

PROFIL DE SECTEUR

Communications

Ce profil a pour but d'offrir aux membres du SCFP des renseignements de base sur le secteur dans lequel ils travaillent, et ce, dans une perspective nationale. Vous trouverez tous nos profils sectoriels et de plus amples renseignements sur le site scfp.ca.

CONFÉRENCE DU CONSEIL NATIONAL DES SECTEURS

20-22 OCTOBRE | 2020

Les membres du secteur des communications du SCFP travaillent presque tous pour des employeurs du secteur privé qui sont réglementés par le gouvernement fédéral (CRTC). Le secteur compte approximativement 7300 membres, dont l'immense majorité est au Québec (plus de 98 pour cent).

On peut regrouper les sections locales du secteur des communications en trois sous-secteurs. Le plus grand d'entre eux, avec plus de 80 pour cent des membres, inclut la câblodistribution, la téléphonie et les fournisseurs de service Internet (Cogeco, Telus, Vidéotron, Duclos et Michaud, ainsi que Aptum, Bruce Telecom, Vista Radio et Cochrane Telecom Services). La radio, la télévision et la presse écrite (Groupe TVA, Global, RNC Media, Cogeco Média, Bell Média, CTV, Rogers, ainsi que le Journal de Québec) comptent pour quelque 15 pour cent des membres. La cinématographie et la postproduction (SETTE, ONF et Technicolor) complètent le tout avec environ trois pour cent des membres du secteur.

Parmi les principaux types d'emplois représentés par le SCFP dans le secteur, on retrouve : des techniciens et spécialistes des technologies de l'information, des préposés de centres d'appels, des employés de bureau, des journalistes, des techniciens créatifs (caméramans, aiguilleurs, monteurs, intégrateurs, mixeurs sonores), des réalisateurs et des représentants en publicité.

Enjeux

Le secteur des communications est en transformation constante, notamment à cause de l'évolution technologique, des changements dans les habitudes de consommation du contenu audiovisuel et des pratiques commerciales des principaux acteurs du

secteur. Ceci entraîne souvent des changements importants dans l'organisation du travail, et, malheureusement, des délocalisations et des pertes d'emplois.

INTERNET ET LA CONCURRENCE DÉLOYALE

Les changements au niveau des technologies de l'information bouleversent le secteur des communications en entier. Les émissions et l'information sont de plus en plus consommées sur Internet et par la voie de nouvelles plateformes numériques (réseaux sociaux, applications, Netflix, Disney, YouTube), une tendance qui s'est accentuée pendant le confinement causé par la pandémie de COVID-19. Ces plateformes en ligne, très souvent étrangères, livrent une concurrence déloyale aux diffuseurs et câblodistributeurs canadiens en plus d'accaparer une grande partie des revenus publicitaires reliés à la diffusion de l'information produite par nos médias. Si de nouvelles initiatives, comme Apple News, visent un meilleur partage des revenus entre producteurs et diffuseurs en ligne, il reste encore du chemin à faire pour que nos médias traditionnels se trouvent à armes égales face à ces immenses transnationales.

Ces dernières, en plus d'offrir des produits à prix très compétitifs, n'ont pas à payer d'impôt, ni à prélever les taxes de vente (TPS/TVH) sur la publicité achetée au Canada, sauf au Québec (TVQ) et en Saskatchewan où les taxes provinciales s'appliquent. Des entreprises comme Netflix sont dans la même position et, en plus, elles n'ont aucune obligation réglementaire à remplir, contrairement aux diffuseurs canadiens.

L'absence de volonté du gouvernement fédéral de réglementer et de soumettre à la fiscalité canadienne des services comme Netflix place les diffuseurs canadiens dans une position de vulnérabilité

totallement injuste. Cette situation menace les entreprises qui embauchent nos membres ainsi que l'expertise professionnelle acquise au fil du temps par leurs équipes.

Les gouvernements ont commencé à mettre en place des moyens de soutenir les médias traditionnels (radio, télévision, journaux), mais il faut également s'assurer que les travailleurs syndiqués puissent continuer de produire des nouvelles et du divertissement audiovisuel, peu importe la plateforme de diffusion choisie par l'employeur.

CRISES DANS LA PRESSE ÉCRITE ET L'INFORMATION LOCALE

Dans le paysage médiatique, il y a de moins en moins de place pour les nouvelles locales. Devant la baisse de leurs revenus, les employeurs utilisent la technologie pour concentrer la diffusion dans les grands centres. Au Québec par exemple, l'information locale produite par les stations régionales de TVA est presque entièrement diffusée à partir de la station-mère de Montréal. C'est un modèle qui est en place depuis plusieurs années à l'échelle canadienne chez Global et qui atteint ses limites avec la baisse accrue des revenus causée par la pandémie de COVID-19. Dans la presse écrite, des centaines de journaux (principalement des hebdomadaires) ont disparu au cours des dix dernières années en raison de la chute des revenus publicitaires combinée au virage numérique. De nombreux autres ont fermé leurs portes ou fusionné leurs activités en raison du ralentissement économique engendré par le confinement et la pandémie.

