCE; Paul Deegan, président et chef de la direction, News Media Canada; Pierre-Elliott Levasseur, président, La Presse; Brian Myles, directeur général, Le Devoir; Geneviève Rossier, directrice générale, CN2i; Éric-Pierre Champagne, président, Fédération professionnelle des journalistes du Québec; Andrew MacLeod, président directeur-général, Postmedia; Annick Charette, présidente, Fédération nationale des communications et de la culture (FNCC-CSN); Sarah Andrews, directrice relations gouvernementales, Friends of Canadian Media; Neil Oliver, chef de la direction, Torstar; Louis Audet, président du conseil d'administration, Cogeco; Frédéric Perron, président et chef de la direction, Cogeco; Gordon Rawlinson, président, Rawlco Radio; Rod Schween, président, Pattison Media Ltd; Elmer Hildebrand, président, Golden West Broadcasting; Kevin Desjardins, président, Canadian Association of Broadcasters; Alain Saulnier, professeur honoraire de l'Université de Montréal, auteur; Mark Hancock, président national, Syndicat canadien de la fonction publique (SCFP); Brian Leclerc, président par intérim, Conseil provincial du secteur des communications, SCFP-Québec; Lana Payne, présidente nationale, Unifor.

CORRECTION

À la page 8 de l'édition du 19 février 2025, une mauvaise information a été transmise dans le *Clic de la semaine*. L'homme sur la photo n'était pas Étienne Dubé, mais plutôt Jean-François De Blois. La photo a été prise par Dominique Pomerleau.