Le gouvernement fédéral a annoncé une aide de 50 millions de dollars pour les journaux locaux dans les communautés mal desservies, puis des crédits d'impôts sur la masse salariale des entreprises de presse écrite et sur les abonnements numériques. Il a aussi permis aux journaux qui deviendraient des organismes à but non lucratif (OBNL), comme La Presse +, d'émettre des reçus pour dons de charité, mais très peu d'entre eux ont pu s'en prévaloir

jusqu'ici. Le gouvernement du Québec a aussi mis en place un crédit d'impôt sur la masse salariale des journaux qui s'ajoute à celui du gouvernement fédéral.

Toutes ces mesures de soutien doivent être étendues à la télévision et bonifiées en raison de la COVID-19 qui a durement affecté tous les médias. Ces derniers ont dû maintenir la production de nouvelles pendant le confinement alors que leur base de revenus s'écroulait. L'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) a d'ailleurs demandé des allègements réglementaires au CRTC, cet été, pour toutes les stations de télévision et de radio. Au même moment, Corus annonçait d'importantes coupes dans ses effectifs journalistiques – y compris à Montréal où travaillent les membres du SCFP. RNC Media et Bell Média ont par ailleurs diminué les taux de salaire ou les heures de travail de leurs employés lors de la première vague de COVID-19. Chez Groupe TVA, ce sont quelque 300 employés qui ont été mis à pied ou ont bénéficié de la Subvention salariale d'urgence du Canada.

Le SCFP doit continuer de lutter pour sauvegarder l'information de proximité de qualité qui contribue à la vigueur de notre démocratie. Elle est plus essentielle que jamais en ces temps d'incertitude pour contrer les théories du complot et autres « fake news » qui circulent sur Internet.

ENVIRONNEMENT LÉGAL EN TRANSFORMATION

En 2016, la ministre fédérale du Patrimoine annonçait la tenue d'une grande consultation sur la culture et le numérique. Tout était sur la table : les lois sur la radiodiffusion et sur les télécommunications, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), et les mécanismes de financement. Cette consultation a donné naissance à un rapport, à une politique culturelle, puis à l'annonce de la révision des lois sur la radiodiffusion, les télécommunications et la radiocommunication en 2017.

Il a fallu attendre juin 2018 pour passer aux choses sérieuses. Un groupe d'experts a été nommé et ses travaux ont mené à un rapport contenant 97 recommandations pour adapter nos lois au nouveau contexte de mondialisation de la distribution de contenu. Le rapport Yale (du nom de la présidente du comité) a été présenté au gouvernement à la fin janvier 2020 et le ministre du Patrimoine a annoncé son intention de déposer un projet de loi visant à moderniser la *Loi sur la radiodiffusion* cet automne. En parallèle, une révision de la *Loi sur le droit d'auteur* pourrait être lancée au début 2021. Un droit voisin réclamé par les journaux depuis plusieurs années pourrait y être ajouté afin de forcer les géants du Web à partager avec les médias les revenus publicitaires qu'ils engrangent grâce à leurs nouvelles.

Le SCFP et la Coalition pour la culture et les médias attendent avec impatience que le processus de modification législative soit enclenché, car il faudra ensuite quelques années pour que l'ensemble de la réglementation soit adapté au contexte numérique.

SANTÉ ET SÉCURITÉ

Les enjeux de santé et sécurité du travail ont pris une place plus importante que jamais dans le secteur en raison de la déclaration par le gouvernement des réseaux de télécommunication et des médias comme services essentiels pendant le confinement.

Outre la situation sanitaire et les mesures mises en place pour protéger les travailleurs de la COVID-19, la tension sociale découlant de la pandémie et de l'obligation du port du masque a aussi mis en lumière les risques d'intimidation et de harcèlement auxquels sont confrontés les travailleurs des médias, qu'ils soient devant ou derrière la caméra.

Les syndicats du secteur ont d'ailleurs accepté de participer à une recherche sur le stress et le bien-être psychologique au travail dans le contexte du télétravail massif et des mesures mises en place

pour les travailleurs essentiels pendant la pandémie. Cette étude est menée par la professeure Julie Cloutier de l'École des sciences de la gestion de l'UQAM qui avait participé à l'étude sur la détresse psychologique dans les centres d'appels des entreprises de télécommunication en 2011.

FORMATION

Dans le contexte des changements technologiques rapides et du télétravail qui s'impose dans tous les milieux, la formation et le perfectionnement des travailleurs du secteur devra prendre une importance grandissante.

Ce sera particulièrement le cas dans le sous-secteur des télécommunications où les entreprises auront éventuellement moins besoin d'emplois en technologies de l'information et davantage de travailleurs spécialistes de l'intelligence artificielle.

RECRUTEMENT ET SYNDICALISATION

En excluant les pertes d'emplois liées au coronavirus, le secteur des communications a perdu plus de 600 membres au cours des deux dernières années, presque exclusivement dans les médias, ce qui ramène à l'avant-plan la question du recrutement de nouveaux syndiqués.

Le taux de syndicalisation est assez élevé dans l'ensemble du secteur, du moins pour les grands joueurs. Par contre, les travailleurs sont moins souvent syndiqués dans les plus petites entreprises et chez les nouveaux acteurs du marché.

Régimes de retraite

La presque totalité des milieux de travail, dans le secteur, offrent des régimes de retraite. On y retrouve un mélange de régimes à contributions déterminées et de régime à prestations déterminées. Dans les entreprises privées, les employeurs veulent réduire les bénéfices et leurs propres risques. On note que dans certains milieux

de travail, les membres ont décidé de se joindre au régime de retraite par financement salarial de la FTQ.

Négociations

SALAIRES, CONDITIONS DE TRAVAIL ET PERTES D'EMPLOIS

Pour les travailleurs syndiqués du secteur, les salaires sont plutôt bons, mais les hausses salariales ont été minimales dans les dernières années (autour d'un pour cent et rarement au-dessus de deux pour cent) en raison de la décroissance des médias, notamment. Les employés du Journal de Québec ont dû se résoudre à renouveler leur convention collective sans augmentations de salaires, en septembre 2020, en plus de perdre de 15 postes permanents. Leurs collègues de Global ont, par contre, réussi à faire quelques gains sur le plan des assurances collectives, du régime de retraite et de la structure salariale, mais les augmentations de salaires ont été limitées à 1,5 pour cent. Chez Bell Média, la négociation d'une première convention collective est toujours en cours.

Du côté de Vidéotron, des négociations sont en cours et la sous-traitance ainsi que les changements technologiques sont au cœur des pourparlers. Des clauses de convention collective très claires au sujet de la sous-traitance (notamment issues du lock-out de 2003), sont contournées par l'employeur qui utilise en plus tous les moyens légaux à sa disposition pour allonger la durée des arbitrages. La question de la sous-traitance a aussi été au cœur de la négociation chez Cogeco où une convention collective a été signée au printemps prévoyant des augmentations de 2,25 % par année, ainsi que la création de postes réguliers.

Les conditions de travail demeurent généralement bonnes dans le secteur, mais le climat est malsain dans certaines entreprises. C'est notamment le cas

chez Groupe TVA où des employés ont utilisé la ligne de dénonciation anonyme obligatoire pour les entreprises cotées en bourse afin de signaler le comportement abusif de gestionnaires de la salle des nouvelles. Cette initiative des membres a mené au départ d'un haut dirigeant de l'entreprise, en septembre 2020, alors que plusieurs tentatives syndicales avaient échoué auparavant.

SOUS-TRAITANCE, TRAVAIL PRÉCAIRE ET CHANGEMENTS TECHNOLOGIQUES

Le secteur des communications étant presque entièrement privé, la recherche du profit est prédominante. On constate depuis quelques années l'usage plus fréquent de sous-traitants et de pigistes, de même que l'utilisation de stratégies par les employeurs pour déplacer le travail dans des filiales non syndiquées, où les postes sont plus précaires, ou carrément à l'étranger, où les salaires et les conditions de travail sont plus faibles.

Un sondage réalisé auprès de certaines sections locales du Québec a permis de constater que les changements technologiques sont au cœur de la sous-traitance dans le secteur puisqu'ils facilitent le travail à distance et rendent plus difficile le travail des syndicats pour faire respecter les conventions collectives. Dans ce contexte, la généralisation du télétravail soulève des inquiétudes. Ces dernières pourraient être amplifiées par l'automatisation du travail grâce à une utilisation accrue de l'intelligence artificielle après l'implantation de la technologie cellulaire 5G.

Campagnes

Issue d'une résolution du congrès du CPSC de 2017, une campagne contre la sous-traitance outremer des emplois en télécommunications a été lancée à l'été sur Facebook. Cette campagne, qui réclame que les importantes subventions du Fonds pour la large bande universelle soient affectées exclusivement

à des emplois au Canada, a d'ailleurs vu son message prendre une importance accrue avec la crise économique dans laquelle nous sommes plongés par la COVID-19. La protection de nos renseignements personnels est aussi au cœur de cette campagne qui fait appel à l'implication des membres et des citoyens.

Un comité ad hoc sur les changements technologiques a également été mis sur pied par le SCFP-Québec, à l'initiative du SCFP 2815, mais ses travaux ont été interrompus par la pandémie. Ce comité a pour mandat de conseiller la direction de la division du Québec sur les positions à prendre face à des technologies comme la 5G, l'intelligence artificielle et l'automatisation.

À l'Office national du film (ONF), une campagne de valorisation des membres a été mise sur pause par la pandémie, mais le travail de représentation se poursuit auprès du ministère du Patrimoine pour que le financement de notre producteur national soit augmenté. Il faut dire que malgré son succès en ligne (notamment pendant le confinement), l'ONF est un patient sous respirateur artificiel. Le financement gouvernemental dont il bénéficie est en effet inférieur de presque 14 millions de dollars à ce qu'il était il y a une vingtaine d'années une fois l'inflation prise en compte. Les libéraux n'ont pas respecté leurs promesses de réinvestissement de 2015, le budget n'est pas indexé au coût de la vie et l'ONF doit en plus rembourser au gouvernement son déménagement au centre-ville de Montréal à même son maigre budget.